



Formation sur la gouvernance, la gestion administrative financière et les techniques de communication

Bakel, les 03 et 04 décembre 2022



**AMBASSADE
DE FRANCE
AU SÉNÉGAL**

*Liberté
Égalité
Fraternité*

act:onaïd

Plan de formation

Questionnement
Objectifs du module

PARTIE 1 – Du développement de l'idée de projet à l'élaboration d'un plan d'affaires

Séance 1 : Développer un projet pour son entreprise, opportunités et contraintes

Développer des idées de projet, Analyser la faisabilité d'un projet ou d'un nouveau financement

Séance 2: Introduction au marketing

Séance 3 : Le coût de revient et tarification des produits et services

Séance 4 : Gérer financièrement son entreprise, les bases de la budgétisation

Séance 5 : Planifier la gestion financière de son activité

Séance 6 : Notions clés de management des ressources humaines

Séance 7 : Développer un business plan opérationnel simplifié à partir des connaissances acquises

Questionnement

Les femmes de Bakel sont-elles vraiment prêtes à professionnaliser leurs groupements ?

Objectifs du module

- Renforcer les capacités des participantes sur l'éducation financière.
- Elaborer dans une situation didactique un plan d'affaires.
- Amener les participantes à s'approprier la notion de cycle de projet à partir de cas pratiques.
- Susciter chez les participantes l'innovation pour la création d'une entreprise ou l'élaboration d'un projet.

Séance 1 : Développement d'idées de projet

Créativité et innovation dans le développement de projets: Réflexion et échange sur les manières innovantes de développer des idées de projet qui tiennent compte le plus possible du contexte actuel, de l'environnement, des opportunités et des contraintes.

Cas 1 : Celles qui gèrent déjà une AGR, un projet de développement - comment vous est venue l'idée de développer?

CAS 2 : Celles qui envisagent de gérer un AGR, un projet de développement – Quelle est votre idée? – idées vraiment nouvelles!!!

NB: Les idées ne doivent pas être trop détaillées ou compliquées.

Noter chaque production individuelle sur une carte après l'avoir partagée en plénière.
Les idées jugées les plus pertinentes pourront être approfondies toute la durée de la session.

Analyse de la faisabilité d'un projet : Parmi toutes les idées que vous aviez citées précédemment, sur quels critères pouvons-nous sélectionner un projet/une activité qui a le plus de chances d'avoir du succès ?

Trois critères non exhaustifs

1. Les compétences dont les promoteurs disposent, par exemple la maîtrise de l'activité et/ou l'expérience- expertise dans le domaine d'activité.
2. Les ressources propres disponibles (financières, humaines, matérielles...) ou mobilisables facilement.
3. La demande, c'est un élément qui rend votre idée spéciale/unique/nouvelle.

Travaux de groupe

Consigne: Reprendre les idées de projets/d'AGR énumérées et identifier les 3 idées de projets/d'AGR les plus prometteuses, en se basant sur les 3 critères :

compétences, ressources et demande.

→Restitution, discussions, synthèse

Présentation de la méthode SCAMPER (Source: GTZ, 1995, International CEFE Manual. Le modèle SCAMPER model a été développé à Chiangmai, Thaïlande (CEFE 1995).

Lettre	Verbe	Signification	Exemple
S	Substituer	Remplacer un ou plusieurs composants du produit	Un promoteur qui vend des jus de bissap et gingembre dans des sachets peut décider de changer l'emballage afin de le rendre plus attractif.
C	Combiner	Fusionner un ou plusieurs éléments du produit	Un promoteur qui tient un salon de coiffure et qui vend des produits cosmétiques peut décider de développer une offre « coiffure (rajouts ou tresses) + soin du cheveu » - pédicure – manicure, vente de cheveux Naturels...
A	Amplifier	Agrandir, ou rendre le produit plus Sophistiqué un produit	Un promoteur qui fabrique et vend des bijoux peut décider d'acheter des perles de plus belle qualité pour la fabrication de ses bijoux- produire des bijoux sur mesure

10

M	Minimiser	Rendre le produit plus simple	Un promoteur boulanger qui fabrique différents types de pains et beignets peut décider de restreindre son offre afin de ne garder que les produits qui ont le plus de succès.
P	Permuter l'utilisation finale	Utiliser le produit pour un Objectif différent	Un promoteur qui vend des articles ménagers et proposait une serviette pour laver le sol , peut développer une serviette qui permet de laver les vitres.
		contenus dans	
E	Eliminer	Supprimer des éléments qui ne servent à rien	Supprimer un emballage plastique.
R	Réarranger	Réorganiser	Une femme qui tient un restaurant peut décider de
		l'ordre des éléments	présenter ses plats et les ingrédients de manière différente.

Choisir des produits/projets et leur appliquer la méthode SCAMPER

En définitive, tous les projets/produits peuvent être modifiés ou améliorés d'une manière ou d'une autre. Cependant les nouveaux projet/produits doivent être viables en termes de production (retombées, matières premières, processus de production) et d'une perspective marketing (la demande du marché/sociale).

Analyser la faisabilité d'un projet, d'un investissement.

Parmi les 3 idées précédemment sélectionnées à partir des critères (compétences, ressources, demande) dans chaque groupe pour l'analyser avec la grille de micro-analyse de faisabilité d'un projet.

Projet	Compétences	Equipement disponible	Accès matières premières	Ressources financières	Demande suffisante	Concurrents	Environnement	...
1.								
2.								
3.								

Restitution – discussions – synthèse

A retenir

- Un projet, une entreprise pour réussir a besoin de : compétences, ressources et d'une demande.
- Une idée innovante, un produit ou un service innovant est d'une importance capitale lors ce qu'on veut se lancer dans la création d'une entreprise ou se lancer dans un projet afin de se différencier et d'éviter la concurrence.
- Ne pas commencer une activité/une entreprise/un projet sans avoir réfléchi à ses chances de succès (à court, moyen et long termes). Il est important au préalable de conduire une analyse de faisabilité.

Séance 2 : Introduction au marketing

Notions de marketing

- Aider les participant(e)s entrepreneurs ou futurs entrepreneurs à distinguer les notions de besoin, d'offre et de demande ;
- comprendre les « 5 P » en marketing : produit, prix, place, promotion et personne ;
- pratiquer les « 5P » et développer une stratégie marketing.

Les 5P :

- Le **Produit** ou service correspond-il à la demande des clients ? Quelle est son utilisation ? A quoi ressemble le produit ou service ?

- Le **Prix** est-il abordable pour les potentiels clients ? Le produit ou service est-il vendu à un prix réduit (par exemple, s'il est vendu en grandes quantités ou pour assurer la fidélisation des clients) ? Est-il possible de fixer différents prix pour différents niveaux de revenus des clients ?
- La **Promotion** : le produit ou service est-il commercialisé à travers des activités de promotion ou de publicité pour attirer la clientèle ? L'achat du produit ou service procure-t-il d'autres avantages au client à part l'obtention du bien lui-même ? (par exemple un échantillon ou un cadeau gratuit)
- La **Place** : Où le produit est-il vendu ? Le lieu de vente est-il facilement accessible ? La livraison est-elle possible ? Le lieu de vente attire-t-il des potentiels clients ?
- La **Personne** : Quelles sont les compétences et la capacité de la femme entrepreneure ? Quelle est la relation entre la femme entrepreneure et ses clients ? Est-elle accueillante ? Est-elle connue dans la ville ou le village ? Quelle est sa réputation ? »

En conclusion, le marketing consiste à identifier les besoins des clients et à les satisfaire en réalisant un profit. Il s'agit de découvrir le marché selon les facettes suivantes :

- La demande (les clients, les besoins, les niveaux de revenus) ;
- L'offre (les concurrents, leur offre et leur stratégie commerciale).

L'objectif du marketing est de capturer des parts de marché en développant une stratégie marketing appropriée et efficace (un plan marketing).

Un plan marketing permettra à l'entreprise de survivre sur le marché et d'atteindre la pérennité. »

Séance 3 : Coût de revient et tarification des produits et services

Cycle de production d'un bien ou service

« Costing and pricing », coût de revient et tarification des produits et services

- S'approprier les éléments clés du cycle de production d'un bien ou service ;
- calculer le coût de revient d'un produit ou service ;
- déterminer un prix pour un produit/service et calculer son profit.

Tenir compte de 3 éléments clés

- les matières premières/intrants/constituants/composants ;
- le travail nécessaire (force de travail physique ou intellectuelle en fonction des réalités du milieu)
- les outils et équipements (dotation aux amortissements...)

Calcul du coût de revient d'un produit

Les coûts fixes sont les coûts qui ne changent pas selon le nombre de produits ou services produits ou vendus par l'entreprise (loyer, salaires pour les employés réguliers, etc.) Les coûts fixes peuvent changer avec le temps, par exemple le loyer peut augmenter. Mais ce changement n'est pas lié au nombre de produits ou de ventes.

Les coûts variables sont les coûts qui varient avec le nombre de produits ou services produits ou vendus (matières premières, salaires des employés qui sont payés au pourcentage ou salaires des

saisonniers, etc.).

Les coûts de démarrage sont les coûts liés au lancement d'une activité (frais d'enregistrement de l'entreprise, achat le terrain, frais d'ouverture de compte dans une banque ou IMF, etc.).

Cycle de production d'un bien ou service

Pour les équipements tenir compte de la dotation aux amortissements du fait de l'usage.

Exemple:

Un équipement agricole coûte 6 000 000 FCFA et a une durée de vie de 5 ans.

L'amortissement annuel est alors de: 6 000 000 FCFA / 5 ans = 1 200 000 FCFA par an.

Et l'amortissement par mois de: 1 200 000 FCFA / 12 mois = 100 000 FCFA par mois. »

Coût de la main d'œuvre

!!! le temps c'est de l'argent!!! Tenir compte du temps de travail de tous (chef d'entreprise, employés) pour un calcul précis du coût de revient – peut être évalué par heure, par jour, par semaine ou par mois.

Produit:		Production mensuelle :			
Matières premières	Nombre d'unités	Prix unitaire			Coût total
Equipement	Prix d'achat	Nombre d'utilisation	de	mois	Dépréciation mensuelle
Coûts de la main d'œuvre	Nb d'heures	Prix par heure			Coût total
Frais généraux	Nb d'unités	Prix de l'unité			Coût total
Coûts totaux par mois					
Coût de revient du produit/service					

Définir le prix d'un produit / service

- tarification sur la base des coûts de revient : coût de revient du produit + X% - main d'œuvre = prix du matériel x 35% ;
- tarification sur la base des prix de concurrence : combien le concurrent fait-il payer pour le même produit ?
- tarification sur la base des prix du marché : quel prix le client est-il prêt ou capable de payer ?

Séance 4 : Gérer financièrement son entreprise : les bases de la budgétisation

Budgétisation

Définir la notion de tenue des registres (caisse, banque) ;

- Recettes / versements
- Dépenses / retraits / paiements
- Créances
- Dettes
- Solde / solde

Apprendre à tenir un livre de caisse et un suivi de compte client ;

Etablir un compte de résultat annuel.

LIVRE DE CAISSE

Date	Opération/Transaction	Sorties	Entrées	Solde

COMPTE DE RESULTATS

Mois	1er	2ème	3ème	4ème	5ème	6ème	7ème	8ème	9ème	10ème	11ème	12ème	Total
Revenus des Ventes	200 000	100 000	200 000	100 000	500 000	200 000	0	200 000	500 000	200 000	0	200 000	2 400 000
Dépenses	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000	1 200 000
Profit ou perte	100 000	0	100 000	0	400 000	100 000	-100 000	100 000	400 000	100 000	-100 000	100 000	1 200 000
Profit ou perte cumulés	100 000	100 000	200 000	200 000	600 000	700 000	600 000	700 000	1 100 000	1 200 000	1 100 000	1 200 000	1 200 000

Retenir

Il est important de tenir des registres pour : contrôler votre trésorerie, détecter et anticiper les problèmes de gestion de votre entreprise, soutenir votre dossier lors de votre demande de prêt auprès d'une institution financière, planifier pour le futur, mieux maîtriser les débiteurs et créditeurs.

Un compte de résultat vous permettra d'identifier si votre entreprise fait un profit ou une perte.

Séance 5 : Planifier la gestion financière de son activité

Outils et procédures de gestion financière

Pour instaurer la transparence dans le GIE, mais également susciter la confiance des membres et des partenaires, il est important d'utiliser et de mettre à jour des outils de gestion comme : le journal de caisse, le journal de banque, le registre des recettes et dépenses, le compte d'exploitation.

JOURNAL DE CAISSE

Date	N°PJ	Désignation	Entrée	Sortie	Solde	Observations
Total						

JOURNAL DE BANQUE

Date	Objet	Entrée	Sortie	Solde	Observations
Total					

REGISTRE DES RECETTES ET DEPENSES

Date	Désignation	Recettes			Dépenses			
		Janv	Fèv	Mars	Janv	Fev	Mars	
	Report							
	total							

COMPTE D'EXPLOITATION

Période du: (1)au: (2)	
Rubriques	Montant
Recettes	
Total Recettes	
Dépenses	
Amortissements	
Résultat (Total recettes – Total dépenses)	

FICHE DE GESTION DE STOCKS

Fiche de gestion de stock								
Légende :								
En gris les chiffres que vous devez renseigner.								
En jaune les chiffres qui se calculent automatiquement.								
Désignation du produit :		Montre chrono						
Mois :		Janvier						
Stock en fin de mois :	60	Coût d'achat unitaire moyen :					7,50 €	
Stock d'alerte :	20	Prix de vente moyen :						
État du stock :	CORRECT	Taux de marge commerciale :					NC	
Date	Libellé	Quantité	Entrées Prix unitaire	Valeur	Quantité	Sorties Prix unitaire	Valeur	Stock final Quantité
	Stock initial	100	10,00 €	1 000,00 €				100
	Achats	50	10,00 €	500,00 €		7,50 €	0,00 €	150
	Ventes				40	7,50 €	300,00 €	110
	Ventes				20	7,50 €	150,00 €	90
	Ventes				30	7,50 €	225,00 €	60
	Ventes				50	7,50 €	375,00 €	10
	Achats	50		0,00 €		7,50 €	0,00 €	60
	...			0,00 €		7,50 €	0,00 €	60
	...			0,00 €		7,50 €	0,00 €	60
	...			0,00 €		7,50 €	0,00 €	60
	...			0,00 €		7,50 €	0,00 €	60
	...			0,00 €		7,50 €	0,00 €	60
	...			0,00 €		7,50 €	0,00 €	60
	...			0,00 €		7,50 €	0,00 €	60
	...			0,00 €		7,50 €	0,00 €	60
	...			0,00 €		7,50 €	0,00 €	60
	...			0,00 €		7,50 €	0,00 €	60
	...			0,00 €		7,50 €	0,00 €	60
	...			0,00 €		7,50 €	0,00 €	60
	...			0,00 €		7,50 €	0,00 €	60
	...			0,00 €		7,50 €	0,00 €	60
	...			0,00 €		7,50 €	0,00 €	60
	...			0,00 €		7,50 €	0,00 €	60
	...			0,00 €		7,50 €	0,00 €	60
	...			0,00 €		7,50 €	0,00 €	60
	...			0,00 €		7,50 €	0,00 €	60
	...			0,00 €		7,50 €	0,00 €	60
	...			0,00 €		7,50 €	0,00 €	60
	...			0,00 €		7,50 €	0,00 €	60
	...			0,00 €		7,50 €	0,00 €	60
	...			0,00 €		7,50 €	0,00 €	60
	...			0,00 €		7,50 €	0,00 €	60
	...			0,00 €		7,50 €	0,00 €	60
	...			0,00 €		7,50 €	0,00 €	60
	...			0,00 €		7,50 €	0,00 €	60
	...			0,00 €		7,50 €	0,00 €	60
	...			0,00 €		7,50 €	0,00 €	60
	...			0,00 €		7,50 €	0,00 €	60
	...			0,00 €		7,50 €	0,00 €	60
	...			0,00 €		7,50 €	0,00 €	60
	...			0,00 €		7,50 €	0,00 €	60
	...			0,00 €		7,50 €	0,00 €	60
	...			0,00 €		7,50 €	0,00 €	60
	...			0,00 €		7,50 €	0,00 €	60
	...			0,00 €		7,50 €	0,00 €	60
	...			0,00 €		7,50 €	0,00 €	60
	...			0,00 €		7,50 €	0,00 €	60
	...			0,00 €		7,50 €	0,00 €	60
	...			0,00 €		7,50 €	0,00 €	60
	...			0,00 €		7,50 €	0,00 €	60
	...			0,00 €		7,50 €	0,00 €	60
	...			0,00 €		7,50 €	0,00 €	60
	...			0,00 €		7,50 €	0,00 €	60
	...			0,00 €		7,50 €	0,00 €	60
	...			0,00 €		7,50 €	0,00 €	60
	...			0,00 €		7,50 €	0,00 €	60
	...			0,00 €		7,50 €	0,00 €	60
	...			0,00 €		7,50 €	0,00 €	60
	...			0,00 €		7,50 €	0,00 €	60
	...			0,00 €		7,50 €	0,00 €	60
	...			0,00 €		7,50 €	0,00 €	60
	...			0,00 €		7,50 €	0,00 €	60
	...			0,00 €		7,50 €	0,00 €	60
	...			0,00 €		7,50 €	0,00 €	60
	...			0,00 €		7,50 €	0,00 €	60
	...			0,00 €		7,50 €	0,00 €	60
	...			0,00 €		7,50 €	0,00 €	60
	...			0,00 €		7,50 €	0,00 €	60
	...			0,00 €		7,50 €	0,00 €	60
	...			0,00 €		7,50 €	0,00 €	60
	...			0,00 €		7,50 €	0,00 €	60
	...			0,00 €		7,50 €	0,00 €	60
	...			0,00 €		7,50 €	0,00 €	60
	...			0,00 €		7,50 €	0,00 €	60
	...			0,00 €		7,50 €	0,00 €	60
	...			0,00 €		7,50 €	0,00 €	60
	...			0,00 €		7,50 €	0,00 €	60
	...			0,00 €		7,50 €	0,00 €	60
	...			0,00 €		7,50 €	0,00 €	60
	...			0,00 €		7,50 €	0,00 €	60
	...			0,00 €		7,50 €	0,00 €	60
	...			0,00 €		7,50 €	0,00 €	60
	...			0,00 €		7,50 €	0,00 €	60
	...			0,00 €		7,50 €	0,00 €	60
	...			0,00 €		7,50 €	0,00 €	60
	...			0,00 €		7,50 €	0,00 €	60
	...			0,00 €		7,50 €	0,00 €	60
	...			0,00 €		7,50 €	0,00 €	60
	...			0,00 €		7,50 €	0,00 €	60
	...			0,00 €		7,50 €	0,00 €	60
	...			0,00 €		7,50 €	0,00 €	60
	...			0,00 €		7,50 €	0,00 €	60
	...			0,00 €		7,50 €	0,00 €	60
	...			0,00 €		7,50 €	0,00 €	60
	...			0,00 €		7,50 €	0,00 €	60
	...			0,00 €		7,50 €	0,00 €	60
	...			0,00 €		7,50 €	0,00 €	60
	...			0,00 €		7,50 €	0,00 €	60
	...			0,00 €		7,50 €	0,00 €	60
	...			0,00 €		7,50 €	0,00 €	60
	...			0,00 €		7,50 €	0,00 €	60
	...			0,00 €		7,50 €	0,00 €	60
	...			0,00 €		7,50 €	0,00 €	60
	...			0,00 €		7,50 €	0,00 €	60
	...			0,00 €		7,50 €	0,00 €	60
	...			0,00 €		7,50 €	0,00 €	60
	...			0,00 €		7,50 €	0,00 €	60
	...			0,00 €		7,50 €	0,00 €	60
	...			0,00 €		7,50 €	0,00 €	60
	...			0,00 €		7,50 €	0,00 €	60
	...			0,00 €		7,50 €	0,00 €	60
	...			0,00 €		7,50 €	0,00 €	60
	...			0,00 €				

Séance 6 : Notions clés de management des ressources humaines

Notions de management des ressources humaines

Comprendre l'importance de déterminer comment partager:

1. le travail,
2. les prises de décisions
3. et les revenus dans une entreprise

Séance 7 : Développer un business plan opérationnel simplifié à partir des connaissances acquises

Développer un plan d'affaires

Brainstorming :

Qu'est-ce qu'un business plan ? Pourquoi un business plan ?

Quel est le contenu d'un business plan ?

Définition

Un Business plan/plan d'affaires est un résumé écrit des activités commerciales proposées par un entrepreneur, ses détails opérationnels et données financières, ses opportunités et stratégies de vente, et l'historique de l'entrepreneur lui-même.

Le business plan/plan d'affaires force un entrepreneur à penser et planifier le démarrage de ses activités accompagné d'un calendrier d'exécution.

Il aide à déterminer l'orientation principale de ses activités, ce qui sert de feuille de route pour le lancement, la gestion, le suivi et l'évaluation d'une activité / entreprise. Il renseigne sur le détail des ressources exigées.

Il indique la faisabilité et la viabilité de l'activité en termes de bénéfices et de marché.

Il vous aide à planifier votre étude de marché et à rassembler les détails nécessaires à la préparation d'un Business plan.

Contenu

- Description de l'activité économique et des produits / services
- Historique et expérience de l'entrepreneur, du groupe d'entrepreneurs
- Plan du marché
- Plan de gestion
- Plan financier
- Sources de Financements :
- Prévision des recettes et dépenses
- Prévision du flux de trésorerie
- Principales hypothèses/plans d'urgence

MODELE PRELIMINAIRE DE BUSINESS PLAN

Nom de l'Entreprise ou de la Société coopérative			
Nature de l'Entreprise (décrivez les activités)			
De quelle manière leur Entreprise serait-elle utile aux clients ou comment les activités de la société coopérative servent l'intérêt des membres			
Nom des propriétaires ou de l'initiateur des coopératives			
Adresse de l'entreprise ou de la société coopérative			
Nom d'autres personnes qui peuvent être amenés à vous rejoindre ou des membres de la société			
	Nom	Adresse	Contribution initiale

Ressources pour le démarrage de l'entreprise

N°	NOM DES RESSOURCES	QUANTITE	COÛT
1			
2			
3			
4			
5			
6			

Travaux de groupes

Plan d'action immédiat (outil à imprimer)

Restitution – discussions – synthèse

Séance 8 : Gestion du cycle de projet

Objectifs

Définir un projet

Donner les composantes d'un projet

Décrire sommairement les différentes phases d'un projet

Schématiser le cycle de gestion d'un projet

Acquérir des compétences dans l'élaboration de projet en réponse à un appel à proposition ou non.

Définition d'un projet

Le projet peut être défini comme un ensemble complexe de tâches et d'activités, visant à produire et à livrer un extrant déterminé à l'avance tout en respectant des contraintes convenues de budget, d'échéances et de qualité.

“Le projet est un processus unique qui consiste en un ensemble d'activités coordonnées et maîtrisées, comportant des dates de début et de fin, entrepris dans le but d'atteindre un objectif conforme à des exigences spécifiques, incluant des contraintes de délais, de coûts et de ressources”.

l'Organisation Mondiale de Normalisation selon la norme ISO (version 2003)

Gestion d'un projet

La gestion de projet est l'application de connaissances, de compétences, d'outils et de méthodes aux activités d'un projet afin de répondre aux besoins. C'est aussi l'ensemble des décisions prise et interventions effectuées dans le but d'assurer le succès d'un projet dans toutes les phases de son déroulement. BERNARD-ANDRÉ GÉNEST

Caractéristiques d'un projet

Un projet est une action unique, ponctuelle, limitée dans le temps : un projet a une date de début et une date de fin. Un projet a un objectif précis, il apporte une réponse à un besoin bien identifié

Contraintes d'un projet

Tous les projets présentent des contraintes qu'il convient de définir d'emblée.

Ressources limitées :

- Humaines
- Financières
- Temps
- Matériel

Phases d'un projet

La phase d'élaboration : Elle comprend l'identification du projet, sa définition, la détermination de sa faisabilité et la décision de le réaliser.

La phase de planification : Elle comprend l'organisation du projet, la détermination et l'agencement des ressources nécessaires à la production de l'exrant.

La phase d'exécution : Elle comprend l'exécution des taches nécessaires à la production et à la livraison de l'exrant

La phase de clôture : Elle comprend la fermeture du projet et l'extraction des leçons à tirer

Cycle de vie d'un projet

Développement ; Identification ; Définition ; Réalisation
Terminaison



Cadre logique d'un projet

Il permet de mettre en forme la logique du projet qui est résumé dans une matrice « le cadre logique »

Le cadre logique est un outil de communication pour l'équipe du projet et les autres intervenants. Cette mise en forme permet de ressortir les liens de causalités entre les différents niveaux d'objectifs et de définir les hypothèses qui échappent au contrôle et qui peuvent influencer la réussite du projet

Modèle de cadre logique

Logique d'intervention (paramètres du projet)

Indicateurs objectivement vérifiables (IOV)

Sources de vérification (SDV)

Hypothèses (suppositions critiques)

Objectifs globaux (finalités ou buts)

Objectif spécifique

Raison d'être ou motif du projet

Résultats (extrants)

Activités

Moyens

Coûts (Intrants)

Conditions préalables

BIBLIOGRAPHIE

- *Manuel d'éducation financière pour les femmes entrepreneures – Sénégal - Groupe Centre microfinance Internationale participative de Développement pour l'Afrique (PAMIGA) – février 2013*
- « *Get Ahead for Women in Enterprise Training Package and Resource Kit* », International Labour Office
- « *Guide d'accès au financement* » et « *Comment élaborer un plan d'affaires* », ADEPME/GTZ ;
- *Modules « Budgétisation » et « Négociations financières »*, MFO.