



MODULE 5

Je décide de créer une entreprise verte

Résultats de l'apprentissage

Vous apprendrez ici :

- Comment l'information et la connaissance peuvent réduire l'incertitude, l'ambiguïté et le risque.
- Comment trouver sur des exemples d'exploitation d'idées et d'opportunités.
- -Comment anticiper le sentiment d'atteindre des objectifs.



Figure 1: Face à une décision,

Informations de base



Vous vous familiariserez avec l'analyse SWOT, le modèle des 3 zones et l'entraînement mental.



Ce module contient trois exercices.



Vous aurez besoin de 15 h pour terminer le module.



Vous devez obtenir 66% de bonnes réponses pour réussir ce module.



Vos conférenciers sont Klaus, Susanne et Vladimir.

2020-1-AT01-KA226-VET-092693



Le soutien de la Commission européenne à la production de cette publication ne constitue pas une approbation de son contenu, qui n'engage que ses auteurs, et la Commission ne peut être tenue responsable de l'usage qui pourrait être fait des informations qu'elle contient.



Contenu

RESULTATS DE L'APPRENTISSAGE.....	0
INFORMATIONS DE BASE	0
BIENVENUE DANS LE MODULE 5 !.....	3
COMMENT L'INFORMATION ET LA CONNAISSANCE PEUVENT-ELLES REDUIRE L'INCERTITUDE, L'AMBIGUÏTE ET LE RISQUE ?.....	3
L'analyse SWOT.....	4
Comment réaliser une analyse SWOT ?.....	6
1. Analyse de l'environnement (analyse externe).....	6
2. Analyse des forces et des faiblesses de votre entreprise	7
Points forts.....	7
Faiblesses.....	9
3. ANALYSE DES OPPORTUNITES ET DES MENACES.....	10
Opportunités	10
Menaces.....	11
Déterminer les mesures stratégiques.....	13
Exemple d'une analyse SWOT	13
Exemple d'analyse de l'environnement :	13
Exemple d'analyse des forces et faiblesses :.....	14
Exemple d'une analyse des opportunités et des menaces :.....	14
Exemples de mesures stratégiques.....	16
COMMENT TROUVER DES EXEMPLES D'EXPLOITATION D'IDEES ET D'OPPORTUNITES ? .	18
L'histoire vraie de M. Andoura	18



Modèle à trois zones	20
De la zone de confort à la zone de croissance (zone d'apprentissage).....	22
Pourquoi est-il difficile de quitter la zone de confort	23
Raisons manquantes	24
Protéger nos convictions.....	24
La peur de faire des erreurs.....	24
La peur de la peur	24
Comment sortir de la zone de confort pour entrer dans la zone d'apprentissage ? ...	25
Faites des exercices d'activation.....	25
Apprendre à gérer ses peurs	26
Planifiez de petites étapes	27
Générer de la motivation	27
Décrivez votre intention de manière positive.	27
Trouvez des personnes pour vous accompagner dans la zone d'apprentissage	27
Remettez en question vos peurs.....	28
Soyez attentifs !	28
COMMENT ANTICIPER LE SENTIMENT D'AVOIR ATTEINT SES OBJECTIFS.....	30
Visualisez votre objectif et faites-en l'expérience avec tous vos sens.....	31
Autosuggestion	32
Tenir un journal des succès.....	32
Trouvez des personnes qui vous soutiennent.....	33
LISTE DE REFERENCE	34
LISTE DES FIGURES	35

Bienvenue dans le module 5 !

Dans ce dernier module de la première partie de la formation, vous apprendrez à utiliser l'analyse SWOT pour améliorer votre idée d'entreprise, à trouver des exemples pour tirer le meilleur parti des idées et des opportunités et à anticiper le sentiment d'atteindre des objectifs. Ce module complète le premier tiers de la formation au cours duquel vous avez développé votre idée d'entreprise verte. Il servira également d'accélérateur pour le passage à la partie suivante du cours de formation, dans laquelle vous entreprendrez les premières étapes concrètes du lancement de votre entreprise.

Comment l'information et la connaissance peuvent-elles réduire l'incertitude, l'ambiguïté et le risque ?



Figure 2: Figure : 3: gestion des risques

Vous voulez lancer une entreprise verte. Vous voulez certainement tirer le meilleur parti de vos idées et de vos possibilités ! Nous souhaitons vous

présenter un outil qui vous donnera un bon aperçu des opportunités et des risques : L'analyse SWOT.

L'analyse SWOT

L'analyse SWOT a été développée dans les années 1960 à la Harvard Business School pour être utilisée dans les entreprises.

L'analyse SWOT est un outil précieux pour identifier les forces et les faiblesses de votre activité entrepreneuriale et analyser les opportunités et les menaces.

Grâce à l'analyse SWOT, vous pouvez planifier de manière stratégique. Ce faisant, vous mesurez et évaluez objectivement votre idée d'entreprise. Et vous pouvez comparer votre idée avec ce que vos concurrents proposent. L'objectif global est de renforcer votre compétitivité.

L'analyse SWOT est une partie élémentaire de votre plan d'affaires si vous souhaitez créer une entreprise. Vous pouvez analyser votre modèle d'entreprise et convaincre les investisseurs de vous et de vos offres. L'abréviation SWOT fait référence aux quatre catégories qui sont examinées.

Ce sont :

- Les points forts sont les caractéristiques de votre projet d'entreprise qui constituent un avantage dans la concurrence ou qui sont meilleures que la concurrence.

Forces



- Les faiblesses sont toutes les caractéristiques du projet d'entreprise qui constituent un désavantage dans la concurrence et peuvent avoir un impact négatif sur sa réussite.

Faiblesses



- Les opportunités sont des facteurs externes à l'environnement ou au marché qui peuvent constituer un avantage pour l'entreprise.

Opportunités



- Les menaces sont des facteurs externes dans l'environnement ou dans dans lequel se trouve votre projet d'entreprise, qui peuvent entraîner des inconvénients ou des dangers.

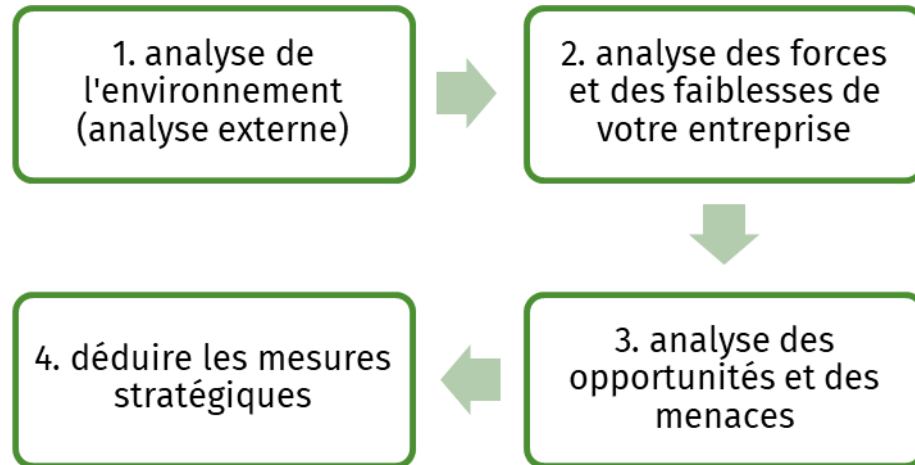
Menaces



SWOT est l'acronyme de Strengths Weaknesses, Opportunities et Threats. En français cela donne Force, Faiblesses, Opportunités et Menaces.

Comment réaliser une analyse SWOT ?

Pour créer une analyse SWOT, vous devez suivre les étapes suivantes :



1. Analyse de l'environnement (analyse externe)

Pour réaliser une analyse SWOT, vous commencez par analyser l'environnement de l'activité envisagée. Ici, vous prenez en compte les opportunités et les risques et vous examinez la concurrence. L'analyse de l'environnement explore les tendances de votre secteur, de vos clients et de vos concurrents.

Vous pouvez vous poser les questions suivantes :

Quels sont les concurrents présents sur le marché et quels sont ceux qui proposent des services ou des produits similaires ?

Quelles sont les lois et réglementations importantes pour l'activité que j'envisage ?

Quelles sont les grandes tendances du marché ?

Quels facteurs externes influencent le comportement des clients ?

Quels sont les facteurs politiques qui ont une influence sur mon projet d'entreprise ?

Existe-t-il des changements ou des facteurs économiques qui influencent positivement ou négativement l'environnement du marché ou l'économie verte ?

2. Analyse des forces et des faiblesses de votre entreprise

Dans la première étape de l'analyse SWOT, vous avez examiné les facteurs environnementaux externes. Maintenant, dans la deuxième étape, vous analysez les aspects internes de votre entreprise et la manière dont elle s'intègre dans cet environnement. Cette étape est importante car votre projet d'entreprise ne pas se développer coupée du reste du monde. Elle sera influencée par le comportement des clients, les tendances, la politique, l'économie et d'autres facteurs. Examinez attentivement votre idée d'entreprise et étudiez ses forces et ses faiblesses.

Points forts

Les points forts d'une idée d'entreprise peuvent être :

- Des produits innovants
- Un savoir-faire spécifique
- Vos services, faibles coûts fixes

- Les avantages du lieu
- Des employés qualifiés
- Le savoir-faire technologique
- Des processus bien établis
- Des processus décisionnels courts

Les questions suivantes vous permettront de découvrir vos points forts :

Quels sont les avantages concurrentiels de mon projet d'entreprise ?

Qu'est-ce qui rend mon offre unique et précieuse ?

Qu'est-ce qui attire mes clients ?

De quels moyens forts mon entreprise dispose-t-elle, à savoir la propriété intellectuelle, les parties prenantes, les bâtiments, etc.

Faiblesses

Les faiblesses sont les caractéristiques de votre idée d'entreprise qui sont désavantagées dans votre environnement. Ainsi, les faiblesses peuvent avoir un impact négatif sur le succès de votre projet d'entreprise.

Les faiblesses de votre entreprise peuvent l'être :

- manque de savoir-faire
- absence de canaux de distribution ou de locaux propres
- faible capital de départ
- une faible solidité financière
- la dépendance à l'égard des partenaires
- manque de savoir-faire
- l'absence de protection des brevets
- faible influence sur les fournisseurs.

Grâce à ces questions, vous pouvez découvrir vos faiblesses :

Qu'est-ce que les autres concurrents pourraient faire mieux que moi ?

Lesquels de mes processus pourraient être améliorés ?

Quelles sont les difficultés de mon entreprise par rapport aux autres ?

Quels sont les moyens qui manquent à mon projet d'entreprise, qu'il s'agisse de brevets, de financement, de postes d'employés ou autres ?

3. Analyse des opportunités et des menaces

Sur la base des facteurs externes, des faiblesses et des forces de votre idée d'entreprise, vous pouvez maintenant déduire les risques et les opportunités de votre projet d'entreprise.

Les opportunités se présentent lorsqu'un facteur externe rencontre la force de votre projet d'entreprise verte. D'autre part, les menaces surviennent lorsque des facteurs externes menacent le succès de votre projet d'entreprise verte, et que vous ne pouvez pas contrer cette menace.

Opportunités

Les opportunités sont des influences, développements et facteurs externes de l'environnement de votre projet d'entreprise et sur le marché. Ces opportunités peuvent avoir un effet bénéfique sur votre entreprise.

Les opportunités se développent souvent à partir de changements dans l'environnement du marché. Vous voulez devenir un entrepreneur vert ! Veuillez considérer ici les aspects particulièrement verts ! Quels sont les cadres juridiques qui favorisent actuellement l'économie verte en particulier ?

Pensez à ce qui suit :

- les nouvelles tendances de la société
- les changements dans le comportement des clients
- améliorations du produit
- l'augmentation du pouvoir d'achat
- évolutions technologiques
- améliorations du produit
- sortie de concurrents du marché

Grâce à ces questions, vous pouvez trouver des opportunités pour votre idée d'entreprise :

Quels sont les besoins actuels en matière de changement ?

Quelles sont les opportunités envisageables pour l'avenir ?

Quelles sont les tendances favorables ?

Quels changements dans l'environnement peuvent être bénéfiques ?

Menaces

Les menaces sont des développements, influences et facteurs externes qui peuvent avoir un impact négatif sur votre projet d'entreprise. Ces menaces peuvent mettre en danger votre projet d'entreprise ou entraîner des inconvénients.

Les risques potentiels sont, entre autres, les suivants

- Inflation
- de nouveaux concurrents ou des offres alternatives entrent sur le marché
- changements juridiques
- les changements dans les taux de change
- migration d'importants clients clés
- le licenciement d'importants porteurs de savoir-faire dans l'entreprise
- rapports de presse critiques
- perte d'image

Grâce à ces questions, vous pouvez connaître les risques pour votre projet d'entreprise :

Où se trouvent les dangers liés à mon modèle d'entreprise ?

Quels développements dans l'environnement pourraient avoir un impact défavorable sur le développement ou la compétitivité de l'entreprise ?

Quelles sont les activités auxquelles on peut s'attendre de la part des concurrents ?

Les forces et les faiblesses seront très probablement très individuelles, en fonction de l'entreprise que vous envisagez. Les opportunités et les menaces sur le marché affecteront votre entreprise ainsi que celles de vos concurrents.

Résultats de l'analyse SWOT

Les informations recherchées sont rassemblées dans une vue d'ensemble. Ainsi, les forces d'influence positives et négatives les plus importantes de l'analyse externe et interne sont visibles en un coup d'œil. Dans la colonne positive, tous les aspects avantageux et utiles sont nommés et peuvent contribuer au succès. Dans la colonne négative, tous les éléments désavantageux, nuisibles et inhibiteurs sont nommés et peuvent mettre en danger le succès.

	positif	négatif
	Points forts	Faiblesses
Analyse interne de votre projet d'entreprise	Voici les points forts de votre projet d'entreprise verte (par rapport aux concurrents).	Les faiblesses de l'entreprise (par rapport aux concurrents) sont énumérés ici.
	Opportunités	Menaces
Analyse de l'environnement (analyse externe)	Il s'agit d'opportunités, de possibilités, de potentiels et de chances qui se manifestent sur le marché et dans l'environnement.	Les menaces, les dangers, ou risques qui existent ou pourraient menacer votre projet d'entreprise verte sont énumérés ici.

Déterminer les mesures stratégiques

Après avoir effectué l'analyse SWOT, vous pouvez utiliser les résultats pour élaborer des mesures visant à exploiter vos opportunités et à atténuer les risques de manière rentable. Il s'agit d'un processus que vous n'entrez pas seulement au début de votre démarrage. Idéalement, il est répété tout au long de la vie de votre entreprise.

Exemple d'une analyse SWOT

Prenons un exemple qui montre comment une analyse SWOT fonctionne dans la pratique.

Disons que vous êtes un artiste et que vous souhaitez créer votre propre entreprise de conception de bijoux. Et vous souhaitez accorder une attention particulière aux aspects écologiques.

Exemple d'analyse de l'environnement :

Si vous regardez les tendances du marché dans l'analyse de l'environnement, vous pouvez remarquer une augmentation de la demande de bijoux personnalisés sur le marché. De plus en plus de clients achètent leurs bijoux en ligne. Cependant, lorsque vous analysez la concurrence, vous constatez que de nombreux fournisseurs et boutiques



en ligne sur le marché proposent différents types de bijoux. En outre, vous pouvez tirer des enseignements de votre analyse : De plus en plus de clients veulent acheter des bijoux provenant de sources durables (ASPECT VERT !) et apprécient un large choix et des designs variés. Vous attachez une importance particulière à la durabilité. C'est pourquoi vous achetez tous les matériaux de vos bijoux auprès de sources écologiques.

Exemple d'analyse des forces et faiblesses :

Vous pouvez maintenant utiliser ces informations dans l'analyse des forces et des faiblesses.



Forces :

Vous pouvez constater que vous avez déjà une base de supporters fidèles qui aiment votre art. Et ces personnes aiment acheter des bijoux. Vous pouvez également constater que vos créations sont particulièrement innovantes. Et vous n'utilisez que des matériaux provenant de sources écologiques. Et vous disposez également d'un bon financement de départ. Ce sont tous des atouts que vous apportez à la start-up.



Faiblesses :

L'une de vos faiblesses pourrait être que vous n'avez pas vos bijoux en stock. Au lieu de cela, vous les fabriquez à la main après qu'ils aient été commandés. Bien que cela puisse être apprécié par certains clients, cette méthode de production signifie également que vous ne pouvez pas constituer de stock, il vous faut beaucoup de temps pour fabriquer vos bijoux et vous avez donc de longs délais de livraison.

Exemple d'une analyse des opportunités et des menaces :

Lors de l'analyse de vos opportunités et menaces, vous pouvez maintenant examiner où les besoins du marché rencontrent les forces et faiblesses de votre entreprise.

Opportunités

Puisque vous avez constaté qu'il existe une demande croissante de bijoux personnalisés, votre projet d'entreprise a de bonnes chances d'aboutir. En outre, vous disposez déjà d'une base de supporters fidèles que vous pouvez intéresser par vos produits. Ces personnes seront prêtes à faire votre promotion. Tirer avantage de cette situation est une excellente opportunité pour votre entreprise.

Menaces

Votre plus grande menace dans cet exemple serait probablement votre délai de production et le temps d'attente de vos clients. Cela peut avoir un impact négatif sur vos ventes et votre image de marque.

Créez maintenant un tableau transparent :

	positif	négatif
	Points forts	Faiblesses
Analyse interne	<ul style="list-style-type: none"> • une base de supporters fidèles • des conceptions particulièrement innovantes • un bon capital de départ • des matériaux provenant de sources écologiques 	<ul style="list-style-type: none"> • pas de stock de bijoux
	Opportunités	Menaces
Analyse de l'environnement	<ul style="list-style-type: none"> • Augmentation de la demande de bijoux personnalisés • Augmentation de la demande de bijoux provenant de sources durables • Une base de fans fidèles fait de la publicité 	<ul style="list-style-type: none"> • Longue durée de production • long temps d'attente pour les clients • moins de rotation • image négative de la marque

Exemples de mesures stratégiques

Après avoir effectué l'analyse SWOT, vous pouvez réfléchir à des mesures stratégiques pour exploiter vos opportunités et éviter les risques de manière rentable.



Pensez à créer une boutique en ligne pour profiter de la tendance à l'achat en ligne. Cela vous permettra également d'économiser le loyer d'un magasin de distribution.

Pensez à travailler avec un autre créateur de bijoux qui propose également des bijoux fabriqués à partir de matières premières durables.

Cela vous aidera à répondre à la demande des clients pour des bijoux fabriqués à partir de sources durables.



Et envisagez éventuellement l'utilisation de machines. Cela vous permettra d'éviter les longs délais d'attente pour la production et l'expédition.

Réfléchissez à la façon dont vous pouvez utiliser le marketing et le cybermarketing pour interagir avec votre fidèle base de supporters.

Vous pouvez créer une newsletter, ou mettre en place un forum pour vous connecter avec vos supporters.

Les publications sur les réseaux sociaux sont également un excellent moyen de couvrir un large public et d'attirer de nouveaux clients.



EXERCICE 1



M 5_E 1 : Analyse SWOT de mon projet d'entreprise verte

Ouvrez un logiciel de traitement de texte ou prenez une feuille de papier.

En haut, écrivez le numéro du module et le numéro de cet exercice.

Réalisez une analyse SWOT pour votre idée d'entreprise.

En le faisant, répondez à toutes les questions que vous trouverez dans ce texte sur les points de forces, faiblesses, opportunités et menaces.

Créez un tableau clair qui contient à la fois une analyse interne et une analyse de l'environnement.

Déterminez des mesures stratégiques pour votre projet d'entreprise.

Lorsque vous avez terminé l'exercice, nommez votre document numérique d'après le numéro de cet exercice et sauvegardez-le dans le dossier du Module 5 ! Si vous avez fait l'exercice sur papier, prenez des photos lisibles et conservez-les.

Comment trouver des exemples d'exploitation d'idées et d'opportunités ?

Vous êtes en train de créer votre propre entreprise verte. Cela demande du courage, de la détermination et du dynamisme ! Mais comment faire face à l'incertitude ? Bien sûr, vous allez tout planifier du mieux possible.

Néanmoins, seuls certains risques peuvent être éliminés ! Certaines choses restent floues pour l'instant.

Vous devez être en mesure de relever ces défis si vous voulez réussir !

Mais comment ne pas se décourager avec toutes ces choses ? Comment tirer le meilleur parti des idées et des opportunités ? Comment d'autres propriétaires d'entreprise ont-ils réussi ? Comment ont-ils profité des opportunités et mis en œuvre leur idée avec succès ?

Nous sommes convaincus que toutes ces personnes ont une chose en commun : le courage.

Le courage nous aide à relever les défis. Le courage nous permet de saisir les opportunités. Le courage nous permet de tirer le meilleur parti de nos idées.

L'histoire vraie de M. Andoura

A ce stade, nous aimerions raconter l'histoire de M. Andoura :

Nabil Andoura était un homme d'affaires respecté en Syrie. M. Andoura produisait avec succès des savons dans son pays d'origine. Peu avant la guerre, son entreprise employait environ 75 travailleurs en Syrie. Il exportait ses produits vers des pays comme la Corée du Sud, la Chine et l'Allemagne.

Immédiatement après le début de la guerre, M. Andoura a été exproprié. Pendant la guerre, son entreprise en Syrie a été détruite. Il a tout perdu et a dû fuir.

Mais M. Andoura ne s'est pas laissé abattre. Il voulait reprendre son ancienne profession dans son nouveau pays d'origine, l'Autriche. Et c'est exactement ce qu'il a fait.

À Vienne, Nabil Andoura et son fils Ahmad Andoura ont rouvert le siège de leur entreprise en coopération avec leurs anciens employés de production dans le sud de la Turquie. Ils gèrent également deux magasins de détail pour leurs produits de savon biologique à Vienne. Et le père et le fils travaillent à la création d'un nouveau bureau de commerce et de distribution à Londres.

Ils ont tous deux tout perdu et sont repartis entièrement de zéro à Vienne. M. Nabil Andoura déclare : "Lorsque la stabilité politique reviendra, nous recommencerons en Syrie. Nous n'abandonnerons pas notre rêve du savon d'Alep". Et il ajoute : "Il y a un proverbe syrien. Il dit qu'une entreprise n'a pas besoin d'une maison."

Que pouvons-nous apprendre de cette histoire ?

M. Andoura et son fils ont en effet vécu beaucoup de choses terribles. Ils ont tout perdu. Ils avaient un avenir incertain devant eux. Ils ont dû lutter contre l'insécurité. Ils ont dû repartir à zéro. Il leur a fallu beaucoup de courage et de force. Et ils ont réussi.

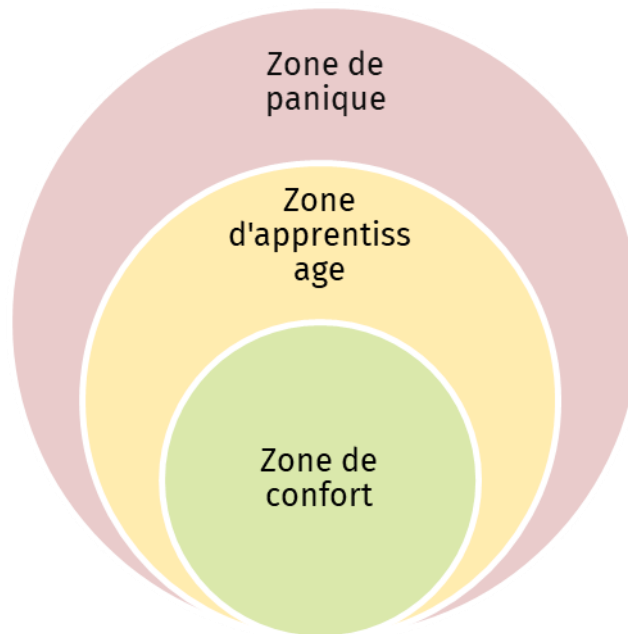
Comment pouvez-vous le faire ? Comment pouvez-vous surmonter vos insécurités ? Qu'est-ce qui peut vous renforcer personnellement ?

La grande question est donc : **comment devenir un exemple de la façon de surmonter les insécurités ?**

Comment pouvez-vous devenir vous-même un exemple de la manière dont quelqu'un tire le meilleur de ses idées et de ses opportunités !

Modèle à trois zones

Nous voulons présenter un modèle qui vous aide à faire face à l'incertitude. Ce modèle vous permet également de comprendre que les incertitudes et les ambiguïtés font simplement partie du démarrage de quelque chose de nouveau.



Il s'agit du modèle des 3 zones, initialement développé par Yerkes et Dodson. Comme son nom l'indique, ce modèle décrit trois zones dans lesquelles les humains se déplacent lorsqu'ils sont confrontés à des défis importants.

Le modèle de la zone de confort se compose de trois zones. Il décrit un processus de changement : les zones sont appelées zone de confort, zone d'apprentissage et zone de panique. Chaque personne a une zone de confort dans laquelle elle se sent bien. Dans votre zone de confort, vous accomplissez les tâches avec confiance et de manière routinière. Et vous connaissez vos forces et vos capacités.

En dehors de cette zone de confort, l'inconnu commence. Le nouveau

domaine d'action se situe au-delà des limites connues jusqu'alors. C'est pourquoi quitter la zone de confort déclenche généralement un sentiment de malaise.

Le point de départ de la zone d'apprentissage et de la zone de panique dépend de votre personnalité et de la façon dont vous percevez les événements de votre vie. Une chose est sûre : nous ne pouvons éviter les trois zones si nous voulons apprendre, nous développer professionnellement ou nous dépasser.

Mais cela a aussi ses avantages. Ce n'est pas pour rien que l'on dit :

Qui ose, gagne !

Mais regardons de plus près ces zones :

Zone de confort

Cette première zone marque le domaine dans lequel une personne se sent à l'aise et en sécurité. Elle peut évaluer ce qui l'attend et sait comment s'orienter. Il lui est facile d'accomplir des tâches ou de communiquer avec son environnement. Les compétences, les routines et les habitudes lui apportent la confiance en soi qui est nécessaire. Cependant, des contraintes extérieures ou des initiatives personnelles peuvent l'amener à devoir quitter sa zone de confort.

Zone d'apprentissage

Cette deuxième zone est également appelée "zone de croissance ou de risque". Ici, une personne entre dans un nouveau territoire. Les anciennes règles ne fonctionnent plus. Au lieu de cela, nous devons faire face à de nouveaux défis. Cela crée de l'incertitude. Nous sommes conscients des risques possibles et agissons prudemment en fonction de ceux-ci. Si l'expérience et le plan fonctionnent et que nous avons pu élargir nos connaissances ou nos compétences, nous élargissons ainsi notre zone de confort.

Zone de panique

La troisième zone est la zone de panique. C'est là que se trouve tout ce qui ne peut être géré et contrôlé de la manière habituelle. Cela se produit, par exemple, lorsque non seulement vous entrez sur un nouveau terrain, mais que vous naviguez complètement dans l'obscurité. Le risque et le danger deviennent écrasants, l'apprentissage ne peut plus avoir lieu. Lorsqu'un échec réel est vécu dans cette zone, la plupart des gens se replient dans leur zone de confort et en renforcent même les frontières. Il devient alors de plus en plus difficile de passer à une nouvelle tentative.

De la zone de confort à la zone de croissance (zone d'apprentissage)

Rester dans la zone de confort empêche le développement personnel. Bien sûr, chacun veut avoir le sentiment de maîtriser sa vie. Mais ceux qui deviennent léthargiques lorsqu'ils sortent des sentiers battus et élargissent leurs horizons (mentaux) se ferment à la vie. Le succès, le

bonheur, la carrière et les (nouveaux) amis nécessitent toujours un pas vers l'extérieur.

La vie commence à la fin de la zone de confort. Là, elle devient passionnante, et nous quittons les limites que nous nous sommes imposées. Nous ne pouvons nous développer personnellement que si nous nous fixons régulièrement de nouvelles tâches. Nous ne sommes pas faits pour être à l'aise, aussi agréable que cela puisse être. Le corps et l'esprit ont faim de nouveaux stimuli, d'entraînement, de développement. C'est la seule façon de vivre et de ne pas se laisser faire.

Quitter la zone de confort peut avoir des effets différents. Ce qui est souhaitable, c'est que des processus d'apprentissage soient enclenchés, qui auront également des résultats positifs ailleurs. Nous faisons d'abord de nouvelles expériences, nous commettons éventuellement des erreurs, nous en tirons des leçons et nous élargissons ainsi notre spectre, nos connaissances et nos capacités. En bref : nous exploitons notre potentiel.

La croissance se fait par étapes - pièce par pièce, pas à pas. Repousser les limites demande toujours de l'endurance, de la force et du courage. Néanmoins, on peut avancer "confortablement". C'est même important pour mieux gérer les sentiments d'impuissance ou d'accablement. Ces sentiments ne doivent pas devenir des conditions permanentes. Le stress permanent rend malade et peut conduire à l'épuisement.

Veillez donc à faire régulièrement des pauses et à vous détendre. Continuez à vous accorder des lieux de retraite. Ceux-ci sont tout aussi essentiels au bien-être que le sentiment de réussite.

Pourquoi est-il difficile de quitter la zone de confort

Certains d'entre nous ont beaucoup de mal à quitter leur zone de confort, d'autres trouvent qu'il est ennuyeux d'y rester. Grâce aux arguments

suivants, vous pouvez vous motiver à essayer quelque chose de nouveau et motiver vos futurs clients.

Raisons manquantes

Il y a souvent un manque de raisons ou d'incitations. Les gens sont prêts à quitter leur zone de confort sans incitations attrayantes ou pression intense. Nous, les humains, avons besoin d'objectifs pour lesquels il vaut la peine de prendre un risque. Si nous n'avons pas ces objectifs, nous restons dans notre zone de confort.

Protéger nos convictions

Il faut du travail pour renverser ses convictions. Et la recherche sur le cerveau le confirme : Changer de croyances signifie modifier de nombreuses connexions neuronales.

C'est pourquoi nous protégeons nos croyances. Nous évitons les contre-preuves et cherchons spécifiquement à confirmer notre version de la vérité.

Nous restons dans notre zone de confort pour protéger nos croyances.

La peur de faire des erreurs

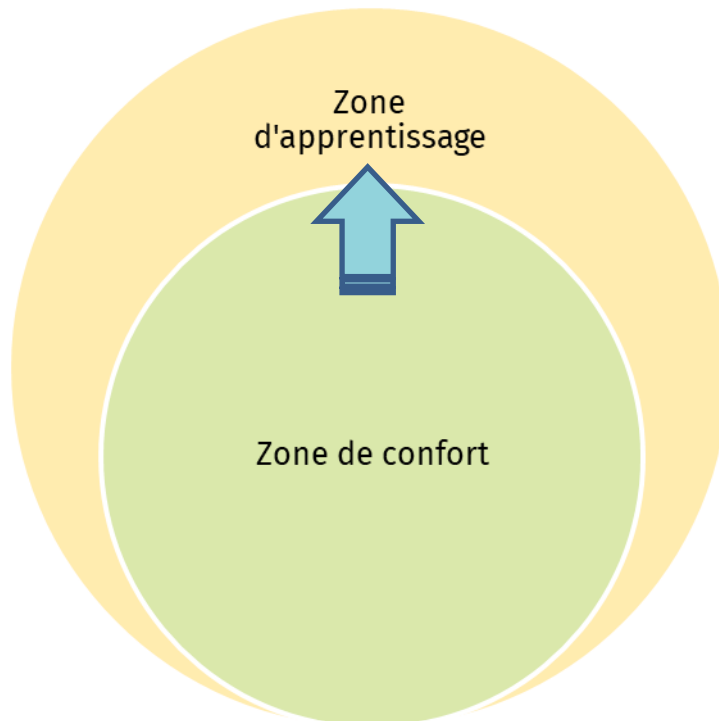
À l'école, nous étions souvent punis lorsque nous faisons une erreur. À cause de cela, nous avons appris à avoir peur de faire des erreurs. Et c'est pourquoi nous voulons éviter les erreurs. En dehors de la zone de confort, cependant, le danger de faire des erreurs est grand. Par souci d'autoprotection, nous restons donc souvent dans notre zone de confort.

La peur de la peur

Il est tout à fait normal d'avoir un peu peur et d'être mal à l'aise lorsqu'on fait des choses nouvelles. Les hommes, en particulier, ont appris dans leur

enfance que la peur n'est pas bonne. De nombreux hommes préfèrent rester dans leur zone de confort et protéger ainsi leur masculinité.

Comment sortir de la zone de confort pour entrer dans la zone d'apprentissage ?



Ces suggestions vous aideront à quitter votre zone de confort et à oser essayer quelque chose de nouveau : car cela vaut la peine de quitter votre zone de confort et d'entrer dans la zone d'apprentissage ! Pourquoi ?

Lorsque vous êtes dans la zone d'apprentissage, vous élargissez votre zone de confort.
Vous apprenez à faire plus avec moins d'efforts.

Les exercices suivants vous aideront à entrer dans la zone d'apprentissage :

Faites des exercices d'activation

Lorsque nous sommes motivés, il nous est facile de devenir actifs.

Lorsque nous nous sentons motivés, notre corps se prépare à devenir actif : Notre cœur bat plus vite et notre tension artérielle augmente. De cette façon, notre corps nous fournit plus d'énergie pour l'activité à venir. Si nous manquons de motivation, notre corps ne s'activera pas non plus. Cela signifie que même si nous pensons que c'est bien d'un point de vue mental mais que nous ne sommes pas motivés, nous ne deviendrons pas actifs.

Alors, que faire ? Préparez votre corps à entrer dans la zone d'apprentissage par une activité physique légère.

Apprendre à gérer ses peurs

De nombreuses personnes se crispent lorsque des peurs et des angoisses apparaissent. Cependant, il est tout à fait normal que ces sentiments apparaissent lorsque nous entrons dans la zone d'apprentissage.

Permettez et acceptez ces sentiments désagréables ! Car : Plus vous essayez d'éviter les émotions désagréables, plus les sentiments négatifs deviennent puissants.

Nous vivons dans une société où les gens n'aiment pas montrer leurs faiblesses. Cela donne l'impression que les gens doivent cacher leurs craintes et que les autres n'ont pas de soucis.

Mais la vérité est que tout le monde a des peurs. Et c'est parfaitement normal d'avoir peur si on ne s'y enferme pas. Parce que cela fournit exactement l'énergie dont vous avez besoin pour vous développer.

Planifiez de petites étapes

Même le long chemin vers le sommet d'une montagne commence par le premier pas. Et de nombreux petits pas mènent finalement au but. Et il est souvent judicieux de diviser votre projet en petites étapes individuelles.

Par exemple, si vous avez peur de contacter des bailleurs de fonds pour votre entreprise, commencez par autre chose : recherchez des possibilités de financement sur Internet. Vous pouvez attendre de trouver quelqu'un. Mais vous avez fait le premier pas !

Générer de la motivation

Les grands objectifs nous activent ! Et lorsque nous sommes lancés, il nous est également plus facile de quitter notre zone de confort et d'entrer dans la zone d'apprentissage. Il est essentiel d'avoir des attentes réalistes auxquelles vous pouvez également croire.

Souvent, nous n'agissons pas parce que les reportages trop négatifs des médias nous découragent. En effet, nous avons souvent besoin de développer nos attentes sur la base de notre expérience personnelle.

Par conséquent, évitez les reportages négatifs dans les médias si vous voulez entrer plus souvent dans la zone d'apprentissage.

Décrivez votre intention de manière positive.

Il faut de bonnes raisons pour que nous passions à l'action. Plus vous serez précis sur ce que vous voulez apprendre, plus vous serez disposé à entrer dans la zone d'apprentissage. Pensez à tous les avantages de commencer quelque chose de nouveau. Cela vous motivera !

Trouvez des personnes pour vous accompagner dans la zone d'apprentissage

Il est plus facile d'entrer dans la zone d'apprentissage quand on n'est pas seul.

Il est très motivant de constater que d'autres personnes ont réussi. Nous pouvons alors aussi nous dépasser plus facilement.

Et il n'est pas du tout nécessaire que ces personnes soient là en personne ! Lisez des livres écrits par ou sur des personnes qui ont réussi, assistez à des conférences ou regardez un article sur Internet.

Remettez en question vos peurs

Souvent, nous ne nous lançons pas parce que nous imaginons le pire. Vous pouvez y remédier ! Il suffit de répondre à ces trois questions dans l'ordre :

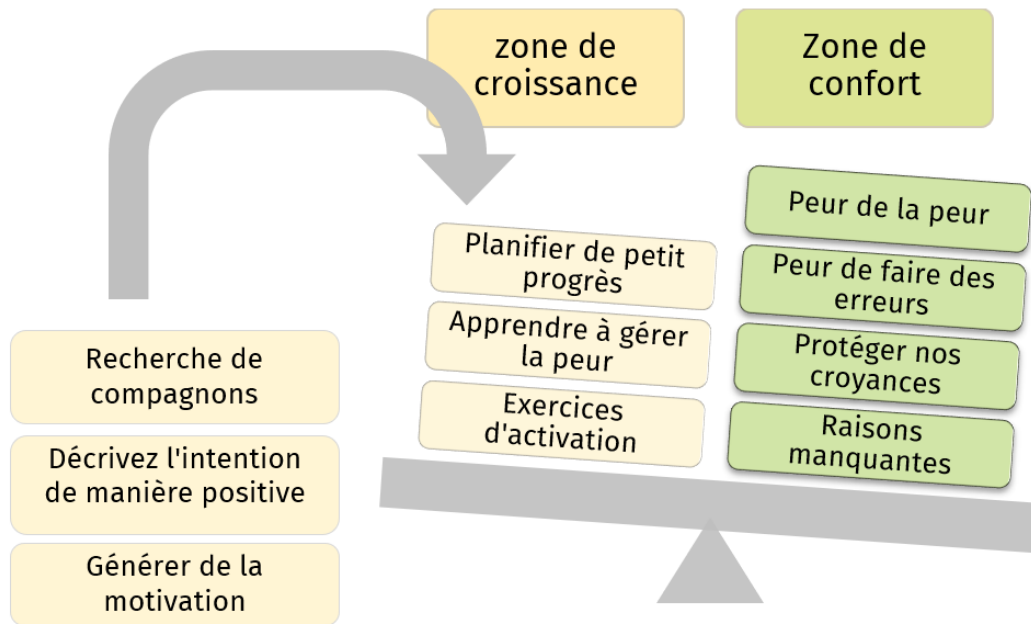
Quel est le pire qui puisse arriver ? (Qu'est-ce qui serait si mauvais ?)

Qu'est-ce qui a le plus de chances de se produire ? (Comment puis-je savoir que c'est le cas le plus probable ?)

Que pourrait-il se passer au mieux ? (Que puis-je faire pour rendre ce cas plus probable ?)

Soyez attentifs !

Vivez le changement ! Et faites-le consciemment. Ensuite, cela deviendra plus facile. Par conséquent, prêtez une attention particulière à vos sentiments et à vos peurs dès que vous quittez un terrain familier. Essayez de comprendre ce dont vous avez peur et POURQUOI vous voulez changer !



EXERCICE 2



M 5_E 2 : De la zone de confort à la zone d'apprentissage

Ouvrez un logiciel de traitement de texte ou prenez une feuille de papier.
En haut, écrivez le numéro du module et le numéro de cet exercice.

Commentez en détail par écrit les points suivants !

Zone d'apprentissage

- Décrivez 3 situations dans lesquelles vous avez quitté votre zone de confort pour passer directement à la zone d'apprentissage.
- Quelles sont les compétences que vous avez activées pour y parvenir ?
- Quels défis avez-vous dû relever ?
- Qu'avez-vous appris ? Que pouvez-vous faire maintenant que vous ne pouviez pas faire avant ?

Lorsque vous avez terminé l'exercice, nommez votre document numérique d'après le numéro de cet exercice et sauvegardez-le dans le dossier du Module 5 ! Si vous avez fait l'exercice sur papier, prenez des photos lisibles et conservez-les.

Comment anticiper le sentiment d'avoir atteint ses objectifs.

Ce dernier chapitre porte sur l'entraînement mental. Qu'est-ce que l'entraînement mental ? Nous savons aujourd'hui que nous pouvons accomplir beaucoup de choses grâce à la façon dont nous pensons à certaines choses. Il s'agit donc de penser très consciemment.

L'entraînement mental utilise le pouvoir des pensées. Grâce à l'entraînement mental, vous pouvez atteindre vos objectifs plus rapidement. Et l'entraînement mental nécessite une certaine pratique. Il

est essentiel de se concentrer sur l'essentiel. Si vous persévérez et que vous vous entraînez, cela vous aidera à atteindre vos objectifs !

Si vous faites ces exercices régulièrement, vous pouvez entraîner votre esprit à s'accorder avec le sentiment d'atteindre des objectifs :

Visualisez votre objectif et faites-en l'expérience avec tous vos sens.

Que voulez-vous atteindre ? À quoi ressemble exactement votre objectif ? Essayez d'imaginer votre plan aussi précisément que possible. De nombreux athlètes utilisent exactement cette méthode. Par exemple, les coureurs s'imaginent en train de descendre la piste, de finir premier, et la foule est enthousiaste.

Donc, vous voyez ! Visualiser quelque chose pour atteindre un objectif fonctionne ! Cela vous motive et vous aide à réussir !

EXERCICE 3



M 5_E 3 : Je me vois comme un gagnant.

Prenez cinq minutes pour visualiser votre objectif dans votre esprit. Imaginez-vous en train de réussir dans votre entreprise verte. Visualisez-vous alors que vous avez atteint votre objectif. Que voyez-vous et que ressentez-vous ? Sentez-vous combien vous êtes fier ? Essayez de le ressentir dans votre esprit et dans votre corps. Laissez votre respiration dilater vos poumons et le haut de votre corps. Anticipez le sentiment de croissance personnelle. Concentrez-vous sur les choses positives que vous voyez et dites-vous : "Je peux le faire !".

Si vous répétez souvent cet exercice, vous finirez par vous sentir très proche de votre objectif et vous y serez bien préparé !

Autosuggestion

Avec cette méthode, vous pouvez entraîner votre subconscient à vous soutenir. Il vous sera ainsi plus facile d'atteindre votre objectif. Et cette méthode est simple ! Enflammez-vous avec des phrases simples et affirmatives !

"Je peux faire ça ; je peux faire ça, je peux faire ça...". Plus vous vous répétez consciemment ces phrases, plus vous serez motivé !

Tenir un journal des succès

Le soir, pensez consciemment à ce que vous avez accompli ce jour-là. Il peut s'agir de petites choses. Avez-vous eu une bonne conversation aujourd'hui ? Ou avez-vous aidé quelqu'un ? Avez-vous découvert quelque chose qui vous sera utile ? Plus vous vous souviendrez consciemment de vos petits (et grands) succès quotidiens, plus vous deviendrez fort !

Trouvez des personnes qui vous soutiennent

De bons amis ou des membres de la famille peuvent nous encourager à continuer et à ne pas abandonner. Entourez-vous de personnes qui vous soutiennent ! Entourez-vous de personnes qui vous font sentir bien et qui croient en vous ! Cela vous donnera une force supplémentaire pour atteindre vos objectifs !



Félicitations ! Avec ce module, vous avez terminé la première partie du cours de formation ! À ce stade, vous avez développé votre idée d'entreprise verte et appris un grand nombre d'outils nécessaires à votre entreprise verte. L'étape suivante consiste à passer à la deuxième partie de la formation : Planifier votre entreprise verte !

Liste de référence

Comment l'information et la connaissance peuvent réduire l'incertitude, l'ambiguïté et le risque.

Gary, H (2006) : The Why, What and How of Management Innovation. Dans : Harvard Business Review.

Hofmaier, R (1992) : Investitionsgüter- und High-tech-Marketing (ITM). VMI, Landsberg, ISBN 3-478-22650-3.

Kaplan, R, S., Norton, D (2001) : The Strategy Focused Organization. Harvard Business School Press, Boston.

Kotler, P, Lane, K (2009) : Marketing Management. 13. Auflage. Prentice Hall, Upper Saddle River.

Kotler, P, Berger, R, Bickhoff, N (2010) : The Quintessence of Strategic Management. Springer, Berlin.

Mintzberg, H (1994) : The Rise and Fall of Strategic Planning. The Free Press, New York.

Riemer, K (2009) : Kommunikation von Nonprofit-Organisationen. Grundlagen der Kommunikationspolitik und SWOT-Analyse der UNICEF Deutschland. AVM, München, ISBN 978-3-89975-931-0.

Simon, H, von der Gathen, A (2002) : Das große Handbuch der Strategieinstrumente : Alle Werkzeuge für eine erfolgreiche Unternehmensführung. Campus, Francfort-sur-le-Main, ISBN 3-593-36993-1.

Welge, M, K., Al-Laham, A (2008) : Strategisches Management. 5. Auflage. Gabler, Wiesbaden, ISBN 978-3-8349-0313-6.

https://en.wikipedia.org/wiki/Abraham_Wald#/media/File:Survivorship-bias.svg. 29.09.2022

Exemples de mise à profit des idées et des opportunités

Yerkes, R. M. & Dodson, J. D (1908) : The relationship of strength of stimulus to rapidity of habit-formation. *Journal of Comparative Neurology and Psychology*, 459-482. Volltext.

↑ *Encyclopédie de la neuropsychologie clinique*. Springer New York, New York, NY 2011, ISBN 978-0-387-79947-6, doi:10.1007/978-0-387-79948-3 (springer.com [abgerufen am 30. August 2018]).

Rigall, J., Wolters, G., Goertz, H., Schulte, K., & Tarlatt, A. (2005) : *Change Managament für Konzerne. Komplexe Unternehmensstrukturen erfolgreich verändern*. Francfort/M. : Campus Verlag

Liste des figures

Figure 1: Face à une décision,.....	0
Figure 2: Figure : 2: gestion des risques.....	3