

Ateliers de groupe

Données sur la branche

Au contraire d'un cours ou d'une conférence où le participant écoute et n'est en général pas actif, un atelier est caractérisé par une coopération active et créatrice des participants. Le marché des ateliers est étendu et varié et, dans presque n'importe quel domaine et sur n'importe quel sujet, il existe des ateliers variés. Du fait de la grande variété, on peut trouver des ateliers de niveau de qualité et de prix différents. Les ateliers peuvent être organisés par des organismes privés, commerciaux, académiques ou publiques.

Caractéristiques de la branche

- ◄ **Concurrence** : Ces dernières années, on assiste à une augmentation considérable de la concurrence dans la branche des ateliers. Cela vient surtout de la combinaison d'un seuil d'entrée relativement bas dans la branche, du point de vue de l'investissement financier initial, et la tension des grands profits envisagés. Un autre facteur important est l'accroissement remarquable de la demande, entre autres dû à la expérience croissante de l'utilité de cet outil (pour les secteurs commercial et publique) et au développement de la culture des loisirs (pour le secteur privé).
- ◄ **Caractérisation géographique de la branche** : Dans les grandes villes, on trouve une plus grande sélection et une plus grande variété que dans les petites villes et localités. Le choix, l'expérience et l'accès aux différents genres d'ateliers dans les grandes villes sont plus larges. Dans les petites localités, en revanche, le choix est limité et la plus grande partie des activités et des ateliers se concentrent dans les centres culturels.
- ◄ **Manque d'organisation** : La branche des ateliers n'est pas organisée. Il n'y a généralement pas de supervision pour les différents ateliers proposés sur le marché. Les taux d'ouverture et de fermeture sont élevés : à cause de la concurrence existante, la branche est caractérisée par un taux élevé d'ouvertures, à côté de la proportion élevée de fermetures d'entreprises qui n'ont pas réussi à être rentables.

Clientèle: la détermination du marché ciblé, son volume et sa segmentation

On peut catégoriser la population ciblée d'après de nombreux différents facteurs, mais la classification principale est en deux catégories : privée vis à vis de commercial / publique.

- ◄ Situation économique : les clients d'un niveau socio-économique moyen ou élevé préféreront pour la plupart des ateliers dont le but est l'enrichissement et les loisirs. Les clients d'un milieu socio-économique modeste, en revanche, préféreront pour la plupart des ateliers dont le but est l'acquisition de compétence ou du perfectionnement de la situation existante par la formation que procurera l'atelier.
- ◄ Situation professionnelle : hommes d'affaires, chômeurs, retraités, personnes quittant une compagnie ou une entreprise ou changement de responsabilités.

Moyens de marketing

L'activité de marketing dans le secteur des ateliers comprend :

- ◄ **Publicité** : Les organismes proposant des ateliers dans tous les domaines font des annonces dans tous les médias nationaux et locaux.
- ◄ **Contacts personnels et réputation** : le marketing de bouche à oreille, cartes de visite, club des clients.
- ◄ **Organisation de réunions d'information dans des foyers ou des conférences.**
- ◄ **Publicité par l'Internet** : montage d'un site d'Internet où sont présentés les ateliers.
- ◄ **Marketing direct** : surtout pour le secteur commercial et publique.
- ◄ **Travail en sous-traitance.**

L'activité de marketing dépendra du sujet de l'atelier et comprendra généralement une concentration relative sur la population ciblée. Ainsi, par exemple, les ateliers commerciaux concentreront leurs efforts de marketing vers les entreprises et leurs directeurs, tandis que les ateliers destinés aux enfants s'adresseront aux parents ayant des jeunes enfants.

Obstacles d'entrée dans la branche

- ◄ **Connaissances professionnelles sur le sujet de l'atelier** : besoin évident. Pour surmonter cet obstacle, il est possible d'utiliser les connaissances existant dans l'organisme ou acquérir les connaissances, c'est à dire de recourir à la sous-traitance.
- ◄ **Réputation** : Le principal obstacle à l'introduction dans ce domaine est la réputation, qui constitue un facteur très important dans la décision d'un client de s'inscrire à un atelier. L'acquisition d'une réputation risque de durer longtemps et exige un niveau professionnel élevé de l'atelier.
- ◄ **L'investissement initial** : L'obstacle à l'introduction dans la branche dû à l'investissement initial est **faible** en comparaison à d'autres branches.
- ◄ **Équipement** : Il n'est généralement pas nécessaire d'avoir un équipement permanent. S'il le faut, il est possible de louer des équipements pour une conférence ou d'obtenir cet équipement en tant que service inclus dans la location de la salle de classe louée pour l'atelier.

Niveau de risques

Étant donné que l'investissement initial nécessaire n'est pas élevé, les obstacles pour quitter la branche et donc les risques associés avec l'opération d'ateliers sont relativement faibles. Lors de l'ouverture d'une entreprise de ce domaine organisant des ateliers dans un local permanent dont elle dispose, le niveau de risque est plus élevé, puisque l'entreprise s'engage par un contrat de location d'un endroit adéquat.

Investissement requis

Profit dans la branche

Le taux de profit dans cette branche tourne autour de 20 % à 30 %. Au cas où l'organisateur de l'atelier est aussi conférencier, le taux de profit s'élève à des niveaux de l'ordre de 85 %.

Coûts

Voici un ordre des prix de l'équipement de base et des services utilisés par les ateliers :

Description	Prix hors taxe
Projecteur	200 à 500 shekels par séance
Salle de classe dans une école ou un centre culturel	De 30 shekels de l'heure jusqu'à 600 shekels par jour
Une salle dans un hôtel	30 shekels par personne 50 shekels par personne y compris une collation
Conférencier	200 à 500 shekels par heure académique (45 minutes). Le prix dépend de la compétence du conférencier et du sujet e la conférence

Conditions de paiement d'usage

- ◀ Clientèle:
Le paiement pour un atelier dans le secteur privé s'effectue généralement comptant ou en quelques versements. Les conditions de paiement pour les ateliers dans le secteur des organismes dépendent des négociations entre les parties.
- ◀ Fournisseurs:
Les conditions de paiement pour les sous-traitants dépendent de l'habileté des organisateurs des ateliers dans les négociations et varient entre un paiement comptant à un crédit courant plus 60 jours. Pour les salle de classe ou les équipements spéciaux nécessaires, le paiement s'effectue habituellement selon les termes courant plus 30 jours ou courant plus 60 jours.

Licences et permis

Les licences exigées dépendent du sujet de l'atelier. La plupart de temps, il n'y a pas besoin d'un permis pour l'atelier lui-même, mais il faut des licences professionnelles pour les conférenciers dans les domaines liés à la médecine, les traitements, les techniques, etc.