

# MANUEL DE FORMATION POUR L'AUTONOMISATION DES ENTREPRENEURS



L'Alliance mondiale pour les foyers améliorés est un partenariat public-privé novateur qui regroupe près de 1'000 partenaires travaillant ensemble pour sauver des vies, améliorer les moyens de subsistance, rendre les femmes autonomes et protéger l'environnement en créant un marché mondial florissant pour des solutions de cuisson propre. L'objectif de l'Alliance 100 d'ici '20 a pour objectif que 100 millions de ménages adoptent des foyers et des combustibles plus propres et plus efficaces d'ici 2020. L'Alliance travaille avec ses partenaires publics, privés et à but non lucratif pour aider à surmonter les barrières commerciales qui entravent actuellement la production, le déploiement et l'utilisation de foyers et de combustibles améliorés dans les pays en voie de développement.

Les meilleures pratiques et les outils pour susciter l'intérêt des femmes et pour aborder les questions de genre peuvent être trouvés dans le Guide des ressources de l'Alliance sur [l'intensification de l'adoption de solutions de cuisson propre à travers l'autonomisation des femmes.](#)



CREDIT: THE PARADIGM PROJECT



CREDIT: SOLAR SISTER



CREDIT: MELINDA MARQUIS, THE VISIONARIA NETWORK

# MANUEL DE FORMATION POUR L'AUTONOMISATION DES ENTREPRENEURS

Ce manuel a été généreusement financé par le  
Ministère finlandais des affaires étrangères (MFA).



**MINISTRY FOR FOREIGN  
AFFAIRS OF FINLAND**

Les opinions exprimées dans ce document sont celles des auteurs et ne  
représentent pas nécessairement les opinions du MFA de Finlande.

© 2015

### **Genevieve Smith - Co-auteur**

Geneviève Smith se spécialise dans la recherche et l'analyse des enjeux et des opportunités liées au genre dans le secteur de l'énergie domestique. Mme Smith a été consultante pour l'Alliance mondiale pour les foyers améliorés dans les domaines genre et marchés pendant de nombreuses années, et est le chercheur principal et co-auteur de l'intensification de l'adoption de solutions de cuisson propre à travers l'autonomisation des femmes : un guide de ressources. Elle a acquis de l'expérience professionnelle dans divers pays d'Amérique latine et d'Asie. Mme Smith est actuellement la directrice du réseau The Visionaria Network, qui se spécialise dans la formation à l'autonomisation, au leadership et au renforcement des capacités pour soutenir les femmes et les jeunes filles.

### **Anita Shankar - Co-auteur**

Le Dr Shankar est une anthropologue médicale avec plus de vingt ans d'expérience dans la recherche et les programmes de santé publique axés sur l'autonomisation des femmes et de la santé maternelle et infantile. Elle a mené ses recherches dans de nombreux pays du monde où elle a vécu ou travaillé, dont le Népal, l'Inde, l'Indonésie et le Kenya. Ses recherches actuelles portent sur les impacts de la formation à l'autonomisation basée sur l'agency sur les femmes privées de leurs droits, et elle a récemment terminé une étude pour évaluer l'importance de l'engagement des femmes le long de la chaîne de valeur des foyers améliorés et documente les impacts d'une formation à l'autonomisation basée sur l'agency sur la capacité entrepreneuriale et l'adoption d'un foyer.

## **Concepteur de la formation commerciale - GVEP International**

GVEP (Global Village Energy Partnership) International travaille avec les entreprises locales dans les pays en voie de développement pour accroître l'accès à l'énergie moderne et améliorer la qualité de vie de millions de personnes. GVEP croit fermement que les entreprises offrent les meilleures solutions dans de nombreux cas, et son but est de fournir des services professionnels de haute qualité pour soutenir la croissance du secteur privé.

## **Contributeurs**

Cindy Cordova | Consultant, The Visionaria Network

Corinne Hart | Director of Gender and Humanitarian Programs, Global Alliance for Clean Cookstoves

Paola Saldivias | Consultant

Paul Spurzem | Consultant, The Visionaria Network

Rachel Mahmud | Gender Associate, Global Alliance for Clean Cookstoves

## **Remerciements**

Le Manuel de formation pour l'autonomisation des entrepreneurs a bénéficié des contributions de nombreuses personnes. Des révisions utiles ont été fournies par Radha Muthiah, Leslie Cordes, Jen Tweddell, et Stephanie Valdez de l'Alliance mondiale pour les foyers améliorés. De précieuses contributions ont été fournies par les experts suivants: Jade Gray (IDEO.org), Johanna Matocha (Évaluer), Jessica Alderman (Envirofit), Mary Alice Onyura (SEVAK), Mabel Isolio (ENERGIA) et Svati Bhogle (ENERGIA). Nous tenons à remercier tout particulièrement GIZ Pérou, Alicia Castro Rivera (GIZ Pérou), et l'équipe du réseau The Visionaria Network.

# TABLE DES MATIÈRES

## INTRODUCTION

Qu'est-ce que ce manuel et qui devrait l'utiliser?.....	i
Pourquoi ce manuel a-t-il été élaboré?.....	iii
Comment le manuel a-t-il été développé ?.....	ix
Comment utiliser le manuel ?.....	xi
Limites du manuel.....	xii
Feuille de route des compétences de base.....	xiii

## PARTIE 1: PLAN DE CONCEPTION CENTRÉE SUR L'HUMAIN (HCD)

Le cahier de travail HCD qui l'accompagne guides des formateurs à travers le processus de préparation d'une approche de formation sur mesure en utilisant les principes de conception centrée sur l'humain. Vous pouvez télécharger ce document à l'adresse [www.cleancookstoves.org](http://www.cleancookstoves.org).

Introduction et utilisation.....	1
----------------------------------	---



### ÉCOUTER

1. Qui sont les participantes ?
2. Proposition de valeur
3. Explorez les compétences de base
4. Méthodes d'enseignement de « brainstorming »
5. Développez votre état d'esprit  
L'enseignant comme guide  
Comprendre la valeur du temps  
Revoir vos propres hypothèses et croyances limitantes  
Application d'une perspective genre  
Soyez positif et n'oubliez pas de rire

Brainstorming : A quoi ressemble la « réussite » ?  
Préparation pour les commentaires  
Encourager la responsabilisation



### DÉLIVRER

1. Meilleurs processus de mise en œuvre
2. Brainstorming : défis et solutions possibles
3. Développez votre approche de suivi  
Outil : questionnaires sur la formation  
Outil: Évaluez-vous
4. Création d'un système de soutien Mentors  
Groupes de soutien entre pairs ou amis  
Espaces de réunion et évolution en continu



### CRÉER

1. Sélectionnez vos activités de formation
2. Développez votre formation  
Sélectionnez votre calendrier de formation  
Accords communautaires  
Pertinence du contexte
3. Préparez vos techniques de formation  
L'heure de l'histoire  
Possibilités de brainstorming
4. Envisager la « réussite »

## PARTIE 2: PLANS DES ACTIVITÉS DE FORMATION ET DES LEÇONS

### Session d'introduction à la formation

Échauffement/introduction.....	8
Compétences de base de l'entrepreneuriat.....	10
Sexe & Genre.....	16

### Développer les compétences - Cette section dédiée au commerce approfondira les activités et les plans de leçons de base sur les entreprises et la finance à mettre en œuvre avec les participants

Introduction : Mon modèle entrepreneurial.....	20
Sujet 1 : Marketing & service client.....	21
Sujet 2 : Coûts & tarification.....	37
Sujet 3 : Stratégie et gestion financière.....	43
Sujet 4 : Croissance et expansion de l'entreprise.....	52

### Trouver votre voix – La section autonomisation explorera les techniques et les exercices qui aideront les individus à se comprendre et à comprendre ce qui est important pour eux

Introduction au la section autonomisation .....	66
Sujet 1 : Construire la confiance en soi.....	68
Sujet 2 : Se comprendre.....	71
Sujet 3 : Comprendre ses croyances fondamentales.....	79
Sujet 4 : Identifier et reconnaître ses propres forces.....	87
Sujet 5 : Développer des habitudes de pensée positive.....	88
Sujet 6 : Gérer la peur et le risque.....	92
Sujet 7 : Se connaître soi-même à travers son corps.....	95

### Aller de l'avant – La section leadership fournira des outils et des plans de leçons pour développer les compétences en leadership et améliorer les compétences en leadership chez les participants

Introduction au la section leadership.....	100
Sujet 1 : Introduction au leadership .....	103
Sujet 2 : Établissement et développement de visions claires.....	106
Sujet 3 : Fixer des objectifs et être proactif.....	114
Sujet 4 : Résolution de problèmes.....	120
Sujet 5 : Communication.....	125
Sujet 6 : Plan d'action.....	132

### Réflexion : Suivi et soutien post-formation

### Glossaire des termes

# QU'EST-CE QUE CE MANUEL ET QUI DEVRAIT L'UTILISER ?

Ce manuel a été conçu pour les organisations qui travaillent actuellement, ou envisagent de travailler, avec les femmes entrepreneurs pour produire ou soutenir la conception de technologies de l'énergie domestique, ou qui intéressera les femmes agents de vente ou entrepreneurs dans les régions rurales ou urbaines à vendre, distribuer et/ou fournir un service après-vente dans le domaine des technologies de l'énergie domestique.



## CHAÎNE DE VALEUR

Conception

Fabrication

Distribuer

Après-vente

Le manuel de formation pour l'autonomisation des entrepreneurs fournit sur six jours des compétences en entrepreneuriales, en autonomisation, et des programmes de formation et des outils en leadership qui peuvent être mis en œuvre afin de mieux soutenir les femmes agents de vente et entrepreneurs avec lesquelles vous travaillez. Une planification et préparation réfléchie de la part des organisateurs est nécessaire pour mettre en œuvre avec succès cette formation. Les formateurs et les organisations d'exécution doivent exécuter un plan de conception centrée sur l'humain (HCD) (1ère partie de ce manuel), qui vous aidera à préparer une formation réussie, personnalisée en utilisant le matériel à disposition.

Le manuel de formation pour l'autonomisation des entrepreneurs est conçu pour soutenir une organisation et ses formateurs à l'autonomisation des femmes micro-entrepreneurs, les petites entreprises, et les agents de vente qui travaillent tout au long de la chaîne de valeur dans le secteur de l'énergie domestique. Bien que le manuel ait été développé par l'Alliance et est conçu pour responsabiliser les femmes à l'adoption progressive de solutions de cuisson propre à l'échelle mondiale, il peut être appliqué à tout le secteur de l'énergie domestique.

Dans le cadre de ce manuel, un entrepreneur, peut être vaguement défini comme une personne qui cherche à augmenter son revenu grâce à ses propres activités commerciales.

Un **micro-entrepreneur** n'a pas d'employés et exploite seul. Les micro-entrepreneurs comblent souvent la distance entre une entreprise plus importante et les clients distants.

Le propriétaire d'une **petite entreprise** peut faire la même chose, mais emploie une à cinq personnes pour la conduite des affaires. Les deux types d'entrepreneurs ajoutent de la valeur en fournissant des services qu'une entreprise ne peut pas produire seule.

Un **agent de vente** vend un/des produit(s) spécifique(s) à une entreprise à un prix déterminé, et reçoit potentiellement une commission pour les ventes, ainsi qu'un salaire de base ou un plein salaire.

Le manuel utilise le terme *entrepreneur* de façon générale, en référence aux micro-entrepreneurs, et aux propriétaires d'entreprises de petite taille, ainsi qu'aux agents de vente.



# POURQUOI CE MANUEL A-T-IL ÉTÉ ÉLABORÉ ?

**L'ALLIANCE S'EST ENGAGÉE À** soutenir ses partenaires à atteindre l'objectif de 100 millions de ménages qui adoptent des foyers et des combustibles améliorés et efficaces d'ici 2020. L'Alliance et ses partenaires reconnaissent les contributions des femmes pour atteindre les objectifs dans les secteurs de la santé, l'autonomisation des femmes, de l'environnement et des moyens de subsistance. Sans l'engagement des femmes tout au long de la chaîne de valeur, il est probable que les efforts mondiaux seront moins efficaces et qu'ils évolueront moins rapidement.

Ce manuel est une composante de la Stratégie globale genre et autonomisation de l'Alliance dont le but est de mieux tirer parti des capacités des femmes pour avoir un impact sur les taux d'adoption de solutions de cuisson propre. Cette stratégie fondamentale s'articule autour de cinq grands piliers comprenant des activités qui permettront de renforcer les impacts de genre et le degré d'adoption grâce à des approches qui tiennent compte du genre.

En septembre 2013, l'Alliance a publié *l'intensification de l'adoption de solutions de cuisson propre à travers l'autonomisation des femmes : un guide de ressources*. Ce guide de ressources est un outil destiné à une grande variété d'intervenants du secteur, pour qu'ils comprennent mieux pourquoi les femmes sont essentielles dans l'adoption et l'utilisation durable des foyers et combustibles améliorés et comment garantir qu'elles sont incluses dans toutes les sections de la chaîne de valeur. Ce manuel s'appuie sur une des meilleures et principales pratiques du Guide des ressources : fournir une formation initiale et continue (y compris sur l'autonomisation, le leadership et les compétences commerciales et techniques) aux femmes de la chaîne de valeur.

## Les cinq piliers de la Stratégie genre et autonomisation de l'Alliance

- I. Réunir les preuves et évaluer les approches
- II. Renforcer les capacités des acteurs du secteur
- III. Augmenter l'accès au financement
- IV. Sensibiliser
- V. Instaurer et influencer les politiques

### Pourquoi le Manuel met-il l'accent sur les femmes micro-entrepreneurs et propriétaires de petites entreprises ?

Les femmes jouent un rôle crucial dans l'augmentation de l'adoption de foyers et combustibles améliorés en raison de leur responsabilité cruciale dans les domaines de la cuisson et de la gestion de l'énergie domestique. En plus de décider d'utiliser ou non les produits pour une cuisson propre, les femmes peuvent catalyser le marché en tant que micro-entrepreneuses et propriétaires de petites entreprises par la distribution et la livraison de technologies de cuisson propre et des services après-vente qui contribueront à la création d'un marché mondial prospère. Les femmes ont toutes les qualités pour développer des relations communautaires et mener des activités aux points de vente en raison de leurs propres expériences de cuisson dans leurs maisons. Les femmes peuvent tirer parti de leurs réseaux existants pour promouvoir l'adoption de ces nouvelles technologies et utiliser leurs expériences personnelles dans les solutions de marketing. Dans les zones où il y a des niveaux élevés d'inégalité des sexes, les agents de vente femmes peuvent atteindre directement les femmes qui ne peuvent pas accéder facilement aux villes ou aux marchés.<sup>1</sup>

### Pourquoi offrir une formation liée à l'autonomisation et le leadership basé sur l'agency ?

Une formation qui intègre les concepts de l'autonomisation basée sur l'agency et les stratégies de leadership offre une occasion non-négligeable de renforcer la capacité et l'efficacité des femmes entrepreneurs. L'autonomisation basée sur l'agency améliore la capacité cognitive de création et de concentration d'un individu sur ses objectifs, et les compétences de leadership permettent la réalisation concrète de ces objectifs. Une recherche sur le genre et l'autonomisation commandée par l'Alliance a démontré la nécessité de favoriser l'autonomisation basée sur l'agency et le leadership comme un élément clé dans l'engagement efficace des femmes entrepreneurs dans la chaîne de valeur de la cuisson propre.

Ce manuel est destiné à soutenir les partenaires qui travaillent avec les femmes dans la chaîne de valeur de la cuisson propre et peut être un point de départ pour la promotion de l'autonomisation des femmes et le soutien aux femmes entrepreneurs. Toutefois, il ne contient pas de conseils ou de stratégies pour le recrutement des femmes. C'est un outil qui permet aux organisations qui travaillent déjà avec les femmes d'améliorer l'efficacité des entrepreneuses et agents qui travaillent tout au long de la chaîne de valeur.

**Le saviez-vous ?** D'après les témoignages des commerces dans le domaine de l'énergie les plus communs dirigés par des femmes à travers le monde concernent la production et la distribution de foyers.<sup>2, 3</sup>

1 Brush, C.; Greene, P., Kelley, D., Litovsky, Y. (2011). GEM 2010 women's report: Women entrepreneurship worldwide. Global Entrepreneurship Monitor.  
2 Bhogle, S. (2003). Rural women as agents of improved woodstove dissemination: A case-study in Huluvangala Village, Karnataka, India. *Energy for Sustainable Development VII* (3): 70-75.  
3 Njenga, B. (2001). Generating opportunities: case studies on energy and women. Upesi rural stoves project. United Nations Development Programme.

# QUE SIGNIFIENT L'AUTONOMISATION ET L'AGENCY ?

Bien qu'il existe de nombreuses définitions de l'autonomisation, l'Alliance définit l'autonomisation comme la capacité des individus de créer et d'agir sur les décisions qui affectent leurs vies. La notion d'autonomisation est fondamentalement constituée de deux composantes complémentaires et cruciales : ressources et agency. Les ressources comprennent des supports externes tels que de nouvelles compétences, les possibilités de la disponibilité de ressources financières et/ou l'éducation. L'agency se réfère aux états psychologiques (au niveau individuel) et est fortement liée à l'estime de soi, au sentiment de contrôle, et à la puissance ou l'autonomie. L'agency est la capacité, la condition ou l'état d'agir ou d'exercer un pouvoir qui se concentre sur la capacité de formuler des choix stratégiques et de contrôler les ressources et les décisions qui influent sur les résultats importants de la vie. Dans le cas des femmes entrepreneurs :

1. Les femmes ont besoin de **ressources** pour soutenir leur croissance et profiter des opportunités pour réussir et progresser personnellement et économiquement.
2. Les femmes doivent avoir **l'agency** de faire et d'agir sur les décisions, y compris d'être en mesure de contrôler les ressources et les bénéfices. »

Ensemble, les ressources et l'agency constituent la capacité, qui est le potentiel que les individus ont pour vivre la vie qu'ils souhaitent et d'atteindre des façons valorisées d'« être et de faire ».<sup>4</sup>

<sup>4</sup> Sen, A (1985) Commodities and Capabilities. Amsterdam & New York: North Holland.



CREDIT: NANCY HUGHES, STOVE TEAM INTERNATIONAL

## Résultats des récentes recherches sur les impacts de la formation en autonomisation basée sur l'agency sur la santé, le développement et le bien-être

- **Les femmes citadines et rurales marginalisées au Kenya** – Cette recherche a révélé que, après quatre mois, celles qui ont suivi la formation d'autonomisation en organisme étaient trois fois plus susceptibles de signaler des améliorations dans leur situation économique, dix fois plus susceptibles de signaler des améliorations en matière de santé et quinze fois plus susceptibles de signaler des améliorations dans les relations.
- **Les femmes vivant dans les bidonvilles de Mathare au Kenya** – après la formation, les femmes ont créé deux groupes d'épargne. Après six mois, 90% des femmes ont déclaré avoir une meilleure capacité de payer le loyer, de couvrir les dépenses d'éducation et d'économiser.
- **Les femmes séropositives enceintes et allaitantes en Inde** - après la formation on a remarqué que les femmes ont renforcé leur observance du traitement antirétroviral et ont amélioré leurs comportements visant à améliorer leur santé.
- **Les femmes engagées dans le travail du sexe en Inde** - La recherche a documenté des augmentations substantielles d'observance du traitement antirétroviral, de dépistage plus fréquent du VIH, de la tuberculose, du diabète. 50 % d'entre elles ont commenté à épargner et après un an de près de 25 % des femmes avaient la capacité indépendante de chercher un autre emploi et de quitter le travail du sexe.



# Les preuves démontrent que la formation à l'autonomisation basée sur l'agency peut augmenter les ventes et la satisfaction de la clientèle

L'Alliance a commandé deux rapports de recherche pour tester cette formation à l'autonomisation basée sur l'agency et le leadership pour déterminer le genre d'impact qu'elle peut avoir sur les femmes entrepreneurs et les ventes et l'adoption de solutions de cuisson. D'après ces études :

## Étude sur les foyers au Kenya<sup>5</sup>

- Les femmes entrepreneurs ont vendu près de trois fois plus de foyers améliorés que les hommes en général.
- Après avoir reçu la formation à l'autonomisation basée sur l'agency, les hommes et les femmes étaient 2,7 fois plus susceptibles d'être gros vendeurs de foyers améliorés que leurs homologues qui n'ont pas reçu la formation.
- Les femmes et les hommes qui ont reçu la formation à l'autonomisation basée sur l'agency étaient deux fois plus susceptibles de garder la tête des ventes et de poursuivre leurs activités face aux défis.
- Lorsque les femmes ont vendu des foyers améliorés, leurs clients ont le plus souvent signalé qu'ils étaient sûrs, faciles à utiliser et ont été utilisés fréquemment et régulièrement.

## Projet pilote en Bolivie: les femmes en tant qu'actrices du changement<sup>6</sup>

- L'autonomisation basée sur l'agency et la formation au leadership a conduit à des femmes leaders de la communauté plus efficaces. Ces femmes formées ont pu surmonter les défis, identifier de nouvelles façons de promouvoir les foyers et ont montré plus d'enthousiasme pour leur travail.
- Les femmes boliviennes formées ont pu promouvoir plus efficacement les foyers améliorés dans leurs communautés et améliorer la demande en solutions pour la cuisson propre.

## Programme de femmes entrepreneurs dans le domaine des foyers au Nigeria (en cours)<sup>7</sup>

- Le démarrage rapide et l'activité des ventes a été réalisé grâce à la formation à l'autonomisation basée sur l'agency en combinaison avec une formation à l'autonomisation basée sur le commerce donnée à 100 nouveaux entrepreneurs femmes dans le domaine des foyers résultant en une moyenne de un à deux foyers vendus par semaine par les vendeurs actifs.



5 Johns Hopkins University, ESVAK, Envirofit

6 CEDESOL, Johns Hopkins University, The Visionaria Network

7 Envirofit, Johns Hopkins University, the Empowerment Institute

# COMMENT LE MANUEL A-T-IL ÉTÉ DÉVELOPPÉ ?

Le Manuel a été développé par The Visionaria Network and Johns Hopkins University avec l'aide de :

- Principes et concepts de la Conception centrée sur l'humain (HCD), dont la boîte à outils de la Conception centrée sur l'humain de IDEO (consultez la page [designkit.org](http://designkit.org) pour des informations et des ressources supplémentaires)
- Méthodologie de l'autonomisation développée par David Gershon et Gail Straub de l'Empowerment Institute
- Exercices de Educate !
- Expériences de The Visionaria Network et GVEP International
- Entretiens avec des informateurs clés
- Évaluation des théories techniques de formation communes à l'entrepreneuriat et formation d'agent de vente
- Tests et évaluations sur le terrain, y compris les commentaires des participantes/partenaires
- Données existantes de The Visionaria Network et GVEP International



# COMMENT UTILISER LE MANUEL ?

Le Manuel comporte trois sections :

**Partie 1 : Création d'un plan de conception centrée sur l'humain (HCD)\*** pour préparer et personnaliser votre formation en utilisant les principes de HCD

**Partie 2 : Manuel de formation** comprenant des modules thématiques sur les commerces, l'autonomisation et le leadership (~50 heures de matériel)

**Partie 3 : Dossier de participant\*** comprenant des activités, des feuilles de travail et des formulaires d'évaluation. Afin de mettre en œuvre efficacement les modules de formation, le(s) formateur(s) doit/doivent passer suffisamment de temps à la préparation. Pendant la mise en œuvre de la formation, il devrait y avoir un processus continu de réflexion.

Soyez attentif à aux signes suivants que vous rencontrerez tout au long du manuel :

	Conseil
	Rappel !
	Adaptez/Personnalisez
	Guide des ressources pour de meilleures pratiques
	Important



Il s'agit des meilleures pratiques issues du Guide des ressources de l'Alliance. Reportez-vous au Guide de ressources ou au centre de connaissances sur l'égalité des sexes en ligne pour des études de cas dans lesquelles ces pratiques ont été appliquées et pour d'autres conseils.

\* Le cahier de travail et le dossier de participant peuvent être téléchargés à l'adresse [www.cleancookstoves.org](http://www.cleancookstoves.org)

# LIMITES DU MANUEL

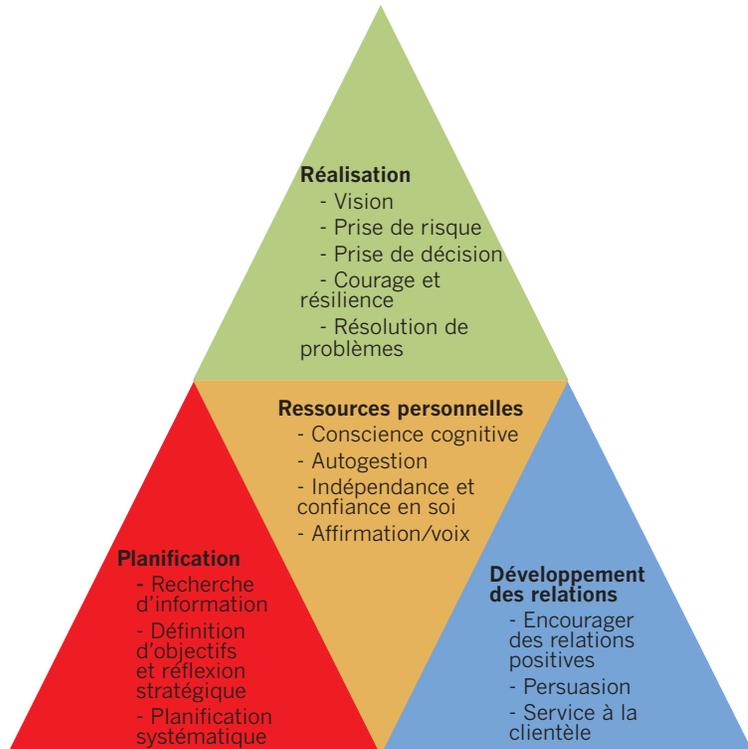
Un commerce bien livré, non récurrent, l'autonomisation et la formation en leadership, ne sont, en soi, probablement pas suffisants. Un soutien continu dans les mois suivants la formation est essentiel pour aider les participantes à perfectionner leurs nouvelles compétences, développer et mettre en œuvre un plan d'affaires solide, maintenir les compétences en leadership qu'elles ont apprises, et continuer à réfléchir à leur autonomisation personnelle. L'autonomisation est différente d'autres formations en ce sens qu'il s'agit de créer les conditions d'un apprentissage continu. Des réunions régulières avec des mentors qualifiés et d'autres dirigeants femmes peuvent être un moyen efficace de fournir un soutien et un développement en cours.

Un mentor peut fournir des commerces sur mesure et des conseils techniques, aider à établir et atteindre des objectifs ambitieux, fournir des informations sur le marché et faciliter les liens, promouvoir le partage des connaissances et la coopération et aider les entrepreneurs à identifier et à tirer parti des possibilités de financement. Les entrepreneurs doivent être associés à un mentor avec lequel ils peuvent construire une relation de travail solide. En plus d'un mentorat individuel, une formation de groupe supplémentaire peut être utile pour renforcer et développer ces concepts plus introductifs. Il est essentiel que ces formations sur le commerce, l'autonomisation et le leadership soient construites et soutenues au fil du temps pour être vraiment efficaces.

La formation technique est également importante. Ce Manuel ne comprend pas de guide pour la formation technique car il y a une vaste gamme de modèles pour des solutions de cuisson propre, et toute formation technique doit être adaptée aux besoins spécifiques du groupe. Cependant, il est essentiel que les organisations de garantissent que les entrepreneurs comprennent bien leurs produits.

# FEUILLE DE ROUTE DES COMPÉTENCES DE BASE

Nous avons identifié les *compétences* de base nécessaires à l'entrepreneuse autonome. Le manuel est conçu pour améliorer ces compétences de base d'une manière globale à travers des plans de leçons sur le commerce, l'autonomisation et le leadership, qui se complètent toutes mutuellement.



COMPÉTENCES DE BASE POUR L'ENTREPRENEUR AUTONOME	
GROUPE	COMPÉTENCES
Ressources personnelles	Conscience cognitive
	Gestion de soi
	Indépendance et confiance en soi
	Assertion/voix
Développement des relations	Encourager des relations positives
	Persuasion
	Service à la clientèle
Planification	Recherche d'information
	Définition d'objectifs et réflexion stratégique
	Planification systématique
Réalisation	Vision
	Prise de risque
	Prise de décision
	Courage et résilience
	Résolution de problèmes

## PLUS EN DÉTAIL

- Il y a un déplacement du locus de contrôle de de l'extérieur à l'intérieur d'elles-mêmes
- Admet à quel point les pensées d'une personne affectent les actions de cette personne
- Est capable d'identifier les croyances limitantes et de créer des croyances et de recadrer ses pensées pour se concentrer sur les objectifs

- Démontre la capacité à comprendre et à gérer les émotions

- Cherche à s'émanciper des règles ou du contrôle des autres
- Campe sur ses positions face à l'opposition ou un manque de réussite au début
- Exprime de la confiance dans sa propre capacité à accomplir une tâche difficile ou à relever un défi

- Prend des mesures face à un obstacle important
- Prend personnellement la responsabilité de la performance nécessaire pour atteindre les buts et objectifs
- Exprime ses besoins

- Capacité à parler aux autres et à les écouter

- Capacité à motiver et à influencer les autres
- Utilise des stratégies réfléchies pour influencer ou convaincre les autres
- Utilise des personnes clés comme agents pour accomplir ses propres objectifs

- Amélioration des relations avec les clients

- Cherche personnellement des informations auprès des clients, des fournisseurs ou des concurrents
- Effectue des recherches personnelles sur la façon de fournir un produit ou service
- Consulte des experts pour avoir des conseils commerciaux ou techniques

- Fixe des buts et des objectifs qui sont personnellement significatifs et stimulants
- Exprime des objectifs à long terme clairs et précis
- Fixe des objectifs mesurables à court terme

- Planifie en subdivisant les grandes tâches en sous-tâches assorties de délais
- Révise les plans à la lumière des évaluations de la situation de performance ou de changement de circonstances
- Tient des registres financiers et les utilise pour prendre des décisions commerciales
- A un business plan

- Formule des visions à long terme
- Exprime des visions claires et précises

- Calcule délibérément les risques et évalue les alternatives
- Prend des mesures pour réduire les risques ou maîtriser les résultats
- Se met soi-même dans des situations impliquant un défi ou un risque modéré

- Capable de prendre des mesures relatives aux décisions et aux plans
- Évalue de façon critique la situation actuelle et décide de faire des changements pour l'améliorer

- Capable de répondre aux défis en cours et de les surmonter
- Peut réfléchir aux moments où elle a réussi à relever un défi avec succès

- Prend des mesures ou change et adopte une stratégie alternative pour répondre à un défi ou surmonter un obstacle



# PLAN DE CONCEPTION CENTRÉE SUR L'HUMAIN

1ÈRE PARTIE  
MANUEL DE FORMATION POUR  
L'AUTONOMISATION DES  
ENTREPRENEURS

# Qu'est-ce que c'est?



Durée recommandée:  
1 jour

Les trois étapes du Plan HCD (ÉCOUTER, CRÉER, DÉLIVRER) guident les organisateurs et les personnes qui mettent en œuvre la formation pour préparer une formation réfléchie et personnalisée en utilisant les principes de conception centrée sur l'humain. La conception centrée sur l'humain consiste à mettre les personnes au centre de la façon dont les projets, les formations ou les plans sont conçus, par l'examen de leurs besoins, leurs rêves et leurs comportements. Le Plan HCD est un compte-rendu ordonné de vos réponses à une série de questions et de demandes, qui vous aideront à développer votre formation à venir. Le résultat final du processus de HCD est un plan de formation personnalisé pour vos participantes.\*



## Objectifs ÉCOUTER:

- Mieux comprendre les besoins, les obstacles et les contraintes de vos stagiaires, ainsi que leurs espoirs et leurs aspirations
- Développer un esprit ouvert pour aborder la formation



## Objectifs CRÉER:

- Comprendre comment délivrer une formation appropriée au contexte et aux participantes (format, méthodes, état d'esprit)
- Développer des outils à utiliser dans vos exercices de formation



## Objectifs DÉLIVRER:

- Comprendre les meilleurs procédés de mise en œuvre et être prêt à relever les défis
- Développer une approche pour le suivi des résultats et pour soutenir les participantes

\* Référez-vous au site [designkit.org](https://designkit.org) (de IDEO.org) pour des informations et des ressources additionnelles.

### **Pourquoi devriez-vous prendre le temps ?**

Le Manuel propose des exercices variés (dont tous ne seront pas adaptés pour tous les groupes de stagiaires) et devront être adaptés. Les besoins et les préférences des femmes diffèrent selon les cultures, les sociétés et les communautés. Une formation efficace intègre leurs préférences et fait honneur à leurs besoins. Les formateurs doivent anticiper leurs besoins, écouter attentivement leurs participantes, avant et pendant le processus, et être prêt à réagir et à s'adapter afin de les intéresser de façon efficace. L'autonomisation est un processus particulièrement personnel et les formateurs sont en fin de compte responsables d'offrir un espace pour que les femmes puissent se prendre en main.

Le processus de HCD est un processus nécessaire de planification ciblée pour créer une formation pertinente, personnalisée et adaptée à la culture qui est informé par les principaux intervenants du programme. En créant un plan de HCD, vous pouvez être sûr que vous avez exploré les besoins de vos participantes, clarifié vos objectifs pour la formation à la lumière de leurs besoins et préférences, visualisé votre formation avec succès afin que vous puissiez mieux réagir et y réfléchir, et préparé des processus solides de formation et des stratégies post-formation. Les organismes de formation, grands et petits, peuvent acquérir de précieuses connaissances à travers l'observation et l'analyse des participantes requis par un plan HCD.

### **Quand ?**

Le Plan HCD doit être effectué avant la formation (recommandé une à deux semaines avant) car une formation réussie exige une préparation et une personnalisation.

### **Qui ?**

Nous recommandons qu'un responsable de l'organisation de mise en œuvre, un membre du personnel local, et un formateur complètent le plan de HCD ensemble. Dans l'idéal, inclure un membre de la communauté locale du public cible.

**Utilisez le cahier de travail qui accompagne le plan HCD pour compléter celui-ci. Vous pouvez le télécharger à l'adresse [www.cleancookstoves.org](http://www.cleancookstoves.org)**



Les participantes se préparent à un atelier de leadership en faisant un jeu pour apprendre à connaître l'autre et commencer à faire un brainstorming sur un accord communautaire. (THE VISIONARIA NETWORK - Urubamba, Peru)

CREDIT: CLINT TALBOTT, THE VISIONARIA NETWORK

# MANUEL DE FORMATION

2ÈME PARTIE  
MANUEL DE FORMATION POUR  
L'AUTONOMISATION DES  
ENTREPRENEURS

## Merci de prendre note des informations suivantes :

1. **Puces vs Numéros** : Dans les plans de leçon, tous les éléments précédés d'une puce sont des points de discussions dont vous, le formateur, devez parler ; tandis que tous les éléments précédés d'un numéro sont des instructions pour mettre en œuvre une activité ou une session. Les puces se trouvent également dans des boîtes colorées.
2. **Matériel** : Veillez à avoir le matériel approprié pour les formations.
3. **Documents pour les participants** : Donnez aux participants le dossier du participant au début de la formation. Le kit ne contient pas tout le matériel (par exemple, les études de cas).
4. **Études de cas** : Les études de cas ne se trouvent pas dans le dossier du participant car elles nécessitent d'être adaptées (par exemple, il faut insérer les noms, la devise, le lieu). Le formateur peut lire à haute voix les études de cas, ou si c'est préférable, les participantes lisent à haute voix les études de cas ou les lisent seuls. Pensez à imprimer des copies des études de cas et/ou montrez les études de cas à l'aide d'un rétroprojecteur.
5. **Entrepreneurs expérimentés** : Si vous travaillez avec des participantes qui sont déjà entrepreneuses, demandez-leur d'apporter du matériel commercial pertinent au cours. Envisagez de leur demander d'apporter un produit qu'ils fabriquent/vendent.
6. **Notes** : Utilisez l'espace vide dans la marge des exercices pour prendre des notes.

## Servez-vous de ces points de discussion pour introduire les participantes à la formation

### APERÇU DE LA FORMATION

Félicitations ! Vous avez été sélectionné pour participer à ce cours ! C'est une occasion unique de servir votre communauté d'une manière significative.

Le but du Manuel de formation pour l'autonomisation des entrepreneurs est de vous (les femmes entrepreneurs) équiper avec les connaissances, les compétences, la confiance et la capacité de réussir en tant que femme entrepreneur dans le secteur de cuisson propre. La formation est conçue pour améliorer votre capacité à faire des choix stratégiques dans les affaires et de transférer ces choix en actions et en résultats souhaités. Cette formation est axée sur l'amélioration des capacités de sorte que vous pouvez devenir des agents de changement social positif pour votre propre compte et obtenir la reconnaissance de la communauté. La formation passera par trois sections :

- **Développer les compétences** : Formation commerciale – compétences et connaissances commerciales de base
- **Trouver votre voix** : Formation à l'autonomisation – développer la foi et la confiance en soi tout en développant la conscience de soi
- **Aller de l'avant** : Formation au leadership prendre nos compétences entrepreneuriales et la conscience de soi et les transformer en action

À la fin de cette formation, vous (les participantes) aurez appris de nouvelles compétences qui vous aideront à devenir entrepreneuses plus efficaces.



**RAPPEL**

Cette formation est un outil pour soutenir les femmes entrepreneurs, et doit être accompagnée d'un soutien supplémentaire (voir la Section HCD pour plus d'informations sur le soutien aux femmes entrepreneurs).

# DÉVELOPPER LES COMPÉTENCES : COMMERCES

## Aperçu

Le but de la formation sur le commerce est de donner aux participantes, qui ont différents niveaux d'expérience commerciale, la compréhension de base et les outils nécessaires pour créer leurs entreprises avec succès. Elle est destinée aux entrepreneuses qui sont déjà actives dans une chaîne de distribution de foyer ou de combustible, en les aidant à réfléchir à ce que signifie être une entrepreneuse efficace et comment elles peuvent utiliser les principes de l'esprit d'entreprise pour améliorer leurs activités commerciales. Elles apprendront les compétences suivantes et commenceront à les appliquer à leur commerce :

1. Marketing
2. Service client
3. Coûts & tarification
4. Planification financière
5. Tenue des registres
6. Business plan

À la fin de la section de formation de l'entreprise, les participantes auront développé la capacité d'écrire et de mettre en œuvre un business plan, et d'améliorer leurs commerces au fil du temps. Bien que cette formation fournira une bonne base, il sera important de les mettre en contact avec des mentors d'affaires lorsqu'elles formuleront, mettront en œuvre et adapteront leurs business plan et leurs activités commerciales.

## Suggestion de programme d'exercices en relation avec l'commerce sur deux jours

Session	Jour 1	Jour 2
<b>Matin A</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>» Échauffement/ introduction (50 min)</li> <li>» Compétences de base en entrepreneuriat (135 min)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>» Service après-vente (30 min)</li> <li>» Calcul des coûts (30 min)</li> <li>» Valorisation 1ère partie (75 min)</li> </ul>
<b>Pause</b>		
<b>Matin B</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>» Sexe &amp; genre (105 min)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>» Valorisation 2ème partie (20 min)</li> <li>» Planification financière (75 min)</li> </ul>
<b>Lunch</b>		
<b>Après-midi A</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>» Introduction et aperçu de l'entreprise (10 min)</li> <li>» Mon modèle commercial (30 min)</li> <li>» Compétences en marketing 1ère partie (100 min)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>» Gérez votre argent (60 min)</li> <li>» Tenue des registres (45 min)</li> <li>» Gestion et croissance de l'entreprise (45 min)</li> </ul>
<b>Pause</b>		
<b>Après-midi B</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>» Compétences en marketing 2ème partie (100 min)</li> <li>» Service client (45 min)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>» Analyse SWOT (45 min)</li> <li>» Revue du business plan (30 min)</li> <li>» Conclusion &amp; prochaines étapes (45 min)</li> </ul>

**Remarque :** Il s'agit un programme intensif de deux jours, et les journées devront commencer tôt (recommandé : 8 heures) pour s'adapter. La section commerce est celle qui contient le plus matériel ; donc quelques-unes des activités finales peuvent être reportées à un troisième jour si nécessaire. Notez également qu'il y a des activités supplémentaires « facultatives » qui ne figurent pas dans le programme proposé ci-dessus. Si les activités facultatives sont incluses, envisagez de répartir la formation commerciale sur trois jours.

## ÉCHAUFFEMENT/INTRODUCTION



### Durée

 20 minutes

### Objectif

1 Se présenter et s'échauffer pour la formation

### Matériel

1 Des objets qui peuvent être facilement projetés (par exemple, des balles)

**COMPÉTENCE DE BASE :** Encourager des relations positives

### Se présenter

1. Demandez aux participantes de former un cercle. Avant de commencer, demandez à chacune de dire :
  - a. Son nom
  - b. D'où elle vient
2. Commencez avec un petit objet, dites le nom d'un participant, et de lancez-lui l'objet. Demandez à la participante de dire un nom et de lancer l'objet à cette personne.
3. Introduisez un autre objet en choisissant une autre participante, en disant son nom, lancez-lui le second objet. Les deux objets doivent circuler en même temps, les participantes en disant les noms des personnes et lançant la balle. Chaque participante doit être appelée.



### CONSEIL

Demandez à chaque participante d'inscrire son nom sur un badge, ou ayez des étiquettes préparées à l'avance.

### Durée

 30 minutes

### Objectifs

1 Permettre aux participantes de partager ce qu'elles aimeraient apprendre de la formation

2 Partager les objectifs du formateur pour la formation; et créer un accord communautaire

### Matériel

- 1 Feutres
- 2 Tableau de conférence

### Partage des objectifs et accords communautaires

1. Faites le tour du cercle et demandez aux participantes ce qu'elles se attendent à apprendre et ce qu'elles aimeraient apprendre lors de cette formation. Notez leurs réponses sur le tableau de conférence.
2. Expliquez aux participantes quels sont vos objectifs, en tant que formateur, et expliquez les grandes lignes et la structure de la formation. Reportez-vous aux attentes des participantes et ce que vous souhaitez apprendre en tant que formateur. Expliquez aux participantes qu'elles vont passer par trois sections de formation différentes : commerce, autonomisation et le leadership. Elles compléteront cette formation et créeront deux types de plans :

- **Business plan :** Un business plan est un document préparé par quelqu'un qui a l'intention de démarrer une entreprise ou qui est déjà en affaires. Il donne une description complète de l'entreprise et de ses objectifs sur une période de temps (par exemple, de un à cinq ans). Un business plan est comme une carte montrant où l'entreprise veut aller et comment elle va y arriver.
- **Plan d'action personnel :** Un plan d'action personnel est un guide pour la réalisation de vos propres objectifs et les prochaines étapes ; ce plan peut être adapté pour votre vie et pour votre entreprise.

3. Veillez à ce que les participantes comprennent que c'est un processus et qu'elles doivent être impliquées et engagées tout au long de la formation, afin de tirer le meilleur parti de celle-ci pour eux-mêmes et leurs entreprises.
4. Dites aux participantes que vous souhaitez créer un accord communautaire et travaillez avec elles pour en élaborer un (voir la section HCD « Méthode : accord communautaire »).



#### **ADAPTEZ**

Utilisez une diapositive déjà préparée pour donner un bref aperçu de la formation, y compris : (1) programme/horaire, (2) durée, et (3) objectifs pour la formation.



#### **CONSEIL**

Écrivez la version finale de l'accord communautaire une fois que le groupe l'a créé et scotchez-le sur le mur, là où les participantes peuvent le voir.



#### **CONSEIL**

Demandez aux participantes de compléter une pré-enquête pour obtenir des informations à leur sujet et leur permettre d'exprimer leurs désirs et leurs attentes (les options pour les pré-enquêtes se trouvent en annexe de ce manuel).

### **Quelques idées pour créer un espace d'apprentissage**

- » Prévoyez un espace désigné (mur, tableau d'affichage) ou un tableau de conférence comme « banque de pensées/questions/commentaires ». Mettez des notes autocollantes sur l'espace désigné, et encouragez les participantes à rédiger des questions ou des pensées qui viennent tout au long de la session. Revenez à cet espace et répondez aux questions lorsque le temps le permet.
- » Assignez des rôles d'assistants de classe pour chaque jour. Ils peuvent aider pour la mise en place, le nettoyage, etc.



#### **CONSEIL**

À la fin de chaque jour faites un contrôle avec les participantes en revoyant les objectifs et les attentes.

# EXERCICE 1 : COMPÉTENCES DE BASE EN ENTREPRENARIAT



## Durée

 60 minutes

## Niveau de difficulté



## Objectifs

- 1 Explorez le propre comportement de prise de risque des participantes
- 2 Discutez des personnelles inhérentes à la prise de risque et l'esprit d'entreprise

## Matériel

- 1 Un seau ou une poubelle
- 2 Trois objets à jeter (par exemple, des balles)
- 3 Petit mètre ruban
- 4 Craie
- 5 Bonbons et/ou autres récompenses pour les scores réussis (par exemple, cahiers, registres, stylos)
- 6 Tableau de conférence

**COMPÉTENCES DE BASE :** (1) Prise de risque, (2) Prise de décision

## Exercice 1(a): Prise de risque

1. Préparez la salle. Placez un seau dans la salle. À un mètre du seau, placez une marque de craie avec le numéro « 1 » écrit dessus. À deux mètres de distance écrivez le numéro « 2. » À trois mètres de distance écrivez le numéro « 3. ».
2. Préparez le tableau de conférence, mettez le modèle de la feuille des scores sur une page et la table de récompense sur une autre (exemples ci-dessous).
3. Pour motiver les participantes, présentez l'exercice comme une chance de gagner des prix et de prouver leur efficacité. Cependant, NE mentionnez PAS encore que le jeu est sur la prise de risque !
4. Expliquez le jeu comme suit :

- Vous participez à un concours de lancer de balle où vous pouvez gagner mais également perdre un prix. Vous (individuellement) aurez la chance de lancer une balle dans le seau. Il y aura trois tours.

### 1er tour : Lancer sans spectateurs

5. Demandez aux participantes de quitter la salle. Puis invitez les participantes à entrer dans la salle un par un pour faire trois tentatives (sans que les autres la regardent). Avant que la joueuse fasse ses tentatives, elle doit indiquer les distances de l'endroit où elle fera ses tentatives. La joueuse doit également indiquer le nombre de tentatives réussies qu'elle espère (1, 2, ou 3).
6. Inscrivez les résultats sur le tableau de conférence ou une feuille de papier (exemple de feuille des scores ci-dessous). Assurez-vous qu'il ne soit pas visible pour les participantes.

Nom	Distance choisie			Score		
	Essai 1	Essai 2	Essai 3	Essai 1	Essai 2	Essai 3
1.						
2.						
3.						
4.						
5.						

### 2ème tour : Lancer avec spectateurs

7. Réunissez les participantes dans la salle, et répétez le jeu avec chaque individu faisant une tentative, tandis que les autres participantes regardent. Comme dans le premier tour, chaque participante doit choisir la distance depuis laquelle elle aimerait tirer de. Inscrivez les résultats comme au premier tour.

Nom	Distance choisie	Score
1.		
2.		
3.		
4.		

### 3ème tour : Lancer pour gagner des prix

8. Annoncez que, dans ce tour les joueuses peuvent gagner des prix et auront une chance chacun de jouer. Donnez trois bonbons à chaque participante. Pour effectuer la tentative chaque joueuse doit payer en rendant un de ses trois bonbons. Ou, si la joueuse choisit de ne faire aucune tentative, elle peut garder son bonbon. Si le joueur ne réussit pas son lancer, elle perd son bonbon et ne reçoit pas de prix. Un lancé réussi sera récompensé par des prix (soit des bonbons ou des autres prix qui peuvent être appropriés, tels que des cahiers (les plus grands prix peuvent valoir plus de points de prix)). Plus on s'éloigne du seau, plus la récompense sera grande. Mettez la table de récompense suivante sur le tableau de conférence ou sur un projecteur (mais modifiez le pour faire ressortir les quantités appropriées) :

Distance du seau	Coûts [Bonbons]	Récompense [Points par prix de récompense]
1	3	3 points (bonbon)
2	3	4 points (par exemple élastique pour cheveux)
3	3	5 points (par exemple cahier)

9. Invitez celles qui le souhaitent à participer, avec les autres qui observent, et de notez les résultats comme dans le 2ème tour. Veillez à ce que les participantes paient avant chaque lancer, et n'oubliez pas de leur donner des prix par la suite.
10. Discutez des résultats en utilisant les questions principales suivantes :

- Quel tour vous a le plus plu ?
- Pourquoi avez-vous choisi une certaine distance dans les tours 1 et 2 ?
- Avez-vous été influencée par la présence des autres au 2ème tour ?
- Pourquoi certains participantes ont décidé de ne pas participer au 3ème tour ?

- Quelle était la différence du 3ème tour par rapport aux 1er et 2ème tours ? Vous êtes-vous senti plus à l'aise pour prendre des risques au 3ème tour après les deux premiers tours ?
- Pendant le 3ème tour est-ce que la récompense possible valait le risque ?
- S'il y avait eu des hommes dans le groupe, auraient-ils pris moins ou plus de risques ? Pourquoi pensez-vous cela ?
- Quelles sont les implications si votre commerce est en concurrence avec des commerces dirigés par des hommes ?
- Qu'avez-vous appris du jeu ? Pouvez-vous identifier les situations dans votre vie qui se rapportent à cet exercice ?

### Points récapitulatifs :

- Qu'est-ce que cela a à voir avec l'esprit d'entreprise ? Un entrepreneur évalue la situation, les possibilités, les risques et les avantages et décide ensuite si quelque chose en vaut la peine. Bien que tout le monde soit confronté à des situations comportant des risques à un moment ou à un autre, il convient de noter que le succès d'un entrepreneur dépend de sa capacité à prendre des risques calculés, modérés. Dans les affaires et dans la vie, il n'y a clairement aucun moyen d'éviter la prise de risque. Quand les entrepreneurs prennent des risques, ils découvrent leurs propres capacités et deviennent plus en mesure de contrôler leur propre avenir. Les entrepreneurs deviennent de plus en plus sûr d'eux et ont une attitude plus positive face à la prise de risques parce qu'ils ont foi en leurs propres capacités et acceptent les risques comme des défis, qui exigent leurs meilleurs efforts pour atteindre les objectifs.
- Les entrepreneurs prennent des risques calculés. Cela signifie qu'ils prennent des risques, après avoir pris en compte ou estimé la probabilité de succès ou d'échec. Ils aiment l'excitation du défi, mais ils ne jouent pas. Ils évitent les situations à haut risque, car ils veulent réussir. Ils aiment défis réalisables. Les entrepreneurs aiment prendre des risques réalistes parce qu'ils veulent réussir, mais ne sont pas téméraires.
- Comprendre comment et pourquoi il est particulièrement important pour les femmes de prendre des risques, car elles sont souvent réfractaires au risque, ce qui signifie qu'elles ont tendance à les éviter ! Les hommes sont probablement plus susceptibles de prendre des risques, mais cela ne signifie pas nécessairement qu'elles auront plus de succès. La prise de risque doit être calculée - bien planifiée et bien pensée.
- Les entrepreneurs trouvent une grande satisfaction lorsqu'ils accomplissent des tâches difficiles, mais réalistes en appliquant leurs propres compétences. Ainsi, les situations à faible risque et les situations à haut risque sont évitées parce que la satisfaction est peu probable dans les deux cas. En bref, l'entrepreneur aime avoir un défi difficile, mais réalisable.
- Bien que la prise de risque soit un style de comportement, la prise de risque calculée est une compétence qui peut être apprise et améliorée. Les entrepreneurs doivent évaluer leurs besoins avant de décider de prendre un risque.

- Certaines des questions à se poser avant de s'engager dans toute décision comprenant une prise de risque incluent :
  - L'objectif final vaut le risque encouru ?
  - Quels sont les principaux obstacles à la réalisation de l'objectif ?
- En résumé, un entrepreneur :
  - Prend des risques calculés ;
  - Évalue le rapport risque/rendement ;
  - Utilise des expériences précédentes pour estimer le risque ;
  - Agit indépendamment des autres. Il/elle prend ses propres décisions, mais peut également bénéficier de mentors et demander des conseils ou observer les autres.

## Exercice 1(b): Compétences de base en entrepreneuriat

1. Maintenant que les participantes se sont familiarisées avec la prise de risque, demandez-leur de suggérer d'autres caractéristiques entrepreneuriales qui sont importantes pour devenir une entrepreneuse prospère. Écrivez les suggestions sur le tableau de papier. Expliquez aux participantes qu'elles vont maintenant en apprendre davantage sur les « compétences de base » de l'entrepreneuriat, qui sont les caractéristiques ou les capacités qu'il est important d'adopter en tant qu'entrepreneuse à succès.
2. Réalisez une étude de cas des activités d'un entrepreneur. Un exemple est fourni après cet exercice. Demandez aux participantes de lire et de souligner les endroits où elles pensent que l'entrepreneur fait preuve d'une connaissance de base de l'entrepreneuriat.
3. Discutez de l'étude de cas avec tout le groupe en utilisant les questions suivantes :
  - Quelles compétences entrepreneuriales [Femme No 1] possède ? Et qu'est-ce que ces compétences impliquent ?
  - Quelles compétences entrepreneuriales [Femme No 1] doit-elle travailler ?
  - Pensez-vous que [Femme No 1] est un entrepreneur à succès ? Si elle ne l'est pas, pourquoi ? Si elle est, pourquoi ?
4. Lorsque chaque compétence est mentionnée, regardez si elle est déjà écrite sur le tableau de papier. Si non, ajoutez-la à la liste.
5. À la fin de la discussion, donnez aux participantes le tableau des compétences de base de l'« entrepreneur autonome » et projetez une diapositive montrant la même chose si possible.
6. Donnez la possibilité aux participantes de poser des questions si elles ne comprennent pas certaines des compétences.



Demandez à l'une des participantes d'être volontaire pour écrire les suggestions sur le tableau de conférence.

### Durée



### Niveau de difficulté



### Objectifs

- 1 Encourager les participantes à identifier les importantes caractéristiques entrepreneuriales personnelles
- 2 Discuter de la prédominance de ces compétences de base au sein du groupe

### Matériel

- 1 Tableau blanc et feutres, ou chevalet avec du papier et des feutres
- 2 Rétroprojecteur



**ADAPTEZ**

## EXEMPLE D'ÉTUDE DE CAS : [FEMME No 1] ET SON COMMERCE

[Femme No 1] est une entrepreneuse qui vend des foyers à [ville]. Avant de commencer cette activité, elle avait travaillé comme employée d'une boutique qui vendait des foyers. Elle a acquis une expérience dans la vente de ces produits, a étudié la situation actuelle du marché, puis a décidé de lancer sa propre entreprise. Elle a partagé sa décision avec les membres de sa famille et leur a demandé de lui prêter de l'argent comme un investissement initial. Ceci, combiné avec ses propres économies a suffi comme investissement initial pour démarrer l'commerce. Elle a sélectionné un emplacement commercial très approprié, avec un fort passage de nombreux clients potentiels. Elle a organisé sa boutique et travaille efficacement.

À part avoir pris un risque en quittant son emploi pour démarrer sa propre commerce, elle est confiante dans la gestion des clients et des fournisseurs. Elle est gaie, humble et c'est une travailleuse acharnée par nature. Cette attitude lui permet d'attirer des clients.

Elle met en avant son commerce en utilisant différentes méthodes de publicité, y compris en donnant sur sa carte de visite à de nombreuses personnes. [Femme No 1] croit en la planification avant de prendre toute décision concernant son entreprise. Elle se fixe un objectif clair et réaliste et prévoit d'atteindre cet objectif.

[Femme No 1] est également connue pour sa forte personnalité et une connaissance approfondie sur la qualité du foyer. Elle sélectionne les fournisseurs avec soin et leur conseille d'être très consciencieux dans leur travail en offrant de la qualité. Pour elle, des produits de qualité sont les résultats de l'utilisation des matériaux de qualité et des processus de qualité.

[Femme No 1] est généreuse avec l'argent, et s'attend à ce que les autres le soient également. Quand elle veut donner de l'argent aux membres de sa famille, elle prend simplement dans la caisse sans garder une trace de combien elle a pris. Elle ne se souvient pas combien de membres de sa famille lui ont donné pour démarrer l'commerce ou quel montant de ses propres économies elle a investi. Quand elle achète et vend des foyers, elle oublie souvent d'en garder une trace écrite.

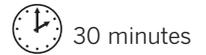


**ADAPTEZ**

Si des participantes ne savent pas lire, demandez à une ou deux participantes qui savent lire de lire à haute voix pour le reste du groupe.

## Exercice 1(c): Compétences de base en entrepreneuriat, avec genre

Durée



Niveau de difficulté



Objectives

① Évaluer la façon dont elles appliquent déjà les compétences de base dans leurs entreprises et identifier leurs faiblesses et comment la formation les aidera à développer ces compétences

② De discuter des liens entre l'esprit d'entreprise des compétences de base et de l'égalité

Matériel

① Tableau blanc et feutres, ou chevalet avec du papier et des feutres

② Rétroprojecteur

1. Demandez aux participantes de se diviser en petits groupes et passer en revue les compétences de base de l'esprit d'entreprise. Elles devraient discuter de la façon dont elles appliquent déjà ces compétences à leur entreprise.
2. Pour chaque compétence et de ses sous-composantes, elles doivent choisir un exemple de la façon dont quelqu'un de leur groupe l'applique à son entreprise. Si ce n'est pas possible, elles devraient donner des exemples d'autres entrepreneurs à succès qu'elles connaissent.
3. En groupe, passez en revue la liste des compétences et discutez des différents exemples que les groupes ont identifiés.
4. À la fin, calculez combien de ces exemples concernaient les femmes et combien concernaient les hommes.
5. Pour tous ceux qui concernaient les hommes, demandez-vous si cela pourrait également s'appliquer aux femmes ? Si nécessaire, assurez-vous que les participantes comprennent que les caractéristiques ne sont pas spécifiques au genre : les hommes et les femmes peuvent aussi les démontrer de façon égale. Les participantes peuvent confondre les compétences masculines et féminines avec les normes de genre, les rôles et les stéréotypes. Cet aspect sera exploré plus en détail dans le prochain exercice.
6. Demandez aux participantes s'il y a des compétences qu'elles ont des difficultés particulières à appliquer à leurs entreprises ou aux relations avec les clients.
7. Déterminez comment l'entreprise, l'autonomisation et la formation en leadership pourront les aider à développer les compétences qu'elles ont mentionnées comme étant des faiblesses.

# EXERCICE 2 : SEXE & GENRE



## Durée

 60 minutes

## Niveau de difficulté



## Objectifs

① Discuter de la différence entre sexe et genre

② Promouvoir l'idée que les rôles de genre ne sont pas fixes : ils peuvent être modifiés si les personnes sont prêtes à les changer

## Matériel

① Tableau blanc et feutres, ou chevalet avec du papier et feutres

② Cartes de couleur verte pour chaque participante et cartes de couleur jaune pour chaque participant

## COMPÉTENCE DE BASE : conscience cognitive

### Exercice 2(a) : Sexe & Genre

1. Demandez aux participantes de se diviser en petits groupes. Expliquez :

- Quand vous voyez un homme ou une femme, reconnaissez-vous la différence ? Écrivez trois choses qui aident à reconnaître la différence entre un homme et une femme.
- Maintenant, quel genre de responsabilités ont-ils chacun et quelles activités ont-ils ? Écrivez quelques responsabilités et activités de l'homme et de la femme.

2. Demandez à chaque groupe de partager ses réponses avec l'ensemble de la classe.

3. Demandez aux participantes si elles connaissent la différence entre le sexe et le genre. Servez-vous de leurs réponses pour expliquer :

- Les hommes et les femmes sont de sexe différent, ce qui signifie qu'ils sont biologiquement différents donc ils ne se ressemblent pas. Les caractéristiques biologiques d'être mâle ou femelle sont génétiquement déterminées et ne peuvent pas être modifiées.
- Le genre se réfère aux idées et aux attentes concernant les hommes et les femmes largement partagées. Le genre est une construction sociale, ce qui signifie que la société attache certaines attentes et certains rôles à chacun d'eux en fonction de leur sexe. Dans différentes sociétés, les hommes et les femmes ont des responsabilités différentes et font différentes activités.

4. Donnez à chaque participante deux cartes, une jaune et une verte (par exemple). Expliquez-leur que la couleur jaune représente « sexe » tandis que le vert correspond au « genre ».

5. Lisez à haute voix les déclarations ci-dessous, et demandez aux participantes de lever la couleur correspondant pour répondre si elles pensent que c'est un rôle biologique/lié au sexe (S) ou un rôle culturel/lié au genre (G).

6. Guidez-les dans une discussion sur les réponses pour chaque déclaration.

- Les femmes peuvent tomber enceinte. (S)
- Les femmes sont responsables de la famille et des enfants. (G)
- Les hommes ont les cheveux courts, les femmes ont les cheveux longs. (G)
- À [pays], de nombreuses femmes gagnent moins que les hommes. (G)
- Les femmes allaitent. (S)
- Les femmes sont souvent des commerçantes ou des comptables dans de nombreux pays, mais dans d'autres pays, ces emplois sont toujours occupés par des hommes. (G)
- Les hommes ont généralement une voix plus grave que les femmes, par exemple quand ils chantent ou font des discours publics. (S)

7. Discutez :

- Quelles sont les principales différences entre les hommes et les femmes ?
- Quelles sont celles qui sont liées à leur sexe (biologiques) et celles qui sont liées à leur genre (sociales/culturelles) ?

8. Terminez l'exercice avec les points clés suivants :

- Il existe des différences biologiques et sociales entre les hommes et les femmes. Le sexe fait référence aux différences biologiques entre les femmes et les hommes qui sont universelles et ne changent pas (elles sont génétiquement déterminées). Le genre se réfère aux différences et aux relations sociales entre les sexes qui sont apprises, les changements au fil du temps, et peut varier considérablement à l'intérieur et entre les sociétés.
- Il existe habituellement des valeurs de genre, des normes et des stéréotypes - des attentes de ce que les hommes et les femmes devraient être et de ce qu'ils sont capables de faire.
- Les rôles de genre sont appris et peuvent varier considérablement à l'intérieur et entre les cultures en fonction de facteurs socio-économiques, de l'âge, de l'éducation, de l'ethnicité et de la religion.
  - Chaque culture a des normes basées sur le genre concernant ce qu'est un comportement approprié et les activités considérées comme appropriées.
  - Les rôles de genre sont les différentes responsabilités des femmes et des hommes dans une culture ou un lieu donné, ou les différentes tâches que les femmes et les hommes assument.
- Les rôles de genre changent et peuvent changer rapidement, si les gens le veulent et/ou si leur situation change.



**ADAPTEZ**

Si tous les groupes veulent être des hommes ou des femmes, il serait judicieux de leur attribuer l'un ou l'autre genre afin d'avoir une certaine diversité.

## Exercice 2(b) : Discussion genre et entreprise

1. Demandez aux participantes de faire des groupes de trois. Expliquez :

- Imaginez que vous mettez en place une entreprise de foyers ou de combustible, en équipe. Chaque équipe doit choisir de mettre en place et d'organiser cette activité imaginaire en étant soit des femmes, soit des hommes.
- Quelle est l'activité de votre équipe ? Voulez-vous tous être des femmes ou des hommes ?
  - Souvenez-vous, chaque groupe choisit l'un des deux !
- Sélectionnez cinq points clés concernant les avantages d'exploiter votre entreprise selon le genre choisi.

2. Laissez un représentant de chaque groupe partager leurs raisons avec tout le monde.

3. Notez les points clés sous hommes/femmes sur un tableau de conférence ou un tableau blanc.

**Durée**



45 minutes

**Notation de difficulté**



**Objectifs**

① Identifier les questions de genre qui touchent les femmes et les hommes dans l'entreprise

② Créer une liste de stratégies pour aborder les questions de genre identifiés dans les entreprises

## Matériel

① Tableau blanc et feutres, ou chevalet avec papier et feutres

4. D'après les réponses de chacun des groupes établissez des similitudes et des différences. Demandez si toutes les activités sont applicables aux hommes et aux femmes.
5. Pour tout qui ne sont pas applicables aux deux genres, demandez au groupe :
  - Est-ce que ce n'est pas applicable en raison du genre (normes, rôles ou stéréotypes causant des contraintes) ou du sexe (contraintes physiques/biologiques) ?
  - Quelles sont les opportunités/contraintes créées ?
  - Quelles stratégies pourraient aider à surmonter des opportunités/contraintes ?
6. Concluez avec les points suivants :
  - Les hommes et les femmes peuvent réussir dans les affaires.
  - De nombreux avantages et défis peuvent s'appliquer à la fois aux hommes et aux femmes.
  - Là où il y a différentes opportunités/contraintes, il existe des stratégies qui peuvent vous aider à faire avec. Parfois, les contraintes sont liées au genre. Ces contraintes ne sont pas nécessairement définies dans la pierre.
  - Cette formation mettra l'accent sur les besoins et les possibilités spécifiques des femmes dans l'entreprise.
  - Remarque : Il peut être préférable d'assigner aux équipes d'être des hommes ou des femmes si tous les groupes veulent être un ou l'autre. Il est important d'avoir une certaine diversité dans les groupes étant des hommes ou des femmes.

### Discussion: Foyers, genre et entreprise

1. Demandez aux participantes :
  - Quelles sont réellement vos commerces de foyers ou de combustible ?
  - Les femmes et les hommes sont-ils souvent impliqués dans les entreprises en relation avec les foyers ou le combustible dans votre région ?
    - Quels types d'activités les femmes et les hommes effectuent-ils dans les entreprises de foyer ou de combustible ?
    - S'il y a des différences, pourquoi ?
  - Quels sont les avantages à être une femme dans une entreprise de foyer ou de combustible ?
2. Utilisez des exemples tirés de l'introduction du Manuel pour répéter aux femmes pourquoi elles sont particulièrement efficaces dans les commerces de foyers améliorés et de combustible (par exemple, les femmes, en tant que foyers, comprennent les besoins et les désirs des autres utilisatrices ; les femmes comprennent les besoins de leur famille et font attention à la santé des membres de leur famille ; et les femmes sont en mesure de bien communiquer à d'autres femmes, notamment en matière de produits ménagers et peuvent atteindre de nouveaux segments de consommateurs).



#### CONSEIL

Si vous avez déjà effectué un travail de groupe, demandez-leur de former des groupes différents et que d'autres personnes présentent au groupe cette fois-ci. Gardez une trace de celles qui ont présenté au groupe principal, de sorte à vous assurer que tout le monde participe.

# EXERCICE 3 : SECTION COMMERCE INTRODUCTION ET APERÇU

## COMPÉTENCE DE BASE : Établissement d'objectifs et réflexion stratégique



### Durée

 10 minutes

### Notation de difficulté



### Objectifs

- 1 Présenter les sujets liés aux entreprises qui seront couverts par la formation
- 2 Expliquer pourquoi ces sujets sont essentiels à la compréhension et à la création d'un business plan.

### Matériel

Aucun

1. Dites aux participantes qu'elles exploreront des concepts et des activités commerciales. Le but de la partie entreprise de la formation est de les aider à comprendre comment avoir et de faire croître une commerce prospère. La clé de l'exploitation d'un commerce en pleine croissance et du succès est d'avoir un business plan clair et complet. À la fin de la section, chaque participante créera un business plan. Demandez aux participantes s'ils savent ce qu'est un business plan et de quoi il est composé.

2. Inspirez-vous de leurs réponses pour expliquer ce qui suit :

- Un business plan est un document préparé par quelqu'un qui a l'intention de démarrer une entreprise ou qui est déjà en affaires. Il donne une description complète de l'entreprise et de ses objectifs pour une période de temps (par exemple, de un à cinq ans). Il permet de suivre les différents aspects qui font qu'une entreprise est prospère. Un business plan est comme une carte qui montre où l'entreprise tente d'y aller, et comment elle va y arriver.
- Nous allons explorer les quatre sections d'un business plan, y compris :
  - Plan marketing
  - Coûts et tarifications
  - Stratégie financière
  - Organisation et gestion
- Nous commencerons par une réflexion sur les objectifs et les modèles d'affaires, puis parcourrons chacune de ces sections, une à la fois. Nous allons également apprendre d'autres compétences le long du chemin qu'il est important que vous cultiviez lors du développement et de la croissance de votre commerce. Après avoir étudié chacune de ces quatre sections, nous allons revoir les business plans plus en détail.

3. Rappelez aux participantes qu'une fois leur business plan développé, elles étudieront une autre section de la formation qui met l'accent sur leur développement individuel et un plan d'action personnel. Expliquez-leur que la section suivante « autonomisation » les aidera à acquérir plus de confiance et de conscience pour faire croître les commerces qu'elles créent ou auxquelles ils participent.

# INTRODUCTION: MON MODÈLE ÉCONOMIQUE

## EXERCICE 1: AU MODÈLE ÉCONOMIQUE



### Durée

 30 minutes

### Niveau de difficulté



### Objectifs

1 Communiquer le concept de modèle économique et discuter les modèles économiques des participantes

### Matériel

1 Récapitulatif de business plan

2 Matériel d'écriture

**COMPÉTENCES DE BASE :** (1) Vision, (2) Définition d'objectifs et réflexion stratégique

### Exercice 1(a): Introduction au modèle économique

1. Pour commencer, expliquez aux participantes qu'elles réfléchiront à quelques faits de base de leurs entreprises ou de leurs futures entreprises en se basant sur leur modèle économique. Expliquez :

- Un modèle économique décrit les divers aspects, les approches et les valeurs que l'économie offre à un ou plusieurs segments de clientèle lorsqu'on lance ou gère un commerce.
- Un modèle économique est composé de quatre éléments clés :
  - Objectif du commerce : Objectifs que l'entreprise vise à atteindre à travers ses opérations. Cela comprend le but lucratif ainsi que les objectifs sociaux (par exemple, l'amélioration de la santé des utilisateurs de foyers, la protection de l'environnement en réduisant la consommation de combustible).
  - Produits/services : Ce qui sera vendu par le commerce, et comment le commerce les fabriquera ou se les procurera.
  - Demande : Le groupe cible (pour le(s) produit(s)/service(s)) et ses caractéristiques.
  - Modèle de livraison : Ventes et/ou distribution, collaborer avec d'autres entreprises ou personnes sur le marché.

2. Demandez aux participantes de répondre aux questions suivantes (discuter par groupe de deux) :

- Quel est l'objectif de mon commerce (profit) ? Quels sont mes objectifs sociaux ?
- Quel(s) est/sont le produit(s) ou service(s) que je vends ? Comment puis-je faire ou obtenir le(s) produit(s) ou service(s) ?
- Quel est mon groupe cible ?
- Comment puis-je (physiquement) vendre ou de distribuer mon(mes) produit(s) ou service(s) (par exemple, j'ai un stand sur un marché local) ?

3. Demandez à chaque participante de remplir son récapitulatif de business plan qui se trouve dans le dossier du participantes.



Les femmes peuvent avoir des buts et des objectifs globaux différents des hommes pour leurs commerces. Elles peuvent être à la recherche de quelque chose qu'elles peuvent faire depuis chez elles ou un petit magasin, ou de compléter les revenus d'autres activités, comme l'agriculture. *Diversifier les sources de revenu est une façon dont les gens gèrent le risque.*

# SUJET 1: MARKETING & SERVICE CLIENT

## EXERCICE 1 : INTRODUCTION AUX COMPÉTENCES EN MARKETING

**COMPÉTENCES DE BASE :** (1) Vision, (2) Établissement d'objectifs et réflexion stratégique



### Exercice 1(a): Introduction aux compétences en marketing

1. Expliquez aux participantes :

- Pour que votre commerce soit prospère, vous devez satisfaire les besoins et les désirs de vos clients. Comment pouvez-vous satisfaire les désirs et les besoins des clients et comment pouvez-vous les convaincre d'acheter vos produits à la place de ceux de vos concurrents ?
- Ce processus est ce que nous appelons le marketing : pour satisfaire les désirs et les besoins des clients afin qu'ils achètent vos produits/services.
- Rappelez-vous que l'une des choses les plus importantes pour un commerce est de vendre les produits. Ainsi, le client devient la personne la plus importante pour l'entreprise !
- Pour satisfaire les désirs et les besoins des clients, une entreprise devrait accorder une attention aux 5P. Ils vous aideront à être le meilleur vendeur d'un produit ou d'un service.

2. Demandez si l'un des participantes sait à quoi correspondent les 5P. Écrivez-leur signification sur le tableau.
3. Affichez le marketing mix 5P (ci-dessous) sur le rétroprojecteur, si possible.
4. Parcourez les points de résumé et les activités qui se trouvent sur les pages suivantes pour chacun des 5P, dans l'ordre où ils sont présentés.



#### Durée

 170 minutes  
(temps pour les activités inclus ; temps pour les activités en option non inclus)

#### Niveau de difficulté



#### Objectifs

- 1 Communiquer les éléments de base du marketing
- 2 Sensibiliser et discuter de l'importance de répondre aux demandes des clients

#### Matériel

- 1 Tableau blanc et feutres ou chevalet avec papier à dessin et feutres
- 2 Rétroprojecteur

## #1: PRODUIT

### 1. Expliquez :

- Le produit fait référence à ce que vous vendez, y compris toutes les caractéristiques, avantages et bénéfices dont vos clients peuvent profiter à l'achat de vos produits ou services.
- Lors de la commercialisation de votre produit, il est important de réfléchir sur les fonctionnalités clés et les avantages que vos clients veulent ou dont ils ont besoin. Rappelez-vous que si les clients n'aiment pas vos produits, ils ne les achèteront pas ! Il s'agit de vos clients et leurs préférences/besoins.
- En tant que vendeuse, vous devez croire en votre produit et le connaître. Vos premières ventes devraient être pour vous ! Ensuite, vous verrez les avantages de vos ventes.

### 2. Demandez aux participantes d'imaginer qu'elles sont allées dans un magasin qui vend des produits pour la cuisine (tels que des outils pour cuisiner). Demandez-leur ce qui fait d'eux un élément particulier dans le magasin. Écrivez leurs suggestions sur le tableau de conférence. Quand elles ont terminé, assurez-vous qu'elles ont inclus les aspects suivants :

- » Type de matériau/qualité
- » Emballage
- » Tailles
- » Couleur/conception/styles
- » Service à la clientèle (par exemple, si un article plus cher peut être réparé)
- » Avantages qu'il apporte (par exemple, un couteau plus tranchant facilite la coupe)

- C'est le client qui détient la clé d'une entreprise, il est donc important de réfléchir aux fonctionnalités clés et aux avantages souhaités par les clients ou par lesquels ils seraient attirés.
- Demandez aux participantes ce qu'elles trouvent attrayant sur leur foyer ou leur combustible. Il peut s'agir de l'apparence ou de quelque chose comme des avantages pour la santé et un gain de temps. Demandez-leur de partager avec un partenaire ce qui est attrayant sur leur produit.
- N'oubliez pas de dire à vos clients pourquoi votre produit peut satisfaire à leurs besoins et préférences. Lors de la commercialisation de votre produit, assurez-vous de mettre l'accent sur les aspects qui intéressent votre client. Par exemple, certains clients se soucient plus du gain de temps que l'apparence.



#### CONSEIL

Si vous travaillez avec les femmes qui produisent des foyers ou des combustibles, expliquez-leur qu'il est important de comprendre les besoins et les préférences des clients avant de fabriquer un produit. Les clients peuvent être en mesure de donner une idée de l'apparence ou de combustible du foyer, qui peut informer votre processus de conception.

## Activité (a) : Mon slogan relatif aux foyers

Durée



20 minutes

1. Demandez aux participantes de former des groupes de deux ou trois. Demandez à chaque groupe de concevoir un slogan court (pas plus de 20 mots) avec une photo pour commercialiser un produit relatif aux f. Ils peuvent soit utiliser le foyer qu'ils vendent déjà, ou vous pouvez leur fournir une photo d'un produit relatif aux foyers ou aux combustibles à promouvoir.
2. Lorsque les participantes ont créé leurs slogans, demandez à chaque group de leur partager.

**Qu'est-ce qu'un slogan ?** Une phrase courte et mémorable utilisé dans la publicité.



**CONSEIL**

Disposez les slogans sur le mur de la salle de classe, avec d'autres travaux réalisés au cours de la semaine.

## #2 : PERSONNE

1. Expliquez l'importance de comprendre votre client :

- Il est important de déterminer à qui vous vendez votre produit. Quel est votre groupe cible ? Par exemple, votre groupe cible peut être des femmes et des hommes, des filles et des garçons, de jeunes adultes, des adultes, des personnes âgées, des personnes avec différents niveaux de revenu, etc ; des magasins, des restaurants, des hôtels, etc. ; ou des clients avec peu d'argent, une quantité modérée d'argent, beaucoup d'argent, etc.
- Il peut être important de restreindre votre marché cible car cela vous permet de communiquer plus facilement avec les clients potentiels, et cela peut être plus économique/moins compliqué de servir une cible restreinte.

2. Demandez aux participantes de réfléchir a quel pourrait être le groupe cible pour leurs produits :

- Est-ce le bon groupe cible ? Le groupe cible est-il intéressé à acheter le produit ? Pourquoi sont-ils intéressés par le produit ?
- Il est important de savoir que plus vous apprenez de votre groupe cible, plus vous pouvez répondre à leurs véritables besoins, et plus grande sont les chances de succès.

3. Lorsque le groupe cible est déterminé, discutez des sujets suivants :

- Quelles sont les caractéristiques du groupe cible ? Quels sont les intérêts du groupe cible ?
- Quelle est l'expérience/l'opinion du groupe cible vis-à-vis des foyers ?
- Quel est le message que je veux communiquer au groupe cible ?

## Durée

 30 minutes



## Activité (b) : Marketing avec une perspective genre (Facultatif)

1. Demandez aux participantes de trouver un partenaire.
2. Choisissez trois exemples de produits (par exemple, brosse à cheveux, casserole, radio).
3. Expliquez aux participantes qu'on leur donnera le nom d'un produit et si le client potentiel est de sexe féminin ou masculin. Elles auront alors à convaincre leur partenaire, sur la base de cette caractéristique, d'acheter le produit.
4. Demandez à une participante de commencer.
5. Annoncez le nom du produit. Donnez-lui 30 secondes pour réfléchir et 30 secondes pour convaincre de son partenaire.
6. Demandez aux partenaires changer, de sorte que celle qui convainc devienne la cliente potentiel, et vice versa.
7. Répétez l'opération pour les trois produits, en changeant le genre afin que chaque participante en fasse au moins un pour les hommes et un pour les femmes.

### Discutez :

- Le même produit a-t-il été promu différemment pour un homme que pour une femme ?
- Les hommes et les femmes ont des besoins et des préférences différents. Ils peuvent aimer le même produit pour des raisons différentes. Il est important d'être conscient de ces préférences et de savoir à qui vous commercialisez un produit.



Exécutez cet exercice comme un jeu. Utilisez une horloge ou un chronomètre et informez tout le monde que lorsque vous aurez compté jusqu'à trois, ils ont trente secondes pour réfléchir à leur cas. Ensuite, utilisez une minuterie pour leur laisser trente secondes pour convaincre leur partenaire.

## Durée

 20 minutes

## Activité (c) : Marketing avec une perspective genre

1. Demandez à chaque participante de passer cinq minutes à réfléchir à son produit de foyer et de créer deux listes. Une liste devrait être les avantages du produit que les femmes apprécient, et l'autre doit dresser les avantages du produit qui plaisent aux hommes.
2. Demandez aux participantes de trouver un partenaire et de partager.

### Debriefing

3. Demandez aux participantes de partager avec le groupe des avantages que les hommes préfèrent et de ceux que les femmes préfèrent.
4. Demandez aux participantes de classer les avantages énumérés ci-dessous par ordre d'importance pour les femmes; faites la même chose pour les hommes : Confort ; temps ; argent ; sécurité.

### #3: PRIX

1. Expliquez :

- La tarification correcte des produits est essentielle. Si les prix sont trop bas, vous ne ferez pas de bénéfice, s'ils sont trop élevés les clients peuvent ne pas vouloir acheter. Si les prix sont élevés et vous ne pouvez pas changer le prix, il existe des stratégies pour rendre l'achat encore possible pour vos clients.
- Nous allons explorer plus en détail la tarification et les bénéfices plus tard dans la formation. L'exercice sur la tarification explorera plus en profondeur l'importance de la tarification et les différentes méthodes de tarification.

2. Demandez au groupe à combien elles vendent leurs produits actuellement. Combien de produits vendent-elles chaque mois ? Savent-elles combien d'argent elles peuvent garder pour elles après avoir payé les frais ?

3. Demandez au groupe, quel que soit le prix normal auquel ils vendent un produit ou un service, par quels autres moyens peuvent-ils attirer les clients avec le prix. Utilisez leurs réponses pour commencer à expliquer les rabais, les offres spéciales, et les conditions de paiement favorables :

- Rabais : Les clients peuvent être attirés en offrant des rabais. Par exemple :
  - Rabais pour paiement comptant : les clients qui paient comptant paient un prix inférieur à ceux qui achètent à crédit (prêt).
  - Rabais pour groupe : les clients faisant partie d'un groupe qui paient en espèces pour un certain nombre de produits à payer paient un prix plus bas.
  - Rabais de quantité : les clients qui achètent en vrac payent moins cher par unité.
- Offres spéciales : Les clients peuvent être attirés par des offres spéciales, en particulier si elles seront bientôt indisponibles. Jouez avec le temps ici, comme proposant une offre « à durée limitée ». Par exemple :
  - Si vous achetez un poêle de cuisson d'ici la semaine prochaine, vous obtiendrez la valeur d'une semaine de combustible gratuitement !
- Conditions de paiement favorables : Les clients peuvent également être attirés d'acheter chez vous s'ils peuvent payer en plusieurs versements. Cependant, soyez prudente lors de la vente à crédit ! Essayez de vous limiter autant que possible aux clients dignes de confiance. Aider les consommateurs à avoir accès à des produits financiers sera étudié en détail plus loin, avec plus d'options et des exemples.

4. Assurez-vous que les participantes comprennent que l'objectif n'est pas nécessairement d'avoir le prix le plus bas. Les produits relatifs aux foyers peuvent être coûteux, mais ils ont aussi une grande valeur à long terme en efficacité, épargne et sécurité.

### #4: PLACE

1. Expliquez :

- Le troisième élément de marketing est la « place » où vous vendez vos produits - en gros, comment vous rendez les produits disponibles à des clients potentiels.

- L'emplacement principal de votre commerce n'est peut-être pas toujours très accessible pour les clients/votre marché cible. Par exemple, si vous fabriquez des foyers, vous pouvez le faire à votre domicile, qui est à proximité d'une source d'argile. Mais cela peut ne pas être un bon endroit pour les clients pour venir les voir et les acheter. Dans ce cas, vous devrez penser à un endroit où vous pouvez prendre les foyers afin que les clients les voient – peut être sur un marché à proximité chaque semaine. Si vous vendez des produits aux femmes en particulier, où achètent-elles leurs produits et quand ?
- Il est également possible de distribuer les produits aux clients par l'intermédiaire d'autres personnes ou de détaillants. Par exemple, vous pouvez vendre à d'autres femmes ou hommes qui, à leur tour, vendent à des utilisateurs finaux.

2. Demandez aux participantes où leurs commerces se trouvent actuellement et quels sont les avantages et les inconvénients de ces endroits. Demandez-leur comment ils pourraient rendre leurs produits plus accessibles à leurs clients.



**CONSEIL**

Alors que vous parcourez les 5P, il y a beaucoup d'informations à donner aux participantes, alors essayez de rendre cette section aussi interactive et visuelle que possible. Pensez à utiliser un rétroprojecteur pour montrer des photos de différents foyers ou les endroits où les foyers sont vendus, et demandez aux participantes de discuter s'ils représentent un bon exemple de commercialisation ou non, et pourquoi.

## #5: PROMOTION

1. Demandez aux participantes de définir ce qu'est la promotion. Inspirez-vous de leurs suggestions pour expliquer la promotion :

- Ce « P » est souvent négligé par les entrepreneurs, car ils pensent que la promotion se fait uniquement par de grandes entreprises. Cependant, toute entreprise peut utiliser la promotion afin d'attirer les clients !
- Afin de vendre vos produits, vous devriez promouvoir vos produits et votre entreprise. Si les clients ne vous connaissent pas et ne savent pas ce que vous vendez, ils n'achèteront pas !
- La promotion signifie communiquer des informations sur votre propre entreprise à vos clients afin de les persuader d'acheter vos produits/services relatifs aux foyers ou aux combustibles.
- *Caractéristiques vs Avantages* : Expliquez aux participantes que dans la promotion, ils peuvent se concentrer sur un avantage ou une caractéristique d'un produit. Une caractéristique est une déclaration factuelle sur le produit. Par exemple, un foyer efficace utilise moins de combustible. Un avantage d'un produit répond à la question, « Qu'est-ce qu'il y a de bien pour moi si je achète ce produit ? » Par exemple, un foyer efficace économise du temps et est pratique. Les stratégies de promotion sont plus efficaces quand ils se concentrent sur l'avantage du produit pour attirer le client. Une fois que le client est intéressé, les avantages des produits peuvent aider à compléter la vente.

2. Demandez aux participantes quels renseignements un homme d'affaires doit communiquer aux clients ? Écrivez leurs réponses sur le tableau de conférence. Quand elles ont terminé, leur communiquer tout qu'elles n'ont pas relevé :

<i>Info sur l'entreprise</i>	<i>Info sur le produit</i>	<i>Info pour attirer les clients</i>
Nom	Type de foyer ou de combustible	Raisons pour lesquelles ils devraient acheter vos produits (par exemple, la qualité, la garantie, l'efficacité, le service après-vente)
Emplacement	Prix	
Heures d'ouverture	Qualité	

3. Demandez aux participantes comment un homme d'affaires peut parler aux clients des produits/services ? Les réponses devraient inclure :

- » Bouche à oreille
- » Publicité dans un journal
- » Parler/vente sur le marché
- » Enseignes
- » Publicités à la radio/TV
- » Affiches
- » Annonces par affiches
- » Lettres, dépliants, brochures
- » Stand sur le marché local
- » Présentation au groupe de l'église, un groupe d'épargne, etc

- La vente de votre produit par un groupe de femmes ou un groupe d'épargne est un excellent moyen de promouvoir et de vendre des produits. Vous connaissez les membres de ces groupes et serez peut-être plus à l'aise de leur vendre vos produits. Ils peuvent aussi payer collectivement pour les produits relatifs aux foyers ou aux combustibles.
- En outre, le bouche à oreille est souvent une méthode solide à utiliser. C'est parce que les gens achètent des produits auxquels ils peuvent faire confiance, en particulier dans les zones rurales et péri-urbaines. Si une recommandation pour un produit vient de quelqu'un à qui ils font déjà confiance ou qu'ils respectent, ils auront naturellement une tendance à faire confiance au produit et voudront l'acheter.



**GUIDE DES  
RESSOURCES  
POUR DE  
MEILLEURES  
PRATIQUES**

### Activité (d) : Faire la promotion de votre produit de foyer (Facultatif)

**Durée**



45 minutes

1. Demandez aux participantes comment elles devraient promouvoir leur produit :

- **Coûts** : Combien pouvez-vous vous permettre pour promouvoir leur produit (par exemple, mettre une annonce dans un journal peut-être trop cher pour une petite entreprise) ?
- **Objectifs** : Quel message voulez-vous communiquer à vos clients (par exemple, si vous voulez communiquer sur la qualité et la conception des articles, alors il est préférable de faire une affiche au lieu de faire de la publicité à la radio) ?

- **Groupe cible** : À qui voulez-vous communiquer votre message (par exemple, si les clients vivent dans une certaine zone de votre ville, une publicité à la radio nationale ne pourrait pas atteindre le bon groupe cible (en plus d'être coûteux)) ?
- **Motivation** : Comment pouvez-vous faire en sorte que les clients existants attirent et apportent de nouveaux clients ? Pensez à offrir une commission aux clients qui donnent votre nom à de nouveaux clients, un rabais sur les achats futurs, ou d'autres produits, etc.

2. Divisez les participantes en petits groupes et demandez-leur de créer un plan pour promouvoir les foyers améliorés. Vous voudrez peut-être leur donner une étude de cas pour discuter (un exemple est donné ci-dessous). Demandez-leur de penser à :

- Comment la femme entrepreneuse de l'étude de cas d'affaires a-t-elle fait la promotion de son foyer ? A-t-elle discuté des avantages ou des caractéristiques du produit ? Facultatif : A-t-elle inclus les techniques à la fois au-dessus de la ligne et au-dessous ?
- Sur quelles informations s'est-elle concentrée, et comment les a-t-elle communiquées ?
- Quelles autres informations aurait-elle pu mentionner ?
- Par quels autres moyens aurait-elle pu communiquer des informations sur ses foyers ?
- Feriez-vous la même chose pour promouvoir vos foyers ? Quelles informations voudriez-vous donner à vos clients, et quelles méthodes choisiriez-vous ?



**ADAPTEZ**

## EXEMPLE D'ÉTUDE DE CAS POUR LA PROMOTION

[Femme No 1] veut promouvoir ses foyers améliorés [nom du foyer] à [ville]. Il n'y a pas d'autres foyers améliorés dans la ville, donc les habitants n'en savent pas beaucoup sur les foyers. [Femme No 1] loue un stand de marché tous les samedis dans la ville. Elle apporte un [nom du foyer] et met en place le foyer à trois pierres traditionnel. Elle commence alors à faire bouillir un repas de [maïs/riz]. Elle allume les deux poêles avec du bois de feu et faire cuire [plat] séparément sur chaque foyer.

Elle s'écrie : « Regardez, en utilisant le [nom de foyer], deux morceaux de bois brûlent pendant plus de trois heures et peuvent cuire [plat]. Pour faire cuire la même quantité il a fallu plus de bois - dix morceaux - en utilisant le foyer traditionnel ! Le foyer amélioré est plus économique que le traditionnel foyer à trois pierres car il économise du combustible et vous fait économiser de l'argent. Et regardez, il y a moins de fumée qui sort du foyer [nom du foyer] ! C'est mieux pour votre santé et celle de vos enfants. »

Après la démonstration, plusieurs observateurs s'intéressent au foyer [nom du foyer] et posent des questions. [Femme No 1] vend cinq foyers après avoir fait la démonstration.

## Exercice 1(b): Conclusion des compétences en marketing

Durée



30 minutes

Niveau de difficulté



Objectifs

- 1 Communiquer les éléments de base du marketing
- 2 Sensibiliser à et discuter de l'importance de répondre aux demandes des clients

Matériel

- 1 Feuilles de stratégie marketing dans le kit des participantes

1. Debriefing : Expliquez ce qui suit et reportez-vous à l'illustration des 5P (en première partie de l'exercice) :

- Les 5P sont tous interdépendants. Ils peuvent être considérés comme des parties d'un gâteau : si une partie est grande, alors les autres seront plus petits, mais ensemble, ils forment toujours un gâteau.
- Si vous voulez que les clients achètent votre produit, alors vous devriez vérifier que vous avez utilisé les 5P. Exemple :
  - Si de la qualité de votre produit est très bon, alors votre prix peut également être élevé.
  - Si l'emplacement de votre entreprise est loin des clients, alors vous devez faire plus d'efforts pour attirer vos clients (par exemple, par la promotion).

2. Révisez en demandant aux participantes comment les rôles de genre peuvent affecter les éléments de la stratégie marketing. Quels inconvénients les femmes sont-elles susceptibles de rencontrer par rapport aux hommes ? Quels avantages ont les femmes ? Comment les femmes entrepreneurs peuvent-elles surmonter ces obstacles et de tirer le meilleur parti de leurs avantages ?
3. Demandez aux participantes de remplir la feuille de stratégie marketing de la section du business plan dans le dossier du participant, de façon aussi complète que possible.
4. Demandez à deux-trois bénévoles de partager leur stratégie marketing avec le groupe.
5. Concluez que c'est le vendeur/l'entrepreneur qui réussit à créer le « parfait » de marketing mix (ce qui signifie le bon produit, avec le bon prix, au bon endroit, et soutenu par la bonne promotion au bon moment) qui aura plus de succès que ses concurrents.



CONSEIL

S'il y a des autres personnes externes disponibles (par exemple, vos collègues, personnel de l'hôtel) leur demander de venir se joindre à l'exercice comme des clients potentiels et de donner leur avis sur les techniques de marketing.



ADAPTEZ

S'il est possible pour les participantes d'apporter un des produits qu'elles fabriquent/vendent (par exemple, revêtement de foyer, foyer, sac de briquettes) demandez-leur de faire cet exercice avec leurs propres produits. Alternativement, vous pourriez leur fournir à chacune un type de produit en relation avec l'énergie.

## 1 MARKETING 5Ps – EXEMPLE DE RÉSUMÉ POUR PARTICIPANTS

### PRODUIT



Un bon foyer répond aux besoins et aux désirs de vos clients. Souvenez-vous de mentionner les avantages suivants à vos clients lorsque vous vendez un foyer:

- » Qualité
- » Attractivité
- » Conception
- » Faites la distinction entre les foyers traditionnels et les autres produits/services
- » Combinaison avec combustible (cas échéant)
- » Avantages par rapport aux foyers traditionnels
- » Garantie

### Questions clés:

- » Est-ce que mes produits/services relatifs au foyer et au combustible sont différents des autres produits sur le marché? Si oui, à quel point ?
- » Qu'est ce qui rend mes produits/services concernant les foyers et les combustibles attrayants aux yeux de mes clients cibles.

### PERSONNES



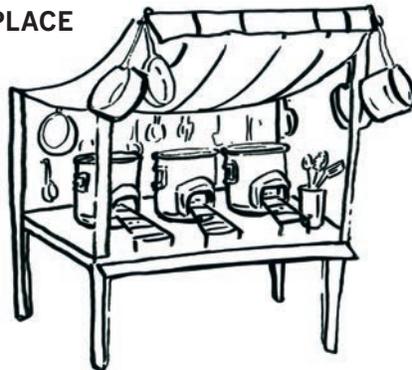
Il est important de déterminer votre groupe de clients cible. Une fois que c'est fait, gardez à l'esprit leurs:

- » Particularités
- » Intérêts
- » Expériences/avis en relation avec votre produit/service

### Questions clés:

- » Qui est/sont mon/mes groupe(s) cible(s) (par exemple, les enfants, les jeunes adultes, les adultes, les personnes âgées, les personnes riches, les pauvres, etc.; les magasins, les restaurants, les hôtels, etc; les clients avec peu d'argent, de l'argent en quantité modérée, beaucoup d'argent, etc.) ?
- » Quelles sont les particularités de mon/mes groupe(s) cible(s) ?
- » Pourquoi mon/mes groupe(s) cible(s) souhaite acheter mon produit ?
- » Peuvent-ils avoir accès à et s'offrir mon produit ?
- » Quels sont les avantages à mettre en avant auprès des hommes ? Quels sont les avantages à mettre en avant auprès des femmes?

### PLACE



Assurez-vous que vos produits soient accessibles pour vos clients. Gardez à l'esprit:

- » Un bon emplacement pour un commerce est un bon emplacement auquel les clients peuvent accéder facilement, propre, sécurisé, attrayant, bien visible, et ouvert à des heures régulières et pratiques
- » Une bonne présentation des produits
- » Trouver la meilleure façon de distribuer votre produit

**Questions clés:**

- » Mes clients peuvent-ils facilement accéder à mes produits pour les acheter ?
- » Les clients peuvent-ils facilement trouver mon commerce ?
- » L'endroit est-il approprié à mes besoins professionnels (par exemple, pour la fabrication/le stockage/la présentation des produits) ?

**PRIX**

Pensez à la façon de rendre le produit financièrement attractif et abordable pour vos clients. Certaines stratégies comprennent :

- » Des réductions
- » Des offres spéciales d'une durée limitée
- » Des conditions de paiement favorables (comme les plans de versements échelonnés par exemple)

**Questions clés :**

- » Est-ce que je sais combien les clients seront en mesure de payer pour mes produits/services ?
- » Quel genre de plan de crédit à la consommation puis-je offrir ?
- » Quel type de risque cela implique-t-il (pour moi, pour mes clients) ?
- » Est-il logistiquement possible d'offrir un financement à mes clients ?
- » Que puis-je faire pour réduire le risque pour moi-même ?

**PROMOTION**

La promotion est l'ensemble des activités mise en œuvre pour attirer les clients à acheter vos produits ou services, par exemple :

- » Emballage
- » Visites à des clients potentiels
- » Panneau d'affichage
- » Campagnes promotionnelles
- » Publicité
- » Techniques de vente
- » Bouche à oreille

**Questions clés :**

- » Dois-je utiliser des moyens pour promouvoir mes produits/services en relation avec le foyer et le combustible ? / Si oui, de quelle façon ?
- » Quels ont été les moyens les plus fructueux mis en œuvre pour promouvoir mes foyers ?
- » Quels autres moyens pourrais-je essayer pour promouvoir mon produit ?

# EXERCICE 2 : SERVICE CLIENT



## Durée

 45 minutes

## Niveau de difficulté



## Objectifs

- 1 Présenter les éléments importants du service client
  - 2 Sensibiliser et discuter de l'importance de répondre aux demandes des clients
  - 3 Brainstorming supplémentaire « à faire et à ne pas faire. »
- ## Matériel
- 1 Tableau blanc et feutres, ou chevalet avec du papier à dessin et des feutres dessin
  - 2 Rétroprojecteur

## COMPÉTENCE DE BASE : Service client

1. Expliquez aux participantes qu'il est important de bien traiter les clients parce que ceux qui vous aiment vous et votre produit peuvent aider à le promouvoir par le bouche à oreille auprès de leurs voisins et amis.
2. Donnez aux participantes une étude de cas écrite des impacts de soins apportés à la clientèle pauvre. (Un exemple est fourni à la page 35).
3. Demandez aux participantes de la lire (individuellement ou en groupe) et de réfléchir aux erreurs de l'entrepreneur. Discutez de l'étude de cas avec l'ensemble du groupe en utilisant les questions suivantes :
  - Quelle leçon apprenons-nous de [Femme No 1] ?
  - Quels conseils donneriez-vous à [Femme No 1] ?
  - Si vous étiez dans la position de [Femme No 1] que feriez-vous pour soutenir l'entreprise ?
4. Pour la dernière question, laissez les participantes dire les choses à faire et à ne pas faire et écrire-lez sur le tableau de conférence.
5. Regardez les listes ci-dessous et vérifiez ceux que les participantes ont mentionnés. Donnez des indices pour les aider à obtenir la liste complète (par exemple, que devez-vous faire quand quelqu'un entre dans votre magasin ?)

### À faire

- » Accueillez toujours vos clients et demandez-leur : « Comment puis-je vous aider ? »
- » Apprenez à être un bon auditeur ; écoutez avec compréhension.
- » Soyez courtois avec tous les clients – servez-les avec un sourire.
- » Si vous ne comprenez pas, demandez au client de répéter.
- » Portez une attention particulière à vos clients.
- » Permettez à vos clients d'être libres d'essayer les produits qu'ils veulent acheter.
- » Accueillez les objections des clients pendant le processus de vente, et répondez-y soigneusement.
- » Parlez moins, et montrez plus.
- » Habillez-vous bien et de manière professionnelle.
- » Essayez toujours d'être patient, car certains clients sont lents à prendre des décisions.
- » Tout en servant vos clients, n'oubliez pas d'accueillir et saluer les nouveaux clients arrivent.
- » Offrez de l'aide et des services gratuits (par exemple, des contrôles de maintenance) à vos clients.
- » Renseignez les clients sur la façon de tirer le meilleur parti de leur foyer, comment l'utiliser correctement pour réaliser des économies maximales de combustible, et comment s'en occuper.
- » Remerciez vos clients d'être venus dans votre entreprise, même s'ils n'achètent pas
- » Soyez prêt à remplacer un produit défectueux si un client a des problèmes avec un foyer que vous leur avez vendu.

### À ne pas faire

- » Ne vous disputez pas avec vos clients.
- » Ne semez pas la confusion chez vos clients en leur présentant trop de produits.
- » Ne forcez jamais un client à acheter ce dont il/elle n'a pas besoin.
- » N'abandonnez quand les clients refusent vos prix. Au lieu de cela, montrez-leur les avantages de vos produits/services.
- » Ne buvez, fumez, mangez pas tout en servant vos clients. Donnez-leur toute votre attention.

6. *(Exercice facultatif de service à la clientèle et de volonté)* : Demandez aux participantes de compléter la page qui se trouve dans le dossier du participant en dessinant ce qu'ils feraient face à deux scénarios différents.

### 7. Points récapitulatifs

- Le service à la clientèle est la façon dont vous traitez vos clients et comment ils, à leur tour, nouent des relations avec vous et votre commerce. Un commerce ne peut se développer que si le chef d'entreprise est axé sur la satisfaction des besoins/désirs des clients.
- Vendre un produit nécessite le développement et le maintien de relations avec les clients. Il est important que vous appreniez ce qui est important pour le client afin de répondre à ses besoins.
- Votre survie en affaires dépendra du fait que vos clients partagent des commentaires positifs au sujet de vos produits et les entreprises avec les autres. Pour ce faire, il est important de prendre en considération les points suivants :
  - Les produits que vous proposez doivent être liés aux désirs et besoins des clients (par exemple, conception, qualité, quantité, formes, couleurs, tailles et prix).
  - Si vous avez des employés, ils doivent avoir une attitude positive et avoir envie de satisfaire les clients. Les clients doivent avoir la garantie que votre entreprise a les compétences nécessaires pour faire un travail professionnel.
- Vos politiques et règles commerciales doivent être comprises et respectées par les employés (par exemple, l'achat, la livraison, le stockage). Élaborez des règles de service client avec votre personnel et veillez à ce qu'ils s'y réfèrent régulièrement, même lorsque vous n'êtes pas là.
- Vos clients, féminins et masculins, devraient sentir qu'ils sont traités de manière égale par votre entreprise.
- Vous pouvez offrir des facilités de soutien tels que le crédit et la location-vente si vous pouvez vous le permettre, mais seulement si cela ne met pas en péril votre entreprise.
- Faites un effort pour expliquer et répondre à toutes les questions soulevées par le client. Cela créera la confiance envers vos produits.
- Offrez un bon service client en ayant une attitude agréable et de la personnalité.
- Gardez une réputation d'entreprise solide dans vos relations d'affaires, par exemple, en étant rarement en rupture de stock pour votre produit(s)/service (s).

Terminez en montrant les dessins sur le service client sur le rétroprojecteur ou imprimé, illustrant l'importance du bouche à oreille :

### Client satisfait et bouche à oreille



Miranda/Henriette-2015

### Client insatisfait et bouche à oreille



## EXEMPLE D'ÉTUDE DE CAS RELATIF AU SERVICE CLIENT

À [Ville No 1] il y avait un magasin appelé [nom du magasin] qui vendait des foyers. Lorsque le magasin a ouvert ses portes en 2005, beaucoup de foyers ont été vendus et les affaires étaient bonnes.

Toutefois, le propriétaire du magasin, [Femme No 1], a eu un problème. Elle a fait une énorme erreur en pensant que les clients venaient pour acheter ses produits, peu importe comment elle les traitait. [Femme No 1] ne traitait pas très bien ses clients et ne pensait pas que sa responsabilité était de commercialiser et de vendre ses foyers. En conséquence, de nombreux clients se sont plaints de l'attitude de la propriétaire à leur égard.

Par exemple, un jour un client est venu au magasin de [Femme No 1] à la recherche d'un foyer de cuisson. Dans le magasin le client a pris du temps pour choisir lequel acheter. [Femme No 1], impatiente a demandé au client : « vous êtes un acheteur ou un voleur ? »

En 2010 l'entreprise de [Femme No 1] a commencé à s'effondrer en raison d'une diminution des clients et des ventes. En outre, pendant ce temps un nombre croissant de magasins ont commencé à vendre des produits similaires à [Ville No 1], et s'occupaient bien de leurs clients. Au lieu de chercher à savoir pourquoi les clients ne venaient plus dans son magasin, [Femme No 1] s'est juste plainte qu'elle avait été ensorcelée par ses concurrents.

En 2011, [Femme No 1] réalisa il n'y avait plus assez de clients qui achetaient ses foyers, et quelque chose devait changer. Elle décida de commencer à vendre également des lanternes solaires ainsi. Elle a pris un prêt à la banque afin d'acheter le nouveau stock. L'entreprise n'allait toujours pas bien, et de nombreux clients continuaient de se plaindre du mauvais comportement de [Femme No 1] et du service à la clientèle défaillant.

En 2012, [nom du magasin] fut fermé par la banque parce qu'elle avait omis de rembourser son prêt. La banque confisqua les produits restants pour compenser le montant [Femme No 1] était censée rembourser. Voilà comment [Femme No 1] disparu du le monde des affaires.



**ADAPTEZ**

# EXERCICE 3 : SERVICE APRÈS-VENTE



## Durée

 30 minutes

## Niveau de difficulté



## Objectif

1 Discuter des besoins de service après-vente et mettre en pratique une stratégie d'après-vente efficace.

## Matériel

1 Tableau blanc et des feutres, pour chevalet avec papier à dessin et feutres

2 Rétroprojecteur



GUIDE DES  
RESSOURCES  
POUR DE  
MEILLEURES  
PRATIQUES

**COMPÉTENCES DE BASE :** (1) Service à la clientèle, (2) Recherche d'information, (3) Favoriser des relations positives

1. Demandez aux participantes : Pourquoi pensez-vous qu'il est important d'offrir un service pour les clients après la vente d'un produit (comme des contrôles et des travaux de maintenance) ? Inspirez-vous des réponses des participantes et expliquez ce qui suit :

- Il est important de vous assurer que vos clients aiment votre produit ! Les clients parleront souvent avec leurs voisins et amis des nouveaux produits, ce qui est un excellent moyen pour aider à commercialiser et promouvoir votre commerce, et c'est gratuit ! D'autre part, s'ils n'aiment pas le produit ou ne sont pas en mesure de l'utiliser correctement, ils peuvent propager de mauvaises informations sur vous et/ou votre produit, ce qui rend difficile pour un entrepreneur de vendre à d'autres clients potentiels de la région.
- S'il y a un bon service après-vente, les clients peuvent aussi être plus disposés à acheter votre produit, parce qu'ils ont confiance en vous comme vendeur.

2. Demandez aux participantes d'énumérer certaines façons dont elles peuvent fournir un service après-vente. Après avoir discuté des façons de fournir un service après-vente, incluez les suivantes :

- **Vos coordonnées :** Lorsque vous faites une vente, donnez aux clients le numéro de votre téléphone portable, et dites-leur qu'ils peuvent vous appeler s'ils ont des questions sur l'utilisation ou des problèmes de maintenance. Vous pouvez leur donner des conseils par téléphone sur la façon de réparer leur produit, ou si c'est gérable, vous pouvez vous rendre chez eux pour tenter de réparer le produit.
- **Leurs coordonnées :** Demandez également les coordonnées de votre client, y compris son numéro de téléphone portable. Vous pouvez aller à leur rencontre tous les deux mois et demander s'ils ont des problèmes ou des questions.
- **Garanties :** Demandez à l'entreprise chez laquelle vous vous fournissez en produits ou avec laquelle vous travaillez s'ils offrent des garanties. Une garantie assure que si le produit est cassé, la société réparera ou remplacera gratuitement. S'ils ont des garanties, obtenez les détails de la société, et de veillez à ce que les clients sachent qu'ils ont cette garantie.

3. Demandez aux participantes quels pourraient être les défis pour offrir un service après-vente (par exemple, pas le temps ou les ressources, ou ne pas avoir un téléphone mobile).
4. Demandez aux participantes de réfléchir à certaines solutions. Terminez en insistant à nouveau sur l'importance du service à la clientèle et le service après-vente. Expliquez comment le service après-vente est du temps bien dépensé en examinant les avantages d'avoir des clients satisfaits.



### IMPORTANT

Assurez-vous que les participantes savent que donner des conseils et pourvoir au remplacement ou à la réparation des produits défectueux a un coût ! Ceci doit être pris en compte lors de l'estimation des frais généraux de l'entreprise si le participante a ou prévoit d'avoir un service après-vente.

# SUJET 2 : COÛTS ET TARIFICATIONS

## EXERCICE 1 : CALCUL DES COÛTS

### COMPÉTENCES DE BASE : (1) Planification systématique, (2) Prise de décision

1. Demandez aux participantes si elles savent combien d'argent elles ramènent à leur famille chaque mois comme résultat de leur commerce ? Savent-elles combien d'argent elles ramènent à la maison par produit ?

- Si non, discutez de l'importance de le savoir afin de déterminer le juste prix du produit à la fois pour l'entrepreneur et le client. Le prix peut être juste pour le client, mais si l'entrepreneur ne se fait pas assez d'argent sur chaque produit, il sera difficile pour lui d'acheter un stock supplémentaire et de vendre des produits supplémentaires.
- Les avantages supplémentaires de fixer correctement le prix du foyer (basé sur le coût) incluent avoir des fonds supplémentaires pour développer ou améliorer votre entreprise et d'éviter de vous retrouver dans des situations où vous avez des clients mais pas de produits pour les vendre.

2. Demandez aux participantes de réfléchir à ce qu'elles dépensent pour produire/vendre leur produit (Si les participantes ne travaillent pas actuellement dans un commerce particulier, demandez-leur d'imaginer un magasin vendant des articles ménagers).

- Quels coûts restent les mêmes ou similaires, peu importe combien vous vendez ?
- Quels coûts fluctuent en parallèle avec le nombre des ventes ?

3. Au fur et à mesure qu'elles font des suggestions, écrivez-les sur un tableau de conférence (mettez les coûts variables (ceux qui changent) sur le côté gauche et les coûts fixes (ceux qui ne changent pas) sur la droite).
4. Demandez aux participantes : pourquoi pensez-vous que j'ai divisé les coûts en deux types?
5. Lorsque les participantes comprennent qu'il existe deux types de coûts dans un commerce, nommer les deux listes sur le tableau :

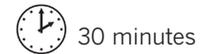
- **Coûts variables** : Les coûts variables : Ce sont vos dépenses spécifiques pour produire/vendre vos articles (changements basé sur combien vous produisez/vendez).
- **Coûts fixes** : Ce sont toutes les dépenses qui ne changeront pas avec le nombre de produits que vous vendez. Ce sont les coûts souvent vous payez pour gérer votre commerce en général (ne changent pas beaucoup basé sur combien vous produisez/vente).

6. Utilisez les points ci-dessous pour expliquer les différences aux participantes :

- Coûts variables : Les coûts variables sont les coûts qui font partie du produit final ou du service que vous produisez. Ces coûts sont directement liés à la production d'un article. Les coûts variables peuvent également être divisés, à savoir en :
  - Matériel : Ce sont les coûts des matériaux qui sont utilisés pour produire un produit, ou acheter un produit si vous êtes un détaillant, par exemple, le coût d'un foyer.



### Durée



### Niveau de difficulté



### Objectifs

1 Partager des expériences sur la notion de coût et d'achat

2 Introduire les éléments de base de coûts et l'importance de l'établissement des coûts

### Matériel

1 Tableau blanc et des feutres, ou chevalet avec papier à dessin et feutres

2 Rétroprojecteur

- Travail : C'est votre propre temps et/ou les coûts de tous les employés que vous pourriez avoir, y compris le temps de l'agent/des agents de vente associée(s) à la vente du produit.
- Livraison du produit : C'est le coût pour distribuer physiquement ou livrer un produit.

**Remarque :** Les concepts appliqués aux « produits » s'appliquent également à la vente de services (par exemple services après-vente).

- **Coûts fixes** : Les coûts fixes sont tous les autres coûts que vous avez dans votre commerce que vous vendiez des foyers ou non. Ils restent les mêmes quel que soit le nombre de produits/services que vous fabriquez et/ou vendez. Quelques exemples de coûts indirects :
  - Frais de location du local ou du stand ; Entretien et réparation d'outils, machines, etc. ; Transport général ; Coûts de promotion (par exemple, affiches, annonces) ; Salaires du personnel ; Taxe annuelle fixe; Électricité pour faire fonctionner la boutique
- Il y a aussi un troisième type de coût à reconnaître: Ce sont les **coûts de démarrage**. Les coûts de démarrage sont les coûts qui ne sont engagés qu'une fois pour démarrer l'entreprise. Quelques exemples de coûts de démarrage peuvent être :
  - Frais d'inscription du commerce ; Frais d'ouverture d'un compte en banque
- Il est important de connaître vos coûts de façon à pouvoir calculer combien d'argent est consacré à la production et la vente d'un produit ou d'un service.
- La formule pour les coûts dans un commerce est : **Coûts totaux = coûts variables + coûts fixes**
- Si vous connaissez vos coûts, vous êtes en mesure de
  - Régler vos prix de vente de sorte que vous pouvez attirer des clients ou de créer des offres financières attractives.
  - Savoir si vous faites un profit ou une perte
  - Profit = argent rentrant – argent sortant
- Être conscient de ce qui vous coûte de l'argent.

3. Demandez aux participantes de choisir un produit relatif au foyer ou au combustible qu'elles vendent et de remplir la section « coûts variables » et section « coûts fixes » de la feuille de travail des coûts dans le dossier du participant, autant qu'ils en sont capables. Demandez-leur ensuite d'estimer leurs coûts totaux et les coûts totaux par unité de produit.
4. Expliquez que la tenue des registres est très importante pour garder une trace des coûts et des bénéfices au fil du temps. Ce point sera traité dans une prochaine session de la tenue des registres.



#### CONSEIL

N'oubliez pas de leur demander souvent s'elles ont bien compris ce que vous avez expliqué. Posez-leur des questions pour le vérifier, comme, « donnez-moi un exemple d'un coût variable. » Vous pourriez demander aux participantes de poursuivre cette activité avec leurs mentors après la formation (si des mentors sont fournis, encouragé). Cela leur permettra d'avoir suffisamment de soutien individuel.



## CONSEIL

Les concepts que vous devez expliquer aux participantes peuvent être très difficiles à comprendre pour elles. Veillez à être préparé, donnez plusieurs exemples de la vie réelle, et demandez-leur de parler de leurs propres expériences.

## Façon de gérer/réduire les coûts (Facultatif)

**COMPÉTENCES DE BASE :** (1) Planification systématique, (2) Courage et résilience

1. Demandez aux participantes : Maintenant que vous avez estimé les coûts de fonctionnement de votre commerce, que pouvez-vous faire avec cette information ?
2. Demandez-leur régulièrement plus d'idées, et de donnez-leur des indices jusqu'à ce qu'ils suggèrent une gestion/réduction ces coûts.
3. Avant de discuter de chaque point, découvrez quelles sont leurs suggestions et appuyez-vous sur elles.

### ■ Pourquoi devriez-vous réduire vos coûts ?

- Pour faire plus de profit.
- Pour être en mesure de réduire votre prix de vente de telle sorte que plus de clients achèteront chez vous et afin que vous puissiez mieux rivaliser avec vos concurrents.

### ■ Comment pouvez-vous réduire vos coûts ?

#### ■ Réduire les coûts des matières premières :

- Achetez des matériaux de bonne qualité afin d'avoir moins de matériau qui ne peut pas être utilisé en raison de la mauvaise qualité.
- Achetez des matériaux qui ne sont pas trop cher par rapport à la qualité.
- Achetez des matériaux en grande quantité de sorte à pouvoir obtenir un rabais de votre fournisseur.
- Réduisez le travail de mauvaise qualité, qui doit être jetés ou bradés.

#### ■ Réduire les coûts de main-d'œuvre

- Travaillez au moins cinq jours à temps plein dans une semaine (= 20 jours par mois).
- Réduisez le temps nécessaire pour produire un article. Travaillez plus rapidement et plus efficacement, mais pas au prix de la bonne qualité !

#### ■ Consolidez et planifiez vos activités

- Réduisez les coûts de transport d'un article à un village en transportant plus de produits en même temps.

#### ■ Réduisez les coûts fixes

- Utilisez votre papeterie (stylos, papier, etc.) de manière efficace.
- Soyez prudent avec vos outils ; entretenez-les bien pour les empêcher de dégâts.

#### ■ Réduisez le montant du prêt qui reste afin d'avoir moins d'intérêts à payer.



## Durée



25 minutes

## Niveau de difficulté



## Objectifs

- 1 Renforcer l'importance des coûts de surveillance
- 2 Communiquer les stratégies de réduction des coûts

## Matériel

- 1 Tableau blanc et feutres, ou chevalet avec papier à dessin et feutres



## CONSEIL

Vous pouvez avoir d'autres suggestions à proposer aux participantes pour réduire les coûts en fonction de leur expérience et du segment de la chaîne de valeur dans laquelle elles travaillent. Intégrez celles comme vous le souhaitez dans la discussion.

# EXERCICE 2: PRIX ET PROFIT



**COMPÉTENCES DE BASE :** (1) Planification systématique, (2) Prise de décision

## Objectifs :

- 1 Familiariser les participantes avec l'importance de la tarification
- 2 Identifier les différentes méthodes de tarification
- 3 Calculer le bénéfice

## Matériel :

- 1 Tableau blanc et feutres, ou chevalet avec papier à dessin et feutres

## Durée

 30 minutes

## Niveau de difficulté



## Exercice 2(a): Introduction de la tarification

1. Expliquez:

■ Vous rappelez-vous l'exercice de marketing pendant lequel nous avons discuté du prix des produits (l'un des « 5P ») ? Dans cette section de marketing nous nous sommes concentrés principalement sur les stratégies de tarification pour attirer les consommateurs comme offrir des rabais, des offres spéciales, ou d'autres stratégies de paiement. Nous allons maintenant prendre du recul et de réfléchir à la fixation d'un prix standard pour nos produits, y compris comment le faire et pourquoi c'est important.

2. Demandez aux participantes : Qu'est-ce qu'un prix ? Quel est le prix ? Pourquoi la tarification est-elle importante ?
3. Essayez d'obtenir les réponses des participantes. À la fin de la discussion, vous pouvez donner les définitions. Assurez-vous que tout le monde comprend la différence entre prix de revient et prix de vente.
  - a. Prix de revient : Combien ça coûte pour vous pour acheter ou produire votre produit/service.
  - b. Prix de vente : Combien vous vendez votre produit/service à la clientèle.
  - c. Le « bénéfice » est la différence entre le prix de revient et le prix de vente.

## Durée

 45 minutes

## Niveau de difficulté



## Exercice 2(b): Fixer les prix

*Non pertinent pour les agents de vente qui ont fixé des prix pour la vente de biens*

1. Laissez les participantes discuter (en petits groupes) : Que devez-vous savoir lorsque vous déterminez vos prix ?
2. Demandez-leur de résumer leurs conclusions pour le reste du groupe. Assurez-vous qu'elles ont inclus :

- **Coûts de production** : Combien d'argent avez-vous consacré à fabriquer votre produit (par exemple matières premières, main-d'œuvre) ou pour préparer à vendre vos produits (par exemple, stockage, coûts de transport) ? Cela devrait couvrir à la fois les coûts variables et les coûts fixes.
- **Marge bénéficiaire prévue** : Combien voulez-vous faire payer au-dessus du coût pour réaliser un profit ? L'argent qui vient de la vente devrait fournir un bénéfice raisonnable de sorte que vous pouvez investir dans la croissance de l'entreprise.
- **Concurrence** : Vous devez connaître les prix que vos concurrents facturent pour le même produit ou un produit similaire. Cette information provient de votre étude de marché.
- **Groupe cible** : Vous devez savoir ce que les clients sont prêts à payer pour votre produit/service. Cette information vient aussi de votre étude de marché.

4. Expliquez les trois méthodes de tarification qui sont couramment utilisées :

■ **Méthode du prix de revient**

- La partie ou le pourcentage que vous ajoutez aux coûts de production du produit/service pour obtenir le prix de vente est connu comme l'augmentation du bénéfice.
- La plupart des entrepreneurs prennent 20 à 30% de bénéfice, mais cela dépend aussi de ce qui se passe sur le marché.

Exemple : Fixer le prix d'une nouvelle paire de chaussures [devise]	
Total des coûts de production des chaussures	300
Augmentation du bénéfice 30% x [devise] 300	90

- Le prix qui a été calculé est le prix auquel l'entrepreneur veut vendre son produit ou service, mais il pourrait ne pas être le prix qu'il/elle peut obtenir ! Cela dépend de ce qui se passe réellement sur le marché.

■ **Méthode comparative**

- Selon cette méthode, vous comparez votre produit/service à d'autres sur le marché. En fonction de sa qualité et du le prix de revient, vous pouvez fixer un prix moins cher, plus cher, ou exactement le même prix que vos concurrents.

■ **Méthode ce-que-le-marché-peut payer**

- Cette méthode est basée sur le concept de l'offre et de la demande (besoins et désirs). Par exemple, si le produit relatif au foyer n'est pas disponible sur le marché, mais qu'il y a une demande pour cela, alors le prix pourrait être plus élevé que celui calculé par la méthode du coût majoré. Ou, s'il y a déjà de nombreux produits de foyers similaires disponibles sur le marché, le prix doit être inférieur à celui calculé par la méthode du coût majoré. Mais il ne doit jamais être inférieur au prix de revient, ou vous ferez une perte !

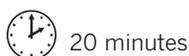
5. Demandez aux participantes : Quelles méthodes de fixation des prix vous ou vos collègues utilisez-vous ? Quelle méthode voulez-vous utiliser ?

6. Demandez aux participantes de remplir la section « Prix » dans leur dossier du participant.

7. Demandez-leur : Comment savez-vous si la méthode de fixation des prix est inefficace ?
8. Expliquez-leur qu'ils peuvent déduire quand le prix est inefficace en vérifiant les facteurs suivants :

- Les prix peuvent être trop élevés si :
  - Vous n'atteignez pas votre objectif de vente.
  - Vous perdez quelques grosses commandes.
  - Les ventes de certains de vos produits sont faibles par rapport à d'autres produits.
  - Les stocks s'accumulent.
  - Vous recevez des plaintes des clients.
- Les prix peuvent être trop faibles si :
  - Il y a plus de commandes que vous pouvez en honorer.
  - Vous êtes en rupture de stock tout le temps.
  - Les ventes sont bonnes, mais les bénéfices globaux sont faibles.
- Une mauvaise fixation du prix affecte à la fois le nombre de clients qui viennent acheter votre produit et la situation financière de votre commerce.

### Durée



20 minutes

### Niveau de difficulté



### Objectifs

- 1 Pratiquer le calcul du profit

### Materials

- 1 Feuille de travail des participantes sur le profit

## Exercice 2(c): Calcul du profit

1. Demandez aux participantes de remplir leur feuille de profit, en calculant leur bénéfice actuel (à la fois le bénéfice par article et le profit total).
2. Concluez par un résumé de la fixation des prix comme suit :

- Le prix que vous facturez doit couvrir :
  - Vos coûts (variables et fixes).
  - Devrait vous apporter un bénéfice raisonnable.
  - Devrait être compétitif.
  - Ne devrait pas être plus élevé que ce que le marché veut payer pour cela.

**Pour plus d'informations et une activité sur le seuil de « rentabilité »** (le point auquel votre entreprise devient rentable), voir l'annexe du Manuel qui a des plans de cours supplémentaires. Trouvez l'activité « Calcul du seuil de rentabilité ».

**PAUSE!** Prenez du temps pour revoir les notions apprises jusqu'à maintenant avec les participantes. Revenez sur chaque section et questionnez-les sur les principaux enseignements tirés. Questionnez-les également sur tous les domaines où les participantes peuvent avoir besoin plus de précisions ou de soutien.

# SUJET 3 : STRATÉGIE ET GESTION FINANCIÈRE

## EXERCICE 1 : ÉTABLIR UNE STRATÉGIE FINANCIÈRE

**COMPÉTENCES DE BASE :** (1) planification systématique, (2) Prise de décision  
*Certains aspects peuvent être moins pertinents pour les micro-entrepreneurs et les agents de vente, mais les principes de stratégie financière sont tout de même importants.*



**Durée**

 75 minutes

**Niveau de difficulté**



**Objectifs**

- 1 Introduire les concepts de stratégie financière
- 2 Expliquer la stratégie financière dans le contexte des participantes et les activités commerciales du formateur

**Matériel**

- 1 Tableau blanc et feutres, ou chevalet avec papier à dessin et feutres
- 2 Rétroprojecteur
- 3 Manuel que les participantes utiliseront : (1) Exemple de projection de flux de trésorerie dans le business plan, (2) Exercice d'étude de cas de flux de trésorerie

1. Demandez aux participantes de regarder la section « Stratégie financière » du modèle de business plan dans leur dossier de participant. Dites-leur que cette session les aidera à comprendre comment établir des stratégies financières pour leurs commerces et à gérer leurs finances de façon appropriée.
2. Demandez aux participantes quelle est la différence entre les fonds de roulement et le capital d'investissement. Inspirez-vous de leurs réponses pour expliquer :

- **Fonds de roulement :** C'est le solde de l'encaisse que votre commerce a des opérations au jour le jour. Si vous avez besoin d'acheter des matériaux ou des actions ou payer les travailleurs, cela viendra de votre fonds de roulement. Lorsque les clients paient comptant pour l'achat de produits, cela s'ajoute à votre fonds de roulement. Si vous vendez des produits à crédit, cela épuise votre fonds de roulement jusqu'à ce qu'ils remboursent leurs dettes.
- **Le capital d'investissement :** C'est l'argent dont vous avez besoin pour faire de plus gros investissements à long terme pour votre commerce. Vous pouvez acheter plus d'équipement ou agrandir vos installations (par exemple, un nouveau four de cuisson pour les revêtements de foyers ; une petite camionnette pour la collecte des matières premières et la fourniture de produits). Vous devez planifier à l'avance et vous assurez que vous économisez suffisamment d'argent pour cet investissement, ou obtenir des capitaux d'investissement spécifiques de la part d'une source externe. Vous devez vous assurer que tout investissement à long terme dans l'entreprise vous permettra de générer plus de profits à l'avenir. Vous pouvez ensuite rembourser votre capital d'investissement une fois que ces bénéfices plus importants sont réalisés.
- Dans votre feuille de travail de stratégie financière, vous devez spécifier le fonds de roulement et de capital d'investissement que vous avez déjà et ce dont vous avez besoin pour réaliser votre business plan.

3. Demandez si quelqu'un a déjà fait des projections de flux de trésorerie pour son entreprise, et si oui, quelles ont été leurs expériences.
4. Demandez aux participantes de regarder le modèle « des flux de trésorerie » dans leur dossier du participant. Expliquez aux participantes ce qu'est un tableau des flux de trésorerie : un registre d'argent entrant (apport) et d'argent sortant (sortie) pour garder une trace de votre solde et de profit.
5. Donnez-leur un exercice flux de trésorerie de l'étude de cas (voir exemple ci-dessous) et demandez-leur de remplir, par paires, le modèle de projection des flux de trésorerie dans leur dossier du participant pour l'étude de cas, puis répondez aux deux questions de l'étude de cas à l'aide du modèle de flux de trésorerie.
6. Passez en revue les réponses à l'exercice. Utilisez le tableau de conférence ou un rétroprojecteur pour montrer comment le modèle de projection des flux de trésorerie aurait dû rempli et la façon dont les réponses ont été calculées.

7. Servez-vous de l'étude de cas pour faciliter une discussion plus large sur les sources de financement des entreprises. Par exemple :

- Où [ Femme No 1 ] a-t-elle obtenu le financement pour son commerce ?
- Quelles autres options aurait-elle eu si elle n'avait pas eu d'économies ?
- A-t-elle utilisé ses économies pour le fonds de roulement de capitaux ou l'investissement ?
- Quel type de placements à long terme pourrait-elle penser faire à l'avenir (par exemple, l'achat d'une petite camionnette afin qu'elle puisse transporter plus de stock et réduire ses coûts de transport) ?

8. Demandez à chaque participante de compléter la partie 3 : « stratégie financière » dans le dossier de participant aussi complètement que possible. Rappelez aux participantes, qu'il est bien de ne pas être en mesure de terminer complètement cette partie maintenant.



**CONSEIL**

Les mentors peuvent être très utiles dans le suivi avec les participantes et les aider à terminer leurs stratégies financières, ainsi que le business plan global.



**CONSEIL**

L'exemple d'exercice est prévu pour un distributeur/détaillant. Si les participantes sont principalement des fabricantes, vous pouvez l'adapter afin qu'il soit mieux adapté à leur type d'activité.



**ADAPTEZ**

## EXEMPLE D'EXERCICE D'ÉTUDE DE CAS POUR LE FLUX DE TRÉSORERIE

[Femme No 1] a décidé d'installer un stand de marché à [ville No 1] pour vendre des vêtements de seconde main. Étant donné que c'est une nouvelle entreprise, elle ne dispose pas d'argent comptant dans l'entreprise au début. Elle cherche donc dans ses économies personnelles et trouve qu'elle a [2000 devise]. Elle décide qu'elle investira cet argent dans sa nouvelle entreprise. En janvier, [Femme No 1] se rend à [ville No 2] pour acheter le stock d'un ami qui stocke des vêtements de bonne qualité. Elle décide d'acheter 40 articles différents à [30 devise] chacune, et paie [100 devise] pour les transporter à [ville No 1].

Comme janvier sera le premier mois de travail de [Femme No 1], elle pense qu'elle ne vendra que 10 articles [50 devise] chacun. Elle espère qu'à partir de février, cependant, elle sera en mesure de vendre 20 articles par mois car les gens connaîtront son entreprise d'ici là. Si ses prévisions sont correctes, en mars, [Femme No 1] devra retourner à [ville # 2] pour acheter plus de stock. Elle achètera 40 autres articles en mars et 40 autres en mai.

Chaque mois, [Femme No 1] doit également payer [50 devise] pour la location de son stand au marché. Elle se paiera également un salaire, vu qu'elle aura besoin de l'argent pour l'utiliser en dehors de son commerce. Elle va se verser [200 devise] par mois.

Basé sur le business plan de [Femme No 1], combien d'argent aura-t-elle dans son entreprise début juillet ? Sera-t-elle en mesure de récupérer ses économies, qu'elle a investies ?

**QUESTIONS DE L'ÉTUDE DE CAS :** Basé sur le business plan de [Femme No 1], combien d'argent aura-t-elle dans son commerce début juillet ? Sera-t-elle en mesure de récupérer ses économies, qu'elle a investies ?

**RÉPONSE:** Au début du mois de juillet, [Femme No 1] aura [2100 devise des liquidités] dans l'entreprise. Théoriquement, elle pourrait reprendre ses économies à ce moment-là, mais si elle le fait, elle n'aura pas assez de fonds de roulement pour acheter du nouveau matériel. Sans acheter du nouveau matériel, elle n'aura que 10 articles à vendre.

**Voulez-vous un plan de leçon plus avancé sur l'accès au financement de l'entreprise ?**

Consultez l'annexe du Manuel qui a des plans de cours supplémentaires. Trouvez l'activité d'« Introduction au financement d'entreprise ».

## **Le saviez-vous ?**

### **Les femmes entrepreneurs peuvent faire face à des défis pour accéder aux prêts ou à des capitaux.**

**Les défis comprennent :**

- » Les femmes peuvent avoir des connaissances financières inférieures et être réticente au risque, ce qui les rend hésitantes à contracter des prêts.
- » Les femmes peuvent être désavantagées sur les marchés financiers car elles sont souvent plus jeunes et ont moins d'expérience de travail, elles sont moins en position de négocier à l'intérieur du ménage et elles ont moins de contrôle sur leurs revenus, ce qui entrave leur capacité à économiser de l'argent et à se constituer un patrimoine.
- » Des droits de propriété discriminatoires peuvent limiter la capacité des femmes à utiliser des garanties pour obtenir un crédit, et les femmes peuvent manquer de garanties suffisantes pour demander un prêt.
- » Les femmes peuvent également céder sous la pression des membres masculins de la famille pour renoncer à économiser ou un revenu provenant du commerce.

**Les possibilités ou suggestions incluent :**

- » Encouragez les femmes à développer des réseaux ou des groupes dans lesquels elles peuvent se soutenir mutuellement pour accéder aux prêts ou à des capitaux.
- » Proposez une formation et du mentorat pour les aider à prendre confiance faire/gérer les prêts.
- » Recommandez aux femmes de s'organiser en groupes ou réseaux pour accéder et/ou rembourser les prêts de manière plus efficace.
- » Fournissez-leur des possibilités de crédit directement pour accéder aux produits ou offrez des produits initialement sur micro-consignation/micro-crédit.
- » Un compte épargne ou la participation à un groupe d'épargne peuvent aider à garder l'épargne destinée à l'investissement dans l'entreprise à l'abri des autres membres de la famille.

Vous pouvez trouver des exemples de meilleures pratiques supplémentaires pour soutenir les femmes entrepreneurs à accéder à la finance dans Alliance's *l'intensification de l'adoption de solutions de cuisson propre à travers l'autonomisation des femmes : un guide de ressources*.

# EXERCICE 2 : GÉRER VOTRE ARGENT\*



## Durée

 60 minutes

## Niveau de difficulté



## Objectifs

- 1 Introduire le concept de gestion de votre argent
- 2 Introduire des bases de la gestion financière pour les entreprises

## Matériel

- 1 Tableau blanc et feutres, ou chevalet avec papier à dessin et feutres
- 2 Rétroprojecteur

## COMPÉTENCES DE BASE : (1) Planification systématique, (2) Prise de décision

1. Demandez aux participantes : Pourquoi avez-vous besoin d'argent ?
2. Demandez aux participantes de trouver des réponses qui se rapportent à des dépenses privées (par exemple, acheter de la nourriture pour la famille, les frais de scolarité) et à des dépenses commerciales (par exemple, l'achat de stock ou des matières premières, le transport pour aller au marché). Demandez aux participantes ces réponses sur des feuillets autocollants, et disposez-les au hasard sur le tableau.
3. Demandez aux participantes : Quelles sont les dépenses pour votre famille ? Lesquelles sont pour votre commerce ?
4. Réorganisez les cartes écrites en deux colonnes - « bourse personnelle/familiale » « bourse commerciale » tel qu'indiqué par les participantes. Fournissez quelques exemples pour chaque bourse.
5. Demandez aux participantes : Pensez-vous que nous devrions conserver l'argent pour les dépenses de la famille séparément de l'argent dans la bourse de l'entreprise ? Pourquoi ?
6. Expliquez :
  - Il est important de faire une distinction entre l'argent dont vous avez besoin pour vous et votre famille, et l'argent dont vous avez besoin pour votre commerce. La plupart des petites entreprises ont un problème avec la combinaison finances personnelles et commerciales. Par conséquent, vous devriez réfléchir et comprendre comment l'argent est dépensé pour faire la distinction claire entre votre « bourse personnelle » et votre « bourse commerciale. »
7. Associez la discussion à l'égalité entre les sexes en demandant aux participantes :
  - Qui dans votre famille (mari ou femme) gère revenu du ménage ? Qui est le meilleur ? Pourquoi ? Quel genre de changements aimeriez-vous faire dans votre ménage concernant celui/celle qui prend les décisions financières ? Comment pouvez-vous procéder à ces changements ?
8. Les participantes peuvent conclure qu'un sexe est meilleur pour gérer les revenus des ménages que l'autre. Rappelez aux participantes que les compétences sont acquises et peuvent être développées par toute personne, homme ou femme. Les connaissances et les compétences de gestion financière et de l'argent ne sont pas intrinsèquement liées au sexe d'une personne.



#### CONSEIL

Faites remarquer qu'être responsable de la gestion de l'argent et de prendre les décisions sur les petites dépenses ne signifie pas nécessairement que la personne a le contrôle sur les grandes décisions financières. Dans de nombreux cas, les femmes ont moins de contrôle financier global que leurs maris, même si elles s'occupent de l'argent de la famille.

9. Demandez aux participantes : Quels sont les coûts qui peuvent se produire dans votre commerce que vous pourriez ne pas envisager immédiatement ? Inspirez-vous de leurs réponses pour inclure les points suivants :

- Articles gaspillés (par exemple, les matériaux détériorés, matériaux de faible qualité, équipement et technologie inapproprié)
- Mauvais usage ou vol
- Différences entre l'achat des matières premières en vrac (avec remises) ou en petites quantités
- Hausses de prix (inflation) ou baisse des prix (trop de concurrence)
- Changements dans la demande et l'offre pour les articles (par exemple, articles saisonniers, régionaux, tendances)
- Changements dans la productivité (Est-il possible de produire plus avec les mêmes apports ou moins ?)
- Planification insuffisante

10. Discutez des questions suivantes avec le groupe : avant de prendre un prêt, réfléchissez aux problèmes ou questions suivantes :

- Devons-nous en faire bon usage de nos propres ressources (individuelles, familiales, et/ou de groupe) ?
  - Avons-nous une épargne ou des dépôts bancaires (individu ou groupe) ?
  - Avons-nous accès aux prêts informels empruntés à la famille et les amis ?
  - Pouvons-nous utiliser notre maison, notre parcelle de terrain, ou d'autres actifs comme « sécurité », garantie, ou « actions propres » ?
  - Est-ce que nos partenaires commerciaux ou investisseurs contribuent financièrement à l'entreprise (part) ?
  - Avons-nous des bénéfices ou des gains de l'entreprise ?
- Est-ce que nous avons accès à des sources externes en tant que femmes entrepreneurs ou groupes générant un revenu ?
  - **Subventions** : un don d'argent qui n'a pas à être remboursé
  - **Prêts** : un montant d'argent qui doit être remboursé habituellement avec intérêts aux banques, institutions de microfinance, banques villageoises, prêteurs sur gage, et d'autres sources

11. Expliquez les problèmes à considérer ici qui comprennent : les garanties ou les garants ; les taux d'intérêt ; la période de remboursement ; des retards dans le traitement d'une proposition de prêt et le temps entre l'approbation et le déboursement final.



#### CONSEIL

Insistez sur l'importance pour les participantes de se renseigner sur ces questions avant d'emprunter de l'argent à des canaux informels (famille et prêteurs) et les canaux formels (prêt bancaire).

#### 12. Expliquez:

- Lorsque vous faites un prêt :
  - Demandez-vous : Ai-je vraiment besoin d'un prêt ou est-ce que je peux mobiliser mes propres ressources ? Un prêt est une dette qui sera toujours un fardeau financier pour le commerce jusqu'à ce qu'il soit remboursé. Si vous avez besoin d'un prêt, il faut connaître les coûts associés. Outre les taux d'intérêts, il y a d'autres coûts tels que les frais de dossier, les frais d'administration de la banque, et les variations des taux de change en monnaie locale, ce qui peut augmenter le coût de l'emprunt au fil du temps.
  - L'obtention d'un prêt peut être un processus long et difficile, en particulier dans les zones rurales, et il peut l'être encore plus pour les femmes.

#### 13. Résumez :

- De nombreux entrepreneurs pensent que l'accès au financement est leur plus gros problème. Dans la pratique, cela peut être le cas pour de nombreux entrepreneurs. Cependant, ce n'est souvent pas le manque d'accès au financement, mais la gestion des finances qui est le plus difficile. C'est aussi une des raisons les plus fréquentes de l'échec de l'entreprise.
- Le propriétaire d'un commerce doit avoir le contrôle sur les flux « d'argent qui rentre » et « d'argent qui sort » dans son commerce, sinon il ne peut pas réussir.
  - Faites une distinction entre votre « bourse familiale/privée » et votre « bourse commerciale » et de gardez ces deux bourses séparément, sinon les chances sont grandes votre commerce ne réussisse pas.
- Nous allons maintenant apprendre davantage sur la tenue des registres, un outil important et pratique pour gérer votre argent.

#### Définitions

- **Garantie** : Une promesse par une partie (le garant) d'assumer l'obligation de la dette d'un emprunteur si l'emprunteur ne s'en acquitte pas.
- **Ne pas s'acquitter** : Échouer à remplir les conditions d'un prêt.
- **Taux d'intérêt** : Le montant facturé, exprimé en pourcentage du montant emprunté ou le montant encore dû dans un prêt, par un prêteur à un emprunteur.
- **Période de remboursement** : La longueur de temps pour rembourser le montant emprunté.

# EXERCICE 3 : TENUE DES REGISTRES

## COMPÉTENCE DE BASE : (1) Planification systématique

1. Demandez aux participantes comment elles contrôlent l'argent qui entre et qui sort de leurs commerces. Essayez d'obtenir un éventail d'expériences : certaines personnes peuvent faire le suivi en utilisant uniquement leurs souvenirs, tandis que d'autres peuvent conserver les reçus, mais pas les garder dans un système d'archivage. Les propriétaires de petits magasins peuvent tenir un registre de toutes les choses vendues, et/ou ils peuvent garder une trace de la quantité achetée ou vendue à crédit.
2. Demandez aux stagiaires de discuter de leurs réponses aux questions suivantes (vous pouvez les afficher à l'aide du rétroprojecteur) :
  - a. Qu'est-ce que la tenue des registres ? Pourquoi conserver des documents ?
  - b. Comment établir un système d'archivage ?
  - c. Qu'est-ce que les autres vont vouloir savoir sur les finances de votre commerce ? Quel genre de dossiers devrait garder une petite entreprise ?
  - d. Qui devrait être responsable de la tenue des registres financiers ?
3. Inspirez-vous de leurs réponses, en utilisant ce qui suit :

- Le fait de conserver toutes les informations écrites de votre entreprise est connue comme la comptabilité ou de la tenue des registres.
- Les dossiers sont conservés pour mieux gérer votre commerce et planifier vos activités.
- Vous devez conserver suffisamment de registres pour vous aider à savoir ce qui suit :
  - Quel est « le profit/la perte » du commerce ?
  - Combien vaut votre commerce (tous de l'argent votre entreprise a) ?
  - Quels sont les coûts que vous encourez ?
  - Combien les clients vous doivent ?
  - Combien votre commerce doit à ses fournisseurs (créanciers) ?
  - Quels sont les fonds excédentaires du commerce pour l'expansion ou l'amélioration (par exemple, s'il y a assez d'argent pour acheter de nouveaux outils, construire ou entretenir votre bâtiment, etc.) ?
- Vous avez besoin des registres pour vous aider à prendre de bonnes décisions commerciales. Par exemple, l'état financier montre ce que votre entreprise a fait dans le passé, et vous pouvez utiliser ces données dans votre processus de planification.

4. En vous servant du rétroprojecteur, montrez aux participantes les dessins relatifs à la tenue de registres.
5. Demandez aux participantes quels documents elles conservent déjà. Si vous poursuivez cet exercice, essayez de savoir quels types de registre elles gardent actuellement et qui sont pertinents pour elles. Sinon, demandez aux participantes si elles tiennent des registres suffisants pour connaître toutes les informations dont elles ont besoin au sujet de leur entreprise.



### Durée

 45 minutes

### Niveau de difficulté



### Objectifs

- 1 Présenter les registres et ce pour quoi ils sont utilisés
- 2 Expliquer l'importance de la tenue des registres dans une petite entreprise
- 3 Identifier quels registres ils devraient garder leur pour leur (mini) entreprise et comment
- 4 Pratique basique de la tenue de registres

### Matériel

- 1 Soit tableau blanc et feutres, ou chevalet avec du papier à dessin et des feutres
- 2 Rétroprojecteur



### CONSEIL

Selon l'endroit où sont situés leurs commerces, les participantes peuvent déjà avoir des registres. Vous pourriez leur demander de les apporter avec elles pour les partager avec le groupe, et discuter comment ils pourraient être améliorés.

## Dessins sur la tenue de registres



### Durée

30 minutes

### Niveau de difficulté



(À partir d'ici, le niveau de difficulté augmente)

1. Présentez les différents types de registres qui sont pertinents pour le groupe.
2. Dites clairement que les types de documents à utiliser dépendent des informations dont elles ont besoin pour faire fonctionner le commerce. Les documents qu'ils préparent doivent être pertinents pour les opérations de leur commerce.
3. Illustrez, en montrant des exemples de chaque type de registre et un reçu standard sur le rétroprojecteur (voir les exemples du dossier du participant).

- **Livre de caisse:** Toutes les transactions au jour le jour impliquant des paiements en espèces et les recettes sont comptabilisées dans ce livre. Les informations contenues dans le livre de caisse comprennent :
  - L'encaisse ; Les achats au comptant ; Les dépenses quotidiennes ; Les recettes monétaires
  - Pour le solde :
    - Lorsque vous retirez de l'argent = ( - ) SOUSTRAIRE
    - Lorsqu'il y a une rentrée d'argent = ( + ) AJOUTER
- **Livre des ventes:** Dans ce livre, vous enregistrez toutes les informations à propos de ce que vous vendez au comptant (et à crédit le cas échéant). Le livre des ventes va vous montrer comment vos ventes bougent, c'est à dire, si elles montent ou descendent.
  - Sachez toujours combien vous avez été payé en espèces et combien il reste (crédit) pour chaque produit que vous vendez, et inscrivez ces informations dans le livre des ventes !
  - Si vous avez des clients qui paient par versements ou d'autres types de stratégies de prêt, assurez-vous d'écrire ces informations, combien ils vous ont payé, et quand ils vont terminer de vous rembourser

- Vous pouvez avoir un séparé distinct pour les personnes qui vous doivent de l'argent si vous voulez. Cela peut être appelé un « livre des débiteurs », comme il garde une trace des personnes qui ont une dette envers vous.
- Vous pouvez obtenir les informations pour votre livre des ventes sur les reçus que vous donnez aux clients. Assurez-vous de conserver une copie de chaque reçu et remplissez votre livre des ventes à la fin de chaque journée ou semaine.

■ Livre de crédit

- Dans ce livre, vous devez enregistrer toutes les dettes que vous avez envers vos fournisseurs. Lorsque vous obtenez un prêt ou un crédit de quelqu'un, vous avez alors une dette envers ces personnes.
- Les créanciers sont les fournisseurs à qui votre entreprise doit de l'argent.
- Il est préférable de garder chaque créancier sur une page différente.

## Exercice (b): Étude de cas concernant la tenue de registres (Facultatif)

Durée



30 minutes

1. Donnez aux participantes à l'exemple d'étude de cas concernant la tenue des registres (exemple ci-dessous). Demandez-leur de discuter des questions suivantes : Quelles étaient les raisons de la quasi-faillite du commerce de [Femme No 1] ? Quels conseils lui donneriez-vous pour sauver son commerce ?

### EXEMPLE DE CAS D'ÉTUDE CONCERNANT LA TENUE DES REGISTRES

L'histoire qui suit concerne l'entreprise de [Femme No 1], qui vend des foyers améliorés. [Femme No 1] est la première fille d'une femme d'affaires prospère dans [Village], [Mère]. [Mère] vend des lanternes solaires. À 20 ans, sa fille [Femme No 1] ne voulait pas poursuivre ses études. Au lieu de cela, elle voulait travailler pour elle-même et devenir comme sa mère : vendre de produits énergétiques améliorés. [Femme No 1] a demandé à sa mère si elle voulait l'aider en fournissant de l'argent comme capital pour une entreprise.

[Femme No 1] a reçu [1,500,00 devise] de [Mère] pour démarrer sa propre entreprise. Très peu de temps après avoir reçu l'argent, elle a acquis toutes le nécessaire pour démarrer une entreprise de foyer dans le village voisin qui souffrait d'une pénurie de bois disponible localement.

Au début, son entreprise se portait bien, vu que le nombre de clients était élevé en raison de la volonté de [Femme No 1] de proposer des crédits. Mais, quelques mois plus tard, les ventes ont été en baisse constante, et aucun achat de nouveau stock n'a été fait. La situation financière de [Femme No 1] empirait, elle a décidé de fermer son entreprise. Juste avant la fin, cependant, elle a demandé l'avis de sa mère. [Mère] a effectué une visite au magasin de sa fille pour observer son fonctionnement.

Après une enquête approfondie, [Mère] observé ce qui suit : le retrait sans restriction des fonds du commerce provenant des paiements échelonnés et non perçus en raison de l'absence d'une liste de paiement dans son livre des ventes. En outre, on a découvert que [Femme No 1] était incapable de calculer le bénéfice de son entreprise. Elle a expliqué les erreurs à sa fille et lui a dit comment elle pourrait les corriger. Avec les conseils de sa mère [Femme No 1] a réussi à maintenir le commerce ouvert, et après quelque temps, il a commencé à faire ses bons profits.



ADAPTEZ

# SUJET 4 : GESTION ET CROISSANCE DU COMMERCE

## EXERCICE 1 : GESTION ET CROISSANCE DU COMMERCE



### Durée

 90 minutes

### Niveau de difficulté



### Objectifs

❶ Discuter de la gestion du commerce et des possibilités de croissance

❷ Mener la visualisation d'affaires

### Matériel

❶ Tableau de conférence/tableau blanc, feutres

❷ Musique relaxante en option pour exercice de visualisation

**COMPÉTENCES DE BASE :** (1) Vision, (2) Établissement d'objectifs et la réflexion stratégique

### Exercice 1(a): Gestion et croissance du commerce

1. Demandez aux participantes de réfléchir sur leur modèle commercial et aux notes qu'elles ont prises au début de la section commerce. Rappelez-vous le modèle économique comporte quatre parties : (1) objectif commercial; (2) produits/services; (3) demande; et (4) modèle de livraison.
2. Dites-leur que vous allez maintenant discuter des options de croissance de l'entreprise. Expliquez :

- Afin de développer un commerce, la première option est de maintenir le modèle commercial actuel, mais augmenter l'étendue des activités (évolution de l'objectif commercial). Cela signifie qu'une plus grande quantité du même produit ou d'un service est fabriquée ou vendue au même type de client.
- La deuxième option est de se développer pour vendre d'autres produits (changement de produits/services). S'il n'y a pas beaucoup de demande pour les foyers actuellement ou que la demande fluctue et que vous souhaitez générer un revenu de façon plus régulière, envisagez d'ajouter d'autres produits dans le panier des produits que vous vendez, tels que brosses à dents ou d'autres articles ménagers. Par la vente de biens que les personnes utilisent tous les jours ou dont ils ont besoin de se fournir à nouveau, vous pourriez être en mesure de générer un revenu de façon plus régulière.
- Troisièmement, vous pouvez vendre à un nouveau marché cible (évolution de la demande). N'oubliez pas de vous assurer que la commercialisation et la promotion pour ce nouveau groupe cible sont appropriés ! Parfois, il est logique de s'associer avec d'autres personnes ou des commerces sur le marché pour augmenter les ventes ou la distribution. Cela peut ouvrir de nouvelles options de modèle de livraison (changement de modèle de livraison)

3. Expliquez aux participantes qu'elles vont maintenant avoir du temps pour réfléchir à leurs objectifs de croissance en faisant un exercice de visualisation qui les aidera à se concentrer sur leurs pensées et leur modèle commercial. C'est un exemple d'un type d'exercice qui sera menée dans les prochains jours dans la section de l'autonomisation.
4. Demandez aux participantes de se mettre à l'aise. Les participantes peuvent choisir de s'asseoir ou de s'allonger sur le sol, ou de rester assis sur leurs chaises.
5. Lisez le scénario de visualisation (suggestion de scénario ci-dessous), en gardant une voix calme et détendue.
6. Après avoir lu le script, faites une minute de silence pour laisser les individus penser à leurs visions.
7. Demandez aux participantes de se mettre par deux et de discuter de ce qu'ils ont appris (cinq minutes).

8. Une fois que le groupe est recomposé, quelques individus décrivent comment ils ont ressenti le processus et ce qu'ils ont appris.
9. Demandez aux participantes de faire des groupes de deux :
  - Quelles sont les qualités que je dois avoir pour être une entrepreneuse efficace (par exemple, je suis sympathique, je connais beaucoup de gens dans la communauté, etc.) ?
  - Quelles sont les qualités sur lesquelles je pourrais travailler (par exemple, prendre plus de risques, la pratique la communication avec des étrangers, etc.) ?
10. Demandez aux participantes de remplir la 4ème partie : gestion de leur business plan aussi complètement que possible.



#### CONSEIL

Lorsque les participantes pensent à la croissance de leur commerce, assurez-vous qu'elles prennent en considération les leçons sur le genre étudiées depuis le début de la formation. Encouragez-les à combattre les stéréotypes fondés sur le genre, si possible.

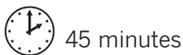
Cependant, certains défis, tels que le transport, peuvent en fait être plus difficile à surmonter pour les femmes (manque de capacité/de savoir-faire, ne possédant pas de voiture, etc.). Comment les femmes participantes ont-elles travaillé avec les hommes pour surmonter un défi lié au transport ?

### Scénario : La visualisation de mon commerce

- Prenez du temps pour mettre à l'aise, préparez-vous à vous détendre. Commencez lentement à détendre votre corps.
- Prenez une grande respiration par le nez et expirez lentement par la bouche.
- Continuez à vous concentrer sur votre respiration, respirez lentement par votre nez et votre bouche.
- Continuez à respirer profondément, lentement et confortablement, inspirez ... et ... expirez ...
- Vous sentez que vos muscles commencent à se détendre.
- Vous commencez à avoir chaud et à vous sentir détendue au fur et à mesure que vos muscles se relâchent et deviennent lourds.
- Vos mains et les pieds sont de plus en plus détendus tandis que des vagues de chaleur parcourent votre corps.
- Maintenant, vous vous sentez très profondément détendue et très à l'aise.
- Dans cet état de relaxation, pensez à quoi ressemblerait votre commerce idéal.
- Pendant que vous réfléchissez à cette vision de votre entreprise, imaginez-vous commencer votre journée en vous sentant heureux de commencer un autre jour dans votre entreprise.
- Autorisez-vous à vous sentir calme, paisible, et détendue.
- Pendant que vous pensez à votre commerce, ressentez l'excitation d'avoir cette entreprise.
- Imaginez-vous commencer votre journée. Que faites-vous ? Par quoi êtes-vous entourée ? Quels sont les sons, les odeurs et les couleurs ? Comment vous sentez-vous ?
- Prenez une profonde inspiration ... Maintenez cette respiration pendant quelques secondes, puis expirez lentement.

- Imaginez votre produit. A quoi ressemble-t-il ? Où l'avez-vous obtenu ?
- Imaginez vos clients. Qui sont-ils et à quoi ressemblent-ils ?
- Où êtes-vous quand vous interagissez avec vos clients ?
- Prenez une profonde inspiration, maintenez pendant quelques secondes, et expirez.
- Imaginez vos clients interagir avec votre produit. Comment se sentent-ils ? Pourquoi ?
- Imaginez-vous en train de diriger avec succès de votre entreprise. À quoi cela ressemble ? Comment vous sentez-vous ?
- Prenez une profonde inspiration, maintenez pendant quelques secondes, et expirez.
- Maintenant décrivez l'argent que vous serez en mesure de gagner avec cette activité. Comment allez-vous l'utiliser ? Quel avantage voyez-vous pour votre famille ? Pour vous ?
- Imaginez comment les autres vont vous traiter dans la communauté. Comment vous voyez-vous dans la communauté ?
- Imaginez-vous être positive et forte. Comment vous sentez-vous ?
- Dans quelques instants, nous allons nous préparer à revenir de votre voyage dans le futur. Y a-t-il quelque chose qui pourrait améliorer cette vision ? Rappelez-vous que nos pensées n'ont pas de frontières
- Notez tous les détails de cette scène. Prenez une profonde inspiration, maintenez pendant quelques secondes, et expirez lentement.
- Souriez et sachez que vous pouvez revenir à cette vision à tout moment. Prenez une profonde respiration, retenez pendant quelques secondes, et expirez lentement.
- Sentez-vous de plus en plus éveillée et alerte. Suivez votre souffle et sentez votre esprit et votre corps se réveiller.
- Inspirez, bougez un peu vos muscles, et expirez.
- Commencez lentement ouvrir vos yeux et revenez à un état de vigilance.

### Durée



45 minutes

### Niveau de difficulté



### Objectifs

1 Introduire une nouvelle façon de penser à des modèles de distribution qui pourraient être pertinents pour les commerces des participantes.

### Matériel

1 Grandes feuilles de papier et stylos

## Exercice 1(b): Supply Chain Mapping Exercise (facultatif)\*

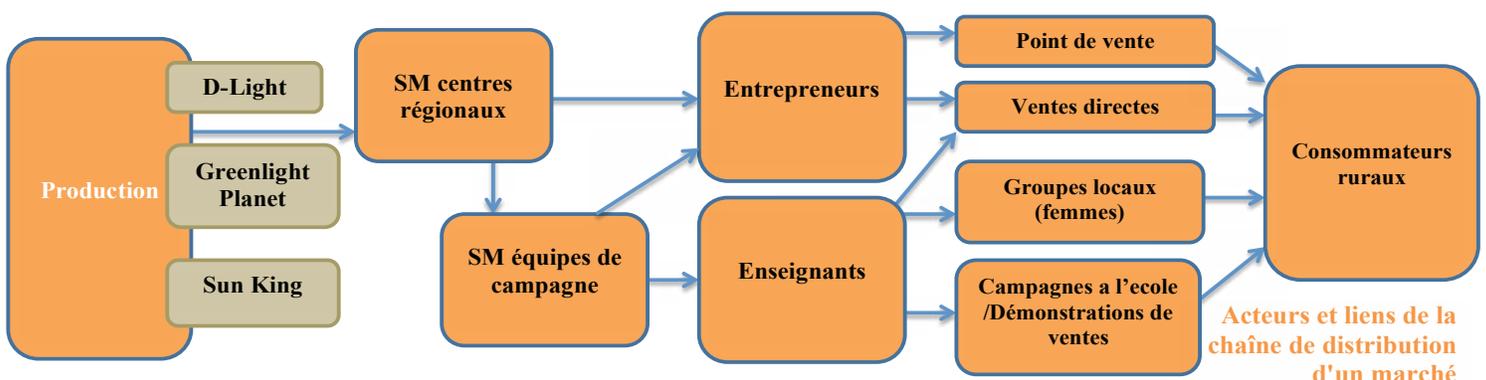
1. Demandez aux participantes de former des petits groupes et donnez à chaque groupe une grande feuille de papier et des feutres. Dites aux participantes de dessiner un plan du marché qui représente leurs commerces opérant dans un marché de produits. Une carte de marché décrit les différents acteurs d'un marché. C'est un outil visuel pour les participantes de voir l'écosystème plus large à partir de laquelle ils fonctionnent et qui peut les aider à comprendre leur modèle commercial.
2. Définissez le « marché » comme le réseau des personnes et des commerces qui se déplacent ensemble un produit vers ses utilisateurs finaux. Certains acteurs du marché comprennent les fabricants, les intermédiaires (les personnes qui transportent le produit dans des endroits où il sera vendu ou aux vendeurs potentiels), et les détaillants.
3. Donnez-leur les instructions suivantes (se concentrer davantage sur les participantes et/ou le type d'entreprise du formateur) :

- Si vous êtes un distributeur, pensez à votre produit et où vous l'avez obtenu. Dessinez où/de qui vous avez l'obtenu à gauche du plan. Si vous êtes un producteur, réfléchissez aux matières premières nécessaires pour le fabriquer. Dessinez-les à gauche du plan.

- Pensez à ceux qui achètent et utilisent les produits que vous fabriquez/vendez. Dessinez ces clients à droit du plan, montrant les différents types (par exemple, les ménages, écoles, hôpitaux).
- Reliez maintenant les différents composants du plan du marché en ajoutant différents types de commerces dans la chaîne d'approvisionnement (des détaillants de produit brut, fabricant, intermédiaire 1, intermédiaire 2, détaillants).
- Où se trouve votre commerce sur la carte ? Si vous êtes un détaillant, comment êtes-vous en mesure d'obtenir des produits à vendre (par exemple, est-ce qu'ils sont amenés par un bus local, est-ce que vous allez en voiture jusqu'à la ville, y a-t-il un un intermédiaire qui vous les amène) ? Assurez-vous d'inclure toute ceci sur votre plan. Ajoutez aussi les liens non-commerciaux. Par exemple, vous vendez peut-être à des clients par l'entremise de votre groupe d'église ou un d'autre groupe duquel vous êtes membre.

4. Une fois que les groupes ont terminé, demandez à chacun de présenter son plan de marché pour l'ensemble du groupe.
5. Demandez aux participantes s'il y a d'autres marchés cibles avec lesquels elles ne travaillent pas actuellement mais avec lesquels elles pourraient vouloir travailler à l'avenir.
6. Demandez aux participantes si cette activité leur a donné des idées pour d'autres modèles de distribution qu'ils pourraient être en mesure d'utiliser pour développer leur commerce ou accroître l'efficacité. Par exemple, y a-t-il un autre acteur sur le marché qui peut apporter des produits relatif au foyer dans leur village afin qu'ils n'aient pas à se rendre en ville pour les ramasser ?
7. Si les groupes ont présenté des plans de marché pour des produits différents (par exemple, les foyers et les briquettes) demandez aux participantes comment les marchés sont reliés entre eux. Demandez s'il pourrait y avoir d'autres possibilités de partenariat ou d'expansion.

*Exemple de plan de marché simplifié d'une grande organisation (SunnyMoney):*



**ADAPTEZ**

Afin de clarifier cet exercice, vous voudrez peut-être montrer un exemple d'un plan de marché en utilisant le rétroprojecteur. Cependant, l'exemple devrait montrer un marché différent de ceux qu'elles créeront. L'exemple proposé est celui d'une plus grande organisation, mais les idées sont semblables.

# EXERCICE 2 : ANALYSE SWOT POUR LES COMMERCES



## Durée

 45 minutes

## Niveau de difficulté



## Objectifs

① Discuter des forces, faiblesses, opportunités et menaces pour les commerces des participantes

② Expliquer comment cette analyse peut aider à la compréhension et la préparation d'un business plan

## Matériel

① Tableau blanc et des feutres, ou chevalet avec du papier à dessin et des feutres

② Modèle de l'analyse SWOT et exemple (Voir guide du participante)

**COMPÉTENCES DE BASE :** (1) Vision, (2) Pensée stratégique, (3) Courage et la résilience

1. Maintenant que les participantes ont visualisé leurs modèles économiques et de croissance, expliquez qu'une analyse SWOT peut être un outil utile. Une analyse SWOT donnera aux participantes une idée des éléments qu'ils peuvent contrôler et de ceux qui sont hors de contrôle. Elle permettra de les aider à mieux se comprendre en tant qu'entrepreneuses.
2. Décrivez ce qu'est une analyse SWOT (forces, faiblesses, opportunités, menaces) et de discutez des questions soulevées.

■ **Force** : Les forces sont sous votre contrôle en tant qu'entrepreneuse, y compris vos compétences et votre expertise. Les forces devraient être utilisées pour compenser les faiblesses.

■ **Faiblesse** : Les faiblesses sont sous votre contrôle en tant qu'entrepreneuse et comprennent tout ce dont vous manquez ou pensez être en manque et qui affecte négativement la façon dont vous gérez votre entreprise. Autant que possible, les faiblesses doivent être éliminées !

■ **Opportunité** : Les opportunités sont des facteurs positifs ou favorables dans votre environnement qui rendent vos idées commerciales plus viables, et sur lesquelles vous devez capitaliser (par exemple, le manque de concurrents, les matières premières bon marché). Contrairement aux forces, qui sont des facteurs positifs internes du commerce, les opportunités sont pour la plupart hors de votre contrôle en tant qu'entrepreneur.

■ **Menace** : Les menaces sont des facteurs externes négatifs ou défavorables dans l'environnement autour de vous et sont normalement hors de votre contrôle en tant qu'entrepreneuse (par exemple, une nouvelle concurrence, augmentation du prix des matières premières). Elles nuisent au commerce, si elles ne sont pas éliminées ou surmontées. Les menaces diffèrent des faiblesses en ce qu'elles sont hors de votre contrôle. Le but de l'analyse des menaces est de chercher des moyens de les éviter ou de réduire leur impact négatif en effectuant des actions les contrebalançant.

3. Demandez aux participantes de se scinder en deux ou en petits groupes, de préférence avec d'autres personnes qui entreprennent de créer des commerces similaires, et de réfléchir à chaque section de l'analyse SWOT, tour à tour, en se basant sur le modèle SWOT dans le kit du participant.
4. Demandez à chaque groupe de présenter l'une des sections de l'analyse SWOT. Demandez aux autres de proposer des idées supplémentaires.
5. Une fois la discussion terminée, leur donner un exemple d'analyse SWOT pour une petite entreprise (voir exemple ci-dessous).

## (b) Exemple d'analyse SWOT pour une petite entreprise

<b>Forces</b>	<b>Faiblesses</b>
<p>Les forces sont <u>sous le contrôle de l'entrepreneur</u>, et elles ont lieu maintenant ! Les forces devraient être <b>capitalisées</b> pour compenser les faiblesses.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>» Expertise technique</li><li>» Nouvelles améliorations apportées au produit</li><li>» Bon réseau avec les clients</li><li>» Expérience de la gestion</li><li>» Prix relativement bon marché</li><li>» Technologie de niveau supérieur</li><li>» Caractéristiques du produit (utilité, durabilité)</li><li>» Plusieurs employés responsables concernés</li></ul>	<p>Les faiblesses sont <u>sous le contrôle de l'entrepreneur</u>, et ils se produisent à l'heure actuelle. Ce sont « le manque de ... », « manquant ... », ou points faibles. Les faiblesses doivent être <b>éliminées</b> autant que possible !</p> <ul style="list-style-type: none"><li>» Mauvaise conception du produit</li><li>» Prix relativement élevé</li><li>» Aucune expertise technique de propriétaire</li><li>» Manque d'expérience de la promotion</li><li>» Gestionnaires/propriétaires inexpérimentés</li><li>» Absence de fonds de roulement</li><li>» Bas niveau des stocks en période de ventes de pointe</li><li>» Le commerce ne dépend entière que d'une seule personne*</li></ul>
<b>Opportunités</b>	<b>Menaces</b>
<p>Les opportunités sont des facteurs positifs ou favorables dans l'environnement, dont l'entrepreneur doit <b>faire usage</b>, ce qui rend son idée de projet potentiellement viable. La plupart d'entre elles échappent cependant <u>au contrôle de l'entrepreneur</u>. Elles diffèrent des forces en ce sens que les forces sont les aspects positifs internes de l'entreprise.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>» Concurrents peu nombreux et faibles</li><li>» Hausse des revenus du marché cible</li><li>» Croissance de la demande</li><li>» Produits similaires lucratifs</li><li>» Assistance technique disponible</li><li>» Pas de tel produit sur le marché</li><li>» Rareté du produit sur le marché local</li><li>» Programmes gouvernementaux ou communautaires avantageux</li><li>» Possibilités de formation adéquates</li><li>» Faible taux d'intérêt sur les prêts</li></ul>	<p>Les menaces sont des facteurs externes négatifs ou défavorables dans l'environnement et <u>ne peuvent normalement pas être contrôlés par de l'entrepreneur</u>. Ils nuisent à l'entreprise, s'ils ne sont pas éliminés ou surmontés. Les menaces diffèrent des faiblesses dans la mesure où elles sont hors du contrôle de l'entrepreneur. Le but de l'analyse des menaces est de chercher des moyens de les éviter ou de réduire leur impact négatif en effectuant des actions les contrebalançant.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>» Hausse des coûts des matières premières</li><li>» Catastrophes naturelles</li><li>» Changement de la législation</li><li>» TROP de concurrence</li><li>» Alimentation insuffisante</li><li>» Médiocrité des infrastructures</li><li>» Crises de famille (par exemple, une maladie ou un décès)</li></ul>

**Remarque:** Les petits commerces qui emploient trois à quatre personnes, plutôt que de compter sur une seule personne, on peut-être plus de chances de survivre et d'être plus efficaces économiquement. Lorsqu'une seule personne est impliquée, une crise comme la mort d'un parent dans une autre partie du pays exigeant un déplacement, ou une maladie personnelle a un impact majeur sur les performances du commerce. Les femmes en particulier peuvent porter un fardeau disproportionné pour prendre soin de membres de leur famille, qui est un défi si elles n'ont personne à qui déléguer le commerce.

# EXERCICE 3 : EXAMEN DE LA STRATÉGIE COMMERCIALE



**COMPÉTENCES DE BASE** : (1) Planification systématique, (2) Établissement d'objectifs et pensée stratégique

## Durée

 30 minutes

## Niveau de difficulté



## Objectifs

① Discuter du but et des éléments de base de la stratégie commerciale

② Introduire des exemples de business plans (exemples provenant d'étude de cas et du formateur)

③ Partager le modèle de business plan

## Matériel

① Soit un tableau blanc et des feutres, soit un chevalet avec du papier à dessin et des feutres

### 1. Revoir et discuter du sujet du business plan :

- La stratégie commerciale est une méthode pour organiser/de rédiger votre modèle économique et il peut aider à répondre aux préoccupations que vous aviez lors de la création de l'analyse SWOT.
- Félicitations, vous avez étudié les sections du business plan tout au long de cette formation !
- **Qu'est ce qu'un business plan ?**
  - Un business plan est un document préparé par quelqu'un qui a l'intention de démarrer un commerce ou qui est déjà en affaires.
  - Il donne une description complète de du commerce et ses plans pour une période de temps (par exemple, de un à cinq ans). Il détaille exactement en quoi consiste le commerce, ce qu'il crée, qui il cible, et comment il est capable de faire tout cela.
- **Pourquoi avez-vous besoin d'un business plan ?** Un business plan est comme une carte. Une carte montre au voyageur :
  - Où elle est.
  - Où elle veut aller.
  - La distance et le temps que le voyageur doit parcourir.
  - Les obstacles sur la route.
  - Qu'est-ce qui est nécessaire pour y arriver.
  - Comment s'y rendre.
- En d'autres termes, un business plan guide un entrepreneur dans ses opérations commerciales. Il est utilisé en interne comme un document de travail pour permettre au propriétaire de voir comment le commerce progresse pour repérer les problèmes ou les opportunités qui se présentent. Quand un business plan est utilisé comme un outil de gestion dans l'entreprise, il permet à l'entrepreneur de :
  - Planifier d'une manière correcte pour la croissance de son commerce.
  - Penser au type de changements qui pourraient être nécessaires dans le commerce.
  - Aider à prévoir les défis et trouver des moyens pour faire face à ceux-ci.
  - Savoir comment contrôler le commerce.
- En outre, un business plan est un moyen pour vous d'expliquer pourquoi votre commerce est différent des autres commerces de la région.

### ***Explications supplémentaires facultatives:***

Expliquez que la stratégie commerciale est similaire à d'autres types de stratégies que les femmes (et les hommes) entreprennent pour les rassemblements familiaux et communautaires et les célébrations. Encouragez les participantes à avoir confiance dans leurs expériences de planification, de la planification des repas (collecte des ingrédients, gestion du temps de préparation) à de plus grandes célébrations communautaires qu'ils ont planifiées ou auxquelles ils ont participé (coordination de la participation de voisins ou de membres éloignés de la famille, leur fournir des instructions et répondre à leurs attentes, communiquer une vision pour la célébration, et réaliser cette vision, le moment venu).

2. (*Facultatif*) Points de discussion pour les grandes entreprises : demandez aux participantes s'il pourrait y avoir d'autres utilisations d'un business plan. Expliquez qu'un business plan peut également avoir un usage externe.

- De nos jours, n'importe quel établissement de crédit (banque) devra voir le business plan d'un entrepreneur pour aider la banque pour se renseigner sur ce qui suit :
  - Combien veut emprunter l'entrepreneur ?
  - Pourquoi l'entrepreneur veut-il de l'argent ?
  - Quand l'entrepreneur sera-t-il en mesure de rembourser l'argent emprunté
  - Est-ce que l'entrepreneur est en mesure de payer l'intérêt ?
  - L'entreprise peut survivre à un contretemps dans ses plans ?
  - Quelle est la sécurité disponible pour l'établissement de crédit ?

3. Explorer des problèmes avec la préparation du business plan :

- Quels sont les problèmes fréquents auxquels les gens font face lorsqu'ils préparent leur business plans ?
  - La plupart des problèmes surviennent quand les gens se fixent des objectifs trop élevés. Il est, par exemple, très irréaliste pour un voyageur de penser qu'il se rendra à pied du village A au village B, une distance de 400 km, en une seule journée.
  - Par conséquent, lorsque vous démarrez une entreprise et préparez un business plan, vous devez être honnête avec vous-même sur ce que vous voulez faire. Il est conseillé de penser petit.
  - Un autre problème fréquent est que les gens ne savent pas comment rédiger un business plan ou réfléchir à toutes les étapes. Comme nous avons exploré les éléments d'un business plan et la façon de le rédiger, vous devriez être en mesure d'éviter ce problème fréquent.

4. Donnez aux participantes une étude de cas pour illustrer davantage l'importance des business plans (exemple ci-dessous). Demandez aux femmes (et donnez-leur l'opportunité de discuter de) :

■ Quelles sont vos ambitions ?

- Est-ce que votre entreprise/futur commerce sera une activité parmi d'autres génératrices de revenus ou votre principale source de revenu ?
- Quelle est la taille finale que vous envisagez pour votre commerce ?
- Combien de temps avez-vous à consacrer à l'activité ?
- Qui d'autre dans la famille est disponible pour aider ?

5. Demandez aux participantes de relire leurs business plan et autorisez-les à y faire des changements ou des modifications comme elles le voudraient.

## EXEMPLE D'ÉTUDE DE CAS DE BUSINESS PLAN



ADAPTEZ

[Femme No 1] est devenue orpheline à 14 ans quand son père est mort. Elle réussissait bien à l'école, mais elle a dû quitter l'école pour s'occuper de ses frères et sœurs. À 17 ans, elle s'est mariée, et avant ses 19 ans, elle est devenue une mère. Son mari travaillait alors qu'elle s'occupait des enfants et ménage, de faire la cuisine et du nettoyage.

[Femme No 1] aurait aimé gagner un revenu pour le ménage, mais elle ne savait pas comment. Elle a essayé de faire un peu d'agriculture, mais n'était pas bonne à ce travail. Elle a pensé à mettre en place un stand de vêtements de seconde main sur le marché, mais elle n'a jamais fait de plans réels parce qu'elle était occupée avec ses enfants et ce n'est pas arrivé.

Lorsque le mari de [Femme No 1] est décédé subitement, cependant, elle réalisa qu'elle devait vraiment gagner de l'argent. Quand elle y réfléchit un peu plus, elle réalisa qu'elle avait développé une compétence très utile : elle savait bien cuisiner. Elle a donc demandé autour d'elle et est rapidement devenue cuisinière et laveuse de vaisselle dans un petit café. Ce n'était pas un emploi glamour, mais il lui a permis d'avoir un revenu régulier pour subvenir aux besoins de ses enfants.

[Femme No 1] travailla très bien au café pendant de nombreuses années. Elle développa une façon de cuisiner le poulet que tous ses clients aimaient beaucoup, et elle a contribué à la grande réussite du café. Cependant, quand elle a eu 45 ans, le propriétaire du café a décidé de vendre l'entreprise. Bien qu'elle n'eût plus besoin d'autant de revenus depuis ses enfants avaient grandi, [Femme No 1] s'est sentie rejetée, vaincue et découragée. Elle avait trouvé quelque chose qu'elle savait comment faire pour laquelle elle était très douée, et maintenant, elle devait s'arrêter.

Elle prit un morceau de papier et un crayon et s'assit sous un arbre. Elle pensa que ce devait être un signe qu'elle était près de la fin, elle s'installe pour écrire son testament. Cependant, quand elle a commencé à écrire, elle se retrouva à écrire ce qu'elle aimerait faire à l'avenir et ce qu'elle pourrait faire pour réaliser ses futurs rêves. Elle réalisa qu'il y avait quelque chose que personne d'autre ne pouvait faire aussi bien qu'elle : cuisiner de très bons plats au poulet. Elle créant un plan sur le papier planifiant la façon dont elle pourrait continuer à le faire en mettant en place sa propre entreprise.

[Femme No 1] se leva et apporta le papier sur lequel elle avait écrit au propriétaire du café. Le propriétaire lu son business plan et convint qu'il avait l'air très bon. Il savait qu'elle était qualifiée pour la cuisson du poulet et savait qu'elle s'en sortirait bien comme entrepreneuse, il décida donc d'investir une partie de son argent de la vente du café. Il lui donna un petit prêt pour démarrer l'entreprise. [Femme No 1] commença à frire et à vendre du poulet au porte à porte dans sa ville natale. Son poulet était très bon, et à 55 ans, pour la première fois de sa vie, elle constata qu'elle dirigeait avec succès sa propre entreprise. Sa vie avait été sauvée par la rédaction d'un simple business plan.

## SON HISTOIRE : FAUSTA

Histoire importante concernant une femme tirée du Guide des ressources !

*Nous vous suggérons de partager l'histoire avec ci-dessous avec les participantes en l'imprimant et en lisant à haute voix en tant que groupe.*

La pollution de l'air domestique en Tanzanie contribue à environ 18'900 du nombre décès annuels car 95% de la population continue d'utiliser des combustibles solides pour la cuisine en Tanzanie. Cela provoque non seulement des problèmes dramatiques de santé (conduisant à des taux de mortalité élevés), mais également à l'augmentation de la déforestation. Avec un déficit en bois de feu qui s'intensifie, les femmes marchent toujours plus loin pour cueillir le combustible.

Fausta Ntara de Mwanza, en Tanzanie, est âgée de 60 ans, mariée et a quatre enfants. Fausta a longtemps été une entrepreneuse, travaillant pour soutenir sa famille en plus de ses responsabilités ménagères normales. Elle a commencé la fabrication et le commerce de foyers améliorés en 2003 après avoir assisté à un séminaire sur le commerce à Dar-es-Salaam. C'est là que Fausta a abordé des connaissances sur les foyers à charbon de bois et l'impact de la cuisine traditionnelle sur sa santé et celle de sa famille. Grâce à ce séminaire Fausta a également été introduite à la connaissance technique nécessaire pour commencer et diriger son propre commerce. Inspirée, Fausta a commencé à visiter des foires commerciales en Ouganda et au Kenya pour en apprendre davantage sur d'autres types de foyers améliorés. Fausta a rapidement dirigé un commerce produisant et vendant des foyers améliorés.

Fausta a été recrutée pour le projet Développement d'entreprises énergétiques (Developing Energy Enterprises Project (DEEP)) de GVEP en 2010 où elle a reçu une formation et acquis des compétences commerciales comme la gestion, la tenue des registres et l'établissement d'une stratégie financière, ainsi que l'accès au Fonds de garantie des prêts pour développer son activité de foyers. La formation de la tenue des registres a non seulement aidé Fausta à améliorer son commerce, mais il l'a également encouragée à ouvrir un compte en banque. Elle sait combien elle dépense et combien elle gagne donc ça lui permet de planifier ses économies et de savoir combien dépenser pour les matières premières. Fausta a conservé des documents fiables et peut désormais voir les progrès de son commerce. L'amélioration des compétences en marketing lui ont permis d'élargir son réseau de clients, comme elle profite des réunions locales, des dépliants et des brochures pour faire la publicité de ses produits. Fausta a développé des réseaux solides, et a eu de nombreux contacts avec les clients. Elle est bien connue dans la région du Lac à la suite des activités de marketing et de promotion de GVEP, augmentant ainsi le nombre de clients qui achètent ses produits tous les jours.



Suite au mentorat du GVEP, Fausta a pu terminer son business plan et l'utiliser pour obtenir un prêt d'une institution financière du Fonds de garantie des prêts. Grâce à des prêts totalisant (TZS) 4'000'000 (2'470 USD), Fausta a pu acheter des matières premières en vrac, se permettre une machine de soudage et un broyeur de métal, et elle loue maintenant un atelier pour son commerce. « Au départ, je ne pouvais pas obtenir un prêt auprès des institutions financières .... GVEP m'a soutenu et mis mon commerce sur la bonne voie », dit Fausta.

Fausta produit désormais différents types de foyers utilisant des matières premières et recyclées. Elle fabrique des poêles à charbon, des fours et autres foyers améliorés, offrant aux consommateurs une gamme de produits parmi lesquels choisir. Elle travaille dur pour améliorer la relation avec le client et les compétences de service. Fausta effectue régulièrement des suivis après-vente sur la fonctionnalité des foyers de cuisine et a une base de clientèle solide, acquise grâce à de nombreuses références et recommandations de clients.

En un mois, Fausta peut vendre quatre à huit grands foyers standards, huit à quinze foyers moyens à grands, entre 50 et 100 grands foyers environ et entre 300 à 500 petits foyers. Après les dépenses, cela lui rapporte un bénéfice net total mensuel de 400'000 shillings (250 USD), ce qui constitue une augmentation de 50 % sur les revenus antérieurs à sa participation avec GVEP.

# CONCLUSION DE LA SECTION COMMERCE & PROCHAINES ÉTAPES

## Exercice 1(a): Business réflexion sur le commerce

1. Demandez aux participantes si elles ont d'autres questions.
2. Demandez à chaque participante de dire une chose nouvelle qu'elle a apprise.
3. Expliquez aux participantes quel soutien elles recevront dans le futur de la part de votre organisation. Cela pourrait inclure un mentorat régulier en tête-à-tête à un mentor d'un commerce alloué avec lequel chacune d'elle peut construire une relation forte. Il pourrait inclure les invitations à assister à des cours de formation, telles que les commerces de pointe ou les compétences techniques.
4. Demandez aux participantes de réfléchir sur ce qui suit, et encouragez-les à partager avec le groupe :
  - Comment est-ce que je me sens à l'idée d'aller de l'avant avec ce que j'ai appris ? Je me sens accablée ? Confuse ? Confiante ? J'ai peur ? Excitée ? Quelles sont les pensées qui traversent mon esprit ?
  - Comment puis-je penser à mes plans futurs afin de rester motivée ? Par exemple, si quelqu'un dit qu'elle a peur que son commerce va échouer, cette pensée pourrait être modifiée de la façon suivante : « J'ai appris des compétences importantes, et si je persiste à utiliser ces compétences, je peux réussir. »
5. Présentez brièvement la prochaine section de la formation : l'autonomisation. Expliquez que comme pour toute nouvelle activité, les individus devront faire face à des obstacles dans leur évolution, externes ou internes. Dans cette section de la formation, les participantes vont regarder à l'intérieur d'elles-mêmes, explorant eux-mêmes et leurs forces pour travailler sur l'amélioration de la conscience de soi, la confiance en soi et l'expression de leurs voix.
6. Demandez aux participantes de remplir le formulaire de commentaires sur la section commerce qui se trouve dans leur dossier de participant. Assurez-vous qu'elles n'écrivent pas leur nom sur leur formulaire et le soulignez le fait qu'il sera anonyme. Demandez-leur de déchirer soigneusement les formulaires de commentaires du dossier de participant et de les lui remettre une fois remplis.

### Durée

 45 minutes

### Niveau de difficulté



### Objectifs

- 1 Réfléchir sur les exercices sur le commerce
- 2 Identifier les obstacles potentiels pour aller de l'avant dans les activités commerciales des participantes et du formateur
- 3 Identifier un soutien supplémentaire qu'elles recevront de la session de formation
- 4 Solliciter les commentaires des participantes sur leurs expériences lors de cette formation

### Matériel

- 1 Formulaire de commentaire pour la section commerce



#### CONSEIL

Selon le temps que vous avez consacré aux exercices sur le commerce, le niveau d'énergie des participantes, et de vos choix concernant la chronologie de l'activité, certains des exercices sur le commerce devraient être le(s) premier(s) exercice(s) du 3ème jour.

# TROUVER VOTRE VOIX: AUTONOMISATION

## **Aperçu :**

1. Construire la confiance en soi
2. Se comprendre
3. Comprendre ses croyances fondamentales
4. Identifier et reconnaître ses propres forces
5. Développer des habitudes de pensée positive
6. Gérer la peur et le risque
7. Se connaître soi-même à travers son corps

## Proposition de programme d'exercices d'autonomisation sur deux jours

Session	Jour 1	Jour 2
<b>Matin A</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>» Introduction à la section autonomisation (20 min)</li> <li>» Moi-même – mon ami (45 min)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>» Révision de la 1ère journée</li> <li>» Changement de comportement personnel (60-90 min)</li> </ul>
<b>Pause</b>		
<b>Matin B</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>» Arbre de vie (90 min)</li> <li>» Comprende y surmonter ses croyances limitantes (70-100 min)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>» Mes prochaines étapes de croissance (60-90 min)</li> </ul>
<b>Déjeuner</b>		
<b>Après-midi A</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>» Intentions (20 min)</li> <li>» Comprendre ses croyances fondamentales (60-90 min)</li> <li>» Mes meilleures qualités (45 min)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>» Aborder et comprendre la peur (105-120 min)</li> <li>» Dialogue corporel (60-75 min)</li> </ul>
<b>Pause</b>		
<b>Après-midi B</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>» Recadrage cognitif : du négatif au positif (30-45 min)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>» Célébration de soi (30 min)</li> <li>» Évaluation de la section autonomisation</li> </ul>

**Remarque :** Plusieurs de ces activités n'ont pas de durée exacte, et on peut prendre plus ou moins de temps pour les effectuer.

# INTRODUCTION À LA SECTION AUTONOMISATION

## Durée



20 minutes

1. Fournir une brève introduction de ce qu'on fera dans la section autonomisation de l'atelier, et de fournir un aperçu de cette partie de la formation.

- Ces processus et exercices seront très différents de la plupart des ateliers auxquels vous avez participé avant. Nous allons faire des activités qui vous permettent de penser à qui vous êtes, ce en quoi vous croyez, et quels sont vos espoirs et vos rêves.
- C'est le moment pour chacun d'entre vous de se concentrer sur vous-même. C'est un moment pendant lequel vous pouvez jeter un œil à votre vie, observer comment elle est maintenant, et ce que vous voulez pour votre avenir.
- Si vous vous autorisez à participer pleinement, vous trouverez que ce processus a un grand potentiel pour améliorer votre vie.
- Il est important que vous soyez ouverte à ce processus. Nous travaillons tous ensemble, et nous sommes ici pour nous soutenir mutuellement. Toutes les émotions sont les bienvenues – la joie, la colère, la tristesse, le bonheur, la frustration, l'espoir, et plus encore. Autorisez-vous à expérimenter ces émotions. Nous voulons que vous vous sentiez en sécurité dans cet espace et vous soutenir quand vous avez besoin de nous.
- **Pourquoi faisons-nous cette formation d'autonomisation ?**
  - Se comprendre soi-même rend plus facile la compréhension des gens autour de nous, y compris de nos clients. Cela nous aide à construire des relations positives avec les autres, afin que nous puissions mieux les servir.
  - Cela améliore notre confiance et la capacité d'analyser notre commerce pour l'aider à grandir.
  - Cela nous donne les outils mentaux pour gérer plus efficacement nos émotions et nous aide à relever de nouveaux défis.
- Les processus que nous allons apprendre dans cette section nous donneront les outelles pour réfléchir de façon indépendante, d'évaluer et d'évoluer en tant qu'individus et en tant que propriétaires de commerces.



### CONSEIL

Revoyez l'accord conclu au début de l'atelier. Demandez aux participantes s'elles ont tout ce qu'elles souhaitent ajouter avant de commencer cette session.



### CONSEIL

Une bonne transition à effectuer ici consiste à prendre dix minutes pour effectuer l'une des activités suivantes, en fonction des désirs de votre participantes. La première option est calmante et relaxante ; la deuxième option est plus active physiquement.

**Option 1 :** calmante et apaisante, la méditation silencieuse (il est recommandé d'avoir une musique de fond relaxante)

- Asseyez-vous confortablement et laissez vos mains simplement reposer sur vos genoux, ou à vos côtés. Fermez les yeux.
- Prenez une longue, lente, profonde respiration par le nez. Retenez votre souffle pendant un moment, puis expirez par la bouche. Comme vous expirez, sentez-vous que vous évacuez le stress et la tension que vous avez dans votre corps.
- Prenez une autre respiration lente par le nez. Remplissez vos poumons complètement. Retenez votre respiration pendant un moment ... et libérez le souffle par la bouche. Videz vos poumons complètement quand vous expirez.
- Sentez-vous que la tension dans votre corps a commencé à se relâcher et à redescendre. Prenez une autre respiration profonde. Retenez, puis laissez-le aller. Sentez que vous vous détendez de plus en plus profondément à chaque respiration.
- Prenez conscience de vos pieds et de vos orteils. Maintenant, respirez profondément par le nez, et en même temps, détendez progressivement vos orteils vers le bas et les muscles tendus des plantes de vos pieds. Retenez votre respiration pendant quelques secondes, puis relâchez les muscles de vos pieds en expirant.
- Maintenant, prenez conscience des muscles de votre jambe. Respirez profondément et en même temps, pointez les orteils vers vos genoux et contractez ces muscles. Maintenez la position pendant un instant, puis laissez ces muscles se relâcher que vous expirez.
- Prenez une profonde inspiration, et contractez les muscles de vos cuisses. Maintenez la position pendant un instant et décontractez tous les muscles et détendez-vous
- Effectuez une belle grande respiration et contractez progressivement les muscles de vos fesses. Maintenez cette contraction pendant quelques secondes, puis relâchez votre souffle. Sentez la tension partir de vos muscles. Sentez-les se relâcher complètement.
- Effectuez une belle grande respiration et puis contractez les muscles de l'estomac. Maintenez la position pendant un moment. Maintenant, relâchez votre souffle et laissez vos muscles se détendre.
- Montez vos épaules vers vos oreilles et contractez ces muscles tout en respirant profondément. Maintenant expirez complètement. Laissez vos muscles contractés se relâcher et devenir mous.
- Sentez la lourdeur votre corps maintenant. Profitez de la sensation. Respirez à nouveau. Serrez les poings et contractez tous les muscles de vos bras. Contractez les muscles en même temps que vous retenez votre souffle. Maintenant, relâchez et respirez doucement. Laissez vos bras et vos mains se relâcher et devenir mous.
- Maintenant, contractez les muscles de votre visage en serrant vos yeux fermés et serrez les lèvres. Respirez à fond. Maintenez cette pendant un moment ... et maintenant respirez et relâchez tous les muscles de votre visage. Sentez que votre visage devient plus souple.
- Prenez une profonde inspiration, puis ouvrez votre bouche aussi largement que possible. Sentez les muscles de votre mâchoire s'étirer et se contracter. Maintenant expirez et laissez votre bouche se fermer doucement.
- Prenez une profonde respiration finale, remplissez vos poumons complètement. Maintenez la position pendant un instant, puis relâchez et détendez-vous. Laissez les dernières tensions s'évacuer en expirant.
- Sentez-vous détendu du sommet de votre tête au bout de vos orteils. Appréciez cette sensation et sachez que vous pouvez revenir à cet état à tout moment en refaisant cet exercice de respiration.
- Lorsque vous êtes prête, ouvrez vos yeux.

**Option 2 :** Activité physique, telle que les chaises musicales

Dans cette option, identifiez un exercice physique culturellement appropriée. Par exemple, les chaises musicales, où les chaises sont placées en cercle tournées vers l'extérieur avec une chaise de moins que le nombre de participantes. Lorsque la musique joue, tout le monde se déplace autour des chaises, quand la musique s'arrête, tout le monde doit trouver une chaise. La seule personne qui ne trouve pas une chaise sort de l'exercice. À ce stade, une chaise est retirée et le jeu continue. Cela continue jusqu'à ce qu'il y ait seulement une chaise et deux personnes autour. La dernière personne à pouvoir s'asseoir gagne.

# SUJET 1 : CONSTRUIRE LA CONFIANCE EN SOI

## EXERCICE 1 : MOI-MÊME – MON AMI



**COMPÉTENCES DE BASE :** (1) Conscience cognitive, (2) Gestion de soi

### Exercice 1(a): Introduction à moi-même - mon ami

1. Présentez ce premier exercice :

- Nous pensons souvent à nous-mêmes dans le contexte familial ou la communauté en mettant l'accent sur le soutien ou le renforcement de ces liens. Nous accordons moins de temps à nous-mêmes et à comment nous soutenir ou nous renforcer.
- Afin de servir plus efficacement nos familles ou de la communauté, il est essentiel que nous devenions fortes.
- Il est important de savoir qui vous êtes si vous pouvez être une bonne vendeuse. Avoir confiance en soi est essentiel !
- Il est également important de connaître nos propres forces et faiblesses, pour savoir ce que nous pouvons améliorer.
- Si nous voulons changer les choses, il est souvent difficile (voire impossible) de changer les autres, mais nous pouvons changer nous-mêmes et modifier nos réactions à des choses qui nous arrivent.
- Nous examinerons l'idée qu'il est important de prendre une plus grande responsabilité pour nos actions/réactions, dans les différentes sections de cette formation (par exemple, l'exercice de la section leadership sur le fait d'être proactif).

2. Demandez aux participantes de dire la première chose qui leur vient à l'esprit lorsqu'on leur demande de penser à elles-mêmes. Écrivez les commentaires sur le tableau de conférence. Si elles n'ont rien dit, commencez la discussion en leur demandant si elles ressentent une des émotions suivantes : Embarrassée ? Timide ? Idiote ? Préoccupées par le jugement des autres ? Et ainsi de suite.
3. Si ces émotions ressortent de la discussion, demandez aux participantes de s'accorder du temps ces prochains jours pour réfléchir uniquement à elles-mêmes. Faites-leur savoir qu'elles ont la permission de le faire. Évaluez si elles se sentent à l'aise pour le faire. Encouragez-les à s'amuser avec cette idée et à essayer.

#### Durée

 60 minutes

#### Objectif

Diriger la concentration et l'attention des participantes sur elles-mêmes (plutôt que sur leurs rôles au sein de leur famille ou de la communauté).

#### Matériel

Tableau blanc et feutres

#### Durée

 20 minutes

### Exercice supplémentaire (facultatif)

1. Demandez aux participantes de réfléchir et d'écrire leurs dix premières valeurs qui les guident dans leur vie.
2. Maintenant demandez-leur d'en choisir cinq parmi ces dix qui sont les plus importantes pour elles (écrire une nouvelle liste avec juste ces cinq).
3. Maintenant demandez-leur d'en choisir trois parmi ces cinq qui sont les plus importantes (écrire une nouvelle liste avec juste ces trois).

4. Accordez aux participantes une minute pour réfléchir à ces valeurs. Encouragez-les à y réfléchir régulièrement et à s'en souvenir ; dites-leur également de penser à la façon dont elles guident leur vie ou comment elles voudraient que les décisions qu'elles prennent soient mieux guidées par ces valeurs.



#### CONSEIL

Vous pouvez être confronté à une certaine résistance pendant cette discussion, étant donné que dans certaines cultures, on apprend aux femmes qu'il est cupide de penser à elles-mêmes. Rappelez-leur qu'il est important de prendre soin d'elles-mêmes, et qu'apprendre à se connaître en est une partie importante. Vous pouvez être en mesure d'utiliser une histoire culturellement appropriée qui met l'accent sur cette idée.

## Exercice 1(b): Moi-même - mon ami\*

### Durée

 30 minutes

1. Expliquez qu'il est important d'apprendre à connaître qui vous êtes en tant qu'individu. Utilisez les points suivants :

- Souvent nous n'avons pas l'occasion de réfléchir beaucoup sur nous-mêmes, que cela inclue nos qualités ou les façons dont nous voulons être une meilleure personne.
- Plus vous vous comprenez, plus il est facile d'apprendre comment vous pouvez vivre votre vie de la manière qui est importante pour vous. Cela vous donnera plus de confiance dans tout ce que vous faites.

2. Demandez aux participantes soit de fermer les yeux ou s'asseoir tranquillement en regardant le miroir (facultatif). Demandez-leur de prendre trois respirations douces en étant relaxées. Si elles utilisent le miroir, elles devraient consacrer environ 30 secondes à se regarder, passez le miroir à une autre participante, puis fermer les yeux.
3. D'une voix douce, communiquez avec le groupe alors que la musique joue en arrière-plan en employant les déclarations suivantes (pendant cinq à dix minutes).

- Qui voyez-vous ? À quoi ressemblez-vous ?
- Posez des questions sur la vie quotidienne : Que faites-vous ? Que ressentez-vous par rapport à ce que vous faites ?
- Parlez-vous à vous-même concernant vos sentiments, pensées, peurs, frustrations, bonheur, rêves.
- Utilisez vos mains pour sentir votre visage. Prenez-vous dans vos bras. Imaginez que vous êtes votre propre meilleur ami. Souriez à vous-même.

4. Debriefing : Quels étaient vos sentiments lorsque vous vous imaginiez ? Demandez à trois-cinq participantes de répondre. S'il y avait des sentiments de tristesse, comment les participantes auraient voulu se sentir à la place ? Pensez-elles qu'il est possible de ne pas être triste quand elles pensent à elles-mêmes ou à leur vie ? À quoi cela ressemblerait ?

### Matériel (facultatif)

- 1 4-5 petits miroirs
- 2 Musique relaxante

5. Demandez aux participantes de rédiger une déclaration positive sur elles-mêmes sur un morceau de papier ou une note autocollante. Dites-leur qu'elles peuvent lire cette note à tout moment et se rappeler cet aspect positif d'elles-mêmes (par exemple, je suis forte, je suis belle, je suis capable d'être une entrepreneuse prospère, etc.).



**CONSEIL**

Vous pouvez être confronté à une certaine résistance pour participer à cet exercice. Certaines personnes peuvent ne pas être à l'aise de se voir dans le miroir (dans certains cas, elles peuvent ne jamais utiliser des miroirs). Il peut y avoir de tristesse ou de désagréments associés à la recherche d'elles-mêmes, ce qui pourrait se manifester avec un rire nerveux ou des remarques méprisantes. Essayez de les encourager à faire cet exercice. Faites-leur savoir que c'est lorsque nous faisons les choses d'une manière que nous n'avons jamais employée avant, ou penser à des choses d'une façon que nous n'avons jamais employée auparavant, que nos vies peuvent changer en mieux.

# EXERCICE 1: ARBRE DE VIE\*

### COMPÉTENCES DE BASE : (1) Conscience cognitive, (2) Gestion de soi

1. Expliquez que les arbres ont une signification universelle dans de nombreuses cultures et représentent « la vie. » Cet exercice va utiliser l'image d'un arbre et est destiné à aider les participantes à réfléchir à leur propre vie afin qu'elles puissent mieux comprendre comment elles sont devenues les femmes qu'elles sont aujourd'hui et comment elles peuvent continuer à évoluer dans le futur.
2. On peut aussi utiliser l'analogie d'une plante - qui a des racines, un tronc, des fruits/ fleurs et des bourgeons. Vous pourriez peut-être prendre une petite plante à montrer au groupe.
3. Demandez aux participantes d'ouvrir leurs dossier de participant à la page qui contient le dessin de l'arbre avec ses racines, son tronc, des fruits, et des bourgeons (note : chaque personne possède deux copies et utilisera les deux d'ici à la fin de l'exercice). Utilisez-en une vous-même pour illustrer les instructions.
4. Présentez un tableau de conférence avec les instructions suivantes sur la façon d'étiqueter les différentes parties de leurs arbres personnels de la vie. Lisez chaque point de la liste, puis répétez avec vos propres mots :

- Les RACINES représentent votre histoire et vos expériences de vie. Ceci inclut votre famille, vos amis et votre communauté. Toutes ces expériences ont façonné -à la fois de façon positive et négative – vos croyances sur le monde. Ces croyances continuent d'influencer votre vie quotidienne aujourd'hui. Il est important pour vous de reconnaître comment vos expériences ont façonné votre vie et de déterminer comment vous voulez utiliser ces expériences passées pour renforcer vos racines et construire un avenir meilleur.
- Le TRONC/la TIGE représente toute ce qui concerne votre vie d'aujourd'hui : comment vous pensez, ce que vous faites, avec qui vous vivez, votre travail, votre famille, votre communauté, etc. Il est important de prendre conscience de tous ces aspects de la vie quotidienne afin que vous puissiez continuer à vous renforcer en tant que personne.
- Les BOURGEONS représentent vos espoirs et vos rêves pour l'avenir (petits ou grands). Les nouveaux bourgeons sont créés et soutenus par l'énergie qui provient de vos racines, le tronc et les fruits de votre vie. Ces bourgeons continuent d'être créés, car ils représentent toutes les nouvelles choses que vous souhaitez voir arriver dans votre vie. Chaque nouveau bourgeon représente les aspects qui évoluent dans votre vie.
- Savoir ce que vous voulez - vos espoirs et rêves - est important pour votre avenir. Plus vous êtes au clair, sur ce que vous voulez à l'avenir, plus vous êtes en mesure de puiser dans vos propres ressources (en vous appuyant sur vos racines, le tronc et les fruits) pour que cela se produise.



### Durée

 90 minutes

### Objectifs

- 1 Permettre aux participantes de réfléchir sur leur vie et sur eux-mêmes.

### Matériel

- 1 Document Mon arbre de vie (dossier de participant)
- 2 Crayons ou crayons de couleur

5. Expliquez au groupe que, comme un arbre, nous continuons à grandir. Et comme un arbre, nous pouvons améliorer la façon dont nous grandissons en veillant à nous soutenir des meilleures façons possibles. Dans le cas d'un arbre/d'une plante, nous nous assurons que le sol soit riche en nutriments, qu'il/elle a assez d'eau, et un accès à la lumière du soleil régulier. Pour nous-mêmes, nous devons nous assurer que nous prenons soin de tous les aspects de nos vies, notre intelligence, nos corps et nos esprits. En prenant soin de nous-mêmes en tant qu'individus, nous pouvons continuer à nous renforcer et nous développer de façon plus belle dans le monde.
6. La première étape lorsqu'on prend soin de nous consiste à comprendre qui nous sommes et où nous en sommes dans nos vies. Une fois que nous commençons à mieux nous comprendre, nous pouvons progresser dans nos vies.
7. Maintenant, demandez aux participantes de commencer à nommer/dessiner ce qui les aide dans leurs propres arbres de vie. Les participantes peuvent soit écrire des mots ou dessiner des choses ou des symboles à côté de leurs racines, troncs, fruits, ou bourgeons respectifs (par exemple, pour les racines, elles pourraient vouloir dessiner la maison où elles ont grandi enfants ou le visage d'un professeur d'école particulier qui les ont soutenues, etc.). Pour la section sur les « réalisations » (« fruits »), souligner qu'elles n'ont pas à chercher de grandes choses, mais des aspects dont elles ont le sentiments qu'elles ont bien fait dans leur vie, comme élever leurs enfants.
8. Maintenant, donnez à nouveau des instructions pour les racines (elles devraient encore être affichées sur le tableau de conférence). Accédez à votre propre arbre photocopié, et écrivez ou dessinez quelques exemples de vos propres racines personnelles. Ceux-ci peuvent être réels ou inventés, dépendant de si vous êtes à l'aise ou non avec le partage, mais elles doivent illustrer ce que sont « les racines personnelles ». Demandez au groupe de faire la même chose, et de poser leur crayon quand elles ont fini. Attendez jusqu'à ce que tout le monde ait fini, et puis passez à la section suivante de l'arbre (à partir des racines au tronc aux fruits et aux bourgeons).
9. Faites une pause après chaque section jusqu'à ce que tout le monde ait montré qu'elle a terminé en posant son crayon, puis donnez des instructions pour la prochaine section, montrez ce qu'elles doivent faire sur votre propre arbre, et demandez-leur de faire la même chose jusqu'à ce que tout le monde ait complété le tronc, les fruits et les bourgeons.
10. Quand elles ont fini, demandez aux participantes de se diviser en groupes de trois ou quatre et de partager leurs dessins avec les unes avec les autres. Soulignez qu'elles sont libres de partager les parties de leur arbre qu'elles veulent, mais elles n'ont pas à tout partager. Demandez aux participantes de ne pas commenter sur ce que les membres de leur groupe disent quand elles parlent, mais qu'il suffit d'écouter. Accordez environ 30 à 45 minutes aux groupes pour partager à part et veillez à ce que toutes les participantes soient en mesure de partager.
11. Réunissez à nouveau les participantes, et lisez les questions suivantes, une à la fois. Accordez un peu de temps pour discuter de chaque question avant de passer.

- Qu'avez-vous ressenti quand vous avez partagé votre expérience ? Qu'est ce qui était facile ? Qu'est ce qui était difficile ?
- Qu'avez-vous ressenti lorsque vous écoutiez l'arbre de vie de quelqu'un d'autre ? Qu'est ce qui était facile ? Qu'est ce qui était difficile ?

12. Demandez aux participantes si, alors qu'elles discutaient de leurs arbres, elles ont remarqué des expériences similaires dans leurs propres vies. Elles pourraient répondre en donnant des expériences partagées du fait d'être désavantagées en raison d'être une fille/une femme (par exemple, leurs parents qui choisissent d'éduquer un enfant de sexe masculin plutôt qu'elles, être laissés seule pour s'occuper de leurs enfants pendant la guerre parce que leurs maris s'étaient enfuis, etc.).
13. Expliquez que les femmes de la communauté partagent souvent des expériences similaires. Cela pourrait inclure de ne pas avoir les mêmes droits, pouvoirs et les possibilités que les hommes dans leur familles, les communautés et la société. Cet exercice est une façon de comprendre comment sont les situations. Mais nous avons chacun une occasion de changer, de construire un arbre fort.
14. Expliquez aux participantes qu'elles ont l'occasion de renforcer leur propre arbre de vie. Expliquez qu'il est important maintenant de réfléchir aux expériences et aux habitudes de vie ont contribué à améliorer leurs vies et quelles expériences et habitudes de vie ont rendu l'évolution plus difficile. Demandez aux femmes de réfléchir sur la façon dont elles veulent construire un arbre fort. Passez en revue les questions suivantes avec les femmes, pendant qu'elles réfléchissent à la façon dont elles veulent construire un arbre plus fort.

- Quelles sont les forces à mes racines qui soutiennent une « moi » forte ? Est-ce que j'ai un solide système de soutien dans les membres de ma famille ou parmi mes amis, ou est-ce que je suis isolée ? Dois-je me concentrer sur les expériences de mon passé qui me font sentir plus forte, ou est-ce que je me concentre sur la douleur et les défis auxquels j'ai dû faire face ?
- Quelles sont les forces à mon tronc qui soutiennent une « moi » forte ? Est-ce que je prends soin de moi, trouve des aliments nourrissants, et prends soin de mon corps ? Est-ce que je pense aux choses positives que je veux pour ma vie, ou est-ce que je passe mon temps à m'apitoyer sur moi ou suis en colère à propos de ma vie ?
- Qu'est-ce que je peux apprécier de toutes les choses que j'ai accomplies, et comment cela m'aidera dans mes futurs objectifs ? Est-ce que je me souviens de mes qualités, ou est-ce que je ne vois que mes défauts et mes échecs ?
- Comment puis-je regarder mes futurs espoirs et mes rêves ? Comment est-ce que je me sens maintenant que je regarde vers mon avenir ?

15. Accordez à chacune environ cinq minutes de plus, puis invitez les participantes à dire quelque chose au sujet de leurs expériences avec cet exercice. Soulignez aux participantes qu'il existe de nombreuses façons d'améliorer leur expérience de vie et la construction d'un « moi » fort est l'une d'elles. Les participantes gardent leurs arbres de vie comme un rappel de ces aspects de leur vie. Dans les prochains exercices, nous allons creuser un peu plus profondément ces questions.



#### CONSEIL

Lorsque vous parcourez cet exercice, prenez le temps d'expliquer toutes les zones de l'activité que les participantes ne peuvent pas comprendre, et assurez-vous qu'elles ont suffisamment de temps pour chaque section.



#### CONSEIL

Encouragez de façon continue les participantes analphabètes à utiliser de simples dessins pour illustrer chaque partie de l'arbre.

# EXERCISE 2: SES CROYANCES LIMITANTES



**COMPÉTENCES DE BASE :** (1) Conscience cognitive (2) gestion de soi

## Exercice 2(a): Comprendre & surmonter ses croyances limitantes\*

### Durée

 70-100 minutes

### Objectifs

- 1 Discuter du concept de croyance limitante
- 2 Partager les croyances limitantes
- 3 Développer une compréhension de la façon de recadrer ces croyances
- 4 Pratiquer de nouvelles croyances

### Matériel

- 1 Tableau blanc et feutres

1. Expliquez les choses suivantes au groupe :

- Nos espoirs et nos rêves, les bourgeons de nos arbres, sont touchés par ce que à quoi nous croyons. En fait, ce que nous pensons tous les jours, notre tronc/tige, est liée à ce que nous croyons. Par exemple, si je crois que je peux être une femme entrepreneur prospère, alors je pense que aux façons de devenir une femme entrepreneur prospère, telles que la recherche de clients ou où vendre mes produits. Ces croyances viennent de et sont affectées par notre histoire et nos expériences de vie, de nos racines. Si je vois des femmes entrepreneur à succès dans ma communauté, et que j'ai été encouragée à poursuivre des activités indépendantes quand j'étais plus jeune, je peux être plus encline à croire que je peux être une femme entrepreneur prospère.
- Mes pensées quotidiennes sur ce que je peux faire ou être affectent mes activités ou les expériences que je peux avoir. Si je pense que je peux être une femme entrepreneur prospère, je vais poursuivre des activités qui peuvent m'aider à réussir en tant que femme entrepreneur, comme la participation à la formation comme ça !
- Souvent, lorsque nous pensons à nos objectifs, d'autres pensées peuvent venir à notre esprit qui nous font douter ou nous sentir désespérées. Celles-ci sont appelés croyances limitantes.
- Une croyance limitante est une croyance qu'une personne a qui la fait douter de ce qu'elle peut faire ou être. Elle peut provenir d'une conclusion erronée de quelque chose dans la vie. Par exemple, une personne peut avoir la croyance limitante qu'elle n'est pas assez intelligente pour réussir dans le commerce, si elle n'a jamais essayé avant ; ou si elle a échoué une fois, cela signifie qu'elle va échouer à nouveau, elle décide alors de ne pas essayer.
- Cependant, les croyances sont tout simplement une façon de penser dont nous avons pris l'habitude (habitudes ou modes de pensée), et par conséquent, elles peuvent être modifiés.
- Il est important de savoir en quoi vous croyez et de comprendre quelles sont les croyances qui vous limitent ou vous retiennent. Ensuite, vous pouvez commencer à transformer ces croyances limitantes en croyances constructives et encourageantes.
- Une autre façon dont vous pouvez penser aux croyances limitantes, c'est qu'elles s'expriment aussi sous la forme de : excuses, pensées négatives, soucis, justifications, échecs du passé, peur, etc.

- Au début, il peut être difficile de reconnaître nos croyances limitantes, et l'on peut avoir du mal à se rendre compte qu'elles ne sont pas des vérités !
- Nous pouvons explorer nos croyances limitantes en nous posant quelques questions :
  - Quelles pensées négatives me viennent à l'esprit quand je pense à mes objectifs ?
  - Quelles sont les hypothèses inutiles que je fais à propos de la réalisation de mes objectifs ?
- Voici quelques croyances limitantes communes :
  - **Désespoir** : Il n'y a aucun moyen d'atteindre mon objectif.
    - Je suis désespérée dans des situations sociales, alors comment pourrais-je convaincre quelqu'un d'acheter un produit ?
    - Ça ne marchera jamais.
    - Je ne réussirai jamais à vendre des foyers.
    - Je ne suis pas bonne pour ...
    - Il est inutile d'essayer.
  - **Impuissance** : Mon objectif peut être atteint, mais je n'ai pas la capacité d'y parvenir.
    - Pourquoi est-ce que ça m'arrive toujours à moi
    - C'est un monde d'hommes.
    - Je ne fais jamais les choses bien.
    - Je n'ai tout simplement pas les compétences pour réussir.
  - **Dévalorisation** : Je ne mérite pas d'atteindre cet objectif parce que je ne suis pas assez bonne.
    - Je ne suis pas confiante dans mes capacités à réussir en tant qu'entrepreneuse.
    - Je n'ai aucune valeur.
    - Quand je parle, les gens s'ennuient.

2. Demandez aux participantes de réfléchir à et d'écrire une de leurs croyances limitantes. Demandez à plusieurs participantes de partager leurs croyances limitantes (les écrire sur le tableau).
3. Expliquez au groupe que souvent nos croyances limitantes créent une image inexacte de ce qui se passe réellement dans nos vies. Cela peut conduire aux pensées biaisées (inexactes) que les événements de la vie sont immuables. Alors que certains événements de la vie sont en effet hors de notre contrôle, nous avons plus de pouvoir sur nos pensées et l'expérience que nous le réalisons la plupart du temps.
4. Examinez avec le groupe différents aspects des pensées biaisées.

- Exemples de façons d'avoir des pensées biaisées :
  - **Auto-accusation**
    - Moi inexact : Parce que j'ai oublié d'aller chercher toutes mes fournitures aujourd'hui, je suis une mauvaise personne.
    - Moi exact : Faire des erreurs m'aide à apprendre pour un succès futur.

#### ■ Irréversibilité

- Moi inexact : Parce que j'ai raté la date limite, il n'y aura jamais une autre occasion.
- Moi exact : Même si j'ai raté cette chance, je peux continuer à chercher une autre occasion.

#### ■ Surgénéralisation

- Moi inexact : La personne A a été méchante avec moi. Personne ne m'aime.
- Moi exact : La personne A est un cadeau pour m'aider à apprendre ou comprendre quelque chose ! Ceux qui nous défient peuvent être nos plus grands professeurs !

#### ■ Penser en noir et blanc

- Moi inexact : Ma vie ne vaut rien sans mon mari.
- Moi exact : Bien que mon mari soit un homme bon, il ne définit pas ma valeur.

#### ■ Personnalisation

- Moi inexact : Ma belle-mère est folle parce qu'elle me déteste.
- Moi exact : Ma belle-mère est peut être bouleversée pour de nombreuses raisons dont je ne suis pas au courant, comme son mauvais état de santé.

#### ■ Réagir de façon excessive

- Moi inexact : J'ai oublié de commander suffisamment de foyers au distributeur, et maintenant mon commerce va échouer.
- Moi exact : Le fait que j'aie oublié la commande aujourd'hui ne signifie pas que mon commerce va échouer. Je les commanderai demain.

5. Ayez une discussion de groupe où chacune des croyances limitantes figurant sur la carte sont examinées. En utilisant les exemples de pensée biaisées, regardez si elles peuvent identifier le type de pensée biaisée et proposer un moyen plus précis de penser pour chacune de leurs croyances limitantes. Ce processus de révision de nos pensées et de proposer une nouvelle façon de penser qui est plus favorable de nos objectifs se nomme « recadrage ».
6. Après la discussion de groupe, faites-leur savoir qu'elles pratiqueront ce processus elles-mêmes dans un moment, mais d'abord, donnez-leur un peu plus de lignes directrices concernant le processus de recadrage.
7. Poursuivez la discussion avec le groupe :

■ Parfois, il est facile de recadrer nos croyances afin qu'elles nous aident à atteindre nos objectifs. Parfois, c'est plus difficile. Voici quelques lignes directrices pour vous aider à recadrer vos croyances :

- Concentrez-vous sur une seule croyance limitante à la fois (laissez-les choisir une croyance limitante sur laquelle chacune d'elle veut travailler) Demandez-vous pourquoi vous avez cette croyance limitante (demandez-le à plusieurs reprises). Est-ce que ça a du sens ? Que faire si je ne croyais pas cela ?
- Commencez à chercher des preuves que cette croyance limitante n'est pas vraie (par exemple, j'ai quelques bonnes qualités, je peux apprendre de nouvelles choses, je suis une bonne personne, etc.).

8. Demandez à chaque participante de partager sa croyance limitante, pourquoi elle a cette croyance limitante, et quels sont les preuves que cette croyance n'est pas vraie.
9. Maintenant qu'elles ont commencé à chercher des preuves que ce n'est pas vrai, demandez au groupe de commencer de recadrage de leur croyance sélectionnée. Encouragez leur réflexion en demandant :

- Qu'est-ce que j'aimerais que cette croyance soit ?
- Comment puis-je recadrer cette croyance de sorte qu'il soit positive ?
- Y a-t-il d'autres personnes que je connais qui gardent une croyance contraire ? Comment cela fonctionne pour eux ? Est-ce que ça pourrait marcher pour moi ?

10. Demandez aux participantes de partager par groupe de deux.
11. Demandez aux participantes de partager avec le groupe comment elles ont retourné/recardé leurs croyances limitantes. Veillez à ce que les nouvelles croyances soient positives et aident les individus à atteindre leurs objectifs.
12. Vous pouvez fournir quelques exemples de croyances recadrées :

- Il ya toujours une moyen si je m'investis.
- Il n'y a pas d'échecs, que des résultats – du moment que j'apprends quelque chose, je réussirai.
- Je trouve une grande joie dans les petites choses ... un sourire ... une fleur.
- Je donne plus de moi-même aux autres que ce qu'ils attendent.
- Si je suis confuse, je suis sur le point d'apprendre quelque chose.

13. Maintenant qu'elles ont passé en revue certaines croyances limitantes, faites-leur savoir qu'elles aura l'occasion de faire un exercice personnel pour examiner différents domaines de la vie, mais d'abord il est important d'apprendre encore une technique supplémentaire.

## Durée



20 minutes

## Objectif

1 Discuter du concept d'intentions.

## Matériel

Aucun

# Exercice 2(b): Introduction aux intentions

1. Introduisez l'idée **d'intention** :

- Il est important de réaliser que nous pouvons changer ce que nous croyons et ce que nous pensons à tout moment. Et ce faisant, nous avons la capacité de changer la façon dont nous connaissons notre environnement.
- Une catégorie très puissante de pensée est une « intention ». Ce que nous désirons et ce que nous visons est ce que nous devenons. L'intention est une partie dirigée de notre conscience qui contient la graine de ce que nous visons à créer. Lorsque vous avez une intention, vous créez une volonté d'être une certaine manière ou faire une certaine chose, et de cette volonté devient action. Une intention peut être le point d'ancrage pour les pensées et les comportements positifs futurs.
- Une intention est une déclaration exprimant une action pour atteindre un but ou un objectif souhaité.
- Création d'une intention :
  - Un sentiment ou une émotion positive forte devraient accompagner l'intention.
  - Une intention fonctionne mieux si elle est dite d'une manière courte et puissante.
  - Une intention jumelée avec une image de votre but ou objectif souhaité peut avoir plus de pouvoir.
- Exemple d'une intention : je pratique la patience et vais travailler dur pour atteindre mes objectifs. (Une image pourrait être moi-même en tant que femme entrepreneur souriante et prospère comptant les bénéfices de la semaine.)
- Bien que l'intention puisse commencer comme une déclaration que vous pensez ou dites à haute voix, elle peut se développer en quelque chose que vous expérimentez ou devenez. Une fois que vous créez cette pensée et êtes prête à la partager avec vous et les autres, elle peut alors grandir et se développer dans le cadre de votre vie.

2. Demandez à deux-trois participantes de donner des exemples d'intentions.

3. Continuez avec des informations supplémentaires sur les intentions :

- Lorsque nous créons une intention, nous faisons souvent (presque immédiatement) face à nos croyances limitantes. Nous nous sentons souvent justifiées dans nos conclusions, mais le plus souvent, ces croyances nous retiennent et de créent plus d'obstacles que ceux qui existent réellement.
- Dans le prochain exercice, nous passerons en revue certaines croyances fondamentales que nous détenons et nous verrons comment nous pouvons créer des intentions pour devenir des personnes plus fortes et plus prospères.



### CONSEIL

Faites une pause de 15 à 20 minutes pour faire une activité physique ou un étirement amusant. Voir les notes dans la section : « Brainstorming de méthodes d'enseignement » de la section HCD de l'aide pour choisir une activité.

# SUJET 3 : COMPRENDRE NOS CROYANCES FONDAMENTALES

## EXERCICE 1 : COMPRENDRE SES CROYANCES FONDAMENTALES\*

**COMPÉTENCES DE BASE :** (1) Conscience cognitive, (2) gestion de soi, (3) indépendance et confiance en soi, (4) affirmation/voix



1. Réalisez cet exercice comme une discussion de groupe. Expliquez :

- Il s'agira d'un examen interne de nos systèmes de croyance. Le but de cette activité est de réfléchir sur nos croyances fondamentales et d'identifier les croyances limitantes dans chacune de nos croyances fondamentales. Nous allons ensuite pratiquer les intentions pour retourner les croyances limitantes qui nous desservent. Nous pouvons alors aller de l'avant avec plus de confiance et une conscience de nous-mêmes.
- Il existe six croyances fondamentales qui se rapportent à notre succès et à la croissance : (1) la responsabilité personnelle, (2) l'estime de soi, (3) la confiance en un but plus élevé, (4) l'attitude positive, (5) l'évolution continue tout au long de la vie et (6) l'auto-émancipation.

### Durée



60-90 minutes

### Objectif

Permettre aux de réfléchir sur certaines de leurs croyances et comment ces croyances influencent leurs expériences de vies.

2. Parcourez chacune des croyances de base sur les pages suivantes.



#### CONSEIL

Certains de ces concepts seront difficile à traduire ou transmettre. Utilisez des histoires, des photos, ou d'autres supports visuels pour aider à la compréhension du groupe et pour clarifier au cours de la discussion.



#### CONSEIL

Rappelez aux participantes que ces réflexions ne sont liés qu'à la place à laquelle elles se voient maintenant. Cela ne reflète pas la façon dont elles peuvent se voir à l'avenir, et avec le temps, les choses peuvent changer pour le mieux.

### Matériel

Tableau blanc, feutres

\* Cet exercice est adapté de Gershon and Straub (2011) *Empowerment : The art of creating the life that you want.*

## Responsabilité personnelle

1. Expliquez la définition de la responsabilité personnelle utilisée pour cet exercice :

- **L'auto-responsabilité** se réfère à la conviction que nous avons le contrôle sur nos pensées et nos actions.
- Elle renvoie à l'idée que nous avons la possibilité de choisir notre réponse à ce que nous vivons dans le monde.
- Par exemple, quand le malheur arrive, que pensons-nous ? Pensons-nous que ce est à cause de notre malchance ou à cause de quelque chose que quelqu'un d'autre a fait ?
- Si nous pensons aux événements de cette manière, nous nous voyons souvent comme les victimes du monde ou d'autres personnes.
- Si nous nous concentrons sur nous-mêmes en tant que victimes, il peut être difficile de changer parce que nous pouvons nous sentir désespérées, comme si nous n'avions pas le contrôle sur nos vies.
- Maintenant, examinez comment vous vous sentez quand vous ne vous voyez pas comme une victime de votre situation.
- Par exemple, imaginons que quelqu'un a volé de l'argent chez vous ; une réponse différente peut être, « Je suis en colère parce que c'est arrivé. Maintenant qu'est-ce que je peux apprendre de cette situation et trouver une solution d'avancer ? »

2. Révisez ce qui suit avec le groupe :

- Comprenez-vous cette définition de la responsabilité personnelle ?
- Quelles croyances limitantes viennent à l'esprit lorsque vous pensez à la responsabilité personnelle ? Par exemple : je ne peux pas contrôler ce qui est arrivée ; c'est mon destin si des mauvaises choses se produisent dans ma vie ; d'autres personnes sont toujours en train de me faire du mal ; je ne sais pas comment faire face à des situations difficiles. Comment nous sentons-nous quand nous disons ces croyances limitantes ?
- Comment pouvons-nous recadrer ces croyances limitantes de sorte que nous nous sentions plus forts et plus positives au sujet de l'avenir ? Par exemple : tout ce qui est arrivé est hors de mon contrôle, je peux choisir comment je réponds à l'avenir ; je peux apprendre des expériences difficiles pour rendre ma vie meilleure ; je peux prendre le contrôle de mes pensées et mes actions.
- À quel point avoir cette croyance (la responsabilité personnelle) est utile pour votre commerce ?
- À quel point avoir cette croyance (la responsabilité personnelle) est utile dans votre vie ?

3. Donnez à chacune de deux à trois minutes pour réfléchir à leur niveau de responsabilité personnelle. Si possible, demandez-leur de s'évaluer leur niveau de responsabilité personnelle sur une échelle de 1 à 10 (10 étant le plus responsable).
4. Demandez à chaque personne de créer une intention autour de la responsabilité personnelle. Ce devrait être une déclaration qui crée une forte émotion positive chez

la personne. Si les gens ont de la difficulté à proposer une intention, donnez-leur quelques exemples (liste ci-dessous). Demandez à chacun de choisir une intention qui a un sens pour elle, de la dire à haute voix, et de réfléchir sur la façon dont elle se sent. Demandez aux participantes d'écrire leur propre intention. Exemples :

- a. J'ai le pouvoir de changer ma vie.
  - b. Je prends la responsabilité pour ma vie.
  - c. Je suis prête à prendre le contrôle de ma vie.
  - d. Je vais choisir les croyances qui me servent.
  - e. Je vais apprendre de toutes les expériences de ma vie.
5. Faites en sorte que toutes les participantes du groupe partagent leurs intentions (les écrire sur le tableau de conférence).
6. Dites aux participantes que cette notion de prendre la responsabilité de votre vie, ainsi que des conseils et des techniques pour le faire, sera étudiée plus avant dans la section de leadership (c'est à dire, Être proactive).

### Estime de soi

1. Expliquez aux participantes la définition de l'estime de soi utilisée pour cet exercice :

- **L'estime de soi** est liée à la façon dont vous pensez à vous-même et l'idée que vous avez de votre propre valeur.
- Il s'agit de la volonté de croire en vous-mêmes.
- Par exemple, croyez-vous que vous avez ce qu'il faut être une entrepreneuse performante ? Vous sentez-vous digne d'être traitée avec respect, attention et amour ?
- Il est important de vous rendre compte de votre propre valeur lorsque vous entreprenez toute nouvelle initiative. Cela vous donne confiance et vous permet de faire face aux moments difficiles.
- Souvent, nous sommes confrontés à de nombreuses critiques de la part d'autres personnes sur notre intelligence, notre apparence, ou nos capacités. Certains d'entre nous n'ont pas entendu des choses positives à leur propos. Ces critiques peuvent façonner la manière dont nous nous voyons.
- Dans cet exercice, nous allons voir comment chaque individu peut créer sa propre conscience positive de soi (et nous n'avons pas à compter sur les autres pour se sentir utile ou fort).
- Cette idée peut paraître difficile, car vous n'avez pas réfléchi à vous-même de cette façon auparavant. Essayez. Par exemple, au lieu de penser de vous-même « je ne suis pas assez bon », une autre façon pourrait être, « j'ai quelques bonnes qualités, et plus je apprend, plus je m'améliore ».
- Imaginez-vous avoir l'estime de soi dans les domaines dans lesquels vous n'avez pas eu de succès dans le passé.

2. Révisez ce qui suit :

- Comprenez-vous le sens de l'estime de soi ?
- Quelles croyances limitantes viennent à l'esprit quand vous considérez l'idée de l'estime de soi ? Par exemple, je ne m'accepte pas ; je ne mérite pas la prospérité ; je ne suis pas assez intelligente.

- Quels sont les moyens de recadrer ces croyances limitantes ? Je m'accepte comme je suis ; je suis capable de faire beaucoup de choses différentes ; je mérite la prospérité autant que les autres.
- À quel point avoir cette croyance est utile pour votre commerce ?
- À quel point avoir cette croyance est utile dans votre vie ?

3. Accordez à chacune de deux à trois minutes pour réfléchir à leur niveau d'estime de soi. Si possible, demandez-leur d'évaluer leur niveau d'estime de soi sur une échelle de 1 à 10 (10 représentant la plus grande estime de soi).
4. Demandez à chaque personne de créer une intention autour de l'estime de soi. Si les gens ont de la difficulté à proposer une intention, leur donner quelques exemples (liste ci-dessous). Demandez à chacune de choisir une intention qui a un sens pour elle, de la dire à haute voix, et de réfléchir sur la façon dont elle se sent en la disant. Demandez aux participantes d'écrire les leurs. Exemples :
  - a. J'apprécierai mes nombreuses qualités.
  - b. Je m'accepterai comme une personne aimable.
  - c. Je reconnais que je suis une personne intelligente.
  - d. Je vais me rappeler à moi-même tous les jours que je suis digne d'une bonne vie.
5. Faites en sorte que toutes les participantes du groupe partagent leurs intentions (les écrire sur le tableau de conférence).

### **Confiance en un but plus élevé\***

1. Expliquez aux participantes le concept de confiance en un but plus élevé utilisé dans cet exercice :

- **La confiance en un but plus élevé**, c'est être prête à avoir confiance en un but qui est plus grand que nous-mêmes (pour certaines personnes cela pourrait signifier dieu, l'univers, un sens de la spiritualité, ou tout simplement avoir un but dans la vie).
- Avoir confiance dans un but plus élevé peut nous aider lorsque nous prenons des risques et allons de l'avant dans nos vies. Sinon, nous pouvons nous sentir dépassées par les défis auxquels nous sommes confrontées.
- Reconnaître qu'une croyance est quelque chose de plus grand que nous peut nous aider à réduire le stress et mieux faire face aux expériences.
- Cela peut nous aider à croire qu'il y aura un moyen de progresser quelles que soient les circonstances.

\* Nous ne soutenons de religion ou de pratique spirituelle particulière. Il est important d'être respectueux des croyances religieuses des individus et dans les cas où certains offrent une résistance à croire en Dieu ou en une puissance supérieure, laissez-les être en accord avec leur point de vue.

2. Révisez ce qui suit :

- Comprenez-vous la signification de la confiance en un but plus élevé ?
- Quelles croyances limitantes viennent à l'esprit quand vous considérez l'idée de confiance ? Par exemple, je suis seule ; je ne sais pas comment faire confiance ; si je fais confiance, on me blessera.
- Quels sont les moyens de recadrer ces croyances limitantes ? Je crois en les personnes ; J'espère avoir un but dans ma vie et je peux traverser cette période difficile ; je me sens soutenue par quelque chose de plus grand que moi, même si j'échoue, j'aurai du soutien et essayerai à nouveau.
- À quel point avoir cette croyance est utile pour votre commerce ?
- À quel point avoir cette croyance est utile dans votre vie ?

3. Accordez à chacune deux-trois minutes pour réfléchir à leur niveau de confiance. Si possible, demandez-leur d'évaluer leur niveau de confiance sur une échelle de 1 à 10 (10 représentant le niveau de confiance le plus élevé).

4. Demandez à chaque personne de créer une intention autour de la confiance en un but plus élevé. Si elles ont de la difficulté à proposer une intention, donner-leur quelques exemples (liste ci-dessous). Demandez à chacune de choisir une intention qui a un sens pour elle, de la dire à haute voix et de réfléchir sur la façon dont elle se sent en la disant. Demandez aux participantes d'écrire leur propre intention.  
Exemples :

- a. Je reconnais que j'ai un but.
- b. Je reconnais que je fais partie du monde et de la terre.
- c. Je reconnais que je suis aimé par Dieu / créateur / énergie spirituelle.

5. Faites en sorte que toutes les participantes du groupe partagent leurs intentions (les écrire sur le tableau de conférence).

### Attitude positive

1. Expliquez aux participantes le concept d'avoir une attitude positive utilisé dans cet exercice :

- Une attitude positive, c'est la volonté de se concentrer sur les bons aspects d'une situation – pour trouver des opportunités et des solutions constructives quoi que nous offre la vie.
- C'est le fait de garder des pensées positives et de ne pas être retenue ou distraite par des pensées négatives.
- Cela consiste à choisir, à chaque instant, de chercher le meilleur dans les personnes et le meilleur dans les choses qui vous entourent.
- En développant des habitudes de pensée positive, vous pouvez commencer à apercevoir de nouvelles opportunités et à être généralement plus heureuse dans les situations qui se présentent.
- Cela ne signifie pas que vous n'avez que des pensées positives ou que vous ignorez ce qui se passe, car cela vous paraît négatif. Pour avoir une attitude positive, il est essentiel que vous adoptiez un regard honnête sur ce qui est en face de vous, positif et négatif. Cette croyance consiste à essayer de trouver une manière positive de traverser une situation malgré les défis qui existent.
- Votre défi est de développer de nouvelles habitudes mentales positives.

2. Révisez ce qui suit :

- Comprenez-vous la signification d'avoir une attitude positive ?
- Quelles croyances limitantes viennent à l'esprit quand vous considérez l'idée d'avoir une attitude positive ? Par exemple, la vie est dure ; le monde est corrompu; ce ne peut pas être fait.
- Quels sont les moyens de recadrer ces croyances limitantes ? Je vais trouver un moyen ; ma vie est ce que je fais d'elle ; je vois des opportunités dans les défis que je rencontre et je peux apprendre d'eux.
- À quel point avoir cette croyance est utile pour votre commerce ?
- À quel point avoir cette croyance est utile dans votre vie ?

3. Accordez à chacune des participantes deux-trois minutes pour réfléchir à leur niveau d'attitude positive. Si possible, demandez-leur d'évaluer leur niveau d'attitude positive dans la vie sur une échelle de 1 à 10 (10 représentant l'attitude la plus positive).

4. Demandez à chaque personne de créer une intention autour de l'attitude positive. Si les personnes ont la de difficulté à proposer une intention, donnez-leur quelques exemples (liste ci-dessous). Demandez à chacune de choisir une intention qui a un sens pour elle, de la dire à haute voix, et de réfléchir sur la façon dont elle se sent en la disant. Demandez aux participantes d'écrire leur propre intention. Exemples :

- a. Je trouverai un moyen et je peux transformer n'importe quelle situation.
- b. J'apprendrai de chaque défi.
- c. Je peux transformer une situation difficile en une expérience positive.
- d. Je ferai en sorte de toujours chercher le bon côté des personnes.

5. Faites en sorte que toutes les participantes du groupe partagent leurs intentions (les écrire sur le tableau de conférence).

### Évolution continue tout au long de la vie

1. Expliquez aux participantes le concept d'évolution continue tout au long de la vie utilisé dans cet exercice :

- **L'évolution continue tout au long de la vie**, c'est accepter que tout dans la vie est toujours en évolution.
- Si nous voulons que les choses restent toujours pareilles, nous ne pouvons pas accepter facilement les changements et nous allons nous battre et résister à la vie. Cela peut nous conduire à devenir stressés et insatisfaits.
- En reconnaissant qu'il y aura toujours du changement et en nous laissant à accepter ce changement, et évoluer avec lui, on peut avoir un impact positif sur nos vies. Nous pouvons être plus ouvertes aux opportunités, et nous pouvons profiter de ces opportunités.
- Réfléchissez à votre vie et regardez comment elle a changé, et reconnaissez qu'elle continuera à changer.

2. Révisez ce qui suit :

- Comprenez-vous la signification de l'évolution tout au long de la vie ?
- Quelles croyances limitantes viennent à l'esprit quand vous considérez l'idée d'évoluer en continu ? Par exemple, le changement est douloureux et difficile ; je ne me sens pas en sécurité quand il ya beaucoup de changements ; je ne sais pas quoi faire quand il ya beaucoup de changements.
- Quels sont les moyens de recadrer ces croyances limitantes ? Avec le changement vient de la possibilité d'une plus grande opportunité ; j'ai l'occasion d'apprendre lorsque les choses changent.
- À quel point avoir cette croyance est utile pour votre commerce ?
- À quel point avoir cette croyance est utile dans votre vie ?

3. Accordez à chacune des participantes deux-trois minutes pour réfléchir à leur croyance d'évolution continue tout au long de la vie. Si possible, demandez-leur d'évaluer leur niveau d'évolution continue tout au long de la vie sur une échelle de 1 à 10 (10 représentant le plus haut niveau d'évolution continue).
4. Demandez à chaque personne de créer une intention autour de l'évolution continue. Si les personnes ont de la difficulté à proposer une intention, donnez-leur quelques exemples (liste ci-dessous). Demandez à chacune de choisir une intention qui a un sens pour elle, de la dire à haute voix, et de réfléchir sur la façon dont elle se sent en la disant. Demandez aux participantes d'écrire leur propre intention. Exemples :
- a. J'apprends de chaque expérience.
  - b. J'accepte que les choses changeront dans ma vie.
  - c. Je vais embrasser le changement dans ma vie.
5. Faites en sorte que toutes les participantes du groupe partagent leurs intentions (les écrire sur le tableau de conférence).

### Posséder votre pouvoir

1. Expliquez aux participantes le concept de posséder votre pouvoir utilisé dans cet exercice.

- **Posséder votre pouvoir**, c'est reconnaître que nous sommes la personne la plus puissante de nos propres vies. Nous pouvons choisir comment nous voulons vivre nos vies. Le travail que nous faisons et la vie que nous vivons est à nous.
- Cette croyance consiste à faire un pas en avant pour devenir une personne puissante qui participe activement à la vie plutôt que d'être celle qui se contente de regarder la vie se dérouler.
- Ce pouvoir est à l'intérieur de chacune d'entre nous. En reconnaissant ce pouvoir en vous, vous pouvez en profiter. Vous pouvez le posséder.

2. Révisez ce qui suit :

- Comprenez-vous la signification de posséder votre pouvoir ?
- Quelles croyances limitantes viennent à l'esprit quand vous considérez l'idée de posséder votre pouvoir ? Par exemple, tout le monde m'a dit que je suis faible ; Je n'arriverai jamais à rien ; tout le monde me dit ce que je dois faire.
- Quels sont les moyens de recadrer ces croyances limitantes ? Mon pouvoir vient de l'intérieur ; il y a des décisions que je peux prendre moi-même.
- À quel point avoir cette croyance est utile pour votre commerce ?
- À quel point avoir cette croyance est utile dans votre vie ?

4. Accordez à chacune des participantes deux-trois minutes pour réfléchir au niveau auquel elles possèdent leur pouvoir. Si possible, demandez-leur d'évaluer leur niveau sur une échelle de 1 à 10 (10 signifiant qu'elles ressentent fortement qu'elles possèdent leur pouvoir).

4. Demandez à chaque personne de créer une intention autour de la possession du pouvoir. Si les personnes ont la de difficulté à proposer une intention, donnez-leur quelques exemples (liste ci-dessous). Demandez à chacune de choisir une intention qui a un sens pour elle, de la dire à haute voix, et de réfléchir sur la façon dont elle se sent en la disant. Demandez aux participantes d'écrire leur propre intention. Exemples :

- a. Je crée ma vie comme je l'entends.
- a. Je peux réécrire l'histoire de ma vie.
- a. Je reconnais que je suis puissante.

5. Faites en sorte que toutes les participantes du groupe partagent leurs intentions (les écrire sur le tableau de conférence).

6. Demandez aux participantes de réfléchir à ce qu'elles ont appris.



**CONSEIL**

Ce pourrait être un bon moment pour faire une pause, s'étirer ou jouer.

# SUJET 4 : IDENTIFIER ET RECONNAÎTRE SES PROPRES FORCES

## EXERCICE 1 : MES MEILLEURES QUALITÉS\*

**COMPÉTENCES DE BASE :** (1) Conscience cognitive, (2) gestion de soi, (3) indépendance et confiance en soi

1. Demandez aux participantes de réfléchir sur leurs qualités positives qui leur apporteront plus de confiance et amélioreront leur compréhension d'eux-mêmes lorsqu'elles pratiquent des habitudes de pensées positives. Dans le groupe, présentez chacune de ces questions et laissez les participantes réfléchir en écrivant dans leur journal (ou parler avec un partenaire).

- Quelle est la chose que j'ai faite dont je suis très fière ?
- Quel a été mon acte le plus courageux ?
- Quelles sont les qualités que j'aime et j'apprécie le plus sur moi-même ?

2. Puis, en faisant le tour de la salle, demandez à chacune de décrire sa réponse à :  
1) Quelle est la chose dans ma vie dont je suis fière ? 2) Quel est mon acte le plus courageux ?
3. Après que chacune a partagé, félicitez toutes les participantes pour leur force et leur résilience.



### CONSEIL

Mettez de la musique en arrière-fond.



### CONSEIL

Il peut y avoir une façon culturelle particulière de féliciter les personnes – par des applaudissements, en faisant des gestes avec les mains/les bras, etc. Utilisez une manière culturellement appropriée et reconnue pour féliciter chaque personne pour leurs réalisations.

**Option B pour cet exercice :** La réflexion peut être menée en demandant aux participantes de réfléchir pour elles, écrire, dessiner ou se mettre par deux et discuter à travers ce processus. se disent, écrivent, dessinent, ou une paire et se parlent entre eux à travers ce processus. Si cet exercice est choisi, il faut quand même avoir le moment de reconnaissance publique pour chaque personne par les membres du groupe.



### Durée



45 minutes

### Objectifs

- 1 Découvrir les plus appréciées par les participantes
- 2 Renforcer la compréhension et l'appréciation des qualités préférées des participantes

### Matériel

Aucun

# SUJET 5 : DÉVELOPPER DES HABITUDES DE PENSÉE POSITIVE

## EXERCICE 1 : RECADRAGE COGNITIF DU NÉGATIF AU POSITIF



### Durée

 30-45 minutes

### Objectifs

- 1 Communiquer le potentiel pour quiconque de changer son regard sur la vie
- 2 Introduire des techniques pour déplacer son point de vue pour avoir des pensées plus positives et fructueuses

### Matériel

- 1 Rétroprojecteur

**COMPETENCES DE BASE :** (1) Conscience cognitive, (2) Autogestion, (3) Indépendance et confiance en soi

1. Utilisez les points de discussion suivants pour créer une discussion avec le groupe :

- À quelle fréquence pensez-vous à vos objectifs ou votre vision pour l'avenir ? À quelle fréquence vos pensées sont-elles négatives ? À quelle fréquence pensez-vous aux défis, aux frustrations ou aux difficultés de la vie ?
- Faire un virage mental en passant de ce qui ne va pas dans nos vies à ce que nous voulons dans nos vies est souvent difficile. Mais ce changement mental est important. C'est quelque chose que nous pouvons faire à tout moment, dans n'importe quelle situation – c'est notre choix. Dans la vie il y a toujours des choses qui sont difficiles ou qui causent des problèmes.
- Si l'on regarde de près nos pensées, nous pouvons voir que si nous nous concentrons uniquement sur les problèmes, nous nous sentons mal, tristes ou déprimés. Il est plus difficile de trouver une solution quand on s'attarde sur la difficulté de nos problèmes. Ceci est lié avec le fait de développer des habitudes de pensées positives, dont nous avons discuté plus tôt.

2. Expliquez qu'il existe quelques moyens simples pour commencer le recadrage de ces pensées négatives :

- Utilisez des mots plus doux. Parfois, nous utilisons des mots très durs pour décrire une situation ou des personnes, tels que, « cette personne est cruelle », ou, « Je suis tellement stupide. » En utilisant une formulation plus douce, par exemple : « Je n'aime pas la façon dont cette personne m'a traitée, ou, « je devrais essayer de me rappeler de ne pas le refaire. » Ce changement de libellé peut aider à nous sentir un peu mieux vis-à-vis de la situation.
- Demandez-vous, « Quelle est la meilleure façon pour moi d'accomplir ce que je veux ? » Lorsque vous êtes face à un défi ou une peur, vous pouvez vous poser cette question pour vous aider à vous concentrer sur la solution plutôt que du problème.
- Demandez-vous, « Que puis-je en tirer ? » Utilisez défis comme une occasion de vous améliorer.
- Demandez-vous, « Y a-t-il une croyance limitante derrière ma pensée ? » Par exemple, avez-vous moins confiance en vous-même et en votre avenir en raison d'un aspect de votre passé ?

3. Concluez :

- Quand nous pensons à ce que nous voulons voir dans l'avenir (nos visions), alors nous nous sentons que nous nous élevons, nous nous sentons plus fortes et nous pouvons plus facilement trouver un moyen de surmonter les défis.
- Il s'agit de la volonté de regarder honnêtement nos situations et de trouver les possibilités ou des solutions constructives quelle que soit la situation.
- Rappelez-vous, notre travail est de développer de nouvelles habitudes de pensées positives ! Voyons cela en action dans le prochain exercice.

# EXERCICE 2 : CHANGEMENT DE COMPORTEMENT PERSONNEL\*

## COMPÉTENCE DE BASE : Conscience cognitive

1. Expliquez aux participantes que chaque fois qu'elles sont confrontées à un comportement personnel ou défi émotionnel, elles peuvent utiliser ce processus en quatre étapes pour aller de l'avant d'une manière positive. Le processus et les questions qu'elles doivent se poser sont les suivantes :

- **Sensibilisation** : Quel est mon comportement actuel, et que est le défi spécifique auquel je dois faire face ? (Essayez d'être attentifs à différents aspects de la situation et soyez honnête.)
- **Vision** : Comment voudrais-je agir ou être ? (Accent mis sur ce que je veux, et faire attention de ne pas mettre l'accent sur ce que je ne veux pas)
- **Transformation** : Que dois-je changer pour y arriver ? (Plus précisément, comment puis-je changer la façon dont je réfléchis à cette question pour m'aider à changer ma vision.)
- **Évolution** : Quelle est ma prochaine étape pour aller de l'avant (évoluer) pour accéder à ma vision ? (Définir clairement une déclaration (intention) ou une action qui vous fera bouger vers vos objectifs. Il est souvent utile d'inclure une image visuelle.)

2. Demandez aux participantes de réfléchir à certaines questions ou défis communs auxquels elles sont confrontées.

- Exemple 1 : Je m'énerve toujours quand je parle avec ma belle-mère.
- Exemple 2 : J'oublie régulièrement d'écrire combien les clients me doivent quand je leur prête un foyer ou quand je les laisse payer à crédit.

3. Par groupes de deux, demandez aux participantes de discuter d'un problème de comportement personnel en utilisant les quatre étapes ci-dessous. Demandez à une personne de commencer, l'autre personne faisant un commentaire, puis vice versa.

- **Sensibilisation : Quelle est la situation actuelle, et quel est le défi spécifique auquel je fais face ?**
  - Exemple 1 : Je me mets très en colère chaque fois que je dois parler avec ma belle-mère parce qu'elle se plaint toujours de mes activités
  - Exemple 2 : J'oublie régulièrement d'écrire combien les clients me doivent quand je leur prête un foyer ou quand je les laisse payer à crédit parce que je suis occupée ou que je n'y pense pas.
- **Vision : Où est-ce que je veux aller ?**
  - Exemple 1 : J'aimerais avoir une relation positive avec ma belle-mère.
  - Exemple 2 : J'aimerais ramasser et avoir tout l'argent qui m'est dû et ne pas oublier qui me doit quoi.



### Durée



60-90 minutes

### Objectif

Présenter et discuter du processus simple en 4 étapes pour le changement de comportement personnel

### Matériel

Aucun

■ **Transformation : Comment puis-je changer ma pensée sur cette question pour arriver là où je veux être ?**

- Exemple 1 : Une façon de penser à ce sujet est de réaliser que ma belle-mère est âgée et peut également souffrir. Je pense qu'elle veut le meilleur pour son fils et sa famille, et je peux choisir de ne pas m'énerver contre elle. Puisque nous avons le même objectif d'une bonne vie de famille, je peux essayer la bonté et l'amour que j'interagis avec elle.
- Exemple 2 : La tenue de registres est importante pour que je sois en mesure d'obtenir tout ce qu'on me doit ; cela devrait être une de mes priorités de le faire tout de suite quand je prête un foyer ou que je laisse un client payer à crédit.

■ **Évolution : Quelle est ma prochaine étape d'évolution (intention) ?**

- Exemple 1 : La prochaine fois que je m'engage avec elle, je vais la traiter avec amour et gentillesse, peu importe comment elle se comporte avec moi. Voyons ce qui se passe.
- Exemple 2 : Je vais garder mon registre proche de moi, et chaque fois que je prête un foyer à quelqu'un ou le laisse acheter à crédit, j'écrirai leurs noms et combien ils doivent immédiatement !

4. Assurez-vous d'insister sur le fait que les individus identifient une tâche réalisable pour leur démarche de croissance (l'intention) qu'ils mettront en œuvre à l'avenir.

**Durée**



60-90 minutes

**Objectif**

Identifier la prochaine étape d'évolution

**Matériel**

- 1 Copie de l'exercice « Mes prochaines étapes d'évolution » de la section de l'autonomisation dans le dossier de participant
- 2 Morceaux de papier vierges ou des journaux
- 3 Feutres ou crayons de couleur

## Exercice 2(b): Mes prochaines étapes d'évolution

1. Demandez aux participantes de remplir la feuille « Mes prochaines étapes d'évolution » dans la section de l'autonomisation du dossier de participant. Expliquez :

- Choisissez un défi personnel comportemental/affectif que vous rencontrez. Cela peut être n'importe quoi, de s'énerver contre votre mari quand il ne fait pas les tâches convenues, à ne pas prendre le temps de prendre soin de vous au quotidien.
- Choisissez un défi personnel comportemental/affectif auquel vous faites face au travail. Cela peut être n'importe quoi, d'oublier de garder une trace de vos dossiers, à ne pas avoir confiance dans votre capacité à promouvoir les foyers.
- Parcourez les quatre étapes (comme indiqué dans la feuille de travail) pour créer votre prochaine étape de croissance.

2. (Facultatif) Demandez à chaque personne de dessiner sur un morceau de papier blanc (ou dans leur journal) une image liée à sa vision qui lui donnera la force quand elle ira de l'avant avec son étape de croissance (intention).
3. Demandez au groupe de se mettre deux par deux et de partager.
4. Demandez à quelques personnes de partager avec tout le groupe un des défis auxquels elles ont dû faire face dans leur vie et les étapes pour créer le changement.

5. Concluez :

- Cela demande de la pratique ! Travaillez et revenez à vos étapes de croissance.
- Lorsque vous commencez à pratiquer vos intentions, vous pouvez commencer à changer vos croyances, et ensuite, vos réponses changeront, ce qui peut finalement contribuer à changer le résultat.

**REMARQUE**

Dans la section leadership, il y aura plus d'explications sur ce que signifie d'avoir des visions et de se concentrer sur la création de visions pour nos vies et nos commerces.

# SUJET 6 : GÉRER LA PEUR ET LE RISQUE

## EXERCICE 2: FAIRE FACE À LA PEUR ET LA SURMONTER\*



### Durée

 60-75 minutes

### Objectifs

- 1 Identifier et affronter une peur personnelle et commencer le processus pour la surmonter
- 2 Partager les croyances limitantes
- 3 Développer une compréhension des moyens de recadrer ces croyances
- 4 Pratiquer de nouvelles croyances

### Matériel

- 1 Tableau blanc ou tableau de conférence et feutres

**COMPÉTENCES DE BASE :** (1) Conscience cognitive, (2) Gestion de soi, (2) Prise de risque

### Exercice 1(a): Faire face à la peur et la surmonter\*

1. Expliquez :

- Nous allons explorer des façons de gérer la peur. Vous pouvez appliquer les techniques que nous allons apprendre aux peurs que vous pouvez avoir dans votre vie.
- Tout d'abord, chacune de vous identifiera et abordera sa peur, puis vous travaillerez à la surmonter. Utilisez vos émotions pour évaluer comment vous vous sentez. Essayez de remarquer si vous avez plus ou moins peur.
- Lorsque vous êtes en mesure de surmonter la peur, vous pouvez être plus disposées à prendre des risques - une qualité essentielle d'un entrepreneur à succès.

2. Donnez des instructions aux participantes tout au long de l'exercice :

- Prenez quelques respirations profondes. Placez vos mains sur votre cœur et pensez à votre pouvoir personnel. Sachez que vous êtes dans un endroit sûr.
- Fermez les yeux et identifiez quelque chose dont vous avez peur. Que ressentez-vous ?
- Maintenant, demandez-vous, quelles peurs sont les plus difficiles à supporter pour moi dans ma vie ? Est-ce le rejet ? l'abandon ? la trahison ? la perte de la liberté ? de pas être digne de quelque chose ?
- Qu'est-ce qui m'amène à me détacher dans mes amitiés et de mes relations ? Dans quelles situations ces craintes semblent surgir ?
- Permettez-vous de penser à la peur et comment vous vous sentez.
- Quelle est la première déclaration négative liée à votre peur à laquelle vous pensez ? Pouvez-vous reformuler cette pensée en une pensée positive ? Que diriez-vous de vous ?
- Par exemple, si votre peur est, « Je ne vauds rien, » votre déclaration positive pourrait être, « Je suis une personne forte. ». Mais une fois que vous le dites à haute voix, vous pouvez trouver que vous avez une certaine résistance à le croire, comme, « Pas du tout, je suis inutile et tout le monde me le dit. »
- Maintenant, au lieu de continuer avec cette nouvelle pensée négative, pensez à nouveau votre déclaration positive. Dites-là à nouveau et sentez la force dans cette déclaration. Si vraiment vous n'y croyez pas, reformulez votre déclaration de sorte à la croire, en veillant à ce qu'elle soit toujours positive. Par exemple, « Chaque jour, je deviens de plus en plus forte. » Une fois de plus, notez (ou dites à haute voix) la déclaration.
- Notez/formulez à haute voix la prochaine résistance qui vous vient à l'esprit. La prochaine résistance qui revient peut être, « Pourquoi d'autres ne veulent pas que je sois forte ? »

- Notez ou formulez à haute voix à nouveau votre déclaration positive, avec force et sentiment. Vous pouvez aussi penser, « Ce ne est pas grave si il y a d'autres personnes qui veulent me descendre, je peux encore devenir plus forte chaque jour. »
- Faites-le cinq fois. Vous découvrirez que c'est comme éplucher les couches d'un oignon. Vous décollez une résistance et remarquez une autre résistance, plus subtile, dessous. Parce que vous travaillez avec une crainte profondément enracinée, il faut du temps pour décoller les résistances à croire votre nouvelle déclaration. N'oubliez pas de réaffirmer votre déclaration positive chaque fois que vous écrivez une résistance.
- En se basant sur le premier exemple sur l'estime de soi, nous allons examiner comment ce processus pourrait se dérouler :
  - **Croyance** : « Je n'arriverai jamais à rien ».
  - **Recadrage 1** : « Je suis une personne qui réussit. »
- Vos pensées pour recadrer ou créer une nouvelle croyance : « Pas du tout, je suis une perdante et tout le monde me le dit. »
  - **Recadrage 2** : « J'ai de nombreux talents grâce auxquels je vais réussir. »
- Vos pensées : « Ah ! Les talents que j'ai ne me feront pas réussir. »
  - **Recadrage 3** : « J'ai plusieurs bonnes qualités, et je suis prête à apprendre.»
- Vos pensées : « C'est vrai que j'ai de bonnes qualités, mais je ne ai pas d'éducation.»
  - **Recadrage 4** : « Mon désir d'apprendre m'aidera à atteindre mes objectifs. »
- Vos pensées : « Il est important de me souvenir de mes objectifs. »
  - **Recadrage 5** : « Je vais apprendre ce que je dois savoir pour atteindre mes objectifs. »

3. Accordez plusieurs minutes aux participantes pour terminer le processus. Demandez-leur d'écrire/de dire à haute voix leur déclaration finale. Demandez-leur de réfléchir aux émotions qu'elles ressentent.
4. Demandez à plusieurs participantes de partager leurs déclarations avec le groupe et de discuter de ce qu'elles ont pensé de ce processus.

#### REMARQUE

Les peurs et les croyances limitantes sont souvent liées à des rôles sociaux que les gens adoptent. De nombreuses craintes sont liées à des attentes sociétales associées à ces rôles et de ne peut-être pas répondre à ces attentes. Par exemple, une crainte peut être de ne pas avoir des enfants suffisamment forts et sains (une attente sociétale commune d'une mère). Tout le monde joue de nombreux rôles au long de leur vie. Au lieu de se concentrer sur ce que nous devrions faire ou ce qui est attendu de nous, il est important de se concentrer sur ce que nous voulons pour notre vie, notre but et notre vision.

## Durée

 45 minutes

## Objectifs

- 1 Identifier les peurs personnelles des participantes
- 2 Mettre en pratique un processus pour les surmonter

## Matériel

- 1 Outils d'écriture et papier
- 2 Un chapeau

## Exercice 1 (b): Les peurs dans le chapeau

1. Distribuez les petites feuilles de papier à chaque participante. Demandez-leur d'écrire anonymement une peur ou l'inquiétude liée à leur commerce ou leur travail. Dites-leur d'être aussi précises et honnêtes que possible, mais pas d'une manière telle qu'elles puissent être facilement identifiées.
2. Après qu'elles ont toutes terminé d'écrire leur peur/inquiétude, ramassez tous les morceaux de papier, et placez-les dans un chapeau.
3. Mélangez les feuilles, et transmettez-les aux participantes jusqu'à ce qu'elles soient toutes distribuées.
4. Lisez tour à tour une peur à haute voix, et chaque lecteur doit tenter d'expliquer ce que la personne qui a écrit la peur veut dire. Ne les laissez faire aucun commentaire sur ce que la lectrice dit. Il suffit d'écouter et de passer à la prochaine lectrice.
5. Après avoir lu toutes les peurs, discutez avec tout le groupe de quelles étaient les peurs communes.
6. Expliquez :

- Nous avons tous nos propres peurs qui sont très réelles. Souvent, nos peurs sont partagées par d'autres. Afin de faire face et surmonter une peur, il faut d'abord être conscient de cette peur.
- Il est important de savoir quelles peurs vous rencontrez dans votre travail de sorte que vous puissiez y faire face.

7. En tant que groupe, choisissez deux ou trois peurs et effectuez un processus de recadrage pour retourner la croyance limitante en une croyance qui permet l'autonomisation (similaire au processus décrit ci-dessus).
8. Discutez avec le groupe comment elles se sentent maintenant sur ces peurs. Ont-elles l'impression qu'elles pourraient faire cet exercice elles-mêmes ?



**CONSEIL**

Le formateur peut également mettre quelques craintes communes dans le chapeau. Exemples de commentaires que les formateurs peuvent mettre dans le chapeau :

1. J'ai peur de ne pas avoir autant de succès parce que je suis une femme.
2. J'ai peur de ne pas être en mesure de rembourser mes prêts.
3. Je crains que mon mari me traite différemment si je gagne de l'argent.



**CONSEIL**

Si vous travaillez avec des femmes analphabètes, demandez aux participantes de former des groupes (de deux à quatre), et de veillez à ce que il y ait une personne par groupe qui peut écrire. Demandez-leur de discuter et d'écrire quelques craintes ensemble.

# SUJET 7 : SE CONNAÎTRE SOI-MÊME À TRAVERS SON CORPS

## EXERCICE 1 : DIALOGUE CORPOREL\*

**COMPÉTENCES DE BASE :** (1) Conscience cognitive, (2) Gestion de soi



### Time



60-75 minutes

### Objectifs

- 1 Connecter les participantes à leur corps
- 2 Explorer la façon dont la pollution de l'air de la maison et d'autres problèmes locaux ont des impacts sur votre santé
- 3 Promouvoir l'idée qu'un corps sain est important pour un avenir productive

### Matériel

- 1 De la musique dynamique et forte pour encourager la danse ou le mouvement

1. Expliquez :

- Maintenant, nous allons avoir l'occasion de nous déplacer et de nous sentir plus énergiques. Nous allons nous concentrer sur nos corps et la prise de conscience de nos corps.
- Avec une prise de conscience de notre corps vient la compréhension des choses qui ont un impact sur la bonne santé, y compris la nourriture, la boisson, la pollution, et la nécessité d'être conscients des sources de mauvaise santé.
- Cet exercice nous aidera à entrer en contact avec notre corps et aussi à nous permettre de réfléchir sur les raisons pour lesquelles les foyers améliorés et les combustibles peuvent être importants pour la santé de nos familles et nous-mêmes.

2. Rassemblez le groupe dans une activité vivante de danse ou de mouvement, quelque chose qui permet aux individus d'obtenir leur rythme cardiaque et se sentir stimulés. Ce pourrait être de la danse, un jeu actif, ou une série d'exercices. Il est préférable que de la musique soit jouée.

3. Faites ceci pendant environ 15 minutes, puis laissez les participantes trouver une place sur le sol pour s'allonger (leurs cœurs devraient encore battre vite, les respirations sont profondes). N'éteignez pas la musique.

4. Pendant que les participantes sont couchées, demandez-leur d'avoir maintenant une conversation avec leur corps :

- À quel point je me sens forte ?
- À quel point mon corps fonctionne-t-il bien ?
- Est-ce que je prends soin de mon corps ?
- Est-ce que je mange des aliments nourrissants ?
- Est-ce que je me repose suffisamment ?
- Est-ce que l'eau que je bois est propre ?
- Est-ce que l'air que je respire à l'intérieur de ma maison est propre ?
- Est-ce que je cherche à me soigner quand je suis malade ?
- Y a-t-il des idées ou des croyances limitantes que j'ai qui me empêchent de prendre soin de mon corps ?
- Demandez à votre corps, « Que voudrais-tu que je sache d'autre pour prendre soin de toi ? »

5. Laissez les participantes rester allongées quelques minutes de plus pendant qu'elles réfléchissent.

6. Lorsqu'elles sont prêtes, permettez-leur de s'asseoir lentement et de partager leurs expériences. Qu'est-ce que votre corps vous a dit ? Que ferez-vous différemment pour prendre soin de votre corps ?

\* Cet exercice a été adapté de Gershon and Straub (2011) *Empowerment : The art of creating the life that you want.*

8. Après cet exercice, demandez à deux ou trois personnes de décrire leur expérience avec ce processus.
9. Ayez une conversation de groupe avec les participantes autour des impacts sanitaires de la pollution de l'air domestique et la cuisine, encouragez-les à partager :

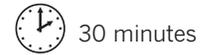
- Pensez à la façon dont la pollution de l'air de la maison affecte votre santé, votre système respiratoire, et vos yeux. Quels effets ça a sur votre corps ?
- Est-ce que la santé d'autres personnes que vous avez connues a été affectée en raison de la fumée des foyers inefficaces ou de l'éclairage ?
- Qu'en est-il du mal causé par la collecte du combustible (soit pour vous ou celle de votre famille) ? Et des brûlures à cause du feu ouvert ?
- Quelles solutions différentes pourraient être utilisées pour créer un environnement plus propre ?

10. Posez des questions aux participantes sur les autres causes de maladie dans leur communauté, y compris l'eau contaminée, l'exposition aux moustiques, le manque de recherche de soins adéquats, etc.
11. Rappelez aux participantes l'importance d'une bonne santé pour elles et leurs familles. Plus elles sont en bonne santé, plus elles ont la capacité faire les choses qu'elles veulent dans leur vie.
12. Demandez aux participantes quelles sont les prochaines étapes que chacune d'entre elles va entreprendre pour mieux se occuper de son corps ? (Inscrivez-les sur le tableau de conférence).

# CÉRÉMONIE D'AUTO-CÉLÉBRATION

1. Rassemblez tout le monde en cercle et donnez une bougie à chacune d'entre elles une bougie éteinte.
2. Expliquez au groupe qu'elles devraient toutes être fières des progrès qu'elles ont accomplis à ce jour et que c'est l'occasion de se féliciter mutuellement.
3. Allumez la bougie d'une participante et demandez-lui de dire une chose qu'elle a apprise sur elle-même ou sa vie qu'elle veut partager avec le groupe. Accordez-leur une minute chacune pour parler.
4. Demandez à la personne qui a terminé de parler, d'allumer la bougie pour la personne suivante.
5. Une fois que tout le monde a fini, demandez que tout le monde se regarde l'une l'autre (elles peuvent parcourir le cercle) et de sourire, d'apprécier, ou reconnait l'autre de façon positive (accordez une ou deux minute pour cela).
6. Demandez-leur de souffler leurs bougies.

## Durée



## Objectif

- 1 Réfléchir sur et féliciter les participantes pour les progrès réalisés à ce jour

## Matériel

- 1 Bougies

# ALLER DE L'AVANT : LEADERSHIP

## Aperçu

1. Introduction au leadership
2. Établir et de développer des visions claires
3. Fixer des objectifs et être proactive
4. Résolution de problèmes
5. Communication
6. Plan d'action

## Proposition de programme sur deux jours pour les exercices de leadership

Session	Jour 1	Jour 2
<b>Matin A</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>» Introduction à la section leadership (20 min)</li> <li>» Faire face aux changements (30 min)</li> <li>» Leadership 101 (45 min)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>» Révision de la 1ère journée</li> <li>» Être proactive (65 min)</li> <li>» Résolution de problèmes (50 min)</li> </ul>
<b>Pause</b>		
<b>Matin B</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>» Leadership en action (120 min)</li> <li>» Établissement d'une vision claire (60 min)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>» Résolution de problèmes 2ème partie (45 min)</li> <li>» Écoute active (30 min)</li> </ul>
<b>Déjeuner</b>		
<b>Après-midi A</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>» Développer nos visions (135 min)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>» Communication EPIC (150 min)</li> </ul>
<b>Pause</b>		
<b>Après-midi B</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>» Fixer des objectifs (105 min)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>» Plan d'action (105 min)</li> <li>» Partage en cercle (20 min)</li> <li>» Évaluation de la section leadership</li> </ul>

# INTRODUCTION À LA SECTION LEADERSHIP

## Durée



20 minutes

1. Introduisez brièvement ce qui sera fait dans la section de leadership de l'atelier, et donnez un aperçu de cette partie de la formation.

- Il s'agit d'un processus axé sur l'amélioration de votre capacité à vous servir des compétences commerciales que vous avez acquises à travers le processus d'autonomisation et de les mettre en action.
- Nous allons explorer ce que cela signifie d'être un leader et réfléchir à la façon dont nous pouvons toutes être un meilleur leader.
- Nous allons explorer la création de visions pour nous-mêmes et pour notre travail, et de fixer des objectifs pour les accomplir. Nous allons mettre en pratique nos capacités à être proactives pour faire face aux situations, et nous allons apprendre des stratégies en relation avec la résolution de problèmes pour arriver là où nous voulons aller. Enfin, nous allons pratiquer l'écoute active et comment communiquer les uns avec les autres et avec les clients. Toutes ces activités et processus impliqueront l'exploration de nous-mêmes et le renforcement de nos capacités pour être de meilleurs leaders et pour développer notre propre commerce, solide et prospère.
- À la fin de cette section, nous allons chaque créer un plan d'action. C'est un plan pour établir et atteindre nos prochains objectifs. Il peut être appliqué à des objectifs personnels ou des objectifs relatifs aux commerce.
- Pendant que nous effectuons ce processus, nous devons être conscientes de nos besoins personnels et aussi penser à nos autres engagements dans ce processus.
- Il sera important d'être ouverte à ce processus. Nous travaillons tous ensemble, et nous sommes ici pour nous soutenir mutuellement.



### CONSEIL

Revoyez l'accord conclu au début de l'atelier. Demandez aux participantes si elles souhaitent ajouter quelque chose avant de commencer cette session.

# ACTIVITÉ D'ÉCHAUFFEMENT : FAIRE FACE AU CHANGEMENT

**COMPÉTENCES DE BASE :** (1) Autogestion, (2) Encourager des relations positives

## Activité facultative (a) : Changez votre regard

1. Demandez aux participantes de trouver un partenaire et de se placer face à face.
2. Demandez aux participantes de déterminer celle qui observera et celle qui effectuera les changements.
3. Dites à l'observatrice d'étudier sa partenaire de près parce que sa partenaire va effectuer quelques changements.
4. L'observatrice de chaque paire devrait tourner le dos (ou fermer les yeux).
5. Maintenant, demandez à l'autre partenaire de faire cinq changements à son apparence physique. Cela pourrait signifier enlever son chapeau, enlever une chaussure, enlever les bijoux, etc. Donnez aux participantes 30 secondes pour faire les modifications.
6. Les participantes peuvent de nouveau se mettre face à face. Demandez à la partenaire qui n'a pas fait des changements d'identifier autant de changements que possible. Accordez environ 30 secondes pour cela. Demandez à la participante qui a fait les changements de les conserver, même si sa partenaire s'en va, et ce jusqu'à ce que cet exercice soit terminé.
7. Répétez plusieurs fois les étapes 4 à 6.
8. Enfin, demandez aux participantes de faire 10 changements en 20 secondes. Vous constaterez probablement une certaine résistance à ce point. Lorsque vous commencez à sentir une résistance verbale, arrêtez et passez aux questions de discussion.

### Discussion:

- Qu'avez-vous ressenti lorsqu'on vous a demandé de faire autant de changements ?
- Qu'est ce qui rend les gens résistants au changement ?
- Que pouvez-vous faire pour que ce soit plus facile pour les personnes (personnes de votre commerce, le cas échéant) d'accepter les changements ?
- Pourquoi est-il difficile de garder des changements une fois qu'ils sont faits ?



#### CONSEIL

Lorsque vous donnez les instructions pour cet exercice, obtenez l'accord des participantes pour qu'elles conservent tous les changements qui ont été faits jusqu'à la fin de l'exercice. Invitez le groupe à réfléchir et à partager leurs propres émotions personnelles liées au fait de faire des changements.



### Durée



20 minutes

### Objectif

Changer les pratiques et identifier les changements

### Matériel

Aucun

## Durée

 30 minutes

## Objectifs

- 1 Pratiquez le changement et identifiez les changements
- 2 Discutez des premières réactions au changement

## Matériel

Aucun

## Activité facultative (b): Croiser les bras

*Pour les formateurs avec une grande classe et limités dans le temps, cet exercice peut être plus approprié.*

1. Demandez aux participantes de croiser les bras. La définition de « croisé » pour cette activité est de le faire plier leurs deux bras ensemble, comme si elles s'enuyaient ou en attendaient quelque chose.
2. Maintenant, demandez aux participantes de « croiser les bras dans l'autre sens, » le sens inverse de ce qu'elles viennent d'effectuer.

### Discussion :

- Qu'avez-vous ressenti lorsque vous avez été invitée à croiser les bras dans l'autre sens
- Est-ce que c'est venu naturellement, ou est-ce que vous avez dû vous arrêter et y réfléchir ? Étiez-vous mal à l'aise ?
- Qu'est-ce qui rend les gens résistants au changement ? Que pouvez-vous faire pour que ce soit plus facile pour les personnes d'accepter les changements ?

# SUJET 1 : INTRODUCTION AU LEADERSHIP

## EXERCICE 1 : LEADERSHIP 101

**COMPÉTENCES DE BASE :** (1) Gestion de soi, (2) favoriser des relations positives

*Préparation :*

- Placez les chaises en cercle et placez le tableau de conférence de façon à ce que tout le monde puisse le voir.
- Tracez deux colonnes sur une feuille de tableau. Écrivez « bon leader » au-dessus d'une colonne et « mauvais leader » au-dessus de l'autre.
- Donnez du papier et des crayons à chaque participante.

1. Demandez aux participantes de penser à un leader qu'elles admirent (par exemple, chef de la communauté, homme politique), et notez trois qualités dont elles pensent qu'elles font de lui un leader efficace.
2. Demandez aux participantes de penser à un leader qu'elles n'aiment pas et écrivez les qualités qui font de lui un mauvais chef.
3. Prévoyez environ dix minutes pour cela, et ensuite demandez à chaque participante de partager ce qu'elle a écrit. Notez les qualités énumérées sur le tableau de conférence sous la colonne « bon leader » ou « mauvais leader. »
4. Discutez des similitudes et des différences dans les qualités qui ont été énumérées. Y a-t-il eu des surprises ? Y a-t-il des similitudes entre les qualités d'un bon leader et d'un mauvais leader ? Est-ce que les leaders que nous n'admirons pas ont des qualités similaires à ceux que nous admirons ? Comment pouvons-nous éviter de devenir de mauvais leaders ? Que pouvons-nous faire pour être des leaders efficaces ?
5. Raccourcissez la liste aux définitions/qualités d'un bon leader qui ont été convenues.
6. Après la discussion demandez à chaque participante de réfléchir à toutes les qualités que le groupe a identifiées pour les bons et les mauvais leaders et de faire une liste.
  - a. Qualités positives qu'elle pense déjà avoir
  - b. Qualités positives qu'elle aimerait développer
  - c. Qualités négatives qu'elle aimerait gérer ou éliminer



**Durée**

 45 minutes

**Objectifs**

- 1 Découvrez les qualités d'un bon et d'un mauvais leadership
- 2 Travaillez ensemble pour créer une définition de « leadership »

**Matériel**

- 1 Papier blanc et stylos, crayons
- 2 Tableau de conférence et feutres



**CONSEIL**

Donnez des exemples de personnes dont vous pensez que ce sont de bons leaders et également de mauvais leaders. Décrivez quelques qualités qui font d'eux de bons ou mauvais leaders. Assurez-vous que les participantes soient conscientes que les leaders peuvent également être des membres de la famille ou des amis, et pas seulement des figures d'autorité. Vous pouvez évidemment proposer des exemples et coordonner le processus, mais laissez les participantes définir ce que le leadership signifie pour elles.



#### CONSEIL

Si vous travaillez avec des femmes analphabètes, faites-les dessiner à la place la personne à laquelle elles pensent, demandez à chaque femme de travailler avec une partenaire pour décrire deux à trois qualités pour chaque leader. Chaque partenaire devrait partager à haute voix deux ou trois qualités avec le groupe sur lesquelles elle s'accordent pour dire qu'elles concernent à la fois un bon et un mauvais leader.



#### CONSEIL

Utilisez des notes autocollantes pour écrire les bonnes et mauvaises qualités, et placez-les sur le tableau blanc ou le tableau de conférence. Au fur et à mesure que les qualités sont réduites pour créer une définition du leadership, placez les notes avec des caractéristiques ou des exemples qui ne sont pas utilisés sur le côté. Terminez par une petite collection de notes sur lesquelles toutes les participantes s'accordent.

## EXERCICE 2 : LEADERSHIP EN ACTION



### Durée

 120 minutes

### Objectifs

- 1 Pratiquer le leadership tel que défini dans l'exercice précédent
- 2 Découvrir le styles et les qualités personnelles en leadership des participantes

### Matériel

- 1 Bonbons ou petits jetons pour les prix
- 2 Papier et feutre

**COMPÉTENCES DE BASE :** (1) Assertion/voix, (2) favoriser des relations positives, (3) persuasion, (4) prise de décision/ action

1. Donnez du papier et des stylos ou des crayons aux participantes
2. Diviser les participantes en équipes de quatre ou cinq.
3. Expliquer au groupe qu'elles recevront une série de défis, et que chaque défi doit être complété en 15 minutes. Un membre de l'équipe différente mènera chaque nouveau défi, et aucun membre de l'équipe ne devrait diriger plus d'un défi sauf si tout le monde est déjà passé. À la fin de chaque défi les équipes gagnantes (ceux qui terminent le défi dans le temps imparti, recevront de petits prix).
4. Informez les participantes qu'à la fin de chaque défi on leur donnera cinq minutes pour évaluer le leader du groupe pour ce défi. Le leader devrait également s'évaluer elle-même. Encouragez les participantes à faire une liste des qualités qui ont le leadership efficace et les aspects où le leadership aurait pu être amélioré. Ces notes devraient être gardées pour la discussion de groupe qui suivra les défis.
5. Lorsque tout le monde a compris les instructions, expliquez aux groupes le premier défi, et donnez-leur une minute pour choisir un chef avant de commencer le défi de synchronisation. Tous les groupes effectuent le même défi simultanément. Les groupes qui remplissent les tâches dans les délais impartis peuvent recevoir de petits prix.
6. A la fin de l'activité, lorsque chaque participante a eu l'occasion de diriger son équipe, rassemblez le groupe en cercle pour discuter de ce qu'elles ont appris. Utilisez les points de discussion fournis.

## Lignes directrices pour la discussion

1. Donnez aux participantes l'occasion d'entendre les commentaires de ses coéquipières sur son style de leadership. Mettre l'accent sur l'importance d'être respectueuse dans les commentaires. Demandez-leur de faire des commentaires positifs et des commentaires sur quelque chose que le leader pourrait améliorer.
2. Après avoir écouté les commentaires, laissez la participante concernée partager ce que l'expérience de leadership a signifié pour elle. Qu'a-t-elle apprécié ? Qu'est ce qui a été difficile ? Qu'a-t-elle appris sur le leadership ? Qu'a-t-elle appris sur elle-même ? Est-ce que les qualités de leadership dont elle a discuté avec son équipe étaient les mêmes que celles qu'elle a écrites dans l'activité : bon leader contre mauvais leader. Les qualités de leadership, elle affiche avec son équipe de la même manière comme elle l'écrit dans l'activité étaient ? Ou y a-t-il eu des surprises ?
3. Donnez à chaque participante la possibilité d'écouter ses pairs et de partager ses propres réflexions.



### CONSEIL

Si vous travaillez avec des femmes analphabètes, ou si vous préférez, faites un debriefing avec tout le groupe après chaque défi. Demandez aux participantes ce que le leader a bien fait ou ce que leur groupe a bien fait (laissez-les réfléchir sur les caractéristiques d'un bon leader) ? Que pourrait-elle/il améliorer ?

## Propositions de défis

1. Chorégraphier une danse et expliquez ce qu'elle représente (par exemple, danse de la pluie, danse de mariage, etc.). Tous les membres de l'équipe doivent participer à la danse.
2. Construisez une machine humaine en utilisant tous les membres de l'équipe. Les équipes doivent être en mesure d'expliquer ce que la machine fait, et la fonction de chaque membre de l'équipe dans la machine.
3. Mettez en scène sur une pièce dramatique de deux minutes qui commence par la phrase, « Est-ce qu'elle respire encore ? »
4. Créez une publicité télévisée pour un produit de foyer ou un produit d'éclairage.
5. Rédigez un titre pour un article en première page d'un journal qui raconte l'histoire de leur vision inspirée pour cette formation.



### CONSEIL

Il est important de relever qu'il existe différentes sortes de leaders. Tous les leaders ne correspondent pas à la description de dirigeants « charismatiques », extraverti, etc. Il existe également des leaders attentifs et calmes existents et ceux-ci sont nécessaires.

# SUJET 2 : ÉTABLIR ET DÉVELOPPER DES VISIONS CLAIRES

## EXERCICE 1 : ÉTABLIR UNE VISION CLAIRE



### Durée

 60 minutes

### Objectif

Discutez de ce qu'est une vision et pourquoi il est important d'avoir des visions pour l'avenir

### Matériel

Aucun

### COMPÉTENCES DE BASE : (1) Affirmation/voix, (2) Vision

#### 1. Expliquez:

- Rappelez-vous que dans la section de l'autonomisation, nous avons parlé du fait d'avoir des visions lors d'un changement de comportement personnel. Nous allons maintenant mettre l'accent sur les grandes visions, ce que cela signifie, pourquoi elles sont importantes, et comment avoir des visions claires pour nos vies.
- Donc, qu'est-ce qu'une vision ?
  - Que nous nous en rendions compte ou non, chacun de nous a des visions différentes pour sa vie. Certaines de nos visions sont très négatives, comme une pauvre veuve qui croit qu'elle va devenir une mendicante. Certaines de nos visions sont positives, comme une femme qui croit qu'elle aura son propre commerce de textile. Nous agissons tous chaque jour sur nos visions pour nos vies en commençant de décider de se lever le matin et d'aller chercher du bois, à travailler dur ou non, même les amis que nous nous faisons et les clubs sociaux que nous fréquentons. Nous menons nos vies et de faisons des choix selon la façon dont nous voyons notre avenir.
- Pourquoi est-il important d'avoir une vision claire ?
  - Certaines personnes savent depuis qu'elles sont jeunes qu'elles veulent être une femme entrepreneur ou un leader de leur communauté. Cependant, la plupart des personnes comprennent ce qu'elles veulent faire de leur vie au long du chemin. Parfois, elles sont inspirées par un ami ou on leur propose une opportunité de travail dont elles profitent.

- #### 2. Partagez l'histoire d'une personnalité du monde (ou locale) qui a eu une vision de changement. Insistez sur la façon dont cette personne n'est pas restée fixée sur des choses qui rendraient difficile la réalisation de sa vision (pathologie), mais plutôt comment elle a pensé positivement pour être en mesure d'y parvenir. Choisissez une de ces options :
- a. Utilisez l'histoire que vous avez créée dans votre plan de conception centrée sur l'humain pour un leader visionnaire.
  - b. Présentez Wangari Maathai (Kenya) et lisez l'extrait de son discours d'acceptation du prix Nobel de la paix qui se trouve à la page suivante.
- #### 3. Faites un compte rendu de l'histoire et/ou de l'extrait de discours. Discutez de la vision du leader, de ce que le leader a décidé de faire, pourquoi et comment il ou elle a travaillé avec d'autres personnes pour faire de cette vision une réalité.
- a. Rappelez qu'il est important de penser positivement lorsqu'on est confrontés à des défis.
  - b. Demandez aux participantes quelles sont les caractéristiques de leadership que cette personne avait/a.

## EXEMPLE DE LEADER VISIONNAIRE: WANGARI MAATHAI

**Wangari Maathai** était une militante écologiste et politique kenyane. Dans les années 1970, Mme Maathai a fondé le Mouvement de la ceinture verte, une organisation environnementale non-gouvernementale axée sur la plantation d'arbres, la conservation de l'environnement et les droits des femmes. En 2004, elle est devenue la première femme africaine à recevoir le Prix Nobel de la Paix pour « sa contribution au développement durable, à la démocratie et à la paix. »

*Extraits de son discours d'acceptation du prix Nobel de la paix :*

Mon inspiration vient en partie d'expériences vécues dans l'enfance et de mes observations de la nature dans le Kenya rural. Elle a été influencée et nourrie par une éducation formelle, que j'ai eue le privilège de recevoir au Kenya, aux Etats-Unis et en Allemagne. En grandissant, j'ai été témoin du défrichage des forêts qu'on remplaçait par des plantations commerciales, qui ont détruit la biodiversité locale et la capacité des forêts à conserver l'eau.

En 1977, quand nous avons commencé le Mouvement de la ceinture verte, je répondais en partie aux besoins identifiés par les femmes rurales, à savoir le manque de bois de chauffage, d'eau potable, d'alimentation équilibrée, de logement et de revenu. Partout en Afrique, les femmes sont les principales gardiennes, ayant une responsabilité importante dans le labour de la terre et pour nourrir leurs familles. En conséquence, elles sont souvent les premières à prendre conscience des dommages environnementaux lorsque les ressources deviennent rares et qu'elles sont incapables de nourrir leurs familles. Les femmes avec lesquelles nous avons travaillé ont raconté que contrairement au passé, elles étaient incapables de répondre à leurs besoins de base. Cela était dû à la dégradation de leur environnement immédiat ainsi qu'à l'introduction de l'agriculture commerciale.

J'en suis venue à comprendre que lorsque l'environnement est détruit, pillé ou mal géré, nous saisons notre qualité de vie et celle des générations futures. Planter des arbres est devenu un choix naturel pour répondre à certains des besoins de base initiaux identifiés par les femmes. Ainsi, ensemble, nous avons planté plus de 30 millions d'arbres qui fournissent du combustible, de la nourriture, des abris, et de revenus pour soutenir les besoins d'éducation et de ménage de leurs enfants. L'activité crée aussi des emplois et améliore les sols et les bassins versants. Grâce à leur participation, les femmes acquièrent un certain degré de pouvoir sur leur vie, notamment leur position sociale et économique et de l'importance dans la famille.

Ce travail se poursuit. Initialement, le travail était difficile parce que, historiquement on a persuadé nos femmes à croire que parce qu'elles sont pauvres, non seulement ils n'ont pas d'argent, mais en plus, ils n'ont pas les connaissances et les compétences pour faire face aux défis. Au contraire, elles sont conditionnées à penser que les solutions à leurs problèmes doivent venir de « l'extérieur ». En outre, les femmes ne se rendaient pas compte que la satisfaction de leurs besoins dépendait de leur d'un environnement saines et bien gérées. Elles ignoraient également qu'un environnement dégradé conduit à une ruée vers les ressources rares et peut aboutir à la pauvreté et même des conflits. Nous avons développé un programme d'éducation des citoyens, au cours duquel les populations identifient leurs problèmes, leurs causes et les solutions possibles. Elles font alors des liens entre leurs propres actions personnelles et les problèmes dont elles sont témoins par rapport à l'environnement et à la société.

Dans le processus, les participantes découvrent qu'elles doivent faire partie des solutions. Elles réalisent leur potentiel caché et deviennent autonomes pour surmonter l'inertie et prendre des mesures. Elles ont fini par reconnaître qu'elles sont les principales gardiennes et les bénéficiaires de l'environnement qui les soutient. Initialement les activités de plantation d'arbres du Mouvement de la ceinture verte n'ont pas abordé les questions de la démocratie et de la paix, mais il est vite devenu clair que la gouvernance responsable de l'environnement était impossible sans espace démocratique. Par conséquent, l'arbre est devenu un symbole de la lutte pour la démocratie au Kenya. Les citoyens se sont mobilisés pour contester les abus généralisés de pouvoir, la corruption et la mauvaise gestion de l'environnement.

Par le biais du Mouvement de la ceinture verte, des milliers de citoyennes ordinaires ont été mobilisés et responsabilisés pour prendre des mesures et opérer un changement. Elles ont appris à surmonter la peur et leur sentiment d'impuissance et se sont déplacées pour défendre les droits démocratiques. Avec le temps, l'arbre est également devenu un symbole pour la paix et la résolution des conflits, en particulier pendant les conflits ethniques au Kenya lorsque le Mouvement de la ceinture verte a utilisé les arbres de la paix pour réconcilier les communautés en conflit.

Lors de la réécriture de la constitution du Kenya en cours, ces mêmes arbres de paix ont été plantés dans de nombreuses régions du pays afin de promouvoir une culture pacifique. Utiliser des arbres comme un symbole de paix s'inscrit dans une tradition africaine répandue. Ces pratiques font partie d'un vaste patrimoine culturel, qui contribue à la fois à la conservation des habitats et la culture de la paix. Avec la destruction de ces cultures et l'introduction de nouvelles valeurs, la biodiversité locale n'est plus valorisée ni protégée et, par conséquent, elle est rapidement dégradée et disparaît.

Au fur et à mesure que nous comprenons les causes de la dégradation de l'environnement, nous avons vu la nécessité d'une bonne gouvernance. En effet, l'état de l'environnement de tout comté est un reflet du type de gouvernance en place et sans une bonne gouvernance, il ne peut y avoir de paix. De nombreux pays, qui ont des systèmes de gouvernance pauvres, sont également susceptibles d'avoir des conflits et des lois insuffisantes en matière de protection de l'environnement.

En 2002, le courage, la résilience, la patience et l'engagement des membres du Mouvement de la ceinture verte, d'autres organisations de la société civile et de la population kényane ont abouti à la transition pacifique vers un gouvernement démocratique et jeté les bases d'une société plus stable. Cela fait 30 ans que nous avons commencé ce travail. Les activités qui ont dévasté l'environnement et les sociétés se poursuivent sans relâche. Aujourd'hui nous sommes confrontés à un défi qui appelle à un changement dans notre façon de penser, de sorte que l'humanité cesse de menacer son système de soutien à la vie. Nous sommes appelés à aider la Terre à guérir ses blessures et à guérir les nôtres dans le processus - en effet, à embrasser l'entière création dans toute sa diversité, sa beauté et ses merveilles. Cela arrivera si nous comprenons la nécessité de ranimer notre sentiment d'appartenance à la grande famille de la vie, avec laquelle nous avons partagé notre processus évolutif.

Au cours de l'histoire, il arrive un moment où l'humanité est appelée à passer à un nouveau niveau de conscience, de parvenir à un niveau moral plus élevé. Un moment où nous devons nous débarrasser de notre peur et donner de l'espoir à l'autre. Ce moment, c'est maintenant. Le Comité Nobel norvégien a défilé le monde à élargir la compréhension de la paix : il ne peut y avoir de paix sans développement équitable ; et il ne peut y avoir de développement sans gestion durable de l'environnement dans un espace démocratique et pacifique. Ce changement est une idée dont le temps est venu.

(Le discours entier se trouve à l'adresse [www.wangarimaathai.com](http://www.wangarimaathai.com).)

## Visualisation (facultatif)

### Durée



30 minutes

#### 1. Guidez les participantes à travers un exercice de visualisation :

- Asseyez-vous confortablement dans votre siège, en fermant les yeux, et assurez-vous que les deux pieds touchent le sol.
- Détendez-vous ... prenez conscience de votre respiration. Respirez profondément, permettant à vos poumons de se remplir complètement avant d'expirer.
- Prenez conscience des points par lesquels votre souffle entre dans votre nez, votre gorge et vos poumons.
- Pensez à quelque chose que vous voulez accomplir. Cela pourrait être quelque chose que sur lequel vous travaillez actuellement ou un but/rêve pour l'avenir.
- Imaginez le jour où vous l'accomplissez. Imaginez-vous dans cet environnement. À quoi ressemblez-vous ? Qu'est-ce que vous dites et faites ? Qui d'autre est là ?
- À quoi est-ce que ça ressemble ? Quelles sont les odeurs, les bruits ? Comment vous sentez-vous ?
- Maintenant pensez à ce qu'il a fallu pour que vous arriviez à ce point dans votre vie. Combien de temps a-t-il fallu ?
- Quels sacrifices avez-vous dû faire ? Quels ont été les petites victoires que vous avez été en mesure de célébrer le long du chemin ? Quels ont été les victoires dont vous saviez qu'elles vous rapprocheraient de l'endroit où vous êtes aujourd'hui ?
- À quoi ressemblait ce chemin ? Était-il lisse et sans histoire, ou chaotique et turbulent ?
- Quels obstacles avez-vous rencontrés ?
- Comment avez-vous parcouru ces obstacles ? Considérez le temps qu'il a fallu pour traverser chacun d'entre eux.
- Quels sentiments avez-vous vécu ?
- Maintenant, imaginez-vous aujourd'hui, et réfléchissez à l'itinéraire que vous allez prendre pour arriver à vos prochains objectifs.

### Objectif

Visualiser la réalisation d'un objectif ou d'un rêve

### Matériel

Aucun

#### 2. Demandez aux participantes d'ouvrir les yeux et de prendre cinq minutes pour revoir ce qu'elles avaient prévu (cela pourrait être par écrit, avec photos, ou une combinaison des deux). Donnez l'occasion aux participantes de partager avec la classe.

# EXERCICE 2 : DÉVELOPPER VOS VISIONS



**COMPÉTENCES DE BASE :** (1) Vision, (2) Indépendance et confiance en soi

## Discussion et exercice 2(a): Création de réseaux de visions

1. Expliquez:

### Durée

 75 minutes

### Objectifs

- 1 Créer des réseaux/toiles de visions (en écrivant ou en dessinant)
- 2 Partager et discuter des réseaux de vision

### Matériel

- 1 Feuilles de réseaux de vision
- 2 Feuilles de brainstorming relatif au commerce
- 3 Stylos et crayons
- 4 Crayons ou feutres de couleur

- Avoir beaucoup de visions ne signifie pas que vous avez compris exactement ce que vous voulez faire dans l'avenir maintenant. Mais, cela signifie que vous commencez le processus de découverte active de ce que vous voulez faire pour vous, pour votre famille et pour votre communauté. Au lieu d'attendre qu'une opportunité ou un intérêt tombe du ciel, vous devez rechercher activement vos visions personnelles à l'intérieur et autour de vous. De cette façon, lorsque vous faites des choix de jour en jour, vous n'êtes pas perdue ou en attente que le monde soit à vos pieds. Lorsque vous avez des visions, vous savez ce que vous voulez et vous faites bouger les choses.
- Maintenant, il est temps de créer vos réseaux de vision. Votre réseau de vision devrait inclure différentes visions que vous avez pour différents domaines de votre vie. Si vous avez plusieurs visions pour chaque domaine, n'hésitez pas à les énumérer. Comme vous commencez à acquérir de l'expérience dans vos différents domaines d'intérêt, la vision peut changer. Le réseau permet simplement d'écrire toutes les différentes visions. Commencez à penser à ce que vous mettriez dans votre propre réseau de vision.
- En créant des visions pour votre commerce, pensez à l'activité de la vision pour le commerce qui a été faite plus tôt. Maintenant, faites un brainstorming par rapport à votre feuille de travail sur le brainstorming concernant le commerce en vous posant les questions suivantes :
- Dans cinq ans :
  - À quoi je veux que mon commerce ressemble ? Que fais-je tous les jours ?
  - Combien d'argent je gagne ?
  - Où est-ce que je vends mon produit ou service ?
  - À qui je vends mes produits ou offre mes services ? À combien de personnes ?
  - Est-ce que j'ai un bureau ? Est-ce que j'ai des employées ?
  - À quoi suis-je bonne maintenant ? Quelles sont mes compétences ?
- Par groupes de deux ou trois, partagez vos visions pour le travail en fonction de vos réponses aux questions.



### CONSEIL

Si vous travaillez avec des femmes analphabètes, faites-leur dessiner leurs visions en une seule image ou un ensemble d'images.

## Lignes directrices pour la discussion

- Était-ce difficile de formuler vos visions ? Pourquoi ou pourquoi pas ?
- Croyez-vous que vos visions peuvent changer au fil du temps ? Pourquoi ou pourquoi pas ?
- Comment vous êtes-vous sentie en entendant les visions des autres participantes ?
- Pourquoi est-il important de mettre votre(vos) vision(s) par écrit et/ou d'exprimer votre(vos) vision(s) à voix haute aux autres ?
- Mettez l'accent sur la vision pour le travail : A-t-il été difficile de formuler cette vision ?
- Qu'est-ce que vous devez savoir, ou quelles compétences supplémentaires aimeriez-vous avoir auriez-vous besoin de pratiquer pour atteindre cette vision ?

## Discussion 2(b): Visions et conflit structurel

1. Après que les participantes ont partagé en groupes de deux ou trois les réponses aux questions ci-dessus, demandez aux participantes de reformer le grand groupe et de partager leurs réponses aux questions. Commencez par la première question pour introduire le conflit structurel.
  - a. Définition du conflit structurel : conflit causé par des motifs ou des structures du pouvoir réel ou perçu qui créent l'inégalité perçue.
2. Ayez les élastiques à portée de main, et demandez à trois volontaires de venir. Donnez des indications claires aux volontaires. Une volontaire a un signe qui dit « vision » et joue le rôle de la main de l'image. Une autre volontaire joue le rôle de l'impuissance (elle tient également un signe), et une bénévole est au milieu (la visionnaire).
3. Demandez à la visionnaire de partager la vision de travail qu'elle a écrit pendant l'activité précédente. Pendant que la visionnaire partage ses espoirs pour cette vision, la personne qui joue le rôle de la « vision » tire la bande élastique en avant. Aidez à effectuer ce mouvement si nécessaire.
4. Maintenant demandez à la visionnaire de partager les craintes, les jugements, et les commentaires négatifs qui entourent cette vision. Pendant qu'elle le fait, la personne jouant le rôle de « l'impuissance » tire l'élastique dans la direction opposée. Aidez à effectuer ce mouvement si nécessaire.
  - a. Rappelez aux participantes l'importance d'avoir une attitude positive. Mettez l'accent sur les problèmes potentiels, les peurs, les jugements, ou d'autres aspects qui peuvent nous faire sentir impuissants et nous retenir.
  - b. **Connexion au corps** : Un outil important à enseigner ici est à quel point notre corps se sent détendu/contracté lorsque l'on réfléchit aux émotions/pensées qui entravent le processus de faire de notre vision une réalité. Demandez à la volontaire comment c'était de faire partie de ce processus. A-t-elle eu l'impression de se détendre lorsqu'elle se dirigeait vers la vision et de se contracter lorsqu'elle était tirée par les croyances limitantes ? Demandez-lui de mettre un nom sur ces croyances limitantes (par exemple, la peur, le jugement, etc.).

### Durée



30 minutes

### Objectifs

- 1 Expliquer qu'il peut y avoir des conflits qui peuvent rendre nos visions difficiles à atteindre
- 2 Discuter des situations dans lesquelles on peut se sentir impuissant

### Materials

- 1 Tableau blanc
- 2 Une grande feuille de papier avec une image d'un élastique de caoutchouc (impuissance) et une main (vision), avec un homme entre les deux (voir l'image en exemple ci-dessous)
- 3 Deux bandes élastiques

5. Expliquez:

- Même si vous avez une vision claire, il peut y avoir des défis ou des circonstances de la vie qui rendront difficile l'atteinte de cette vision. Il est important de penser stratégiquement à la façon d'atteindre votre vision et aux problèmes que vous pourriez rencontrer. Plus tard, chacune de vous créera un plan pour votre vision pour vous aider à penser stratégiquement à atteindre votre vision. Le sentiment d'impuissance, cependant, n'est pas bénéfique, car il peut conduire au stress. Il est important non seulement d'avoir un plan, mais de prendre soin de vous dans le processus de transformation d'une vision en réalité.

Soyez conscient des routines dynamiques - paradoxes défensives du groupe



- » Si nous observons une routine/habitude défensive dans d'autres, les chances sont que nous y participions aussi.
- » Plus l'habitude défensive est efficace, plus elle est difficile à « voir ».
- » Aller à l'encontre d'une habitude défensive est la meilleure façon de la renforcer.
- » L'absence d'habitudes défensives ne garantit pas l'efficacité de l'équipe.



Sentiment d'impuissance

Réalité actuelle

Vision

**REMARQUE**

L'importance de l'image ci-dessus est d'engager les participantes à reconnaître comment les voix de la peur, du jugement, de l'impuissance, des croyances limitantes, etc. entravent leur progression vers une vision personnelle/collective.



Mettez l'image ci-dessus sur le mur pour que tous voient ce qui vient d'être démontré par les volontaires.

## Exercice 2(c): Activité de partage

1. Demandez aux participantes de réfléchir à leur vision personnelle pour le travail. Demandez-leur si quelque chose a changé avec leur vision.
2. Donnez un ballon à chaque participante.
3. D'un côté du ballon, demander à la participante d'écrire ou de dessiner sa vision personnelle de travail.
4. Demandez aux participantes de partager ce qu'elles ont écrit.
5. Après le partage, demandez aux participantes de faire exploser leurs ballons.
6. Expliquez :

- Cette action représente chacune d'entre vous en train de définir vos intentions pour suivre vos visions. Il est temps d'entrer dans une vision en pleine confiance. Ensuite, nous allons parler de prendre des étapes d'action et fixer des objectifs pour faire en sorte que vos visions se produisent.

### Durée

 30 minutes

### Objectif

Partager des visions de travail personnelles

### Matériel

Ballons



#### CONSEIL

Si vous travaillez avec des femmes analphabètes, donnez-leur l'occasion de réfléchir à leur vision personnelle tout en tenant leur ballon (sans dessin ou écriture), ou de partager avec un partenaire.

## EXERCICE 1 : FIXER DES OBJECTIFS



### Durée

 60 minutes

### Objectifs

① Définir des objectifs SMART

② Pratiquer la création d'objectifs SMART.

### Matériel

Aucun

**COMPÉTENCES DE BASE :** Définition d'objectifs et réflexion stratégique

### Discussion 1(a): Fixer des objectifs

1. Expliquez:

- L'étape suivante consiste à définir de grands objectifs pour la réalisation de nos visions. Les objectifs sont le cadre pour la création des étapes d'action pour atteindre une vision. L'une des compétences les plus précieuses pour les leaders est de croire en de nouvelles possibilités et également de convaincre les autres qu'ils sont possibles. Il est important de fixer de grands objectifs. Bien sûr, les premières étapes doivent être petites et réalistes, mais voyez grand d'une façon qui excite et vous stimule.

2. Demandez aux participantes de s'allonger sur le sol (ou de s'asseoir sur leurs chaises si plus approprié) et d'imaginer la vision de travail qu'elles ont choisie. Posez la question : à quoi ressemble votre commerce ? À quoi ressemblez-vous ? Maintenant, pensez à comment passer de la réalité actuelle à cette vision. Qu'est-ce qui doit changer ?

3. Les objectifs doivent être SMART (voir ci-dessous) :

*S – Spécifiques*

*M – Mesurables*

*A – Atteignables*

*R – Réalistes*

*T – Temporels*

#### ■ Spécifiques :

- Qui : Qui est impliqué ?
- Quoi : Qu'est-ce que je veux accomplir ?
- Où : Identifier un emplacement.
- Quand : Établir une période de temps.
- Comment : Identifier les besoins et les contraintes.
- Pourquoi : Quelles sont les raisons, les buts spécifiques, ou les avantages de réaliser l'objectif ?
- Exemple : Rejoindre le groupe d'épargne de femmes dans mon village et aller à des réunions chaque semaine (tant qu'elles n'entrent pas en conflit avec mes autres responsabilités et tâches). Promouvoir les foyers et combustibles propres à travers le groupe, et apprendre comment les autres femmes du le groupe économisent de l'argent.

- **Mesurables** : Établir des critères concrets pour mesurer les progrès vers la réalisation de chaque objectif. Mesurer le progrès vous aide à rester sur la bonne voie, à atteindre vos dates cibles, et à savoir que vous progressez.

- Posez des questions telles que : Combien ? Comment je saurai que j'ai accompli cet objectif ?
- Exemple : J'irai à dix réunions de la communauté.
- **Atteignables** : Les objectifs doivent être atteignables ; ils devraient vous mettre légèrement sous tension, mais suffisamment bien définis pour que vous puissiez les atteindre. Vous devez posséder les connaissances, les compétences et les capacités appropriées nécessaires pour atteindre l'objectif.
  - Lorsque vous identifiez les objectifs qui sont les plus importants pour vous, vous commencez à vous trouver des moyens de les réaliser. Vous pouvez développer l'attitude, les capacités, les compétences et la capacité financière de les atteindre. Vous pouvez atteindre la plupart des objectifs que vous définissez lorsque vous planifiez sagement vos étapes, en établissant une période de temps qui vous permet de compléter ces étapes. Les objectifs peuvent sembler loin et hors de portée, mais ils finissent par se rapprocher et devenir réalisables, parce que vous vous développez pour aller à leur rencontre.
  - Demandez : Quelles les compétences ou ressources ai-je pour remplir cet objectif ? De quelles compétences ou ressources ai-je besoin pour remplir cet objectif ? Quelles sont les compétences ou les ressources dois-je remplir cet objectif ? Comment puis-je les obtenir.
- **Réalistes** : Pour être réaliste, un objectif doit représenter un objectif vers lequel vous êtes prête et capable de travailler. Un objectif et peut être à la fois haut et réaliste. Vous êtes la seule personne qui peut décider à quelle hauteur votre objectif devrait être.
  - Chaque objectif devrait être construit par rapport au prochain.
- **Temporels** : Un objectif devrait être fixé sur une période de temps.
  - Pour quelle date voulez-vous accomplir chaque objectif ?
  - Exemple : J'irai à dix réunions communautaires dans les trois prochains mois.

## Exercice 1(b): Des objectifs SMART pour ma vision de travail

1. Demandez aux participantes de réfléchir sur leurs visions de travail. Elles devraient retourner à leur réseau de vision et réfléchir à leur vision de travail.
2. Chaque participante doit réfléchir, avec une partenaire, à deux objectifs SMART qui l'aident à compléter sa vision de travail.
3. Chaque participante doit ensuite utiliser la feuille de travail SMART qui se trouve dans son dossier de participant pour écrire ou dessiner des images qui aident à se rappeler l'un de ses objectifs SMART.
4. Les participantes doivent ensuite partager avec leur partenaire.

### Durée



### Objectifs

- 1 Définir des objectifs SMART
- 2 Pratiquer la création d'objectifs SMART

### Matériel

- 1 SMART feuille de travail (dossier de participant)
- 2 Stylos et/ou crayons



#### CONSEIL

Demandez aux participantes de se lever et d'aller à l'extérieur, ou ailleurs, pour obtenir faire un peu d'activité physique et sortir de la salle.

# EXERCICE 2 : ÊTRE PROACTIVE\*



**COMPÉTENCES DE BASE :** (1) Gestion de soi, (2) Définition d'objectifs et la réflexion stratégique, (3) Prise de décision

## Objectifs

- 1 Savoir ce que cela signifie d'être proactive c/ réactive
- 2 Discuter pourquoi il est important d'être proactive.

## Durée

 15 minutes

## Matériel

Aucun

## Exercice 2(a): Être proactive

1. Discutez :

- Rappelez-vous quand nous avons discuté de l'importance de l'auto-responsabilité comme une croyance de base ? Nous allons explorer cela plus en détail en apprenant à être « proactive ». Être proactif est une caractéristique importante d'un leader et homme d'affaires. Être proactif en prenant la responsabilité de votre vie.
- Être proactive signifie assumer la responsabilité de nous-mêmes, de nos actions, de nos choix et de notre avenir. « Pro » signifie « pour, » littéralement « pour l'action », pour agir au lieu d'attendre d'être sollicité.
- En étant proactive, vous dites que : « Ce que je suis aujourd'hui et ce que je deviendrai dans le futur, c'est ma responsabilité. » Quand vous adoptez cette attitude, vous vous mobilisez. Vous vous rendez compte que vos choix sont la plus grande force créative de votre vie.
- Lorsque vous répondez à une situation sans prendre le temps de réfléchir à la façon de répondre, ou pourquoi vous répondez d'une certaine manière, vous êtes réactive. Lorsque vous êtes réactive vous laissez la situation déterminer votre réponse, vous permettez circonstances de contrôler votre comportement et vous blâmez les autres pour vos actions.
- Les réponses réactives sont guidées par des sentiments, pas des valeurs. Lorsque quelqu'un ou quelque chose nous fait du mal, nous réagissons simplement, sans réfléchir. Si quelqu'un nous hurle dessus dans la rue, nous hurlons également sur cette personne, sans réfléchir ou choisir notre réponse ; nous réagissons simplement. Les personnes réactives blâment les autres pour leurs problèmes.
- En revanche, les choix proactifs sont guidés par des valeurs. Au lieu de simplement réagir, vous faites une pause pendant un moment et vous sélectionnez une réponse qui est en accord avec vos valeurs. Être proactive vous rappelle que vous êtes libre de choisir la façon de réagir à une situation. Lorsque vous êtes proactive, vous examinez vos pensées et vos comportements avant de réagir. Ou, vous pouvez ne pas répondre du tout, mais plutôt débiter - en prenant la première étape, à introduire une toute nouvelle façon d'agir. Même si une situation ou le comportement d'une autre personne est complètement hors de notre contrôle, nous sommes encore en mesure de choisir notre réponse à cette situation ou ce comportement.

- Vous devez être « en mesure de répondre », c'est-à-dire en mesure de choisir vos réponses (en anglais : « response-able » - ne pas confondre avec « responsible »).
- C'est un des aspects uniques qui séparent les humains des animaux. Un animal sait simplement comment réagir. Il ne peut pas se contrôler. La possibilité de choisir une réponse est une caractéristique propre à l'homme. Un animal est programmé par instinct pour agir d'une certaine manière lorsqu'il reçoit un stimulus particulier. Ils ne peuvent pas modifier la programmation.

## Jeu 2(b): Proactive c/ réactive

1. Présentez la situation suivante aux participantes :
  - a. Vous entendez votre voisine raconter un méchant mensonge sur vous et votre commerce à un autre voisin. Elle ne sait pas que vous avez entendu la conversation. Vous ne comprenez pas pourquoi cette voisine dirait un mensonge sur vous ou irait raconter ce mensonge à une autre personne.
2. Demandez-leur de vous donner deux ou trois réponses qu'elles pourraient avoir qui seraient réactives. Exemples :
  - a. Aller vers elle et lui crier dessus.
  - b. Devenir très triste parce que vous vous sentez si mal à propos de ce qu'elle a dit.
  - c. Décider que c'est une menteuse à deux visages et lui tourner le dos à son chaque fois que vous la voyez.
  - d. Répandre des méchantes rumeurs à son sujet. Après tout, elle l'a fait pour vous.
3. Demandez aux participantes de vous donner deux ou trois réponses qu'elles pourraient avoir qui seraient proactives. Exemples :
  - a. Lui pardonner.
  - b. L'affronter et lui expliquer calmement comment vous vous sentez.

### Durée



15 minutes

### Matériel

Aucun

## Jeu 2(c): Proactive ou réactive... C'est votre choix

4. Expliquez que cette activité explorera davantage comme les personnes réactives et proactives réagissent. Demandez deux volontaires
5. Donnez à une volontaire une petite bouteille ou canette de soda étiquetée « réactive », et donnez à l'autre volontaire une petite bouteille d'eau étiquetée « proactive ».
6. Dites au groupe que vous allez lire certaines déclarations (voir ci-dessous). Demandez aux participantes de lever la main si elles pensent que la situation décrit une réaction réactive ou proactive. Une fois décidé, demandez à la volontaire de secouer sa bouteille : « réactive » ou « proactive ».
  - a. Votre mari revient à la maison et vous crie dessus parce que le dîner n'est pas prêt. Vous lui criez que vous avez travaillé toute la journée aussi.
  - b. Votre fils vous demande de l'aider à faire ses devoirs. Vous ne voulez pas, mais

### Durée



20 minutes

### Matériel

- ① Une canette ou bouteille de soda
- ② Une bouteille d'eau
- ③ Un feutre pour écrire sur les canettes/ bouteilles

- vous décidez de le faire quand même.
- c. Vous sentez que vous avez besoin d'une aide supplémentaire ramasser du bois et de l'eau, de sorte que vous décidez de demander à votre mari s'il peut vous aider à réduire ce fardeau qui pèse sur vous.
  - d. Quelqu'un vous bouscule au marché, et vous le bousculez à votre tour.
  - e. Vous êtes fatiguée après une longue journée de travail et criez sur vos enfants quand vous voyez qu'ils n'ont pas commencé leurs devoirs.
  - f. Vous essayez de vendre un foyer et votre cliente vous dit brutalement que c'est un produit inutile. Vous expliquez calmement les avantages du foyer et lui demandez si elle aimerait essayer.
  - g. Vous marchez de maison en maison pour expliquer les habitudes de cuisson saine, et quelqu'un vous claque la porte au nez. Vous frappez et criez pendant deux ou trois minutes avant de vous éloigner.
7. Demander aux participantes : Qu'est-ce qui arriver à notre volontaire proactive si je lui demande d'ouvrir la bouteille ? Qu'est-ce qui arrivera à notre volontaire réactive ?
  8. Demandez aux volontaires d'ouvrir la bouteille (à l'extérieur).

### Lignes directrices pour la discussion

- Vous êtes-vous déjà sentie comme la bouteille réactive ? Pourquoi ou pourquoi non ?
  - Les personnes réactives sont comme cette bouteille de soda. Le soda est secoué et finira par exploser. Les personnes proactives sont plus comme la bouteille d'eau. Elles réfléchissent avant de répondre, et vous pouvez les secouer autant que vous voulez, mais rien ne se passera. Être proactive fait partie du fait d'être consciente de vous-même et d'être capable de réfléchir patiemment ou réagir. N'oubliez pas de prendre un moment parfois, et de réfléchir avant de réagir.
- Prenez la responsabilité quand les choses ne se passent pas comme prévu ? Ou cherchez-vous autour de vous quelqu'un à blâmer ? Soyez honnête ! Les leaders savent comment accepter la défaite avec grâce, comment apprendre de leurs expériences, et comment faire quelque chose de différent la prochaine fois.
- Avec une partenaire, partager une expérience que vous avez vécue lorsque vous étiez responsable de quelque chose qui ne s'est pas passé comme prévu: Qu'avez-vous appris ? Comment est-ce que ça a affecté vos décisions aujourd'hui ?

### Conseils pour être proactive :

- » Prenez une respiration profonde ou comptez jusqu'à dix ans quand il se passe quelque chose qui vous dérange ou vous ennue.
- » Pensez à trois choses que vous aimez en vous. « Je suis ... » Écrivez-les si vous le pouvez, ou répétez-les dans votre tête.

## Suite de la discussion être proactive

- Tous nos problèmes se répartissent en trois catégories, et la capacité de déterminer dans quelle catégorie mettre vos problèmes permettra de maximiser nos interventions proactives. Certains aspects de nos problèmes sont soit :
  - Les choses que nous pouvons contrôler directement (par exemple, le temps que nous passons sur la création d'un business plan ou d'un plan d'épargne).
  - Les choses que nous pouvons contrôler indirectement (par exemple, l'élection d'un chef de la communauté).
  - Les choses que nous ne pouvons pas contrôler du tout (par exemple, le prix de foyers).
- **Qu'est-ce qui est sous votre contrôle ? Qu'est ce qui est hors de votre contrôle ?**
- Des choses comme le fait de devoir faire un prêt à payer pour votre commerce ou le coût du combustible pour votre foyer sont dans le cercle plus large de nos préoccupations, mais nous n'avons aucune influence sur eux. Donc, passer beaucoup de temps à s'inquiéter pour ces aspects est inutile.
- Une personne réactive et une autre proactive personne peuvent être préoccupées par les mêmes choses. Mais les personnes proactives se concentrent sur le développement des questions qui sont sous leur contrôle. Elles croient qu'elles contrôlent plus de facteurs, ou elles essaient de prendre le contrôle de plus de situations. Elles deviennent plus influentes, et ainsi leur cercle d'influence s'étend. Elles ne dépensent pas leur énergie se plaindre de choses sur lesquelles qu'elles n'ont aucun contrôle. En conséquence, les personnes proactives sont plus efficaces. Les personnes proactives ne blâment pas les forces extérieures ; à la place, les personnes proactives choisissent les meilleures façons de répondre aux situations.
- **Les personnes « proactives »** font avancer les choses. Elles n'attendent pas que quelqu'un d'autre fasse quelque chose, fasse des excuses, ou fasse un petit effort. En outre, elles n'ont pas besoin de supervision. Les personnes proactives regardent une situation, savent ce qui doit être fait, et le font.
  - Croyance proactive : Ce que nous sommes est déterminé par les choix que nous faisons chaque jour.
- La liberté de choix est le plus grand facteur déterminant dans nos vies. S'il est vrai qu'il y a d'autres forces puissantes, ces forces deviennent un problème pour nous quand nous commençons à croire que nous sommes déterminés ou limités par elles - que nous n'avons pas le pouvoir de contrôler nos vies, ou que nous ne pouvons pas les rompre et nous élever au-dessus de ces facteurs. Il n'y a rien que nous pouvons faire pour changer ce qui est arrivé dans le passé. Nous ne pouvons changer que notre comportement présent.
- Vous êtes la force créatrice de votre vie. Vous n'avez pas à être victime de votre conditionnement. Vous pouvez rompre avec le passé et créer une vie unique. Le monde serait un endroit différent s'ils avaient blâmé l'histoire au lieu de faire l'histoire. Donc, si nous sommes responsables de toutes nos actions, les autres facteurs sont des excuses. Voici d'autres théories et pensées pessimistes : « Je suis née ainsi », « Mes parents m'ont élevé pour agir de cette façon », et « Je n'avais pas le choix dans ce milieu, » sont tous des excuses.
- **Que pensez-vous ? Est-ce que ce sont de bonnes excuses ? Quand est-il acceptable de blâmer les circonstances de la vie ?**
- Les personnes proactives choisissent d'être la force créatrice de leurs propres vies. Elles choisissent de prendre le contrôle de leur présent et de réaliser et d'atteindre leurs objectifs.

# SUJET 4 : RÉOLUTION DE PROBLÈMES

## EXERCICE 1 : RÉOLUTION DE PROBLÈMES



### Durée

 20 minutes

### Objectif

Introduire la résolution de problèmes aux participantes

### Matériel

Aucun

**COMPÉTENCES DE BASE :** (1) Favoriser des relations positives, (2) recherche d'information, (3) définition d'objectifs et réflexion stratégique, (4) résilience, (5) résolution de problèmes

### Exercice 1(a): Noeud humain

1. Les participantes forment un cercle tourné vers l'intérieur. Chaque personne doit être debout suffisamment proche des personnes à côté d'elle pour que leurs épaules se touchent.
2. Chaque personne tend ses mains vers le centre du cercle, et saisit la main d'un autre membre du groupe.
3. Demandez au groupe de trouver un moyen de dénouer le « noeud » qu'elles ont créé, tout en se tenant la main.
4. Chaque membre du groupe peut se déplacer à travers, autour, au-dessus ou sous de tout autre membre du groupe. La seule chose qu'elles ne peuvent pas faire est de lâcher les mains qu'elles tiennent. Les membres du groupe ne seront pas toutes tournées dans la même direction lorsque vous aurez terminé, mais elles devraient toutes encore tenir des mains.

### Questions de discussion

- Comment le processus a-t-il commencé ?
- Quels ont été les obstacles à la finition de cette tâche ?
- Quels sont les rôles que vous avez vu les membres du groupe prendre ?

### Exercice 1(b): Défis par équipe et discussion sur la résolution de problèmes

1. Expliquez ce qui suit, ensuite utilisez les points de discussions pour les 5 étapes de résolution de problème sur la page d'en face :

- Vous rappelez-vous quand nous avons discuté de la façon de surmonter les défis dans nos vies personnelles ? Maintenant, nous allons voir comment surmonter les défis et résoudre les problèmes qui se mettent en travers de nos objectifs.
- Parfois, lorsque nous avons des objectifs, des choses vont nous barrer la route dans notre chemin, et nous devront faire face à des problèmes ou des défis qui semblent difficiles à surmonter. La résolution de problèmes est la capacité d'identifier et de résoudre ces problèmes ou défis. Il s'agit de prendre des mesures personnelles pour surmonter les défis, résoudre les conflits, et discuter des alternatives. C'est un processus, une activité continue dans laquelle nous prenons ce que nous savons pour découvrir ce que nous ne savons pas. Il s'agit de surmonter les obstacles en générant des solutions potentielles, de tester ces solutions potentielles, et d'arriver à des solutions finales.

### Durée

 30 minutes

### Objectif

Les participantes apprennent des techniques de résolution de problèmes

### Matériel

Aucun

## Il y a cinq étapes pour la résolution de problèmes:

1. **Comprendre le problème/défi.** Tout comme la première étape pour surmonter des défis personnels, est d'en être consciente, la même chose est vraie pour les défis rencontrés lors de la réalisation de vos objectifs. Il est important de comprendre la nature du problème/défi. Pensez à un défi et décrivez-le avec vos propres mots avec un partenaire.
2. **Décrivez les obstacles.** Vous devez être conscient de tous les obstacles ou contraintes qui peuvent vous empêcher d'atteindre votre objectif. Donc, qu'est ce qui crée le problème/défi
  - a. Énumérez les faits pertinents : Qui ? Où ? Qu'est ce qui est en jeu ?
  - b. Faites une liste de toutes les informations.
  - c. Reformulez le défi avec vos propres mots.
  - d. Énumérez les conditions qui entourent le défi.
  - e. Décrivez des défis connus qui y ressemblent.
3. **Identifiez les différentes solutions.** Une fois que vous avez compris le contexte du défi, choisissez deux solutions possibles pour le résoudre. Il n'y a pas de stratégie unique qui fonctionne pour les problèmes/défis, mais il peut y avoir de nombreuses solutions. Voici quelques façons de réfléchir à des solutions :
  - a. Dessinez le problème et ses solutions possibles.
  - b. Écrivez le problème, les informations à ce sujet, et les solutions possibles.
  - c. Discutez des solutions avec quelques amis.
4. **Tester une solution.**
  - a. Allez-y lentement et travaillez avec la solution jusqu'à ce qu'il soit évident qu'elle ne fonctionne pas.
  - b. Écrivez ou dessinez ce que vous avez fait pour résoudre le défi si cela a fonctionné.
5. **Évaluez les solutions.** Essayez une autre solution si nécessaire.

2. Dites aux participantes qu'il est maintenant temps de tester ceci avec quelques défis que nous avons dans nos vies quotidiennes et avec nos commerces.



### CONSEIL

Utilisez des exemples du monde réel lorsque vous parcourez cet exercice. Vous pouvez peut-être raconter un défi que vous avez rencontré et surmonté, ou utiliser une personne célèbre qui a surmonté un défi.

## Activité facultative d'échauffement avant le brainstorming

Utilisez cette activité pour amener les participantes à avoir un esprit ouvert et plein d'énergie pour le brainstorming.

1. Demandez aux participantes de travailler par deux. La personne A fait un brainstorming sur un commerce potentiel qu'elle veut commencer (sinon, ce pourrait être sur les ingrédients d'un repas qu'elle veut préparer).
2. Round 1 : La personne A fait un brainstorming de plusieurs idées. La personne B dit NON et donne explique pourquoi chaque idée ne marchera pas. Faites-le pendant deux à trois minutes.
3. Round 2 : Maintenant, la personne B réfléchit à plusieurs idées et de la personne A doit dire OUI à chaque idée et la développer. Faites-le pendant deux à trois minutes.
4. Avec l'ensemble du groupe, discutez de la façon dont ces deux expériences ont été ressenties de façon différente. L'expérience Round 2 reflète l'environnement que vous voudrez créer pour un brainstorming réussi.

### Durée

 45 minutes

### Objectif

Les participantes mettent en pratique les techniques de résolution de problèmes

### Matériel

Aucun

## Activité 1(c): Résolvons ce défi

1. Demandez aux participantes de réfléchir à certains des défis communs auxquels elles sont confrontées. Si possible, se concentrez-vous sur les défis auxquels elles font face dans leur commerce ou leur travail.

*Exemple : je veux obtenir des foyers de l'emplacement central où ils se trouvent, mais c'est à dix miles de distance, ce qui est trop loin pour y aller en marchant, et je ne peux pas conduire.*

2. Des groupes de deux ou trois participantes devront surmonter un défi. Dites aux participantes de :

a. Comprendre le défi.

*Exemple : Qu'est-ce qui me empêche d'obtenir les foyers ? C'est trop loin pour y aller en marchant. Je ne peux pas me permettre d'embaucher quelqu'un avec un camion.*

b. Décrivez les obstacles.

*Exemple : C'est est à dix miles de distance, ce qui prendrait trop de temps en marchant, et je ne peux pas les ramener. Il y a un seul camion disponible localement, et il est coûteux à embaucher.*

c. Faites un brainstorming et identifiez les solutions possibles.

*Exemple : (1) Louer le camion avec un groupe d'autres femmes entrepreneurs qui ont le même problème. (2) Demander au fabricant de foyers de les me les expédier en utilisant les transports en commun - le bus passe à travers mon village !*

d. Testez des solutions en demandant aux groupes de faire des jeux de rôle.

3. Une fois que les groupes ont deux ou trois solutions, demandez-leur de choisir leur préférée, et de la mimer. Chaque petit groupe fera la démonstration de sa solution à l'ensemble du groupe.

#### 4. Discutez:

- Laquelle fonctionnerait bien pour vous ?
- Selon vous, lesquelles ne fonctionneraient pas bien pour vous ?
- Si vous essayez un plan d'action et qu'il ne résout pas le problème, essayez autre chose ! Continuez à essayer de résoudre le défi jusqu'à ce qu'une des solutions fonctionne.

#### Conseils pour résoudre les problèmes

- » Réfléchissez à ces questions :
  - » Que se passerait-il si ... ? Est-ce que ce serait sans danger ? Est-ce que ce serait juste ? Comment tous les autres se sentiraient ?
- » Testez des solutions et soyez prête à faire des erreurs.
- » Accordez-vous du temps et l'espace pour surmonter les frustrations.
- » Lorsque vous résolvez de problème – parlez-en, dessinez, écrivez ! Des représentations abstraites peuvent aider à le rendre plus concret et encourager un flux plus important d'idées.
- » Demandez à un ami ou deux à qui vous pouvez vous adresser pour discuter des problèmes et des solutions de brainstorming.

### Exercice 1(d): Scénario (*option avancée*)

1. **Identifiez et définissez un défi** : posez de questions jusqu'à ce que le groupe soit d'accord sur un sujet principal. Notez-le sur une fiche, et placez-la au sommet du scénario (voir schéma ci-dessous).
2. **Générez des idées** : demandez aux participantes d'écrire individuellement leurs pensées concernant le sujet sur des fiches. Elles doivent écrire une seule idée par carte. Plus il y a d'idées, mieux c'est et toutes les idées sont acceptées.
3. **Regroupez les idées** : rassemblez toutes les fiches, discutez de chaque fiche avec le groupe, et demandez au groupe de regrouper les cartes par thème, similitudes et caractéristiques communes.
4. **Déterminer les cartes d'en-tête** : une fois que trois ou quatre fiches ont été regroupées ensemble, le groupe détermine un en-tête qui décrit ce groupe. Inscrivez le titre sur une fiche en rouge et en gras. Disposez les fiches du groupe dans une colonne sous la carte d'en-tête.
5. **Définissez des priorités** : une fois qu'il a été discuté de toutes les cartes, qu'elles ont été regroupées et qu'un en-tête a été choisi, placez-les par ordre de priorité dans le scénario. Donnez à tous les participantes des points de couleur afin qu'elles puissent hiérarchiser leurs choix. Elles placent leurs points sur tout ce qu'elles perçoivent comme étant les cartes les plus importantes.
6. **Résolution du problème** : prenez chaque groupe désigné comme une priorité pour générer des solutions.
7. **Utilisez pour référence** : gardez le scénario sur le mur pour servir de référence au groupe et pour la poursuite des travaux.

#### Durée



60 minutes

#### Matériel

- 1 Fiche
- 2 Stylos (au moins 1 rouge)
- 3 Ruban adhésif
- 4 Autocollants de couleur

## Exemple scénario :

### LE DÉFI -

Il est difficile d'obtenir plus de foyers si le lieu de ramassage est trop loin pour s'y rendre à pied. Je ne peux pas payer pour engager quelqu'un qui a un camion.

### EN-TÊTE -

Louer/emprunter un véhicule

### EN-TÊTE -

Transport public

### EN-TÊTE -

Amis et famille

Louez un camion avec un groupe d'autres femmes entrepreneur qui ont le même problème.

Prenez un bus jusqu'au lieu de ramassage.

Demandez à votre mari s'il pourrait aller les chercher.

Si vous savez conduire, demandez à un ami si vous pouvez emprunter son véhicule.

Demandez au fabricant de vous les envoyer en utilisant les transports publics - le bus passe par votre village !

Demandez à votre beau-frère, qui a une voiture, s'il pourrait vous conduire la prochaine fois qu'il se rend dans le ville où se situe le point de ramassage.

## EXERCICE 1 : ÉCOUTE ACTIVE

**COMPÉTENCES DE BASE :** (1) Favoriser des relations positives, (2) Service à la clientèle



1. Expliquez:

- L'écoute active est une bonne compétence que tout leader se doit d'avoir. Elle vous permet de mieux comprendre les personnes à qui vous parlez. Elle permet également à d'autres se sentir soutenus par vous. Quand la plupart des gens écoutent, elles peuvent être distraites parce qu'elles réfléchissent à ce qu'elles vont dire après que la personne a fini de parler leurs esprits peuvent se mettre à vagabonder. Lors de l'écoute active, vous donnez toute votre attention à la personne qui parle. Vous vous concentrez 100 % de votre attention sur ce qu'elle dit.
- Il est important pour une femme entrepreneuse d'être une auditrice active, car c'est par l'écoute de vos clients et de leurs besoins que vous êtes en mesure de mieux les servir, et donc faire croître votre commerce. Comme nous l'avons discuté dans la section marketing, savoir ce que votre client veut et ce dont il a besoin est important dans la promotion et la vente d'un produit ! Vous serez également mieux en mesure de prendre soin de vos clients et d'avoir des clients fidèles.
- Nous allons maintenant pratiquer l'écoute active.

**Durée**



**Objectifs**

- 1 Définir l'« écoute active »
- 2 Pratiquer l'écoute active

**Matériel**

Aucun

2. Divisez les participantes en paires. Dans chaque paire, la « Personne A » est celle qui parle, et la « Personne B » est celle qui écoute.
3. Demandez aux participantes de se répartir dans la salle afin qu'elles ne s'interrompent ou ne se distraient l'une l'autre. Certaines participantes peuvent aller à l'extérieur, tant que vous pouvez toujours vérifier qu'elles participent.

### Partie II

- » **Instructions pour celle qui parle :** Vous parlerez sans interruption pendant trois minutes. Si vous n'avez plus rien à dire, c'est acceptable. Vous pouvez garder le silence jusqu'à ce que vous pensiez à quelque chose. Les trois minutes entières vous appartiennent.
- » **Instructions pour celle qui écoute :** Votre travail est d'écouter. Lorsque vous écoutez, donnez toute votre attention. Ne posez pas de questions ou ne parlez pas pendant les trois minutes. Si celle qui parle n'a rien à dire, ça va aussi ; asseyez-vous simplement en silence jusqu'à ce qu'elle parle à nouveau.

### Partie II

- » **Instructions celle qui écoute :** Après que la personne A a parlé pendant trois minutes, le travail de la personne B est de répéter à la personne A ce qu'elle a entendu. Commencez par dire, « Je vous ai entendu dire, c'est .... » La personne B ne doit pas partager ses pensées. Elle ne devrait répéter que ce qu'elle a entendu.
- » **Instructions pour celle qui parle :** Si la personne B a mal entendu, la personne A peut la corriger afin qu'elle comprenne exactement ce qu'elle a voulu dire.

4. Ensuite changez ! La personne B devient le celle parle et la personne A devient celle qui écoute.
5. Discutez :

- Qu'avez-vous ressenti lorsque vous étiez écoutait ?
- Avez-vous trouvé facile ou difficile d'écouter l'autre personne ? Pourquoi ?

#### **Conseils pour l'écoute active**

- » N'interrompez pas.
- » Répétez ce que vous avez entendu pour clarifier.
- » Accordez toute votre attention quand quelqu'un vous parle.

## Outil bonus: Écouter & comprendre votre client

*C'est un outil que vous pouvez utiliser pour comprendre vos clients cibles lors de l'élaboration de votre stratégie marketing. Vous devez mener des entrevues avec plusieurs personnes que vous aimeriez avoir comme clients, et poser ces questions. Les réponses peuvent aider à vous informer sur les besoins de votre client et vous aider à savoir comment aborder les clients potentiels. Il est important de comprendre votre client car ainsi vous pouvez mieux leur expliquer pourquoi votre produit est important.*

Imprimez et offrez-le à vos participantes si vous voulez

Nous allons pratiquer la façon de comprendre ces trois aspects :

1. **Besoins des clients** : Connaître le besoin auquel ce produit/service répond. Demandez au client si le produit ou le service répond à son besoin ou un problème. Demandez à quel point ce besoin est important dans sa vie. Demandez si votre produit est le meilleur moyen de résoudre le problème.
2. **Activités quotidiennes** : Demandez comment ce produit ou service s'inscrit dans les activités quotidiennes de la personne. Demandez à quelle fréquence elle voudrait l'utiliser.
3. **Habitudes d'achat** : Apprenez comment le produit ou le service s'inscrit dans les habitudes d'achat du client. Demandez combien elle voudrait dépenser, combien d'argent elle a besoin, et s'il existe des produits similaires sur le marché qu'elle utilise déjà.

**Écouter le client — Les problèmes et les besoins du client** : Sachez à quel besoin votre produit relatif au foyer ou au combustible répond. Demandez au client si le foyer ou le combustible répond à un de ses besoins. Demandez à quel point ce besoin est important dans sa vie.

- » *Est-ce que ce foyer vous aide à économiser du temps de cuisson ou pour la collecte de combustible ? Est-il utile pour votre santé ?*
- » *Utilisez d'autres produits ou services maintenant qui vous aident de la même manière ?*
- » *Qu'est-ce qui pourrait vous convaincre d'utiliser ce produit ou service à la place ?*
- » *Avez-vous l'impression que ce besoin est assez important pour dépenser de l'argent pour le combler ?*

**Activités quotidiennes** : Demandez comment le foyer ou le combustible s'inscrit dans les activités quotidiennes de la personne. Demandez à quelle fréquence elle voudrait l'utiliser.

- » *À quelle fréquence voulez-vous utiliser ce foyer ? Allez-vous également continuer d'utiliser votre autre foyer ?*
- » *Avez-vous déjà utilisé un foyer similaire avant ?*
- » *Dans quelles circonstances l'avez-vous acheté ?*
- » *Y a-t-il quoi que ce soit dans le passé qui vous a empêché de l'achat d'un foyer similaire ?*

**Habitudes d'achat** : Apprenez comment le produit ou le service s'inscrit dans les habitudes d'achat du client. Demandez combien elle voudrait dépenser, de combien d'argent elle a besoin, et s'il existe des produits similaires sur le marché qu'elle utilise.

- » *Pensez-vous acheter ce foyer ? Pourquoi ? Pourquoi non ?*
- » *Avez-vous déjà acheté un produit ou un service similaire avant ?*
- » *Où faites-vous vos courses ? Est-ce qu'ils vendent ce type de produits/services ?*
- » *Combien coûte ce type de produits/services ? Pensez-vous que c'est cher ?*

*Après avoir posé ces questions à plusieurs clientes, pensez à ce que vous pourriez changer concernant l'endroit où vous vendez votre produit ou la façon dont vous le vendez ou en faites la promotion.*

# EXERCICE 2 : COMMUNICATION EPIC



**COMPÉTENCES DE BASE :** (1) Favoriser des relations positives, (2) Persuasion

## Exercice 2(a): Communication EPIC

### Durée

 75 minutes

### Objectifs

- 1 Présenter la conversation « EPIC »
- 2 Pratiquer de communication persuasive

### Matériel

- 1 Papier vierge
- 2 Stylos et crayons

#### 1. Présentez l'exercice :

- Qu'est-ce qu'un discours EPIC ? EPIC est un acronyme pour nous aider à nous rappeler les bases de la création d'un message puissant. Il peut être utilisé pour une présentation, écrire une lettre, ou autre forme de communication. C'est une compétence importante pour pouvoir parler d'une question et peut aider à attirer d'autres personnes. Utiliser cette structure vous aidera à organiser les points de discussion, que vous fassiez une présentation à un voisin ou que vous présidiez une session sur l'éducation dans votre communauté.
- EPIC signifie
  - Éveiller l'intérêt
  - Présenter le problème
  - Informer des solutions
  - Convier à l'action

#### 2. Guidez les participantes à travers chaque étape EPIC (Éveiller l'intérêt ; Présenter le problème ; Informer des solutions ; Convier à l'action) en utilisant les points de discussion ci-dessous. Après avoir expliqué chaque étape de du discours EPIC demandez aux participantes de pratiquer en écrivant quelque chose pour cette étape sur un sujet de leur choix. Alors qu'elles écrivent, marchez autour de la salle afin que d'être accessible si quelqu'un a besoin d'aide.

- **Éveiller l'intérêt :** Éveiller l'intérêt signifie attirer ou de gagner l'attention et l'intérêt d'une autre personne.
  - Obtenez l'attention de l'auditoire avec une citation, une statistique, une histoire, ou un fait choquant. Cela devrait rendre le sujet intéressant pour le public. Ce ne devrait pas être une déclaration de fait simple comme, « La cuisson est un gros problème ici. » Cela devrait rendre les faits réels ou urgents. Par exemple, il serait bien d'utiliser l'histoire d'une femme en particulier qui a une maladie respiratoire à cause de la fumée de cuisson, ou qui doit marcher plusieurs heures par jour pour recueillir le combustible.
  - Les gens aiment les histoires. Les histoires sont puissantes. Pourquoi ?
    - Parce que nous nous souvenons des histoires beaucoup plus que nous nous souvenons des faits, des statistiques ou des informations brutes.
    - L'histoire la plus puissante/convaincante est souvent votre propre histoire.
    - Les histoires font agir les personnes. Les histoires favorisent l'autonomisation et l'inspiration et mettent de bonne humeur.
  - Maintenant pratiquez remplissant la section Éveiller l'intérêt avec un sujet de votre choix.

### ■ **Problème/Opportunité :**

- Exprimez le problème/l'opportunité avec des faits clairs sans opinion personnelle. Expliquez à quel point le problème est grave ou répandu, la nature de l'opportunité, ou des détails sur la réalité actuelle. Reportez-vous « Points de discussion sur la cuisine » ci-dessous si vous avez besoin d'idées sur la façon de discuter des défis associés à la cuisson sur des foyers traditionnels.
- Les connexions sont importantes. Exemple : « La collecte combustible est un fardeau pour les femmes, les hommes et les enfants. Ma famille et moi avons passé [choisir un nombre approprié] heures par semaine à collecter du combustible. Cela se produit année après année, mais ce n'a pas à se passer de cette façon. Une cuisinière propre peut réduire la quantité de temps passé à collecter de combustible parce qu'il cuit aussi que votre foyer actuelle, mais avec beaucoup moins de combustible ».
- Vous pouvez maintenant remplir la section Problème.

### ■ **Informez :**

- Informez votre auditeur d'une opportunité, et proposez votre solution ou une vision. Utilisez un exemple de comment et où la solution a fonctionné, comment elle est prouvée et rentable, et comment elle bénéficie aux plus pauvres. Exemple : Avoir un foyer propre peut réduire la quantité de temps passé à recueillir le combustible, réduire la quantité d'argent que vous dépensez pour le combustible, réduire le temps passé à cuisiner, et il est plus sain pour vous et votre famille.
- Informez sur les foyers ou les combustibles propres et pourquoi ce sont de meilleures options pour la cuisson. Encore une fois, ce serait bien de donner un exemple personnel de la façon dont la solution a eu un impact sur vous.
- Vous pouvez maintenant remplir la section Informer.

### ■ **Convier à l'action :**

- Maintenant que vous avez éveillé l'intérêt de vos auditeurs, présenté le problème, et les avez informés d'une solution, que voulez-vous qu'ils fassent ? Proposez une étape de but/d'action claire. Choisissez quelque chose de spécifique de sorte que vous serez en mesure de faire un suivi avec elles et savoir si elles l'ont fait. Présentez l'action comme une question dont la réponse est oui ou non afin qu'elles puissent prendre une décision tout de suite.
  - Vous pouvez raconter aux auditrices une histoire qui concerne un foyer que vous vendez et leur demander si elles aimeraient essayer le foyer ou en acheter un. Vous pouvez également demander autre chose que quelques chose lié à l'atteinte de la vision.
- Avant d'écrire un défi approprié pour l'action, assurez-vous que vous connaissez votre auditoire ! Si vous vous adressez à des mères et femmes au foyer, alors assurez-vous que vous les mettez au défi de faire quelque chose qu'elles peuvent réellement faire. Si vous faites une présentation aux leaders de la communauté, vous pouvez les mettre au défi de vous soutenir par d'autres moyens (elles ont plus de ressources). Par exemple : Envisageriez-vous m'aider à rassembler les membres de la communauté pour une réunion sur l'éducation à la cuisson propre ?
- Vous pouvez maintenant remplir la section Convier à l'action.



#### CONSEIL

Demandez aux participantes d'ajouter un « S » avant « EPIC » pour les aider à se souvenir de se saluer dans les présentations publiques ou lorsqu'elles parlent à quelqu'un qu'elles ne connaissent pas, ce qui pique l'intérêt du public, et contribue à maintenir son attention.

*Saluez* : Qui êtes-vous ? Reconnaissez les personnes présentes. Formulez votre objectif pour ce discours ou pour cet écrit. Il est important de montrer aux gens que vous êtes une personne crédible, que vous êtes honorée de prendre la parole, et que vous appréciez qu'ils vous écoutent.

### Durée

 75 minutes

### Objectif

Les participantes pratiquent la communication persuasive et l'art oratoire en utilisant la structure EPIC

### Matériel

① Feuille de travail de la structure EPIC

② Stylos et crayons

## Exercice 2(b): Présentation EPIC

1. Par groupes de trois, demandez aux participantes de concevoir une présentation pour leur communauté dans laquelle elles présentent la cuisson propre et pourquoi il est important d'avoir et d'utiliser un foyer propre en utilisant la structure EPIC. Elles devraient utiliser leur feuille de travail EPIC qui se trouve dans le dossier de participant pour écrire leurs points de discussion.
2. Fournissez la liste de points de discussion ci-dessous aux participantes, mais encouragez-les à faire leur présentation pour un auditoire local – comment les problèmes relatifs à la cuisson sont exprimés ou vus dans leurs propres communautés (par exemple, de nombreux enfants ont la pneumonie, les femmes ont souvent la toux après la cuisson, il est de plus en plus difficile de trouver et de récupérer du bois, ça prend beaucoup de temps de recueillir le combustible, etc.) ?
3. Demandez aux participantes de présenter leur discours en groupes de trois.

#### Points de discussion sur la cuisine !

- » Les foyers non efficaces qui brûlent du bois, du fumier, ou du charbon rejettent de grandes quantités de fumée toxique tuant quatre millions de personnes chaque année. Des millions d'autres personnes souffrent de cancer, de pneumonie, de maladies cardiaques et pulmonaires, de cécité et de brûlures.
- » La pollution de l'air des ménages est le 4ème pire risque pour la santé dans le monde, et le 2ème plus mauvais pour les femmes.
- » Les femmes et les jeunes filles peuvent passer jusqu'à quatre heures par jours ou soixante jours par an – à ramasser du bois de feu. Les femmes sont exposées à des risques dont les chutes, les fractures osseuses, la fatigue et les fausses couches provoquées par le port du bois de feu pour la cuisson.
- » Le bois et le charbon de bois peuvent être coûteux, exigeant autant qu'un tiers du revenu d'une famille pour acheter suffisamment de combustible pour cuisiner des repas quotidiens.

### Conseils pour votre discours EPIC

- » Pratiquez ! Pratiquez plusieurs fois avec une personne avec laquelle vous vous sentez à l'aise
- » Mémorisez des faits utiles, ou concentrez-vous sur le partage des expériences personnelles dont vous vous souvenez facilement, de sorte que vous n'ayez pas à vous référer à vos notes lors de votre présentation.
- » Connaissez votre auditoire
- » Faites votre discours sans vous arrêter, même si vous faites quelques erreurs.
- » Lorsque vous avez terminé, réfléchissez à ce qui s'est bien passé, ainsi qu'à ce que vous pouvez améliorer la prochaine fois
- » Écoutez avec un esprit et une oreille attentive
- » Encouragez vos auditeurs à poser des questions

### Conseils pour parler en public

- » Vous pouvez balayer la salle du regard juste au-dessus de l'ensemble des visages. Cela donne l'illusion que vous établissez un contact visuel avec tout le monde.
- » Tenez-vous debout en gardant les pieds écartés de la largeur des épaules et ne croisez pas les jambes
- » Ayez une bonne posture
- » Utilisez des listes avec des puces pour parler, pas des notes complètes que vous seriez tenté de lire
- » Projetez votre voix pour que tout le monde puisse vous entendre
- » Parlez clairement et lentement
- » Rapprochez-vous des auditeurs – vous pouvez vous promener, ne vous cachez pas
- » Encouragez les participants à poser des questions

### ESSAYEZ ÇA !

Demandez au groupe de participantes de se mettre par deux et de s'entraider à positionner leur corps, utiliser leur voix, et utiliser un contact visuel positif pour créer la meilleure présentation. Demandez à chaque personne de réfléchir sur comment elle se sent. Est-ce qu'elle se sent plus confiante ? Comment cela se compare avec son attitude corporelle normale ?

## SUJET 4: PLAN D'ACTION

# EXERCICE FINAL : QUEL EST MON PLAN D'ACTION ?



### Durée

 90 minutes

### Objectif

Créer un plan d'action

### Matériaux

- ① Plan d'action (tiré du dossier de participant)
- ② Feutres et/ou crayons
- ③ Feutres et/ou crayons de couleur

**COMPÉTENCES DE BASE :** (1) Définition d'objectifs et réflexion stratégique, (2) planification systématique, (3) prise de décision

## Exercice 1(a): Création de mon plan d'action

1. Expliquez aux participantes qu'un plan d'action sert à fixer des objectifs (personnels ou professionnels) et à les aider à atteindre ces objectifs. Dans cette activité, nous allons créer un plan d'action autour de votre vision et de vos objectifs commerciaux.

2. Demandez aux participantes de compléter leur plan d'action du dossier de participant. Expliquez qu'un plan d'action contient :

#### *Vision de travail :*

- a. Pourquoi voulez-vous créer ce commerce en relation avec les foyers et les combustibles ?
- b. Quelle est votre vision pour votre commerce ? (Référez-vous à l'activité précédente, et demandez aux participantes d'écrire ou de dessiner à nouveau leur vision.)

#### *Objectifs:*

- c. Quels sont mes objectifs pour y arriver ? Quel est ma première étape ou mon premier objectif ?
  - d. Quand vais-je le faire ? Comment vais-je le faire ?
  - e. De quoi ai-je besoin pour le faire (compétences ou ressources) ?
  - f. Quand vais-je savoir que je l'ai fait ?
  - g. Quel est ma deuxième étape ou mon deuxième objectif ? (Répétez ci-dessus les questions ci-dessus.) ?
  - h. Veillez à ce que les objectifs soient SMART !
  - i. Quels sont les défis auxquels je pourrais faire face ? Quels sont les moyens pour les surmonter ?
3. Demandez à chaque participante de partager ses trois premiers buts et le délai pour les compléter.



#### CONSEIL

Accordez un peu de temps ici aux participantes pour réfléchir sur leurs activités et leurs stratégies financières. Assurez-vous qu'elles en soient contentes, et permettez-leur de changer ou modifier comme elles le souhaitent.



#### CONSEIL

Écrivez ou connectez chacun des objectifs pour les participantes quand elles les auront terminés afin que vous puissiez faire un suivi avec elles.

## Exercice 1(b): Comprendre les différents plans

1. Demandez aux participantes : Quelle est la différence entre un business plan et un plan d'action ?
2. Inspirez-vous de leurs réponses pour expliquer :

- Un business plan constitue à savoir où mon commerce est (réel/présent). Il est factuel et technique, et il s'agit souvent des nombres. C'est un plan pour savoir ce dont mon commerce est capable.
- Un plan d'action concerne ce que j'aimerais obtenir pour mon commerce (futur) et comment atteindre mes objectifs pour y arriver. Il n'est pas factuel, c'est plutôt une feuille de route pour atteindre mes objectifs. C'est un plan pour m'aider à arriver là où je veux aller dans mon commerce, et m'aider à me préparer pour toutes les difficultés que je peux rencontrer.

### Durée

 15 minutes

### Objectif

Les participantes comprennent la différence entre leur business plan et un plan d'action.

### Matériel

Aucun

## Activité de révision : Partage en cercle

1. Demandez aux participantes de s'asseoir en cercle. Demandez aux participantes de partager avec un partenaire (quelqu'un à côté de qui elles sont assises) une chose qu'elles ont apprise, ou quelque chose qu'elles peuvent utiliser de la section de leadership de cet atelier.
2. Ensuite, faites le tour du cercle, en demandant aux participantes de terminer la phrase suivante et de partager avec le groupe : « Mon engagement envers moi-même et/ou mon commerce est ... »

### Durée

 20 minutes

### Objectif

Conclure l'atelier

### Matériel

Aucun

## RÉFLEXION : FORMULAIRES DE SUIVI ET INFORMATION

Comment allez-vous rester en contact avec les participantes ? De quel soutien ont-elles besoin pour rester au top de leurs plans d'action ?

Quel type de système de support (mentors, formations continues, groupes de pairs, etc.) allez-vous encourager pour leur développement continu ?

Comment les principes de cette formation ont-ils changé les perceptions d'elles-mêmes de vos participantes et de ce qui peut être possible dans leur vie ? Il est conseillé de recueillir des histoires du groupe.

Comment vos attentes se sont-elles alignées avec ce qui s'est passé ? Réfléchissez aux questions de Conception centrée sur l'humain et à vos réponses données à Écouter (Brainstorming : méthodes d'enseignement), Créer (Brainstorming : à quoi ressemble le succès ?), et Délivrer (Brainstorming : défis potentiels et solutions).

# GLOSSAIRE DES TERMES

<b>SECTION COMMERCE</b>	
<b>TERME</b>	<b>DÉFINITION</b>
<b>Entrepreneur</b>	Une personne cherchant à améliorer son revenu en créant un commerce. Un micro-entrepreneur n'a pas d'employés et travaille seul. Les micro-entrepreneurs comblent souvent la distance entre un commerce plus importante et des clients distants. Un petit-entrepreneur emploie une à cinq personnes pour la conduite de ses affaires.
<b>Compétences</b>	Ensemble de compétences définies, de connaissances, de qualifications, ou de capacités qui permettent à une personne (ou une organisation) d'agir efficacement au travail ou dans une situation.
<b>Les rôles des genres</b>	Rôles, comportements, activités et attributs socialement construits qu'une société considère comme appropriés et spécifiques à un sexe : hommes ou femmes.
<b>Actifs</b>	La valeur de tous les biens en possession d'une société et qu'elle utilise dans la conduite de ses affaires.
<b>Dépréciation</b>	La dévalorisation d'un actif au fil du temps.
<b>Coût fixe</b>	Une dépense ponctuelle qui ne varie pas en fonction du volume d'affaire.
<b>Passifs</b>	La valeur de ce que l'entreprise doit à quelqu'un d'autre.
<b>Marketing</b>	Le processus de promotion, la vente et la distribution d'un produit ou service.
<b>Recettes nettes/profit</b>	Les recettes moins les dépenses.
<b>Marge bénéficiaire</b>	Le ratio du profit divisé par les recettes, affiché en pourcentage.
<b>Retour sur investissement (RSI)</b>	La somme d'argent qu'un commerce reçoit en contrepartie d'un investissement.
<b>Marché cible</b>	Un groupe spécifique de clients à qui la société souhaite vendre ses produits et services.
<b>Coûts variables</b>	Dépenses qui changent proportionnellement à l'activité d'un commerce.
<b>Coûts directs</b>	L'argent que vous dépensez spécifiquement pour produire/vendre vos articles (par exemple, les salaires, le coût des matériaux).
<b>Coûts indirects</b>	Toutes les charges que vous payez pour gérer votre entreprise en général (par exemple, le loyer, le transport, les coûts de promotion).
<b>La méthode du prix de revient</b>	La portion ou pourcentage que vous ajoutez aux coûts de production du produit/service pour obtenir le prix de vente s'appelle l'augmentation du bénéfice. La plupart des entrepreneurs prennent 20-30 % de bénéfice, mais cela dépend aussi de ce qui se passe sur le marché.
<b>Méthode comparative</b>	Vous comparez votre produit/service à d'autres sur le marché. En fonction de sa qualité et de son coût, vous pouvez baisser le prix, augmenter le prix, ou choisir un prix identique à celui de vos concurrents.

<b>Méthode ce-que-le-marché-peut-payer</b>	Cette méthode se base sur le concept de l'offre et de la demande (besoins et désirs). Par exemple, si le produit n'est pas disponible sur le marché, le prix pourrait être plus élevé que celui calculé par la méthode du prix de revient. Ou, s'il y a déjà de nombreux produits similaires disponibles sur le marché, le prix doit être inférieur à celui calculé par la méthode du prix de revient. Mais jamais inférieur au prix de revient, sinon vous subirez une perte !
<b>Seuil de rentabilité</b>	Point auquel le coût total et les recettes totales sont égales : il n'y a pas de perte ou de gain net, l'entrepreneur a « équilibré son budget ». Aucune perte, ni aucun profit n'a été engendré.
<b>Business Plan</b>	Document préparé par quelqu'un qui a l'intention de démarrer un commerce ou qui est déjà dans les affaires. Il donne une description complète de l'entreprise et de ses projets pour une période de temps donnée (par exemple, de un à cinq ans).
<b>Fonds de roulement</b>	C'est le solde d'argent comptant de votre entreprise au jour le jour. Si vous avez besoin d'acheter des matériaux ou des stocks, ou de payer les travailleurs, cela viendra de votre fonds de roulement. Lorsque les clients paient comptant pour l'achat de produits, la somme s'ajoute à votre fonds de roulement. Si vous vendez des produits à crédit, cela épuise votre fonds de roulement jusqu'à ce qu'ils remboursent leurs dettes.
<b>Capital d'investissement</b>	C'est l'argent dont vous avez besoin de faire de plus gros investissements et à plus long terme pour votre entreprise.
<b>Objectif de l'entreprise</b>	Les objectifs que l'entreprise vise à atteindre à travers ses activités. Cela comprend le but lucratif ainsi que les objectifs sociaux (par exemple, l'amélioration de la santé des utilisateurs de foyers, la protection de l'environnement en réduisant la consommation de combustible).
<b>Demande</b>	Le groupe cible (visé par le produit (s)/service(s)) et ses caractéristiques.
<b>Modèle de livraison</b>	Mécanisme de financement, propriété et gestion, vente et/ou distribution, collaboration avec d'autres acteurs du marché.

<b>SECTION AUTONOMISATION</b>	
<b>TERME</b>	<b>DÉFINITION</b>
<b>Autonomisation</b>	Capacité pour un individu de créer et d'agir sur les décisions qui affectent sa vie. Composé de deux éléments complémentaires et primordiaux : ressources et agency.
<b>Ressources</b>	Comprennent des supports extrinsèques tels que l'apprentissage de nouvelles compétences, la disponibilité des opportunités, ou l'éducation.
<b>Agency</b>	L'agency (capacité d'agir) se réfère à des supports intrinsèques et est fortement liée à l'estime de soi, le sentiment de contrôle, et la puissance ou l'autonomie.
<b>Conscience de soi</b>	La conscience de soi de la connaissance consciente de son propre caractère, ses sentiments, ses intentions et ses désirs.
<b>Croyance limitative</b>	Une croyance qui fait douter une personne de ce qu'elle peut faire ou être. Elle peut provenir d'une conclusion qu'on a tirée d'un événement.
<b>Intention</b>	Déclaration ou pensée d'un objectif ou d'un but solide. Dans certains cas, cette pensée peut être le point de départ du rêve de toute une vie.
<b>Responsabilité personnelle/ auto-responsabilité</b>	Être garant ou responsable de quelque chose en son pouvoir.
<b>Estime de soi</b>	La capacité de croire en soi et d'avoir une impression favorable de soi.

<b>SECTION LEADERSHIP</b>	
<b>TERME</b>	<b>DÉFINITION</b>
<b>Vision</b>	Déclarations ou points de vues qui guident et fournissent une orientation dans la vie de quelqu'un.
<b>Conflit structurel</b>	Conflit causé par des motifs ou des structures du pouvoir réel ou perçu, qui créent les inégalités perçues.
<b>Objectifs SMART</b>	Objectifs qui sont spécifiques, mesurables, atteignables, réalistes et temporels (assortis de délais).
<b>Proactif</b>	Etre proactif, c'est prendre la responsabilité de soi-mêmes, de ses actions, ses choix et son avenir. « Pro » signifie « pour » littéralement « pour l'action », agir au lieu d'attendre d'être sollicité.
<b>Réponses réactives</b>	Guidées par des sentiments, non des valeurs - réagir sans réfléchir. Les personnes réactives blâment les autres pour leurs problèmes.
<b>Réponses proactives</b>	Guidées par des valeurs. Au lieu de simplement réagir, s'arrêter un instant et sélectionner une réponse qui est en accord avec ses propres valeurs.
<b>Ecoute active</b>	Écouter pour mieux comprendre ; donner toute son attention à celui qui parle.
<b>Communication EPIC</b>	Communication qui passe par les quatre étapes suivantes pour capter une audience : Éveiller l'intérêt, Présenter le problème, Informer des solutions, Convier à l'action.
<b>Éveiller l'intérêt</b>	Attirer ou de gagner l'attention et l'intérêt d'une autre personne.
<b>Plan d'action</b>	Un plan qui explore ce que l'on souhaite atteindre et les objectifs à accomplir pour y arriver. C'est une feuille de route pour la réalisation de ses objectifs et peut être utilisée à des fins personnelles ou commerciales.



**Global Alliance for Clean Cookstoves**  
1750 Pennsylvania Avenue NW, Suite 300  
Washington, DC 2006

[www.cleancookstoves.org](http://www.cleancookstoves.org)



[WWW.CLEANCOOKSTOVES.ORG](http://WWW.CLEANCOOKSTOVES.ORG)



# PLAN DE CONCEPTION CENTRÉE SUR L'HUMAIN

1ÈRE PARTIE  
MANUEL DE FORMATION POUR  
L'AUTONOMISATION DES  
ENTREPRENEURS



# TABLE DES MATIÈRES

Introduction et l'utilisation .....	1
-------------------------------------	---



## ÉCOUTER

1. Qui sont les participantes ?.....	7
2. Proposition de valeur.....	9
3. Explorez les compétences de base.....	10
4. Méthodes d'enseignement de « brainstorming » .....	11
5. Développez votre état d'esprit	
(a) L'enseignant comme guide.....	14
(b) Comprendre la valeur du temps .....	16
(c) Revoir vos propres hypothèses et croyances limitantes.....	16
(d) Application d'une perspective genre .....	18
(e) Soyez positif et n'oubliez pas de rire.....	21



## CRÉER

1. Sélectionnez vos activités de formation .....	23
2. Développez votre formation	
(a) Sélectionnez votre calendrier de formation.....	25
(b) Accords communautaires.....	29
(c) Pertinence de contexte.....	30
3. Préparez vos techniques du formation	
(a) L'heure de l'histoire.....	31
(b) Possibilités de brainstorming .....	32
4. Envisager la « réussite »	
(a) Brainstorming: A quoi ressemble la « réussite »?.....	33
(b) Préparation pour les commentaires.....	34
(c) Encourager la responsabilisation .....	35



## DÉLIVRER

1. Meilleurs processus de mise en œuvre.....	37
2. Brainstorming: défis et solutions possibles.....	38
3. Développez votre approche de suivi	
(a) Outil: questionnaires sur la formation .....	39
(b) Outil: Évaluez-vous.....	39
4. Création d'un système de soutien	
(a) Mentors.....	39
(b) Groupes de soutien entre pairs ou amis.....	39
(c) Espaces de réunion et évolution en continu.....	40

# Qu'est-ce que c'est ?



Durée recommandée:  
1 jour

Les trois étapes du Plan HCD (ÉCOUTER, CRÉER, DÉLIVRER) guident les organisateurs et les personnes qui mettent en œuvre la formation pour préparer une formation réfléchie et personnalisée en utilisant les principes de conception centrée sur l'humain. La conception centrée sur l'humain consiste à mettre les personnes au centre de la façon dont les projets, les formations ou les plans sont conçus, par l'examen de leurs besoins, leurs rêves et leurs comportements. Le Plan HCD est un compte-rendu ordonné de vos réponses à une série de questions et de demandes, qui vous aideront à développer votre formation à venir. Le résultat final du processus de HCD est un plan de formation personnalisé pour vos participantes.\*



## Objectifs ÉCOUTER :

- Mieux comprendre les besoins, les obstacles et les contraintes de vos stagiaires, ainsi que leurs espoirs et leurs aspirations
- Développer un esprit ouvert pour aborder la formation



## Objectifs CRÉER :

- Comprendre comment délivrer une formation appropriée au contexte et aux participantes (format, méthodes, état d'esprit)
- Développer des outils à utiliser dans vos exercices de formation



## Objectifs DÉLIVRER :

- Comprendre les meilleurs procédés de mise en œuvre et être prêt à relever les défis
- Développer une approche pour le suivi des résultats et pour soutenir les participantes

\* Référez-vous au site [designkit.org](https://designkit.org) (de IDEO.org) pour des informations et des ressources additionnelles.

### **Pourquoi devriez-vous prendre le temps ?**

Le Manuel propose des exercices variés (dont tous ne seront pas adaptés pour tous les groupes de stagiaires) et devront être adaptés. Les besoins et les préférences des femmes diffèrent selon les cultures, les sociétés et les communautés. Une formation efficace intègre leurs préférences et fait honneur à leurs besoins. Les formateurs doivent anticiper leurs besoins, écouter attentivement leurs participantes, avant et pendant le processus, et être prêt à réagir et à s'adapter afin de les intéresser de façon efficace. L'autonomisation est un processus particulièrement personnel et les formateurs sont en fin de compte responsables d'offrir un espace pour que les femmes puissent se prendre en main.

Le processus de HCD est un processus nécessaire de planification ciblée pour créer une formation pertinente, personnalisée et adaptée à la culture qui est informé par les principaux intervenants du programme. En créant un plan de HCD, vous pouvez être sûr que vous avez exploré les besoins de vos participantes, clarifié vos objectifs pour la formation à la lumière de leurs besoins et préférences, visualisé votre formation avec succès afin que vous puissiez mieux réagir et y réfléchir, et préparé des processus solides de formation et des stratégies post-formation. Les organismes de formation, grands et petits, peuvent acquérir de précieuses connaissances à travers l'observation et l'analyse des participantes requis par un plan HCD.

### **Quand ?**

Le Plan HCD doit être effectué avant la formation (recommandé une à deux semaines avant) car une formation réussie exige une préparation et une personnalisation.

### **Qui ?**

Nous recommandons qu'un responsable de l'organisation de mise en œuvre, un membre du personnel local, et un formateur complètent le plan de HCD ensemble. Dans l'idéal, inclure un membre de la communauté locale du public cible.

**Afin d'avoir le procédé HCD le plus efficace, une revue des programmes de formation en cours devrait être faite. Révisez le matériel de formation pour chaque section (le commerce, l'autonomisation, le leadership) et répondez aux questions ci-dessous.**

**Sujets relatifs aux commerces :**

- Compétences en marketing et service à la clientèle
- Coûts et tarification
- Établir une stratégie commerciale
- Tenue des registres
- Établissement d'une stratégie financière et financement commercial
- Expansion commerciale

**En bref, quelles sont vos premières réflexions sur les sujets liés aux commerce et leur contenu (y compris le niveau de difficulté, la longueur de la section, l'étendue des sujets abordés, sujets familiers et inconnus) ?**

**Sujets relatifs à l'autonomisation :**

- Construire la confiance en soi
- Se comprendre soi-même
- Comprendre ses croyances fondamentales
- Identifier et comprendre ses propres forces
- Développer des habitudes mentales positives
- Gérer la peur et le risque
- Se connaître à travers son corps

**En bref, quelles sont vos premières réflexions sur les sujets de l'autonomisation et leur contenu (y compris le niveau de difficulté, la longueur de la section, l'étendue des sujets abordés, sujets familiers et inconnus) ?**



## Sujets relatifs au leadership :

- Introduction au leadership
- Créer et développer des visions claires
- Fixer des objectifs et être proactive
- Résolution de problèmes
- Communication
- Plan d'action

**En bref, quelles sont vos premières réflexions sur les thèmes du leadership et leur contenu (y compris le niveau de difficulté, la longueur de la section, l'étendue des sujets abordés, sujets familiers et inconnus) ?**



**CONSEIL**

Autorisez un temps de discussion supplémentaire pour examiner des sujets qui ne sont pas familiers aux participantes.



# ÉTAPE 1 ÉCOUTER

## Objectifs

- Mieux comprendre les besoins, les obstacles et les contraintes de vos stagiaires, ainsi que leurs espoirs et leurs aspirations
- Développer un esprit ouvert pour aborder la formation.

## Contexte et Méthodes

Dans la section Écouter, vous allez utiliser des informations qualitatives pour analyser vos participantes et le contexte. Cela vous permettra de développer de l'empathie pour les personnes pour lesquelles vous concevez, de remettre les postulats en cause, et d'inspirer de nouvelles approches. Lorsque vous entamez ce processus, vos conclusions et vos pensées sont génératives - utilisées pour inspirer l'imagination et informer l'intuition sur de nouvelles opportunités et des idées.

Ces informations qualitatives et la réflexion peuvent vous aider à identifier les besoins des participantes et à comprendre le contexte dans lequel ils vivent et travaillent pour mieux vous aider à concevoir la meilleure formation pour eux.

## 1 Qui sont vos participantes ?



**CONSEIL**

Nous recommandons qu'un tiers au maximum des participantes soient des hommes dans un groupe comprenant des participants des deux genres afin d'encourager la participation des femmes.

Nombre de participants à la formation (recommandé : pas plus de 25 pour la formation) :	
Femmes :	
Hommes:	
Tranche d'âge :	
Pourcentage de participantes mariées :	
Pourcentage de femmes avec de jeunes enfants (de moins de cinq ans) qui ont besoin de soins :	
Pourcentage de participantes qui viennent...	
De la campagne :	
De la ville/des zones péri-urbaines :	
Niveau d'éducation de base des participantes :	
Lecture :	
Écriture :	
Calcul :	
Quelle(s) langue(s) parlent tous les participantes ?	
Quelles sont les principales restrictions à la capacité des femmes à s'engager dans une entreprise économique ? Les réponses pourraient inclure, par exemple, les femmes ont des restrictions sur leur mobilité (par exemple, ne savent pas conduire), les femmes ne sont pas en mesure d'accéder facilement à des prêts, ou les femmes doivent obtenir la permission de leur mari pour participer à des activités économiques.	

PLAN DE CONCEPTION CENTRÉE SUR L'HUMAIN (HCD) | ÉTAPE 1 : ÉCOUTER

<p>Quels sont les réseaux sociaux principaux auxquels les femmes s'intéressent ou auxquels elles ont accès (par exemple, des groupes d'entraide, des groupes religieux, d'autres organisations communautaires)?</p>	
<p>À quel stage du commerce en sont vos participantes ? Entourez ce qui s'applique :</p>	<p>Développement  Démarrage  Croissance  Expansion</p>
<p>Engagement des participantes dans la chaîne de valeur de l'énergie domestique. Entourez ce qui s'applique:</p>	<p>Production  Distribution  Service après-vente  Autres :</p>
<p>Quelles sont les motivations les plus fortes pour les participantes à s'engager dans la chaîne de valeur de l'énergie domestique (par exemple, financières, avenir de la famille, apprentissage de nouvelles compétences, réputation) ?</p>	
<p>Y a-t-il d'autres informations pertinentes au sujet de vos participantes ou des communautés dont elles sont issues ?</p>	

## ② Proposition de valeur

Selon vous, quels sont les trois avantages les plus importants pour vos participantes qui peuvent résulter de leur participation à cette formation (par exemple, la capacité de gain potentiel, de meilleures compétences de vie, la capacité de transférer des concepts dans d'autres initiatives de leurs vies) ?

1.

2.

3.



### CONSEIL

Utilisez vos réponses ci-dessus pour exprimer aux participantes au début de la formation pourquoi la formation est importante. Essayez d'utiliser des exemples en fonction du lieu et du contexte dans lequel vous vous trouvez.

Selon vous, quels sont les trois avantages les plus importants de votre commerce ou organisation qui peuvent résulter de cette formation (par exemple, l'augmentation des ventes, des entrepreneurs plus efficaces, un meilleur développement de la communauté) ?

1.

2.

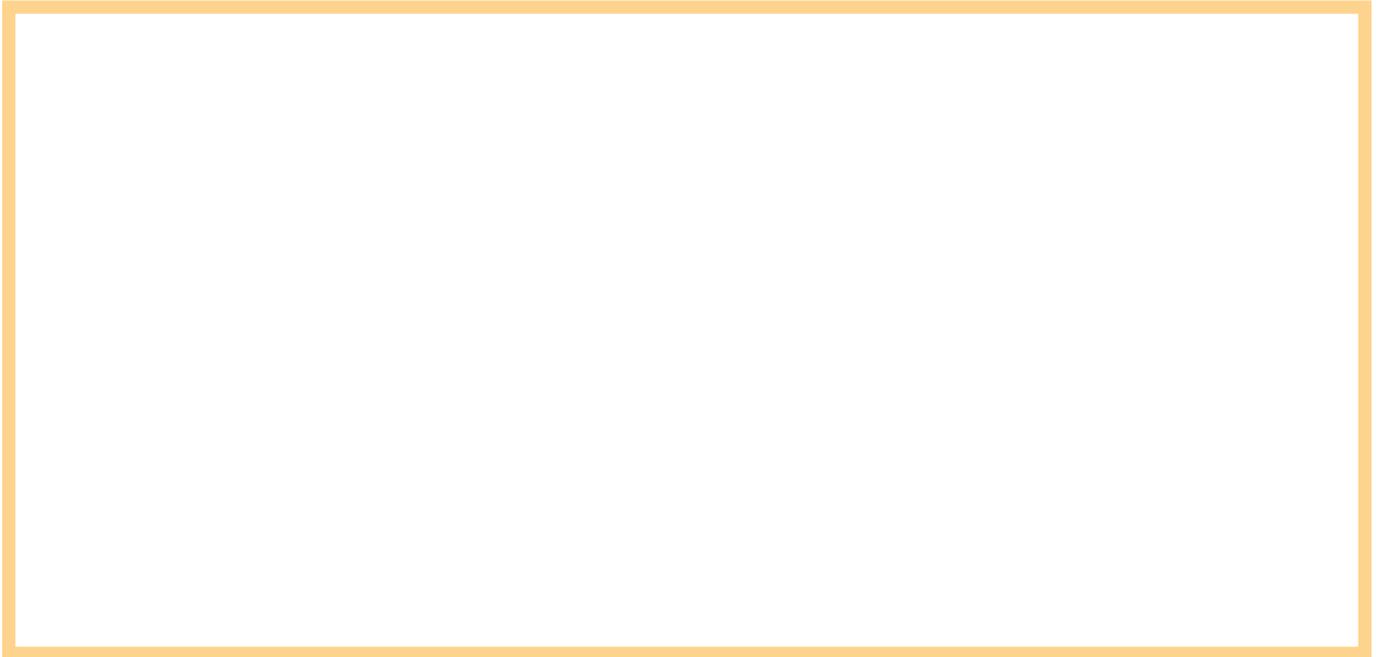
3.

### ③ Explorez les compétences de base

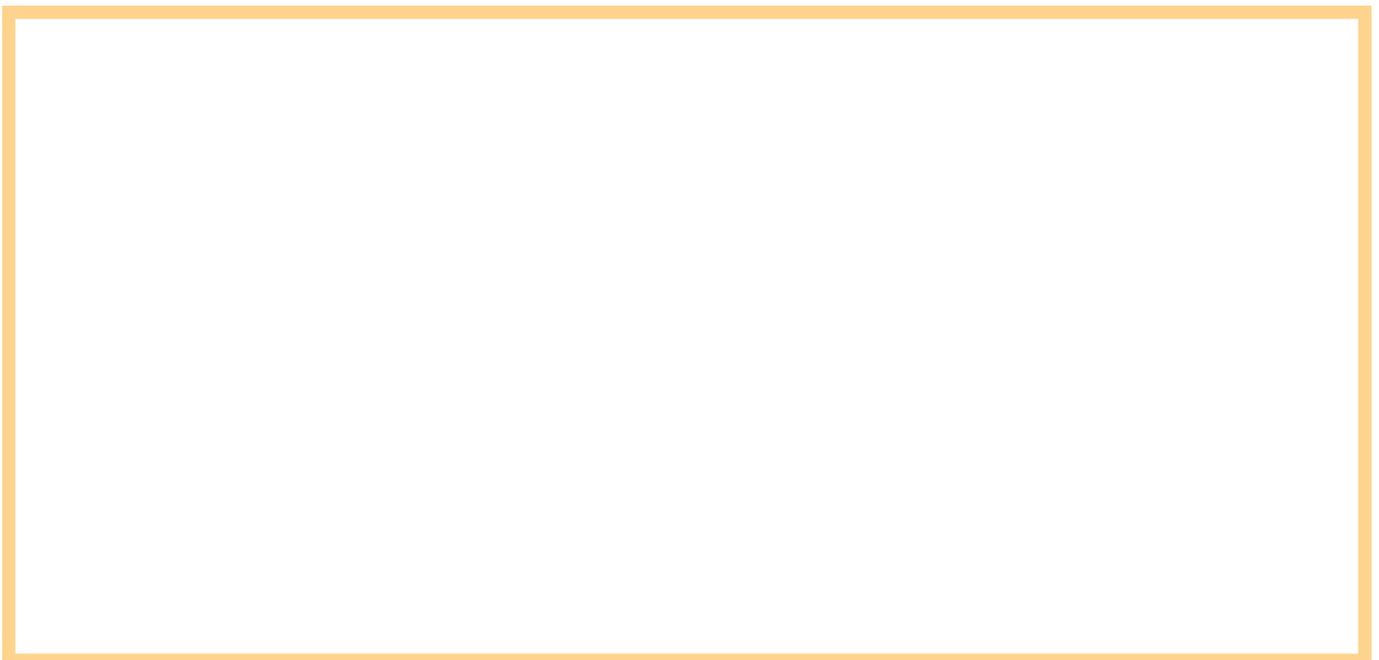
Regardez le tableau des compétences de base et les activités qui traitent de ce sujet à chaque page xii dans le Manuel de formation pour l'autonomisation des entrepreneurs.

***Soulignez celles qui vous semblent particulièrement importantes.***

**Y a-t-il des compétences que vous souhaitez ajouter ?**



**Selon vous, quelles compétences de base nécessiteront d'avantage d'efforts/le plus de travail ?**

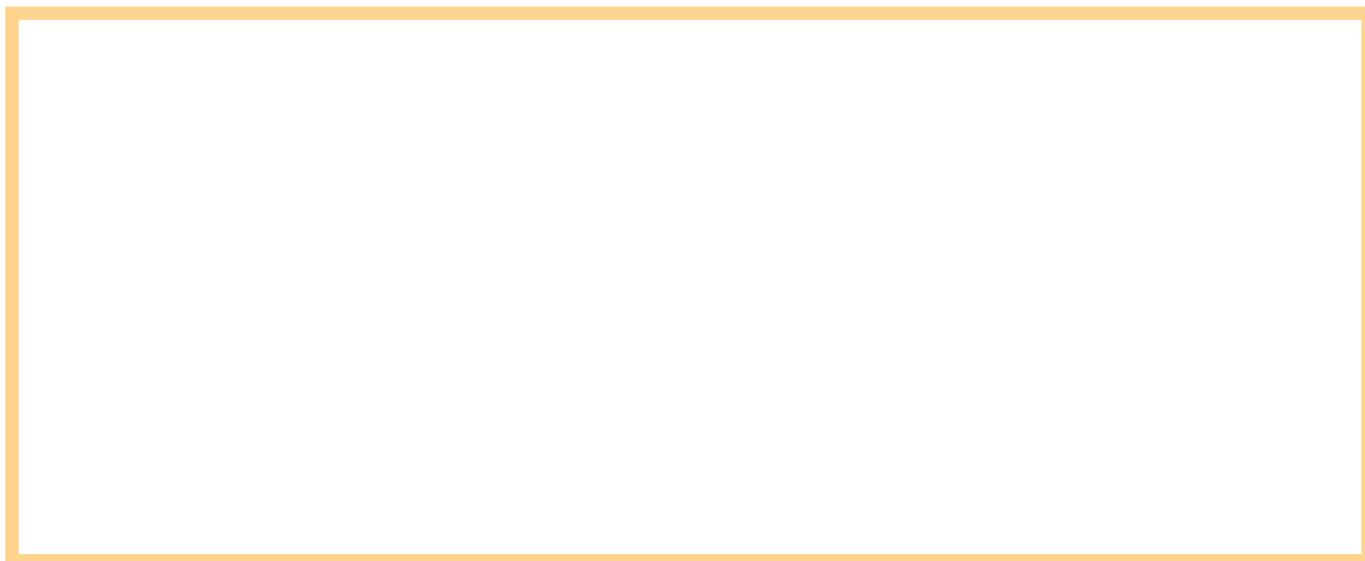


## 4 Brainstorming sur les méthodes d'enseignement

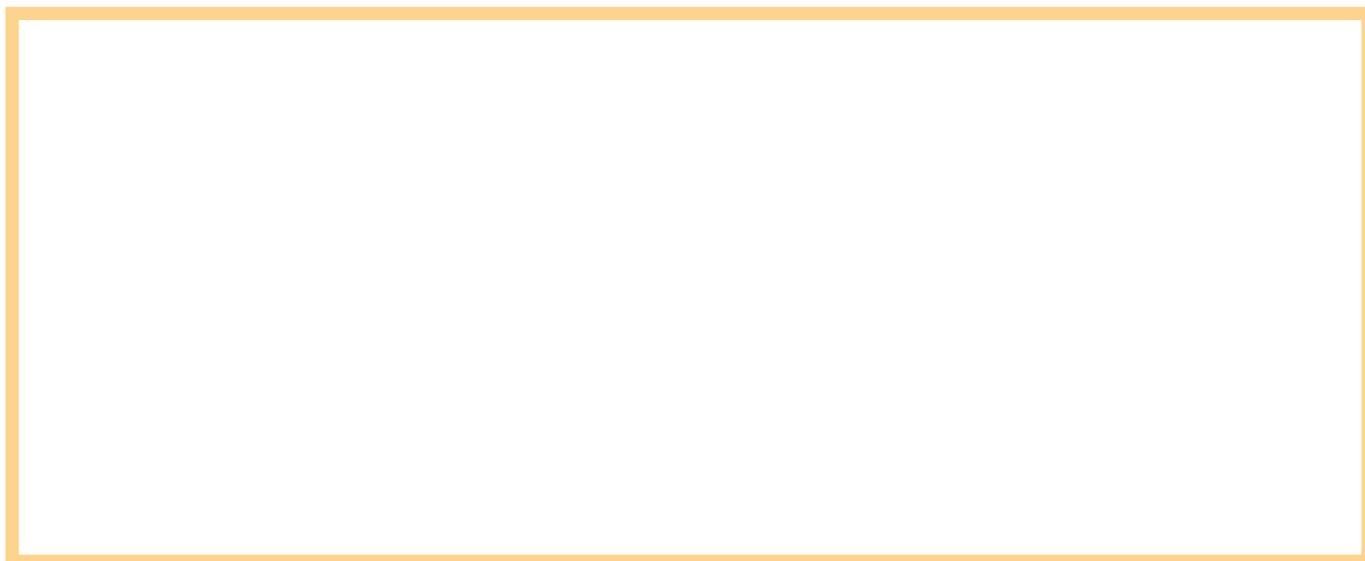
Pensez à des méthodes d'enseignement dont vous avez entendu parler ou essayées dans le passé (cela pourrait même être juste votre propre expérience éducative (des conférences, la lecture, l'écriture, des débats, des discussions, un journal personnel, des jeux de rôle, etc.) ? Ce qui a fonctionné et ce qui n'a pas fonctionné? Quels sont les défis et les compétences nécessaires dans l'enseignement ?

### (a) Questions de brainstorming

**Quels sont les brise-glaces sociaux intéressants et amusants (façons d'obtenir d'intéresser les participantes, de le faire rire, de les mettre à l'aise) ? Par exemple, vous pourriez jouer aux chaises musicales avant de commencer, ou faire une activité de nom du groupe (d'autres idées peuvent être trouvées dans la 2ème partie sous exercices d'introduction).**



**Quels sont les défis pour que les participantes participent activement (par exemple, les distractions dans la salle, des intérêts divergents, etc.) ? (problèmes)**



Quels sont les moyens possibles d'encourager ou renforcer la participation (par exemple, des jeux d'interprétation, des activités de groupe, de la danse, etc.) ?

Quels sont les besoins des participantes à cette formation (salle de bains, prière, pause pour manger, garde d'enfants) ?



**CONSEIL**

Après la pause, essayez de faire une activité physique.



**CONSEIL**

Créez un programme qui vous permettra de passer plus de temps sur les formations axées sur les compétences de base les plus difficiles pour s'assurer qu'elles sont bien comprises.

**Consultez à nouveau votre feuille de route des compétences de base et entourez celles qui demanderont le plus de travail. Puis mettez en avant les activités du Guide qui se concentrent sur ces compétences de base.**

## Le niveau d'alphabétisation

Le niveau d'alphabétisation aura une incidence sur les méthodes de formation du Manuel. Par exemple, certains exercices demandent aux participantes d'écrire ; si c'est un problème, demandez-leur de jouer un rôle, de danser, ou de dessiner à la place, ou désignez un rédacteur pour le groupe. Quelques suggestions générales :

*Haut niveau d'alphabétisation :*

- Écrire, dessiner, jouer un rôle, danser

*Niveau d'alphabétisation intermédiaire :*

- Jouer un rôle, danser, dessiner, rédaction simple (des phrases courtes ou encouragez l'écriture de mots isolés)

*Niveau d'alphabétisation bas ou participantes analphabètes :*

- Jouer un rôle, danser, dessiner (si c'est possible)



**IMPORTANT**

Suggestions supplémentaires pour la formation des groupes analphabètes :

- Lire des histoires aux participantes et leur demander de résumer dans leurs propres mots. Faire un jeu de rôle et laisser du temps pour des phases de commentaires pour que les participantes soient à l'aise.
- Raccourcir les présentations aux principaux points autant que possible. Soyez conscient de ne pas surcharger la capacité des participantes à se concentrer.
- Faire des sessions aussi participatives et interactives que possible.
- Utilisez des images, des dessins ou des symboles pour illustrer les principaux points.

## 5 Développez votre état d'esprit

### (a) L'enseignant comme guide

Souvent pendant les formations, l'animateur est supposé connaître toutes les bonnes réponses. Il est important d'aborder cette formation avec un esprit ouvert et de permettre aux participantes de pratiquer l'autonomie dans la découverte de solutions et de choisir la meilleure voie à suivre. Voici quelques conseils pour guider plutôt que donner une conférence:

- Permettre aux participantes d'apprendre et de trouver des réponses par eux-mêmes.
- Être clair dès le début avec le fait que vous, en tant que facilitateur, n'avez pas toutes les réponses. La voix et la participation de chacun est important.
- Poser des questions plutôt que de donner des réponses.
- Intéresser les participantes au processus, et encourager la discussion au lieu de faire la leçon.
- Encourager le mouvement au lieu de rester assis.
- Permettre aux participantes de s'appropriier le processus. Permettre une discussion plus avancée cas échéant.



#### CONSEIL

Créez des accords communautaires avec des règles d'engagement que les participantes développent elles-mêmes (pour plus d'informations, voir la 'Accords communautaires', page 29).



#### CONSEIL

Demandez aux participantes ce qu'ils attendent de la formation et ce qu'elles aimeraient en retenir.



#### IMPORTANT

Rappelez-vous souvent de la nécessité d'aborder votre formation comme un guide (par rapport à un professeur).



#### RAPPEL

Soyez conscient de la disposition de la classe - les participantes sont-elles assises en cercle, ou est-ce qu'elles font face à l'avant de la salle? Est-il facile d'entrer et de sortir de la pièce? Comment est la température (et d'autres conditions) de l'environnement de formation?

Voici un exercice pour vous aider à avoir la mentalité d'un guide. Regardez les dessins sur la page d'en face et répondez aux questions suivantes.



Qu'est-ce qui se passe dans cette salle de classe ?

**Comment pourriez-vous adapter la mise en place de la salle de classe du dessin pour qu'il devienne plus un espace de participation active? Rédigez et/ou dessinez dans cette boîte à quoi elle pourrait ressembler.**



### ***(b) Comprendre la valeur du temps***

La notion de temps (ou l'absence de celui-ci) se présente comme un défi régulier lors de l'engagement d'autres personnes pour des activités ou des formations spécifiques. C'est généralement parce que, dans l'esprit des participantes (et des formateurs), la valeur du temps consacré à l'entraînement n'est pas claire (inconnue), par rapport à la valeur du temps passée à ses activités normales (connues). Sans une compréhension claire des impacts potentiels de la formation, il devient difficile de comprendre pourquoi on doit consacrer autant de temps à un tel processus.

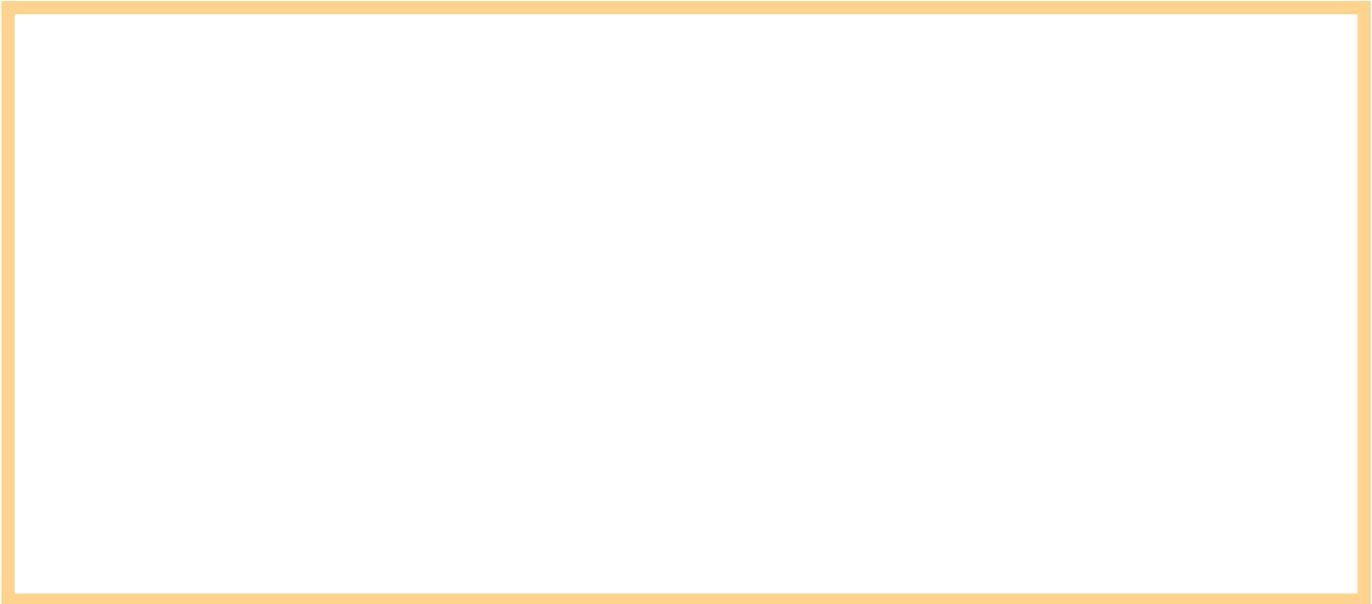
C'est la responsabilité de l'animateur de s'assurer que la valeur du temps passé ensemble pour cette formation est claire. Par exemple, si les individus suivent cette formation, il est prévu, basé sur la recherche de formations similaires, que leur capacité à vendre des produits va augmenter par deux. Par conséquent, les quelques jours passés sur la formation pourraient entraîner des années de croissance économique supplémentaire pour leurs familles, l'augmentation de l'estime de soi, de meilleures relations, et la capacité de leadership et de croissance au-delà de la formation. Évidemment, ces résultats ne peuvent être atteints que si les individus sont vraiment présents et engagés activement dans ce processus. Par conséquent, il est essentiel que les formateurs et les participantes discutent ouvertement de la nature du temps, comment s'engager de façon optimale dans l'opportunité offerte par cette formation et être mutuellement respectueux de ce processus.

### ***(c) Revoir vos propres postulats et croyances limitantes***

Malgré notre expérience et notre ouverture d'esprit en tant que formateurs, nous avons aussi des croyances profondément ancrées qui guident notre engagement auprès des participantes. Certaines de nos croyances peuvent limiter les sujets dont nous sommes prêts à discuter ou les demandes des participantes. Cela pourrait inclure la croyance que certains sujets comme la sexualité ou l'utilisation de

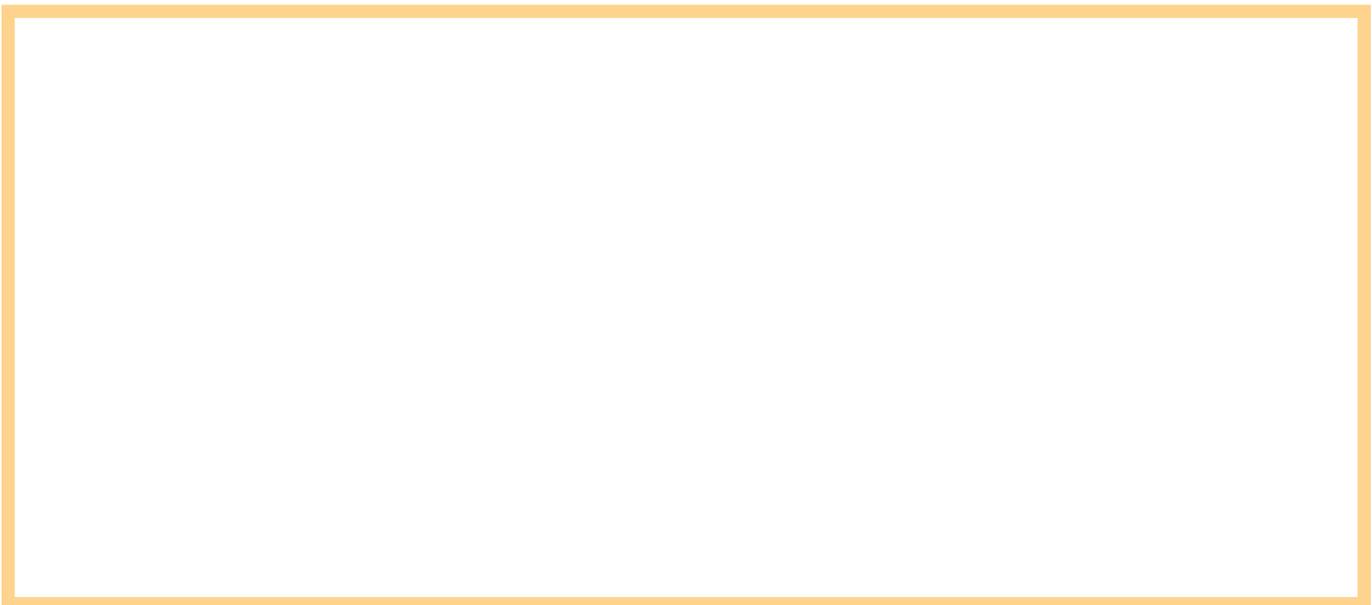
l'argent sont hors des limites des discussions dans le contexte d'un groupe. Nous pouvons également ressentir de l'inconfort à offrir une information honnête à d'autres si nous estimons qu'ils seront offensés. Comme nous passons en revue nos propres croyances, nous pouvons examiner de nouvelles façons d'être et de s'engager avec d'autres pour de meilleurs résultats. Voici quelques questions pour vous guider :

**Quels sont les sujets dont il peut être difficile de discuter, mais qui ont des implications importantes dans nos vies (par exemple, les relations personnelles, les tabous sociaux) ? Si ces sujets sont abordés, comment les gérer dans le contexte du groupe ?**



Il peut être important d'examiner nos réactions lorsque nous guidons la formation. Par exemple, sommes-nous attentifs aux besoins des participantes ? Écoutons-nous attentivement ce que les personnes disent ?

**Quelles sont les qualités que vous voulez posséder lorsque vous guidez cette formation ?**



**(d) Application d'une perspective genre<sup>1</sup>**

Les rôles de genre sont appris et varient considérablement au sein et entre les cultures en fonction de facteurs socio-économiques, de l'âge, de l'éducation, de l'ethnicité et de la religion. Chaque culture a des normes de genre qui définissent les comportements et les activités appropriées. Ces normes de genre peuvent définir différentes responsabilités, tâches, attitudes et plus pour les femmes et les hommes dans une culture ou un emplacement spécifique.

Passez en revue les responsabilités ou les caractéristiques suivantes et identifiez lesquelles seraient attribuées aux femmes, aux hommes, ou les deux dans le contexte culturel dans lequel vous mènerez votre formation. Notez-les comme suit : **jamais, rarement, parfois, souvent** ou **toujours**. N'hésitez pas à ajouter d'autres éléments à la liste.

Tâche ou caractéristique	Femmes uniquement	Hommes uniquement	Hommes et femmes
S'occuper des enfants			
Cuisine			
Avoir un travail à l'extérieur de la maison			
Travailler dans les champs			
Bâtiment/Construction			
Nettoyer la maison			
Gérer l'argent			
Prendre des décisions pour des gros articles			
Prendre des décision pour des petits articles			
Parler fort			
Voyager seul			
Voyager la nuit			
Conduire une moto ou un véhicule			
Vendre de petits articles ou de la nourriture			
Vendre de gros/coûteux articles			
Prendre des responsabilités de dirigeant			

Le but de cet exercice est de montrer qu'il existe des normes de genre socio-culturelles claires qui touchent les femmes et les hommes différemment. Dans cette formation, il est important de reconnaître ces normes et de réfléchir sur la meilleure façon de surmonter celles qui peuvent poser des problèmes à la réussite du commerce et de l'autonomisation.

Lorsque vous planifiez une formation sensible au genre, il est important de comprendre et de reconnaître les normes de genre, même quand il n'est pas possible de les modifier. Par exemple, dans de nombreuses sociétés la norme de genre est que les femmes ont moins de pouvoir de prise de décision dans le ménage et moins de contrôle sur les ressources. Cela peut avoir un impact sur leurs commerces, et elles auront besoin de stratégies pour surmonter ces obstacles. Assurez-vous toujours que vous êtes sensible aux conséquences imprévues qui pourraient survenir lorsque les femmes essaient de surmonter ces défis dans leur vie et dans leurs commerces.

**Quels pourraient être les obstacles (liés aux rôles et aux normes de genre) que les entrepreneurs femmes travaillant dans le domaine de l'énergie domestique peuvent rencontrer ? Par exemple, une mobilité limitée en raison de restrictions sur la conduite ou travailler avec les hommes seule, un temps limité en raison de responsabilités familiales, un contrôle limité sur le revenu qu'elles gagnent, etc.**



**RAPPEL**

Vous n'avez pas nécessairement besoin de modifier ces normes de genre, mais il est important de les comprendre et d'aider les participantes à développer des stratégies réalistes, en gardant ces normes à l'esprit.

Veillez à ce que les exercices et le matériel que vous fournissez ne renforcent pas les stéréotypes de genre. Voici quelques exemples et des conseils :

- Utilisez des termes de genre neutre lorsque cela est possible, comme les entrepreneurs au lieu des hommes d'affaires.
- Veillez à ce que les histoires ou les cas d'étude des entrepreneurs et des dirigeants cas ne concernent pas toujours des personnages masculins.
- Si vous avez des groupes de genre mixtes, assurez-vous que les hommes et les femmes assument des rôles différents pour chacun des exercices. Par exemple, les femmes ne devraient pas toujours être celles qui prennent des notes tandis que les hommes présentent les résultats.

**Prenez en considération des domaines qui nécessitent une perspective de genre, quels sont les stéréotypes locaux de genre (par exemple, les femmes ne peuvent pas gérer l'argent, les hommes ne savent pas cuisiner) ?**



### CONSEIL

Il peut être avantageux d'ouvrir la formation aux conjoints des participantes, selon le contexte. Délivrer une formation axée sur le genre et l'équité à la fois aux hommes et aux femmes créera une plus grande prise de conscience et mettra en avant le support de l'époux/l'épouse pour les entrepreneurs(neuses) marié(e)s.

### (e) **Soyez positif et n'oubliez pas de rire**

Les participantes peuvent se nourrir de positivité. Surtout quand certaines activités leur demandent de partager une expérience ou une idée, il est important de rester positif. Même si vous pensez qu'elles pourraient améliorer une suggestion ou en avoir une meilleure, dites-le d'une manière positive. Par exemple:

**Négatif :** « Voici quels étaient les problèmes avec cette idée... »

**Positif :** « C'est un bon début, et voici quelques façons d'améliorer... »

Lorsque vous faites part de vos commentaires, essayez d'utiliser des signaux émotionnels positifs, tels que des sourires et des hochements de tête, dont il a été démontré qu'ils augmentent les niveaux de performance.

Autorisez-vous à ajouter de l'humour et ayez de l'humour. L'humour peut être un outil utile pour le facilitateur pour détendre les participantes et rendre des sujets plus lourds ou des formations plus faciles à suivre et à assimiler. L'humour engage les participantes et ramène de l'énergie dans une pièce. Cela peut être particulièrement important vers la fin de la formation, lorsque les participantes sont fatiguées. Souvenez-vous de ne pas faire une blague ou de rire au détriment d'autres personnes/participantes.

D'après les recherches, un leader ou un guide qui rit et qui emploie un ton sympathique, déclenche des éclats de rire et soude les participantes au processus, créant un groupe plus lié. Les groupes liés donnent de bons résultats. Être de bonne humeur aide les personnes à intégrer efficacement les informations et à répondre prestement et de façon créative.<sup>2</sup>

#### **Quelle activité brise-glace ou plaisanterie pourriez-vous partager avec le groupe?**

<sup>2</sup> Boyatzis, R., Goleman, D. Social intelligence and the biology of leadership. *Harvard Business Review*.



# ÉTAPE 2 CRÉER

## Objectifs

- Comprendre comment offrir une formation qui est appropriée au contexte et aux participantes (format, méthodes, état d'esprit)
- Développer des outils à utiliser dans vos exercices de formation

## Contexte et méthodes

Dans la section Créer, vous sélectionnez les activités et la structure de votre formation, vous adaptez votre formation pour qu'elle soit appropriée au contexte, préparez vos techniques de formation, et visualisez votre réussite pour entrer dans un état d'esprit de formation efficace.

# 1 Sélectionnez vos activités de formation

## (a) Sélectionnez vos activités de formation : commerces

Il est important de consulter la section commerce et ses thèmes de formation, ainsi que les activités de pré-identification qui peuvent ne pas être pertinents pour le groupe avec lequel vous travaillez. Voici quelques façons de comprendre et de différencier vos participantes ; cette clé est utilisée dans la section commerce pour vous aider à identifier les activités à utiliser:

	Employés (#)	Indépendant	Employé directement par une organisation	Reçoit son salaire d'une autre organisation
<b>Micro-entrepreneur</b>	0	✓		Peut-être (peut recevoir une petite indemnité ou une commission sur les ventes)
<b>Propriétaire d'une petite entreprise</b>	1-5	✓		
<b>Agent commercial</b>	0		✓	✓

Les activités sont pertinentes pour les micro-entrepreneurs, les propriétaires de petites entreprises, et les agents commerciaux, sauf indication contraire dans la description de l'activité.

Maintenant, allez à la section commerce et mettez un grand X à côté des activités que vous n'utiliserez pas et une coche (✓) à côté des exemples que vous avez besoin d'adapter.

### Définitions:

**Les micro-entrepreneurs** ne sont pas employés par une entreprise et ne reçoivent pas un salaire d'un autre organisme. Ils peuvent vendre différents types de produits et n'ont pas d'employés. Ils servent souvent de lien entre une entreprise et la communauté et/ou les clients dans le dernier kilomètre.

**Les propriétaires de petites entreprises** ne sont pas employés par une entreprise et ne reçoivent pas les salaires d'une organisation extérieure. Ils peuvent vendre divers types de produits, et ont un à cinq employés.

**Les agents commerciaux** vendent un(des) produit(s) spécifique(s) pour une entreprise à un prix désigné, sont susceptibles de recevoir des commissions pour les ventes, ainsi qu'un salaire de base ou un plein salaire.

## Producteur vs Distributeur/Détaillant:

Certaines des activités commerciales ou certains des exemples sont orientés vers les producteurs qui créent leurs propres produits, et d'autres sont orientés vers des distributeurs ou des détaillants qui vendent des produits prêts à l'emploi. Adaptez les exemples ou passez les activités au besoin.



### CONSEIL

Si vous avez un groupe mixte de micro-entrepreneurs et de propriétaires de petites entreprises, et/ou d'agents commerciaux, faites seulement les activités qui sont applicables à tous. Vous pouvez faire des séances en petits groupes pour un groupe particulier sur certains produits si vous avez le temps et les formateurs pour le faire.



### CONSEIL

Adaptez certains matériels d'activité (par exemple, études de cas, exemples) pour les rendre plus appropriés à votre groupe. Par exemple, une étude de cas sur un détaillant de foyer peut être modifiée pour devenir une histoire de producteur de foyer, si vous avez un groupe de producteurs principalement.

## **(b) Sélectionnez vos activités de formation : Autonomisation & Leadership**

Bien que les activités d'autonomisation et de leadership soient conçues pour être appropriées pour une variété de groupes cibles, il est important de revoir également ces sections. Certaines activités, en particulier dans la section de leadership, ont peut être un niveau trop avancé et/ou vous pouvez avoir besoin de supprimer certaines activités en raison de contraintes de temps.

Consultez les sections d'autonomisation et de leadership, et mettez un grand X à côté des activités que vous n'utiliserez pas et une coche (✓) à côté des exemples que vous avez besoin d'adapter.

## 2 Développez votre formation

### (a) Sélectionnez votre calendrier de formation

Les quatre options suivantes offrent des exemples pour structurer le calendrier des sessions de formation. Il est important de comprendre le programme qui fonctionnera le mieux pour vos participantes. Il peut arriver qu'il diffère des options proposées. N'oubliez pas de faire preuve de souplesse et soyez conscient des besoins des femmes, d'autres responsabilités, et des exigences de temps.



# 1

## [Option de calendrier 1] La formation approfondie de 6 jours

Dans cette première option, la formation se déroule sur six jours consécutifs. Cette durée peut fonctionner pour certaines organisations, formateurs et entrepreneurs, mais il est essentiel de garder à l'esprit les besoins de chaque intervenant et participant. Certaines personnes ne pourront être présent(e)s six jours, consécutifs en fonction d'autres responsabilités et d'exigences de temps. Vérifiez que cette option est appropriée et communiquée de façon claire avec les femmes entrepreneurs qui envisagent d'assister à la formation.

- Assurez-vous que l'heure et le lieu soient adaptés aux besoins des femmes.
- Assurez-vous que les femmes puissent assister aux six jours sans qu'il y ait de conflits avec leurs autres responsabilités.
- Assurez-vous qu'il n'y aura pas de conséquences négatives à la suite de leur participation.
- Offrez le déjeuner (envisagez d'offrir le petit déjeuner et le dîner).
- Prenez en considération la perte de salaire potentielle due au temps passé en formation.
- Envisagez d'offrir un hébergement pour la nuit pendant les six jours, mais soyez attentifs si elles ont besoin de rentrer chez elles le soir.
- Effectuez un suivi et proposez des formations supplémentaires pour poursuivre le renforcement des capacités par la suite.

### Utilisation du Manuel:

- Utilisez tous les chapitres du Manuel dans l'ordre.

**+** Lors d'une formation intensive de six jours, les participantes peuvent être en mesure de mieux traiter et de comprendre la matière que lorsque la formation est interrompue par d'autres tâches ou activités quotidiennes.

**-** Veillez à ce que les formations ne provoquent pas de conséquences imprévues ou négatives pour les femmes quand elles rentrent chez elles eux après avoir été absentes pendant une période de temps prolongée.



#### CONSEIL

Soyez conscient et respectez les limites des femmes que vous engagez. Prévoyez du temps pour les pauses et les activités physiques pour garder l'engagement des femmes intact.

## 2

### [Option de calendrier 2] L'immersion en résidence sur 5 jours

Dans cette deuxième option, le formateur conduit la formation pendant cinq jours intensifs. Cette durée peut fonctionner pour certaines organisations, formateurs et entrepreneurs, mais il est essentiel de garder à l'esprit les besoins de chaque intervenant et de participant. Certain(e)s personnes ne pourront être présent(e)s cinq jours, consécutifs en fonction d'autres responsabilités et d'exigences de temps. Vérifiez que cette option est appropriée et communiquée de façon claire avec les femmes entrepreneurs qui envisagent d'assister à la formation.

- Assurez-vous que l'heure et le lieu soient adaptés aux besoins des femmes.
- Assurez-vous que les femmes puissent assister aux cinq jours sans qu'il y ait de conflits avec leurs autres responsabilités. Assurez-vous qu'il n'y aura pas de conséquences négatives à la suite de leur participation.
- Offrez le déjeuner (envisagez d'offrir le petit déjeuner et le dîner).
- Prenez en considération la perte de salaire potentielle due au temps passé en formation.
- Envisagez d'offrir un hébergement pour la nuit pendant les cinq jours, mais soyez attentifs si elles ont besoin de rentrer chez elles le soir.
- Effectuez un suivi et proposez des formations supplémentaires pour poursuivre le renforcement des capacités par la suite.

#### Utilisation du Manuel:

- Utilisez tous les chapitres du Manuel dans l'ordre.
- Effectuez certaines des activités dans la soirée (passez de sept heures d'activités par jour à neuf heures).

**+** Lors d'une formation intensive de cinq jours, les participantes peuvent être en mesure de mieux traiter et de comprendre la matière que lorsque la formation est interrompue par d'autres tâches ou activités quotidiennes.

**-** Veillez à ce que les formations ne provoquent pas de conséquences imprévues ou négatives pour les femmes quand elles rentrent chez elles eux après avoir été absentes pendant une période de temps prolongée.



#### CONSEIL

Soyez conscient et respectez les limites des femmes que vous engagez. Au cours de la période de cinq jours, prévoyez du temps pour les pauses et les activités physiques supplémentaires pour garder l'engagement des femmes intact.

## 3 [Option de calendrier 3] La serie de 3 week-ends

La réalisation d'une série de formations peut être plus pratique et peut également permettre aux femmes d'intégrer facilement la matière et de tester certains aspects appris dans la formation dans leurs commerces au fur et à mesure.

- Commencez par une formation commerciale; finissez avec la formation en leadership.
- Effectuez les trois formations dans un court laps de temps (par exemple, une formation par semaine pendant trois semaines).
- Offrez le déjeuner (envisagez d'offrir le petit déjeuner et le dîner).
- Créez un système de soutien et une stratégie de communication entre les jours de formation (par exemple des SMS, des appels sur téléphones portables).

### Utilisation du Manuel:

- Utilisez tous les chapitres du Manuel dans l'ordre.

**+** Avec ce calendrier plus long, vous pouvez attribuer des activités et des devoirs qui peuvent être complétés entre les formations et qui peuvent permettre un meilleur traitement interne du matériel. Cela permet la pratique et la discussion tout au long du processus de formation, méthode qui peut être préférée. Par exemple, les activités en extérieur de la formation pourraient être une présentation d'un commerce ou d'organiser des démonstrations de cuisine pour les clients.

**-** Assurez-vous que les participantes s'engagent à participer tout au long des trois semaines entières et soient responsables de leur participation. Il y a un risque pour la fidélité avec ce calendrier.



#### CONSEIL

Soyez attentif, et notez les niveaux d'énergie et de motivation des femmes ont quand elles arrivent et quittent les sessions.



#### CONSEIL

Pensez à organiser les trois week-ends comme un programme en résidence (passer la nuit sur place), mais avant de le faire, demandez à vos participantes si elles préfèrent et/ou doivent rentrer chez elles le soir.

# 4

## [Option de calendrier 4] 6 jours séparés

Ce scénario n'est pas aussi fortement recommandé que les trois précédents. Il peut être difficile d'établir un bon état d'esprit avec les participantes au programme et cela peut affecter leur participation. Il ne doit être réalisé que si les participantes ont déjà créé des commerces.

- Effectuez les six jours de formation dans un court laps de temps (par exemple, hebdomadaire).
- Créez un système de soutien et de une stratégie de communication entre les jours de formation (par exemple des SMS, des appels sur téléphones portables).

### Utilisation du Manuel

- Utilisez tous les chapitres du Manuel dans l'ordre.

**+** Avec ce calendrier plus long, vous pouvez attribuer des activités et des devoirs qui peuvent être complétés entre les formations et qui peuvent permettre un meilleur traitement interne du matériel. Cela permet la pratique et la discussion tout au long du processus de formation, méthode qui peut être préférée. Par exemple, les activités en extérieur de la formation pourraient être une présentation en entreprise ou d'organiser des démonstrations de cuisine pour les clients.

**-** Assurez-vous que les participantes s'engagent à participer tout au long des six sessions et soient responsables de leur participation. Il y a un risque pour la fidélité avec ce calendrier.



#### CONSEIL

Soyez attentif, et notez les niveaux d'énergie et de motivation des femmes quand elles arrivent et quittent les sessions.



#### CONSEIL

Cette option peut être mieux adaptée pour des participantes plus expérimentées et dévouées. Assurer la participation sur six dates différentes peut être difficile. Utilisez des accords communautaires pour faciliter cela.



#### IMPORTANT

Avec chacune des options de calendrier, les femmes peuvent avoir besoin de passer plus de temps à assimiler la matière, et un certain degré de flexibilité avec le calendrier de la formation pourraient être nécessaires. Chaque section de formation comprend un calendrier de formation, mais celui-ci doit être adapté en fonction des besoins.



#### IMPORTANT

Pour tous les scénarios de calendrier, envisagez de permettre aux femmes d'apporter leurs jeunes enfants, et de leur fournir un service de garde d'enfants. Envisagez également d'offrir des locaux et des temps de pause flexibles pour l'allaitement maternel.

## (b) Accords communautaires

Créez un accord communautaire avec les participantes au début de la session de formation. Pour ce faire, demandez aux participantes quelles sont à leur avis les règles de conduite de la session sur lesquelles tout le monde devrait s'entendre afin de respecter l'autre et d'encourager une participation la plus efficace. Les accords communautaires engagent les participantes dans le développement de règles de base et permettent aux participantes de s'approprier ces règles et d'être responsable pour elles - individuellement et en tant que groupe. Voici un exemple d'accord communautaire:

### ACCORD COMMUNAUTAIRE

- C'est un espace sûr, et la confidentialité est respectée.
- Respectez-vous les uns les autres.
- Soyez à l'heure.
- Engagez-vous à être présente pendant toute la durée de chaque session.
- Permettez à toutes les voix d'être entendues.
- Amusez-vous!
- Toutes les questions sont les bienvenues.
- Nous nous abstiendrons de critiquer les autres.
- Nous serons ouvertes d'esprit.
- Nous ferons un effort pour participer à chaque exercice.

**Quels sont les éléments que vous pourriez enlever ou ajouter à cette liste?**



**CONSEIL**

Les éléments suivants peuvent être particulièrement importants. Nous vous suggérons donc de vous assurer qu'ils figurent dans les accords communautaires :

1. Engagement: Engagement d'être ici pour le temps plein de chaque session
2. Ponctualité: Arriver à l'heure, de sorte que vous pouvez finir à temps
3. Confidentialité: les questions et les histoires personnelles partagées dans la salle de formation ne seront pas partagées en dehors de la salle de formation



**CONSEIL**

Lors de la discussion sur les accords communautaires, demandez également s'il y a des demandes logistiques (par exemple, heure de début et de fin des réunions, pauses de prière nécessaires, garde des enfants et besoins d'allaitement).

**(c) Pertinence du contexte**

Il est important que les exemples et les histoires utilisées dans la formation soient spécifiques au contexte et appropriés. Tous les exemples devraient utiliser les noms, les lieux, et les devises auxquels les participantes sont familiers. Tout au long du Manuel, vous verrez des guillemets autour de « nom », « ville », « devise », etc. Remplissez ces données de façon appropriée. Pour vous aider à vous préparer, échangez des idées que vous pouvez utiliser dans la formation :

<p>Nom(s) de femme :</p> <p>Nom(s) d'homme :</p>	
<p>Village(s) :</p> <p>Ville :</p> <p>Pays :</p>	
<p>Devise :</p> <p>Plat populaire(s) :</p> <p>Nom de foyers amélioré(s) :</p>	

### ③ Préparez vos techniques de formation

#### (a) *L'heure de l'histoire*

Les histoires peuvent être un élément essentiel pour favoriser la compréhension pendant la formation. Raconter des histoires en donnant des exemples tirés de la vie réelle sont un moyen d'inspirer, relier, susciter des idées, et de stimuler des solutions. Les histoires qui parlent de personnes existantes et décrivent leur vie et ne sont pas des résumés d'informations. Le programme prévoit à plusieurs reprises un moment pendant lequel vous êtes fortement invité à partager des histoires ou des études de cas. Vous pouvez utiliser les histoires/études de cas fournies, les adapter, et/ou raconter vos propres histoires.

**Pratiquez : Partagez l'histoire d'un chef qui avait une vision et qui s'est efforcé de la réaliser :**



**CONSEIL**

Quelques conseils pour raconter une histoire: (1) Soyez précis : Parlez de choses qui se sont passées. (2) Soyez descriptif : Utilisez vos sens physiques pour rendre votre description plus vive. (3) Donnez une image complète : Discutez qui, quoi, quand, où, et pourquoi.



**CONSEIL**

Choisissez des histoires de personnes qui ressemblent aux femmes avec lesquelles vous travaillez.



**CONSEIL**

Encouragez les participantes à partager leurs propres histoires et fournir des exemples provenant de leurs propres expériences.

### **(b) Possibilités de brainstorming**

L'activité de brainstorming intervient quand les personnes sont autorisées à penser librement et sans contraintes. Plusieurs fois au cours du programme, les activités exigeront une réflexion de la part des participantes. Le brainstorming permet à l'animateur de guider plutôt que de donner une leçon. Afin de donner plus d'autonomie aux participantes, celles-ci doivent trouver des idées, des solutions, des défis, etc. Le brainstorming encourage l'exploration personnelle et nous encourage à penser par nous-mêmes.

## Quelques règles de brainstorming

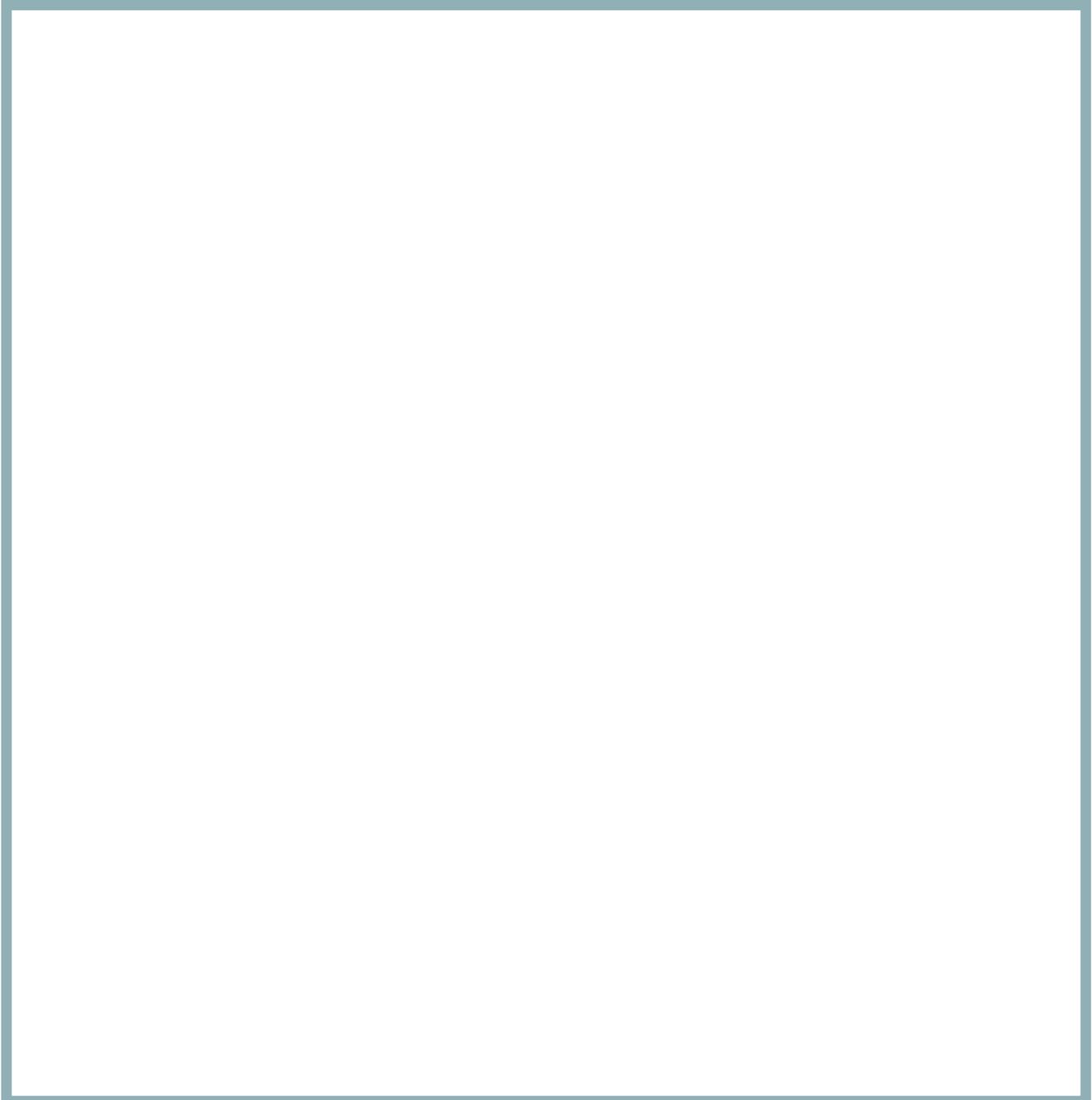
1. Il n'y a pas de mauvaises idées.
2. Donnez quelques exemples pour commencer la conversation.
3. Encouragez les participantes à voir grand. Proposez quelques grandes idées personnelles si nécessaire.
4. Appuyez-vous sur les idées des autres. Pensez « et » à la place de « mais ». Si vous n'aimez pas une idée, essayez de l'exploiter et de l'améliorer.
5. Restez concentré sur le sujet.
6. Découragez la monopolisation de la conversation par quelques personnes; faites en sorte que chacun aie une chance de contribuer.
7. Favorisez la quantité. Recueillez beaucoup d'idées et de réduisez leur nombre plus tard. Laissez les idées circuler rapidement!

## 4 Envisager la réussite

### (a) *Brainstorming* : À quoi ressemble la réussite ?

**Pratiquez le brainstorming avec cette activité. À quoi ressemble la réussite au cours de la formation ? Comment allez-vous savoir que vous avez adapté le contenu efficacement pour vos participantes ?**

Souvenez-vous des conseils ci-dessus et utilisez tout l'espace pour écrire ! Lorsque vous avez utilisé tout l'espace, passez vos idées en revue et de surlignez celles que vous préférez.



## **(b) Préparation pour les commentaires**

Au cours de la formation, vous recevrez des indices verbaux et non verbaux qui reflètent les sentiments et les réactions à la formation des participantes. Par exemple, ces indices pourraient inclure la façon dont le groupe est animé, à quel point elles sont engagées, si elles paraissent fatiguées, etc. Soyez ouvert à toutes les évaluations que l'on vous donne, positives ou négatives. Votre réponse aux commentaires peut servir de modèle pour les participantes en leur montrant la façon dont elles peuvent réagir quand elles reçoivent des commentaires négatifs ou se trouvent dans des situations difficiles. Ajustez la formation si que nécessaire selon les évaluations. Quelques suggestions :

- Présentez chaque sujet d'exercice clairement et discutez de la pertinence du sujet dans la vie/l'activité des participantes.
- Lorsque vous démarrez un nouveau sujet, vérifiez les connaissances les expériences et les intérêts (particulièrement pertinents pour la section commerce) préliminaires des participantes.
- Liez les nouveaux thèmes aux précédents entre les sections.
- Donnez aux participantes la possibilité de faire de brefs commentaires ou de poser des questions, en particulier à la fin des activités. Accordez-leur un temps de réflexion.
- Si les participantes répondent négativement, ne soyez pas sur la défensive. Essayez de trouver des solutions qui abordent le problème des commentaires négatifs.

Certains exercices seront difficiles pour certaines participantes. Encouragez-les à participer, et expliquer que les différentes activités font partie d'un processus plus large qui sera bénéfique après les avoir traversées. Évitez de montrer votre propre découragement s'il y a de la résistance à une activité.

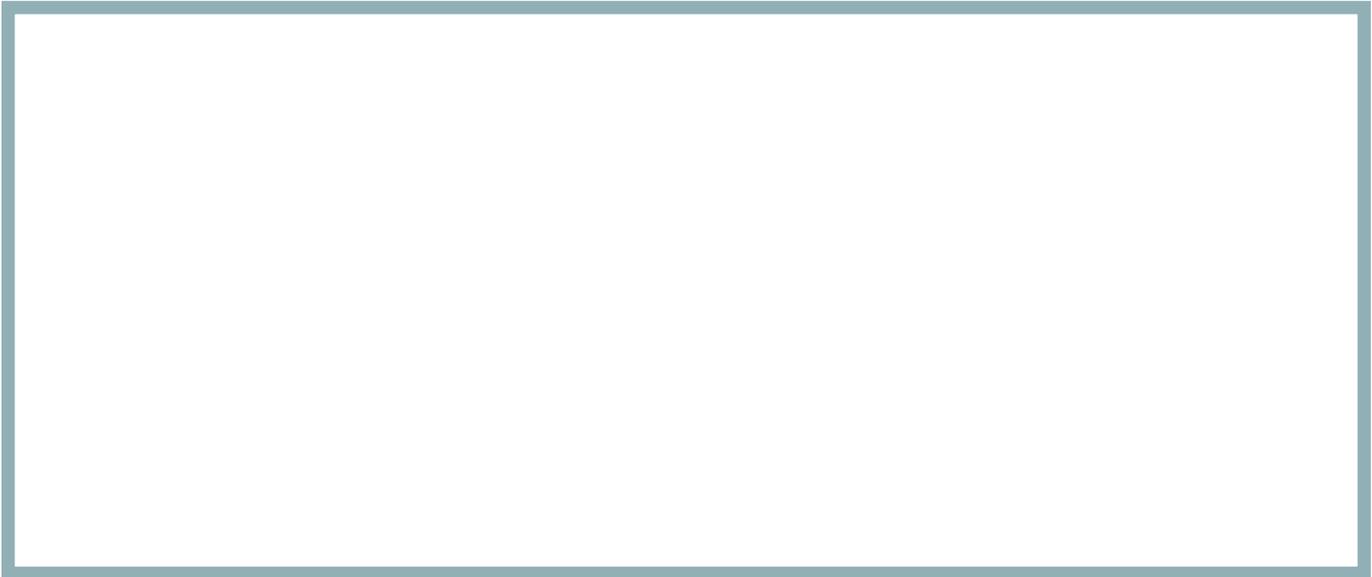
**Par quels moyens pouvez-vous permettre aux participantes de faire des commentaires ? Comment répondre à des commentaires négatifs ?**



### ***(c) Encouragez la responsabilisation***

La responsabilité individuelle est un thème global de cette formation. Cela signifie que toutes les personnes présentes à la formation sont responsables de leur pleine participation, de l'adhésion à l'accord communautaire, et sont ouverts à de nouvelles façons de penser et d'être. Les personnes qui ne se sentent pas prêtes à s'engager en participant pleinement devraient avoir la possibilité de se retirer. Quelques questions d'orientation :

**En tant que formateur, à quel point je m'engage à être pleinement présent et responsable au cours de la formation ? Comment dois-je agir et penser afin d'être pleinement présent pour la formation ?**



**En tant que formateur, à quel point je m'engage à créer un espace pour que les individus soient vraiment responsables de leur participation ? Que puis-je faire pour encourager les gens à être responsables de leur participation ?**





# ÉTAPE 3 DÉLIVRER

## Objectifs

- Comprendre les meilleurs processus de mise en œuvre et être prêt à relever les défis
- Développer une approche pour le suivi des résultats et soutenir les participantes

## Contexte et méthodes

Dans la section Délivrer, vous comprendrez les processus de mise en œuvre les plus efficaces pour la formation spécifique adaptée à la culture et au contexte que vous avez créée. Vous effectuerez également un brainstorming des défis potentiels de sorte que vous serez prêt à y faire face s'ils surgissent. Enfin, vous créerez une approche de suivi et élaborerez une stratégie post-formation pour soutenir vos stagiaires.

## ① Les meilleures processus de mise en oeuvre

D'après des expériences faites sur cette formation dans le passé, voici quelques procédures pour créer un environnement pour une formation en leadership, autonomisation et commerciale efficace. Voyez si l'une d'entre elles peut s'appliquer à votre formation.

### Meilleures processus

- Modifiez les activités basées sur la culture et le besoin de confort (à la fois pour le facilitateur et le participant).
- Faites un résumé des concepts importants qui peut être remis aux participantes.
- Encouragez les participantes à partager leur expérience personnelle.
- Utilisez vos propres expériences pour démontrer votre propre vulnérabilité et la volonté de partager.
- Utilisez une activité physique et de la musique pour augmenter l'énergie et l'enthousiasme parmi les participantes.
- Utilisez un co-formateur pour faciliter et préparer la formation.

## ② Brainstorming : Défis potentiels et solutions

Passez au moins vingt minutes à faire un brainstorming des défis potentiels que vous pourriez rencontrer lors de la conduite de cette formation et les solutions possibles pour les surmonter. Utilisez cette page pour saisir vos pensées et vos idées. Il est important de se préparer aux défis qui peuvent survenir pour être capable de réagir efficacement.

Défis	Solutions

### 3 Développez votre approche de suivi

#### (a) Outil : questionnaires sur la formation

Il y a des formulaires de satisfaction dans le dossier des participants à la fin de chaque section (commerce, autonomisation, leadership) pour permettre aux participantes de faire des commentaires. Vous pouvez également créer votre propre sondage, si c'est plus approprié. Il est important de recueillir des commentaires pour vous et votre organisation, pour être au courant et améliorer les formations futures.



#### CONSEIL

Si vous travaillez avec des participantes analphabètes ou semi-analphabètes, donnez leur la possibilité de faire des suggestions en confiance avec l'aide d'une participante qui sait lire et écrire de confiance et qui peut ensuite faire un rapport des évaluations.

#### (b) Outil : Évaluez-vous

À la fin du Manuel il y a un document avec des questions incitatives pour vous aider à passer en revue les attentes que vous aviez au cours du processus de planification de HCD et les comparer à ce qui s'est réellement passé dans la formation. Cela peut vous aider à préparer les futures formations, ainsi qu'à réfléchir sur les leçons apprises, les défis et les meilleures pratiques.

Afin d'améliorer en permanence ce manuel, nous apprécions de recevoir vos commentaires et ceux de vos participantes. Consultez la page [www.cleancookstoves/gender](http://www.cleancookstoves/gender) pour soumettre vos idées pour les futures versions du Manuel.

### 4 Création d'un système de soutien

#### (a) Les mentors

Si possible, créer des relations mentor/mentoré pour les participantes. Les chefs de communautés, les femmes d'affaires, et d'autres peuvent servir de mentors. Encouragez les mentors à rencontrer leurs mentorés de façon hebdomadaire ou bimensuelle et à parler de leadership, des entreprises et des sujets d'autonomisation. Il faudra peut-être payer les mentors ou les soutenir autrement.

#### (b) Groupes de soutien entre pairs et amis

S'il n'est pas possible de développer des relations de mentorat, encouragez les responsables du groupe à créer leur propre système de soutien. Vous pouvez créer un groupe de soutien composé de participantes intéressées à continuer à s'engager et à



**GUIDE DES RES-  
SOURCES POUR  
DE MEILLEURES  
PRATIQUES**

se soutenir mutuellement après la formation. Le groupe peut choisir ses propres responsables (par exemple, président, secrétaire) pour aider à guider le groupe. Les pairs peuvent s'encadrer l'un l'autre, résoudre des problèmes, et encourager la croissance. Nommer des pairs responsables pour diriger les réunions continues et apporter des sujets de discussion aux groupes ou aux espaces de soutien. En général, le groupe devrait avoir un minimum de cinq membres et pas plus de vingt. Ce groupe peut aussi servir comme groupe d'épargne afin que les individus puissent créer leur propre mécanisme de financement à mesure qu'ils grandissent leurs entreprises. Ces personnes devraient vivre assez proches les uns des autres afin de pouvoir se recontrer régulièrement. Les groupes de pairs devraient répondre aux questions suivantes :

- Quel est notre but ?
- Qui est impliqué ?
- Combien de fois allons-nous nous rencontrer ?
- De quoi allons-nous parler (quel est notre ordre du jour) ?
- Quel est notre accord communautaire ?

Des groupes de soutien par les pairs devraient avoir un coordinateur qui les supervise. Le pair responsable peut alors rapporter les informations et les progrès au coordinateur. Les coordinateurs devraient aussi observer comment les groupes fonctionnent et recueillir les meilleures pratiques pour l'incorporation dans les autres groupes.

### ***(c) Méthode : espaces et réunion et croissance continue***

Identifiez des espaces de réunion pour faciliter la tenue de réunions cohérentes et régulières. Si possible, organisez des sessions de formation de courte durée sur des thèmes supplémentaires au cours des réunions.

Si votre organisation est incapable de s'engager à soutenir les femmes à travers des formations mensuelles, continuez d'encourager le groupe à se réunir et nommez des chefs de groupe. Offrez un soutien aux chefs de groupe avec des sujets de discussion et d'encouragement.



**Global Alliance for Clean Cookstoves**  
1750 Pennsylvania Avenue NW, Suite 300  
Washington, DC 2006

[www.cleancookstoves.org](http://www.cleancookstoves.org)

# DOSSIER DE PARTICIPANT

3ÈME PARTIE  
MANUEL DE FORMATION POUR  
L'AUTONOMISATION DES  
ENTREPRENEURS



# DOSSIER APERÇU

## Aperçu du Manuel

Compétences de base des entrepreneurs .....	1
---	---

## COMMERCE

1. Les 5P du marketing.....	3
2. Activité de service client.....	5
3. Mon business plan	
Aperçu de mon modèle économique.....	6
1ère partie: Stratégie marketing.....	8
2ème partie: Coûts et tarification.....	10
3ème partie: Stratégie financière.....	13
4ème partie: Gestion.....	15
4. Formulaires d'analyse SWOT.....	16
5. Formulaires d'un carnet de reçus.....	18
6. Modèle de flux de trésorerie pour étude de cas.....	20

## AUTONOMISATION

1. Mon arbre de vie.....	23
2. Mes prochaines étapes de croissance.....	24
3. Croyances fondamentales.....	26

## LEADERSHIP

1. Planificateur d'objectif SMART.....	31
2. Mon discours EPIC.....	33
3. Plan d'action.....	35

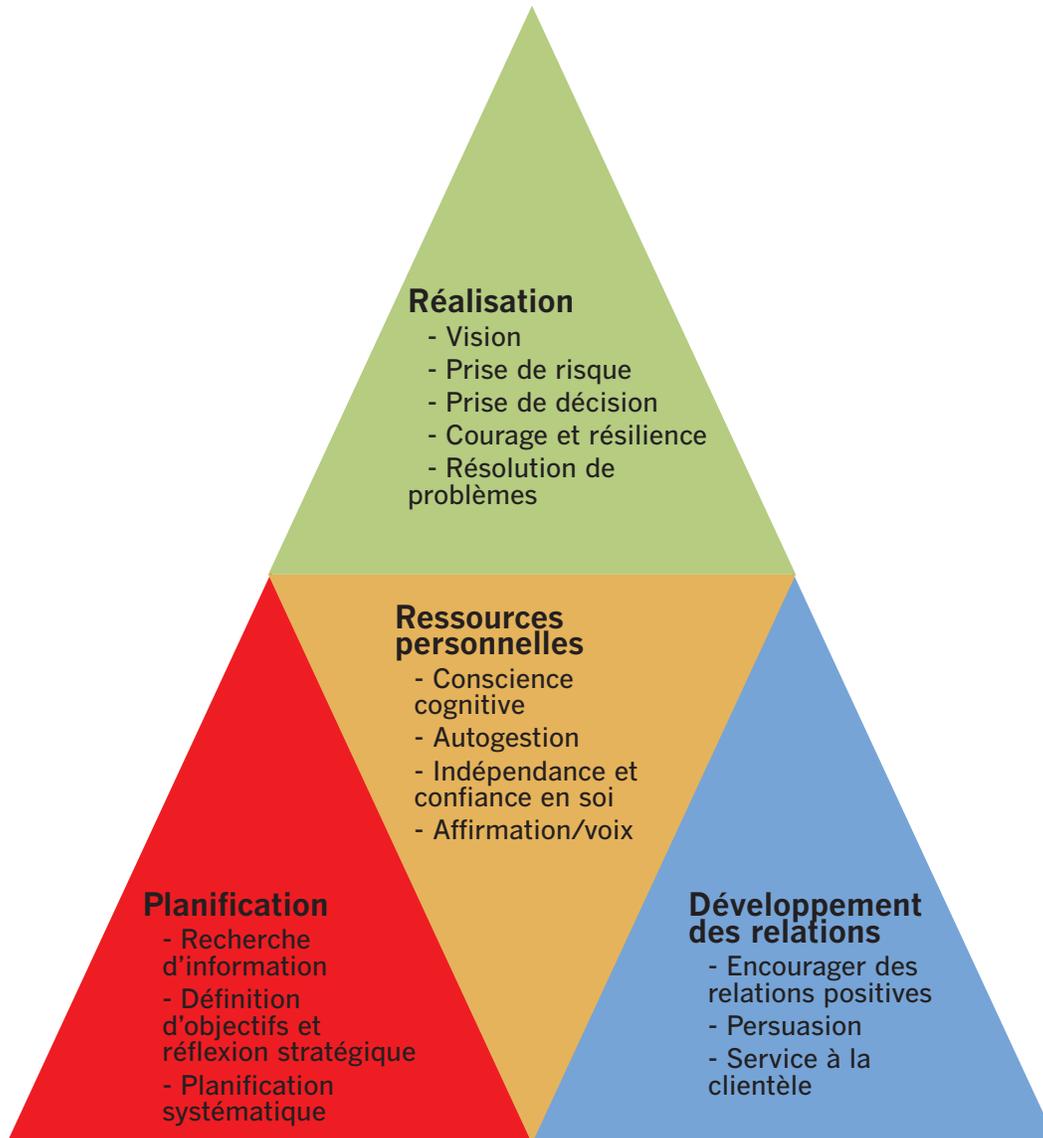
<b>Formulaires d'évaluation.....</b>	<b>38</b>
--------------------------------------	-----------

<b>Glossaire des termes.....</b>	<b>41</b>
----------------------------------	-----------

NOM : \_\_\_\_\_

# COMPÉTENCES DE BASE DES ENTREPRENEURS AUTONOMES

Voici les compétences abordées dans cette formation.



# DÉVELOPPER LES COMPÉTENCES : COMMERCES

## Aperçu :

- Marketing
- Service client
- Coûts & tarification
- Planification financière
- Tenue des registres
- Business plan

## ① MARKETING 5Ps – EXEMPLE DE RÉSUMÉ POUR PARTICIPANTS

### PRODUIT



Un bon foyer répond aux besoins et aux désirs de vos clients. Souvenez-vous de mentionner les avantages suivants à vos clients lorsque vous vendez un foyer:

- » Qualité
- » Attractivité
- » Conception
- » Faites la distinction entre les foyers traditionnels et les autres produits/services
- » Combinaison avec combustible (cas échéant)
- » Avantages par rapport aux foyers traditionnels
- » Garantie

### Questions clés:

- » Est-ce que mes produits/services relatifs au foyer et au combustible sont différents des autres produits sur le marché? Si oui, à quel point ?
- » Qu'est ce qui rend mes produits/services concernant les foyers et les combustibles attrayants aux yeux de mes clients cibles.

### PERSONNES



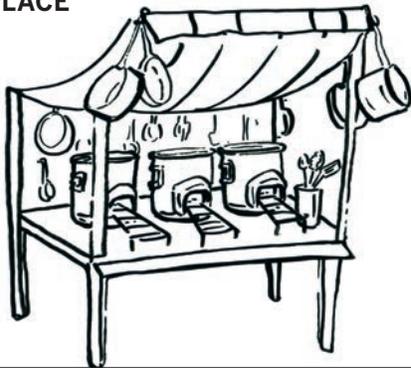
Il est important de déterminer votre groupe de clients cible. Une fois que c'est fait, gardez à l'esprit leurs:

- » Particularités
- » Intérêts
- » Expériences/avis en relation avec votre produit/service

### Questions clés:

- » Qui est/sont mon/mes groupe(s) cible(s) (par exemple, les enfants, les jeunes adultes, les adultes, les personnes âgées, les personnes riches, les pauvres, etc.; les magasins, les restaurants, les hôtels, etc; les clients avec peu d'argent, de l'argent en quantité modérée, beaucoup d'argent, etc.) ?
- » Quelles sont les particularités de mon/mes groupe(s) cible(s) ?
- » Pourquoi mon/mes groupe(s) cible(s) souhaite acheter mon produit ?
- » Peuvent-ils avoir accès à et s'offrir mon produit ?
- » Quels sont les avantages à mettre en avant auprès des hommes ? Quels sont les avantages à mettre en avant auprès des femmes?

### PLACE



Assurez-vous que vos produits soient accessibles pour vos clients. Gardez à l'esprit:

- » Un bon emplacement pour un commerce est un bon emplacement auquel les clients peuvent accéder facilement, propre, sécurisé, attrayant, bien visible, et ouvert à des heures régulières et pratiques
- » Une bonne présentation des produits
- » Trouver la meilleure façon de distribuer votre produit

<p><b>Questions clés:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>» Mes clients peuvent-ils facilement accéder à mes produits pour les acheter ?</li> <li>» Les clients peuvent-ils facilement trouver mon commerce ?</li> <li>» L'endroit est-il approprié à mes besoins professionnels (par exemple, pour la fabrication/le stockage/la présentation des produits) ?</li> </ul>	
<p><b>PRIX</b></p> 	<p>Pensez à la façon de rendre le produit financièrement attractif et abordable pour vos clients. Certaines stratégies comprennent :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>» Des réductions</li> <li>» Des offres spéciales d'une durée limitée</li> <li>» Des conditions de paiement favorables (comme les plans de versements échelonnés par exemple)</li> </ul>
<p><b>Questions clés :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>» Est-ce que je sais combien les clients seront en mesure de payer pour mes produits/services ?</li> <li>» Quel genre de plan de crédit à la consommation puis-je offrir ?</li> <li>» Quel type de risque cela implique-t-il (pour moi, pour mes clients) ?</li> <li>» Est-il logistiquement possible d'offrir un financement à mes clients ?</li> <li>» Que puis-je faire pour réduire le risque pour moi-même ?</li> </ul>	
<p><b>PROMOTION</b></p> 	<p>La promotion est l'ensemble des activités mise en œuvre pour attirer les clients à acheter vos produits ou services, par exemple :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>» Emballage</li> <li>» Visites à des clients potentiels</li> <li>» Panneau d'affichage</li> <li>» Campagnes promotionnelles</li> <li>» Publicité</li> <li>» Techniques de vente</li> <li>» Bouche à oreille</li> </ul>
<p><b>Questions clés :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>» Dois-je utiliser des moyens pour promouvoir mes produits/services en relation avec le foyer et le combustible ? / Si oui, de quelle façon ?</li> <li>» Quels ont été les moyens les plus fructueux mis en œuvre pour promouvoir mes foyers ?</li> <li>» Quels autres moyens pourrais-je essayer pour promouvoir mon produit ?</li> </ul>	

## ② Activité de service à la clientèle

Dessinez ce que vous feriez dans les scénarios suivants :

1. Un client est revenu et est bouleversé parce que son foyer ne semble pas bien fonctionner.

2. Un client potentiel vous dit qu'il pense que votre produit est trop cher.

### ③ Mon business plan

Un business plan comprend 4 parties liées et interdépendantes les unes des autres :

1. STRATÉGIE MARKETING
2. COÛTS ET TARIFICATION
3. STRATÉGIE FINANCIÈRE
4. GESTION

<b>Aperçu de mon modèle économique :</b>	
<p><u>But de mon activité commerciale :</u> Quel est le but de mon commerce (profit) ? Quels sont mes objectifs sociaux ?</p>	
<p><u>Produit/services :</u> Quel est/sont le produit(s) ou service(s) que je vends ? Comment puis-je fabriquer ou obtenir le produit(s) ou service(s)?</p>	
<p><u>La demande :</u> Quel est mon groupe cible ?</p>	

<p><u>Le modèle de livraison :</u> Comment puis-je (physiquement) vendre ou distribuer mon/mes produit(s) ou service(s) ?</p>	
<p><i>Questions supplémentaires :</i></p>	
<p>Qu'est-ce qui empêche les clients potentiels d'acheter mes produits et/ou services ?</p>	
<p>Est-ce que le marché pour mon produit augmente ou diminue ?</p>	
<p>Donnez les raisons :</p>	

## 1ÈRE PARTIE : STRATÉGIE MARKETING

<b>Produit</b>	
Les avantages de mon produit pour le client :	
<b>Personne</b>	
Mon groupe cible :	
Leurs besoins et préférences en matière de foyers :	Femmes:  Hommes:
<b>Place</b>	
Mes produits/services atteindront mes clients de cette façon :	

<b>Prix</b>	
J'attirerai des clients à l'aide des stratégies de prix ou des plans de financement suivants :	
<b>Promotion</b>	
Voici comment mes clients entendront parler de mes produits/services :	
<b>Mes concurrents sont :</b>	
<b>Ce que je ferai différemment de mes concurrents pour attirer et garder des clients :</b>	

## 2ÈME PARTIE : Coûts et Tarification

Combien coûte mon produit/service et quel est mon profit.

**Matières premières nécessaires :** (Si vous vendez des produits déjà fabriqués, ignorez cette section)  
J'aurai besoin des matières premières suivantes (consommables) pour fabriquer un nombre donné de produits.

	Matières premières	Unité de mesure	Quantité	Prix à l'unité	Valeur totale
1					
2					
3					
4					
	<b>TOTAL:</b>				

**Équipements/outils :** (Ignorez cette section si vous n'utilisez pas d'équipement ou d'outils)  
J'utiliserai les équipements/outils suivants dans mon commerce. Laissez cette section vide si vous n'utilisez pas d'équipement ou d'outils.

	Équipements/Outils	Quantité	Prix à l'unité	Valeur totale
1				
2				
3				
4				
	<b>TOTAL:</b>			

## Coûts

**A : Nombre prévu d'unités de produits/services à vendre par mois = \_\_\_\_\_**

**B : Coûts variables par mois :** Les coûts qui font partie du produit ou du service que vous produisez (par exemple : le matériau, le travail, la livraison du produit, l'installation, etc.)

	Articles	Quantité
1		
2		
3		
4		
	TOTAL:	

**C : Coûts fixes par mois :** Les autres coûts que vous avez dans votre entreprise (par exemple : les frais de location du bâtiment ou du stand, l'entretien et la réparation des outils, les frais de promotion, les salaires du personnel, etc.)

	Articles	Quantité
1		
2		
3		
4		
	TOTAL:	

### COÛTS TOTAUX

B	Total des coûts variables	
C	Total des coûts fixes	
	Coûts totaux $= (B+C)$	
	Coûts totaux par unité $= (B+C)/A$	

**Prix****Nom du produit/service :** \_\_\_\_\_

<b>Coûts totaux par article (Prix de revient) :</b> Combien ça coûte d'acheter ou de produire votre produit/service ?	
<b>Bénéfice :</b> Différence entre le prix de revient et le prix de vente	
<b>Mon prix (prix de vente) :</b> Prix auquel vous vendez votre produit/service aux clients	

**RAPPEL**

- Lorsque je réfléchis à mon prix de vente et à mon bénéfice, je peux utiliser :
1. La méthode du prix de revient : l'ajout de 20 à 30 % à mes coûts par article
  2. La méthode comparative : comparer mon produit/service à d'autres sur le marché
  3. La méthode ce-que-le-marché-peut-payer : basée sur l'offre et la demande

**Bénéfice****Bénéfice par article :**

A	Mon prix	
B	Coût total par article (produit/service)	
	Bénéfice par article de produit/service = (A - B)	

**Profit total :**

B	Nombre d'unités de produits/service à vendre par mois	
C	Bénéfice par article (produit/service)	
	Bénéfice total= (A x B)	

Combien de produits dois-je vendre par mois pour faire un bénéfice (les ventes mensuelles sont supérieures aux coûts mensuels) ? \_\_\_\_\_

## 3ÈME PARTIE : STRATÉGIE FINANCIÈRE

### Besoins financiers :

Besoin en capital	Total	Contribution personnelle	Prêt (le cas échéant)
Investissement en capital			
TOTAL			
Fonds de roulement			
TOTAL			

### Somme totale d'argent que je dois emprunter :

	Source du prêt	Montant
1		
2		
3		
MONTANT TOTAL		

**Plan d'épargne :** Le montant que je veux épargner chaque mois sur un an. (Utilisez ce tableau pour suivre votre épargne).

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Objectif d'épargne (\$)												
Épargne réelle (\$)												

**Modèle de flux de trésorerie/mon solde prévu (6 mois) :** Voici comme ça se présente : l'argent que j'ai maintenant, les rentrées d'argent estimées au cours des 6 prochains mois, et mes dépenses estimées au cours des 6 prochains mois (un « Tableau des flux de trésorerie »)

Article	Prévision pour les six premiers mois					
	1	2	3	4	5	6
Argent initial						
Rentrée d'argent						
Ventes						
Prêt						
Épargne						
Rentrée d'argent totale (apport)						
Dépenses						
Coûts variables <i>Exemple : Foyers (5)</i>						
1.						
2.						
Sous-total						
Coûts fixes <i>Exemple : Location du stand pour le marché</i>						
1.						
2.						
Sous-total						
Dépenses totales (sortie)						
<b>ÉQUILIBRE</b> = Apports totaux – Sorties totales						

## 4ÈME PARTIE : GESTION

### Prévisions de vente

- Nombre de ventes que je souhaite avoir réalisées dans un mois à compter d'aujourd'hui :

	Nombre d'unités	Prix à l'unité	Ventes totales (Nombre d'unités x Prix à l'unité)
Par semaine			
Par mois			

- Quelle est la stratégie de croissance que j'aimerais poursuivre ? (Par exemple : développer les objectifs de du commerce, offrir de nouveaux produits/services, ajouter nouveau marché cible, changer le modèle de livraison)
- Quels sont mes fonctions en tant que propriétaire/gestionnaire d'un commerce ?
- Si j'ai des employés ou d'autres travailleurs, quels sont leurs fonctions ?
- Les salaires que je devrai payer par mois sont les suivants : (Ignorez cette section si vous n'avez pas d'employés)

	Nombre de personnes	Salaire par personne pour 1 mois	Montant total (Nombre de personnes x Salaire par personne)
Employé			
Travailleurs occasionnels (pas employé officiel)			

- De quel autre soutien ai-je besoin ?
- Qui sont mes partenaires ?
- Existe d'autres partenariats qui seraient utiles ? Avec qui ?

#### ④ Formulaire d'analyse SWOT

<i>(a) Modèle d'analyse SWOT</i>	
<b>Forces</b>	<b>Faiblesses</b>
<b>Opportunités</b>	<b>Menaces</b>

- Je vais réduire mes faiblesses de la façon suivante :
  
  
  
  
  
  
  
  
  
  
- Je vais minimiser les menaces de la façon suivante :

## (b) Exemple d'analyse SWOT pour une petite commerce

<p style="text-align: center;"><b>Forces</b></p> <p>Les forces sont <u>sous le contrôle de l'entrepreneur</u>, et elles ont lieu maintenant ! Les forces devraient être <b>capitalisées</b> pour compenser les faiblesses.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>» Expertise technique</li><li>» Nouvelles améliorations apportées au produit</li><li>» Bon réseau avec les clients</li><li>» Expérience de la gestion</li><li>» Prix relativement bon marché</li><li>» Technologie de niveau supérieur</li><li>» Caractéristiques du produit (utilité, durabilité)</li><li>» Plusieurs employés responsables concernés</li></ul>	<p style="text-align: center;"><b>Faiblesses</b></p> <p>Les faiblesses sont <u>sous le contrôle de l'entrepreneur</u>, et ils se produisent à l'heure actuelle. Ce sont « le manque de ... », « manquant ... », ou points faibles. Les faiblesses doivent être <b>éliminées</b> autant que possible !</p> <ul style="list-style-type: none"><li>» Mauvaise conception du produit</li><li>» Prix relativement élevé</li><li>» Aucune expertise technique de propriétaire</li><li>» Manque d'expérience de la promotion</li><li>» Gestionnaires/propriétaires inexpérimentés</li><li>» Absence de fonds de roulement</li><li>» Bas niveau des stocks en période de ventes de pointe</li><li>» Le commerce ne dépend entière que d'une seule personne</li></ul>
<p style="text-align: center;"><b>Opportunités</b></p> <p>Les opportunités sont des facteurs positifs ou favorables dans l'environnement, dont l'entrepreneur doit <b>faire usage</b>, ce qui rend son idée de projet potentiellement viable. La plupart d'entre elles échappent cependant <u>au contrôle de l'entrepreneur</u>. Elles diffèrent des forces en ce sens que les forces sont les aspects positifs internes de l'entreprise.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>» Concurrents peu nombreux et faibles</li><li>» Hausse des revenus du marché cible</li><li>» Croissance de la demande</li><li>» Produits similaires lucratifs</li><li>» Assistance technique disponible</li><li>» Pas de tel produit sur le marché</li><li>» Rareté du produit sur le marché local</li><li>» Programmes gouvernementaux ou communautaires avantageux</li><li>» Possibilités de formations adéquates</li><li>» Faible taux d'intérêt sur les prêts</li></ul>	<p style="text-align: center;"><b>Menaces</b></p> <p>Les menaces sont des facteurs externes négatifs ou défavorables dans l'environnement et <u>ne peuvent normalement pas être contrôlés par de l'entrepreneur</u>. Ils nuisent à l'entreprise, s'ils ne sont pas éliminés ou surmontés. Les menaces diffèrent des faiblesses dans la mesure où elles sont hors du contrôle de l'entrepreneur. Le but de l'analyse des menaces est de chercher des moyens de les éviter ou de réduire leur impact négatif en effectuant des actions les contrebalançant.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>» Hausse des coûts des matières premières</li><li>» Catastrophes naturelles</li><li>» Changement de la législation</li><li>» Trop de concurrence</li><li>» Alimentation insuffisante</li><li>» Médiocrité des infrastructures</li><li>» Crises de famille (par exemple, une maladie ou un décès)</li></ul>

## 5 Formulaires de registre

### (a) Exemples de registre

#### LIVRE DE CAISSE Mois : Avril

Date	Détails	Quantité	Entrée d'argent	Sortie d'argent	Solde
1 Avril	Dépôt pour placard	1	45,000		45,000
3 Avril	Dépôt pour table à manger	3	24,000		69,000
4 Avril	Matériel acheté			21,300	47,700
8 Avril	Table à manger vendue	3	72,000		119,700
SOLDE			141,000	21,300	119,700

#### LIVRE DES VENTES Jour : 8 avril

Date	Article	Quantité	Ventes au comptant	Ventes à crédit	Ventes totales
8 Avril	Robe	1	2,00		2,000
	Chaussures	1	3,000		3,000
	Bracelet	3	60		600
	Robe	2		5,000	5,000
	Lotion	2	500		500
TOTAL END OF THE DAY			6,100	5,000	11,100

#### LIVRE DES CRÉANCIERS Nom : Banque X

Date	Détails	Montant	Remboursé	Solde
1 Août	Prêt pour équipement	100,000		100,000
28 Août	Première tranche de remboursement du prêt		10,000	90,000
29 Août	Intérêt mensuel du prêt	1,500		91,500

*(b) Exemple d'un carnet de reçus*

Numéro de reçu :		Date :	
Nom :			
Quantité	Description	Coût de l'unité	Montant
TOTAL			

## ⑥ Modèle de flux de trésorerie pour étude de cas

Article	Prévision pour les six premiers mois					
	1	2	3	4	5	6
Argent initial						
Combien d'argent est à venir dans ? (entrées d'argent (apports))						
Ventes						
Prêt						
Épargne						
Montant total des apports						
Combien d'argent vais-je passer ? (Dépenses (sorties))						
<i>Coûts variables</i> <i>Exemple: foyers améliorés (5)</i>						
1.						
2.						
Sous-total						
<i>Coûts fixes</i> <i>Exemple : Location du stand pour le marché</i>						
1.						
2.						
Sous-total						
Total des sorties						
<b>SOLDE =</b> Total apports - Total des sorties						

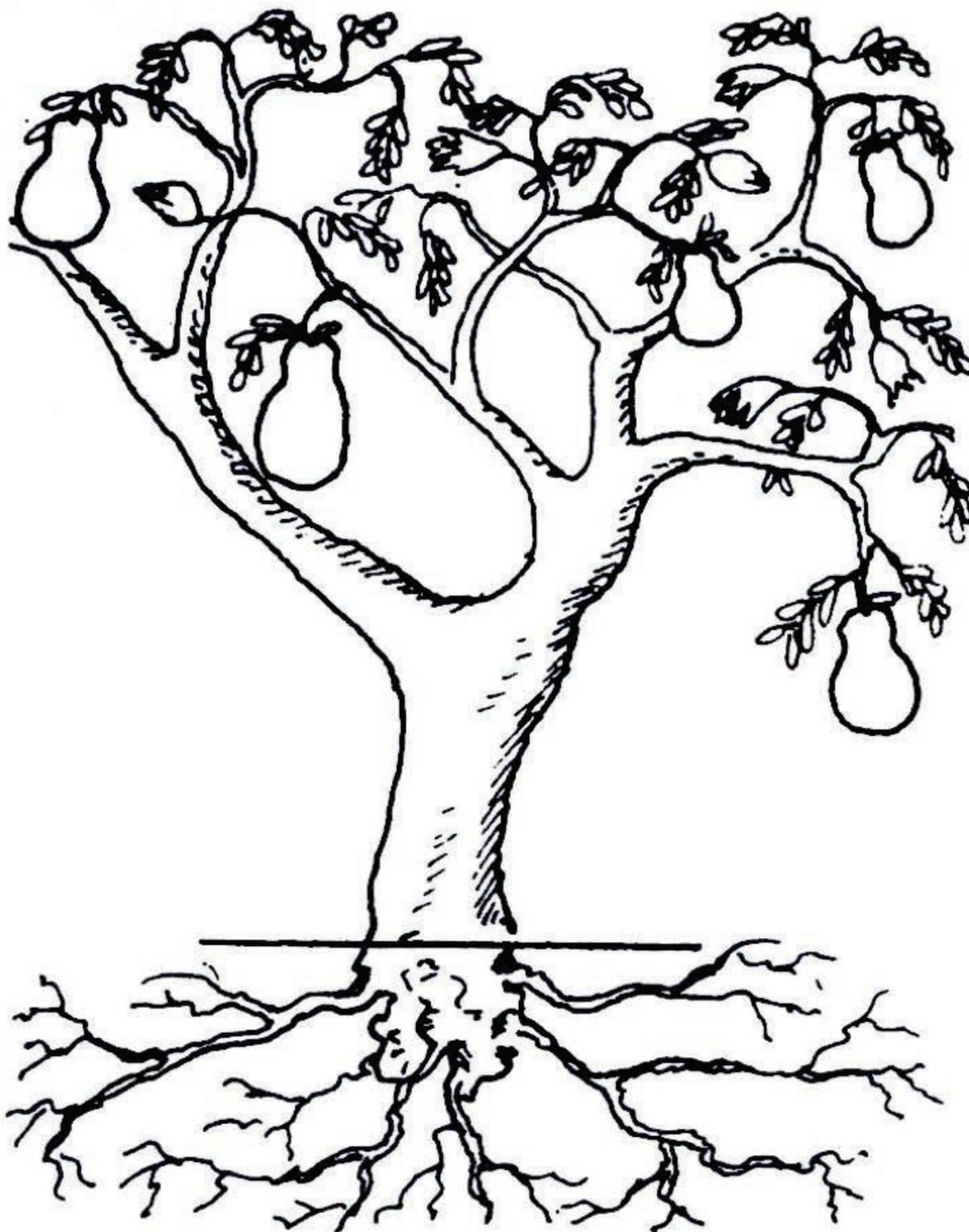
Remarques :

# TROUVER VOTRE VOIX: AUTONOMISATION

## **Aperçu :**

- Construire la confiance en soi
- Se comprendre
- Comprendre ses croyances fondamentales
- Identifier et reconnaître ses propres forces
- Développer des habitudes de pensée positive
- Gérer la peur et le risque
- Se connaître soi-même à travers son corps

# 1 Mon arbre de vie



## ② Mes prochaines étapes de croissance

Choisissez un défi personnel/affectif, ainsi qu'un défi de travail que vous rencontrez. Utilisez les quatre étapes du changement de comportement personnel.

**PERSONNEL/AFFECTIF :**

Où en êtes-vous actuellement avec ce problème ? (Conscience)

Où aimeriez-vous en être avec ce problème ? (Vision)

Qu'avez-vous besoin de changer (comment vous devez-vous réfléchir) pour aller de l'avant ?  
(Transformation)

Quelle est votre prochaine étape de croissance ? (Croissance)

**TRAVAIL :**

Où en êtes-vous actuellement avec ce problème ? (Conscience)

Où aimeriez-vous en être avec ce problème ? (Vision)

Qu'avez-vous besoin de changer (comment devez-vous réfléchir) pour aller de l'avant ?  
(Transformation)

Quelle est votre prochaine étape de croissance ? (Croissance)

### 3 Croyances fondamentales

#### RESPONSABILITÉ PERSONNELLE :

- La responsabilité personnelle fait référence à la croyance que nous avons le contrôle sur nos pensées et nos actions.
- Elle renvoie à l'idée que nous avons la capacité de choisir notre réponse à ce que nous vivons dans le monde.
- Par exemple, quand le malheur arrive, que pensons-nous ? Pensons-nous que c'est à cause de la malchance ou à cause de quelque chose que quelqu'un d'autre a fait ?
- Si nous pensons aux événements de cette manière, nous nous voyons souvent comme les victimes du monde ou d'autres personnes.
- Si nous nous concentrons sur nous-mêmes en tant que victimes, il peut être difficile de changer parce que nous pouvons nous sentir désespérés, comme si nous n'avions pas le contrôle sur nos vies. Examinez comment vous vous sentez quand vous ne vous voyez pas comme une victime de votre situation.
- Par exemple, imaginez que quelqu'un a volé de l'argent à votre domicile ; une réponse différente peut être, « Je suis en colère parce que c'est arrivé. Maintenant qu'est-ce que je peux apprendre de cette situation et aller de l'avant ? »
- *Exemple d'intentions : J'ai le pouvoir de changer ma vie. Je prends ma vie en main.*

Mon intention : \_\_\_\_\_.

#### ESTIME DE SOI :

- L'estime de soi est liée à la façon dont vous pensez à vous-même et l'idée que vous avez de votre propre valeur.
- Il s'agit de la volonté de croire en vous-mêmes.
- Par exemple, croyez-vous que vous avez ce qu'il faut être une entrepreneuse performante ? Vous sentez-vous digne d'être traitée avec respect, attention et amour ?
- Il est important de vous rendre compte de votre propre valeur lorsque vous entreprenez toute nouvelle initiative. Cela vous donne confiance et vous permet de faire face aux moments difficiles.
- Souvent, nous sommes confrontés à de nombreuses critiques de la part d'autres personnes sur notre intelligence, notre apparence, ou nos capacités. Certains d'entre nous n'ont pas entendu des choses positives à leur propos. Ces critiques peuvent façonner la manière dont nous nous voyons. Chaque individu peut créer sa propre conscience positive de soi (et nous n'avons pas à compter sur les autres pour se sentir utile ou fort).
- *Exemples d'intentions : J'apprécierai mes nombreuses qualités. Je m'accepterai comme une personne aimable.*

Mon intention : \_\_\_\_\_.

### CONFIANCE EN UN BUT PLUS ÉLEVÉ :

- La confiance en un but plus élevé, c'est être prête à avoir confiance en un but qui est plus grand que nous-mêmes (pour certaines personnes cela pourrait signifier dieu, l'univers, un sens de la spiritualité, ou tout simplement avoir un but dans la vie).
- Avoir confiance dans un but plus élevé peut nous aider lorsque nous prenons des risques et allons de l'avant dans nos vies. Sinon, nous pouvons nous sentir dépassés par les défis auxquels nous sommes confrontés.
- Reconnaître qu'une croyance est quelque chose de plus grand que nous peut nous aider à réduire le stress et mieux faire face aux expériences.
- Cela peut nous aider à croire qu'il y aura un moyen de progresser quelles que soient les circonstances.
- *Exemples d'intentions : Je reconnais que j'ai un but. Je reconnais que je fais partie du monde et de la terre.*

Mon intention : \_\_\_\_\_.

### ATTITUDE POSITIVE :

- Une attitude positive, c'est la volonté de se concentrer sur les bons aspects d'une situation – pour trouver des opportunités et des solutions constructives quoi que nous offre la vie.
- C'est le fait de garder des pensées positives et de ne pas être retenue ou distraite par des pensées négatives.
- Cela consiste à choisir, à chaque instant, de chercher le meilleur dans les personnes et le meilleur dans les choses qui vous entourent.
- En développant des habitudes de pensée positive, vous pouvez commencer à apercevoir de nouvelles opportunités et à être généralement plus heureuse dans les situations qui se présentent.
- Cela ne signifie pas que vous n'avez que des pensées positives ou que vous ignorez ce qui se passe, car cela vous paraît négatif. Pour avoir une attitude positive, il est essentiel que vous adoptiez un regard honnête sur ce qui est en face de vous, positif et négatif. Cette croyance consiste à essayer de trouver une manière positive de traverser une situation malgré les défis qui existent.
- Votre défi est de développer de nouvelles habitudes mentales positives.
- *Exemples d'intentions : Je trouverai un moyen pour transformer n'importe quelle situation. J'apprendrai de chaque défi.*

Mon intention : \_\_\_\_\_.

### ÉVOLUTION CONTINUE TOUT AU LONG LA VIE :

- L'évolution continue tout au long de la vie, c'est accepter que tout dans la vie est toujours en évolution.
- Si nous voulons que les choses restent toujours pareilles, nous ne pouvons pas accepter facilement les changements et nous allons nous battre et résister à la vie. Cela peut nous conduire à devenir stressés et insatisfaits.
- En reconnaissant qu'il y aura toujours du changement et en nous laissant à accepter ce changement, et évoluer avec lui, on peut avoir un impact positif sur nos vies. Nous pouvons être plus ouvertes aux opportunités, et nous pouvons profiter de ces opportunités.
- Réfléchissez à votre vie et regardez comment elle a changé, et reconnaissez qu'elle continuera à changer.
- *Exemples d'intentions : I learn from every experience I have. I accept that things will change in my life. J'apprends de toutes mes expériences. J'accepte que les choses changeront au cours de ma vie.*

Mon intention : \_\_\_\_\_.

### POSSÉDER VOTRE POUVOIR:

- Posséder votre pouvoir, c'est reconnaître que nous sommes la personne la plus puissante de nos propres vies. Nous pouvons choisir comment nous voulons vivre nos vies. Le travail que nous faisons et la vie que nous vivons est à nous.
- Cette croyance consiste à faire un pas en avant pour devenir une personne puissante qui participe activement à la vie plutôt que d'être celui qui se contente de regarder la vie se dérouler.
- Ce pouvoir est à l'intérieur de chacune d'entre nous. En reconnaissant ce pouvoir en vous, vous pouvez en profiter. Vous pouvez le posséder.
- *Exemples d'intentions : Je crée ma vie comme j'en ai envie. Je reconnais que je suis puissant.*

Mon intention : \_\_\_\_\_.

**Remarques :**

# ALLER DE L'AVANT : LEADERSHIP

## Aperçu

- Introduction au leadership
- Établir et de développer des visions claires
- Fixer des objectifs et être proactive
- Résolution de problèmes
- Communication
- Plan d'action

## ① Planificateur d'objectif S.M.A.R.T.

**Mon objectif :**

*Est-ce que mon objectif est SMART ?*

**Spécifique :**

Quoi :

Qui d'autre est impliqué ?

Quand :

Où :

Comment :

Pourquoi :

**Mesurable :**

Ma cible :

Comment savoir que j'ai atteint mon but ?

**Atteignable :**

Quelles sont mes compétences et mes ressources qui me permettront d'atteindre ce but ?

De quelles compétences ou ressources ai-je besoin pour remplir cet objectif ?

Comment les obtenir ?

**Réaliste :** Est-ce qu'il est réaliste de chercher à atteindre cet objectif ? Suis-je prêt et disposé à effectuer le travail nécessaire pour le réaliser ?

**Temporel :** Quand est-ce que je souhaite avoir atteint ce but ?

Mois : \_\_\_\_\_, Jour : \_\_\_\_\_, Année : 20\_\_\_\_

*Autres remarques pour moi-même :*

## ② Mon discours E.P.I.C.

*Présentez-vous :*

**Éveiller l'intérêt** - Attirez l'attention de l'auditoire ! (Utilisez une citation, des statistiques, une histoire ou un fait choquant)

**Présenter le problème** - Problème - Exprimez le problème/l'opportunité en utilisant des faits clairs sans opinion personnelle :

**Informez des solutions** - Informez l'auditeur d'une opportunité et proposez votre solution ou votre vision :

**Convier à l'action** - Que voulez-vous que votre auditeur fasse ? Proposez un objectif clair ou une étape d'action.

### **Astuces pour votre discours EPIC**

- Pratiquez ! Pratiquez plusieurs fois avec une personne avec laquelle vous vous sentez à l'aise
- Si possible, mémorisez les détails que vous utiliserez, ou concentrez-vous sur l'utilisation d'expériences personnelles dont vous vous souvenez facilement
- Connaissez votre auditoire
- Faites votre discours sans vous arrêter, même si vous faites quelques erreurs
- Lorsque vous avez terminé, réfléchissez à ce qui s'est bien passé, ainsi qu'à ce que vous pouvez améliorer la prochaine fois
- Écoutez avec un esprit et une oreille attentive
- Encouragez vos auditeurs à poser des questions

### **Conseils pour la prise de parole en public**

- Regardez les participants et établissez un contact visuel avec eux ou fixez un point unique sur le mur du fond
- Vous pouvez balayer la salle du regard juste au-dessus de l'ensemble des visages. Cela donne l'illusion que vous établissez un contact visuel avec tout le monde.
- Tenez-vous debout en gardant les pieds écartés de la largeur des épaules et ne croisez pas les jambes
- Ayez une bonne posture
- Utilisez des listes avec des puces pour parler, pas de notes complètes que vous seriez tenté de lire
- Projetez votre voix pour que tout le monde puisse vous entendre
- Parlez clairement et lentement
- Rapprochez-vous des auditeurs – vous pouvez vous promener, ne vous cachez pas
- Encouragez les participants à poser des questions

### ③ Plan d'action - Vision du travail

*Pourquoi est-ce que je veux ce commerce de foyers?*

*Quelle est ma vision pour mon commerce ?*

**Objectifs** - *Quels sont mes objectifs pour y arriver ?*

1.

*Quand est-ce que ce sera fait ?* \_\_\_\_\_

2.

*Quand est-ce que ce sera fait ?* \_\_\_\_\_

3.

*Quand est-ce que ce sera fait ?* \_\_\_\_\_

***Mon business plan est-il prêt ? Ma stratégie financière est-elle prête ?  
Retournez en arrière et modifiez au besoin.***

Quels pourraient être les défis ?	Moyens de les surmonter ?

*De quelle façon je souhaiterais être soutenu ? (Mentor, rencontres avec d'autres femmes d'affaires, contrôles, etc)*

**Remarques :**

## Formulaire d'évaluation pour la section commerce

Merci de mettre un « X » pour nous indiquer ce que vous avez pensé de chaque composante de la formation.

			
<b>Séances individuelles</b>			
Introduction			
Compétences de base de l'entrepreneuriat			
Compétences en marketing et service à la clientèle			
Coûts et tarification			
Planification d'entreprise			
Tenue des registres			
Établissement d'une stratégie financière et finance d'entreprise			
<b>Globalement</b>			
Qualité de l'enseignement			
Apprendre des co-participants			
Logistique (emplacement, rafraîchissements, etc.)			

### Commentaires généraux :

---



---



---



---

Merci d'avoir pris le temps de remplir ce formulaire.

## Formulaire d'évaluation pour la section autonomisation

Merci de mettre un « X » pour nous indiquer ce que vous avez pensé de chaque composante de la formation.

			
<b>Séances individuelles</b>			
Introduction			
Construire sa confiance en soi			
Se comprendre			
Identifier ses propres forces			
S'efforcer de créer sa propre vision			
Développer des habitudes de pensée positive			
Gérer la peur et le risque			
Se connaître soi-même à travers son corps			
<b>Globalement</b>			
Qualité de l'enseignement			
Apprendre des co-participants			
Logistique (emplacement, rafraîchissements, etc.)			

**Commentaires généraux :**

---



---



---



---

Merci d'avoir pris le temps de remplir ce formulaire.

## Formulaire d'évaluation pour la section leadership

Merci de mettre un « X » pour nous indiquer ce que vous avez pensé de chaque composante de la formation.

			
<b>Séances individuelles</b>			
S'habituer au changement			
Introduction au leadership			
Établir et développer des visions claires			
Fixer des objectifs			
Être proactive			
Résoudre des problèmes			
Écoute active			
Parler en public et communication			
Plan d'action			
<b>Globalement</b>			
Qualité de l'enseignement			
Apprendre des co-participants			
Logistique (emplacement, rafraîchissements, etc.)			

**Commentaires généraux :**

---



---



---



---

Merci d'avoir pris le temps de remplir ce formulaire.

# GLOSSAIRE DES TERMES

SECTION COMMERCE	
TERME	DÉFINITION
<b>Entrepreneur</b>	Une personne cherchant à améliorer son revenu en créant un commerce. Un micro-entrepreneur n'a pas d'employés et travaille seul. Les micro-entrepreneurs comblent souvent la distance entre un commerce plus importante et des clients distants. Un petit-entrepreneur emploie une à cinq personnes pour la conduite de ses affaires.
<b>Compétences</b>	Ensemble de compétences définies, de connaissances, de qualifications, ou de capacités qui permettent à une personne (ou une organisation) d'agir efficacement au travail ou dans une situation.
<b>Les rôles des genres</b>	Rôles, comportements, activités et attributs socialement construits qu'une société considère comme appropriés et spécifiques à un sexe : hommes ou femmes.
<b>Actifs</b>	La valeur de tous les biens en possession d'une société et qu'elle utilise dans la conduite de ses affaires.
<b>Dépréciation</b>	La dévalorisation d'un actif au fil du temps.
<b>Coût fixe</b>	Une dépense ponctuelle qui ne varie pas en fonction du volume d'affaire.
<b>Passifs</b>	La valeur de ce que l'entreprise doit à quelqu'un d'autre.
<b>Marketing</b>	Le processus de promotion, la vente et la distribution d'un produit ou service.
<b>Recettes nettes/profit</b>	Les recettes moins les dépenses.
<b>Marge bénéficiaire</b>	Le ratio du profit divisé par les recettes, affiché en pourcentage.
<b>Retour sur investissement (RSI)</b>	La somme d'argent qu'un commerce reçoit en contrepartie d'un investissement.
<b>Marché cible</b>	Un groupe spécifique de clients à qui la société souhaite vendre ses produits et services.
<b>Coûts variables</b>	Dépenses qui changent proportionnellement à l'activité d'un commerce.
<b>Coûts directs</b>	L'argent que vous dépensez spécifiquement pour produire/vendre vos articles (par exemple, les salaires, le coût des matériaux).
<b>Coûts indirects</b>	Toutes les charges que vous payez pour gérer votre entreprise en général (par exemple, le loyer, le transport, les coûts de promotion).
<b>La méthode du prix de revient</b>	La portion ou pourcentage que vous ajoutez aux coûts de production du produit/service pour obtenir le prix de vente s'appelle l'augmentation du bénéfice. La plupart des entrepreneurs prennent 20-30 % de bénéfice, mais cela dépend aussi de ce qui se passe sur le marché.
<b>Méthode comparative</b>	Vous comparez votre produit/service à d'autres sur le marché. En fonction de sa qualité et de son coût, vous pouvez baisser le prix, augmenter le prix, ou choisir un prix identique à celui de vos concurrents.

## DOSSIER DE PARTICIPANT: GLOSSAIRE DES TERMES

<b>Méthode ce-que-le-marché-peut-payer</b>	Cette méthode se base sur le concept de l'offre et de la demande (besoins et désirs). Par exemple, si le produit n'est pas disponible sur le marché, le prix pourrait être plus élevé que celui calculé par la méthode du prix de revient. Ou, s'il y a déjà de nombreux produits similaires disponibles sur le marché, le prix doit être inférieur à celui calculé par la méthode du prix de revient. Mais jamais inférieur au prix de revient, sinon vous subirez une perte !
<b>Seuil de rentabilité</b>	Point auquel le coût total et les recettes totales sont égales : il n'y a pas de perte ou de gain net, l'entrepreneur a « équilibré son budget ». Aucune perte, ni aucun profit n'a été engendré.
<b>Business Plan</b>	Document préparé par quelqu'un qui a l'intention de démarrer un commerce ou qui est déjà dans les affaires. Il donne une description complète de l'entreprise et de ses projets pour une période de temps donnée (par exemple, de un à cinq ans).
<b>Fonds de roulement</b>	C'est le solde d'argent comptant de votre entreprise au jour le jour. Si vous avez besoin d'acheter des matériaux ou des stocks, ou de payer les travailleurs, cela viendra de votre fonds de roulement. Lorsque les clients paient comptant pour l'achat de produits, la somme s'ajoute à votre fonds de roulement. Si vous vendez des produits à crédit, cela épuise votre fonds de roulement jusqu'à ce qu'ils remboursent leurs dettes.
<b>Capital d'investissement</b>	C'est l'argent dont vous avez besoin de faire de plus gros investissements et à plus long terme pour votre entreprise.
<b>Objectif de l'entreprise</b>	Les objectifs que l'entreprise vise à atteindre à travers ses activités. Cela comprend le but lucratif ainsi que les objectifs sociaux (par exemple, l'amélioration de la santé des utilisateurs de foyers, la protection de l'environnement en réduisant la consommation de combustible).
<b>Demande</b>	Le groupe cible (visé par le produit (s)/service(s)) et ses caractéristiques.
<b>Modèle de livraison</b>	Mécanisme de financement, propriété et gestion, vente et/ou distribution, collaboration avec d'autres acteurs du marché.

### SECTION AUTONOMISATION

TERME	DÉFINITION
<b>Autonomisation</b>	Capacité pour un individu de créer et d'agir sur les décisions qui affectent sa vie. Composé de deux éléments complémentaires et primordiaux : ressources et agency.
<b>Ressources</b>	Comprennent des supports extrinsèques tels que l'apprentissage de nouvelles compétences, la disponibilité des opportunités, ou l'éducation.
<b>Agency</b>	L'agency (capacité d'agir) se réfère à des supports intrinsèques et est fortement liée à l'estime de soi, le sentiment de contrôle, et la puissance ou l'autonomie.
<b>Conscience de soi</b>	La conscience de soi de la connaissance consciente de son propre caractère, ses sentiments, ses intentions et ses désirs.
<b>Croyance limitative</b>	Une croyance qui fait douter une personne de ce qu'elle peut faire ou être. Elle peut provenir d'une conclusion qu'on a tirée d'un événement.
<b>Intention</b>	Déclaration ou pensée d'un objectif ou d'un but solide. Dans certains cas, cette pensée peut être le point de départ du rêve de toute une vie.
<b>Responsabilité personnelle/ auto-responsabilité</b>	Être garant ou responsable de quelque chose en son pouvoir.
<b>Estime de soi</b>	La capacité de croire en soi et d'avoir une impression favorable de soi.

<b>SECTION LEADERSHIP</b>	
<b>TERME</b>	<b>DÉFINITION</b>
<b>Vision</b>	Déclarations ou points de vues qui guident et fournissent une orientation dans la vie de quelqu'un.
<b>Conflit structurel</b>	Conflit causé par des motifs ou des structures du pouvoir réel ou perçu, qui créent les inégalités perçues.
<b>Objectifs SMART</b>	Objectifs qui sont spécifiques, mesurables, atteignables, réalistes et temporels (assortis de délais).
<b>Proactif</b>	Etre proactif, c'est prendre la responsabilité de soi-mêmes, de ses actions, ses choix et son avenir. « Pro » signifie « pour » littéralement « pour l'action », agir au lieu d'attendre d'être sollicité.
<b>Réponses réactives</b>	Guidées par des sentiments, non des valeurs - réagir sans réfléchir. Les personnes réactives blâment les autres pour leurs problèmes.
<b>Réponses proactives</b>	Guidées par des valeurs. Au lieu de simplement réagir, s'arrêter un instant et sélectionner une réponse qui est en accord avec ses propres valeurs.
<b>Ecoute active</b>	Écouter pour mieux comprendre ; donner toute son attention à celui qui parle.
<b>Communication EPIC</b>	Communication qui passe par les quatre étapes suivantes pour capter une audience : Éveiller l'intérêt, Présenter le problème, Informer des solutions, Convier à l'action.
<b>Éveiller l'intérêt</b>	Attirer ou de gagner l'attention et l'intérêt d'une autre personne.
<b>Plan d'action</b>	Un plan qui explore ce que l'on souhaite atteindre et les objectifs à accomplir pour y arriver. C'est une feuille de route pour la réalisation de ses objectifs et peut être utilisée à des fins personnelles ou commerciales.



**Global Alliance for Clean Cookstoves**  
 1750 Pennsylvania Avenue NW, Suite 300  
 Washington, DC 20006

[www.cleancookstoves.org](http://www.cleancookstoves.org)