

MODÈLE DE BUSINESS PLAN

EXEMPLE 3

Il n'existe pas de modèle universel de business plan convenant à tous les projets. Celui-ci peut comporter les chapitres et éléments suivants :

1 **Une présentation de l'équipe**

2 Une présentation du porteur du projet et des personnes clés de l'entreprise. Avec un résumé des CV. Il est bon de montrer que ces profils sont complémentaires, que l'équipe est expérimentée et qu'elle réunit l'ensemble des compétences nécessaires.

3 **Une présentation des produits et / ou services proposés :**

- À quels besoins répondent-ils ?
- Quelle est l'offre existante ?
- Quel est le caractère innovant des produits/services, les avantages et inconvénients par rapport à l'offre existante ?
- Décrire le contexte, préciser l'opportunité, pourquoi ces produits n'ont-ils pas déjà été proposés ?
- Le marché est-il prêt ?

4 **Le Marché :**

- Qui sont les clients ciblés ?
- Pourquoi l'entreprise apporte-t-elle une solution nouvelle à un besoin existant ?
- Démontrer l'existence d'un marché;
- Résultats d'enquêtes auprès des clients ou prospects;
- Segmentation des clients : identifier les différentes catégories de clients;
- Zone géographique ciblée - Vision du marché : compréhension de l'environnement économique de l'entreprise, principaux acteurs, positionnement dans la chaîne de valeur...
- La taille et l'évolution du marché : démontrer l'importance et la croissance de ce marché;
- Études de marché (Votre étude de la concurrence dès 6€ en devenant membre du Club p-e.net);

5 **Le Modèle Économique :**

6 Cette partie a pour finalité de démontrer la capacité de l'entreprise à créer de la valeur par son activité, à générer un chiffre d'affaires important et une forte rentabilité.

Les points suivants peuvent donc être développés :

- Les sources de revenus de l'entreprise;
- Les canaux de distribution;
- La politique de prix : prix de vente des produits ou services;
- La stratégie commerciale;

7 **La concurrence :**

- Concurrents directs et indirects;
- Barrières à l'entrée pour de nouveaux entrants;
- Mise en valeur des avantages concurrentiels;

8 **La Société ou l'Entreprise :**

- Structure : forme juridique, date de création, début d'activité;
- Capital, nature des apports;

- Actionnaires;

9 Plan d'action :

- Stratégie de l'entreprise, les facteurs clés de succès, objectifs chiffrés;
- Plan de Recherche et Développement (R&D) : investissements et moyens nécessaires;
- Production : site de production, coûts de production des produits ou services, investissements matériels et humains nécessaires;
- Marketing et la communication : objectifs, plan de communication, cibles, messages, supports, budget de communication, plan d'action marketing, campagnes prévues, suivi des performances, budget marketing, taux de conversion, coût de recrutement des clients;
- Plan d'action commerciale : objectifs commerciaux, organisation et animation des équipes de vente, processus de vente;
- Gestion des ressources humaines;
- Plan de développement international;

10 Prévisions financières : Cette partie démontre la rentabilité financière de l'entreprise. Elle fournit habituellement des prévisions trimestrielles sur trois à cinq ans :

- Estimation des revenus : en cohérence avec le modèle de revenus décrit précédemment, à partir d'hypothèses prudentes, détaillées et justifiées;
- Estimation des charges : en cohérence avec le plan d'action décrit précédemment ;
- Point mort: Quand sera-t-il atteint ? Sous quelles conditions ?
- Compte de résultat prévisionnel;
- Bilan prévisionnel;
- Plan de financement : besoins financiers et sources de financement prévues, capitaux propres, autofinancement, aides...;
- Plan de trésorerie (pour la première année, mensuel).

11 Opportunité d'investissement :

- Capitaux nécessaires pour mener à bien le projet, le montant recherché, l'utilisation des fonds;
- Potentiel du projet, les risques identifiés à surveiller, les raisons pour lesquelles l'équipe va réussir;
- Retour sur investissement;

Scénarios de sortie envisagés