



Les avantages à faire un business plan Micro-entrepreneur

Le business plan constitue un outil de pilotage et de développement de l'activité de la micro-entreprise.

Les stratégies commerciales, les modes de production, les prévisions de vente et les financements énumérés dans ce plan forment une ligne directrice qui détermine les prises de décision de l'entrepreneur durant les premières années de lancement de son projet.

Le document montre également une évaluation globale du positionnement de la nouvelle entité par rapport à la concurrence. Les statistiques et les analyses prévisionnelles intégrées au plan permettent au micro-entrepreneur - et aux investisseurs - de mesurer les risques financiers et opérationnels du projet.

In fine, toutes ces informations, compilées dans un document unique d'une vingtaine de pages, vont pouvoir donner une idée précise de la viabilité du projet entrepreneurial.



Que mettre dans un business plan du micro-entrepreneur?

Le contenu du business plan pour auto-entrepreneur est régi par des règles normalisées, reconnues par toutes les TPE et les PME ainsi que l'ensemble des investisseurs potentiels.

Le document comprend plusieurs volets traitant de différents aspects de la création ou de la reprise d'entreprise :

- Financier ;
- Structurel ;
- Opérationnel.

Volet financier du business plan

- ✓ L'analyse financière du projet (modélisation financière)

Volet structurel du business plan

- ✓ La présentation de la structure

Volet opérationnel du business plan

- ✓ Le résumé opérationnel ou « executive summary »
- ✓ La stratégie opérationnelle
- ✓ Les stratégies de soutien mises en œuvre
- ✓ L'étude de marché
- ✓ La présentation de l'offre (produit et/ou prestation de service)



Le résumé opérationnel ou « executive summary »

UPSME
FORMATION

Le Trait d'Union des
Micro-Entrepreneurs

Sur ces deux pages d'introduction, ce résumé opérationnel est une partie très importante de votre business plan. C'est la 1^{ère} chose que les éventuels investisseurs vont lire. Il doit donc être clair, concis et accrocheur.

L'executive summary doit permettre de se faire une idée claire et précise de votre projet.

Il doit susciter la curiosité et l'envie d'en savoir plus.

La présentation du projet consiste à expliquer succinctement en quoi il consiste. Ici, il ne s'agit pas d'entrer dans les détails, quelques lignes suffisent. Cette première partie permet à tous les destinataires de votre business plan de comprendre en quoi consiste votre projet. Vous devez notamment évoquer :

- la nature de votre projet et l'offre que vous comptez proposer,
- le secteur d'activité et le potentiel de votre projet,
- les besoins liés à votre projet.

Ensuite, il faut présenter l'équipe que vous constituez dans le cadre de votre projet. Cet élément est très important à plusieurs niveaux. Avoir une bonne idée ne suffit pas, il faut également réunir les bonnes personnes pour la mettre en œuvre. Les créateurs d'entreprises doivent détenir, ensemble, toutes les compétences requises par le projet, et partager la même vision. Si vous envisagez de rencontrer des investisseurs, c'est un critère très important pour eux.



L'étude de marché, la concurrence et les clients

Bien construite, elle est déterminante pour le business plan. En effet, elle montre que vous connaissez l'environnement économique de votre secteur d'activité et que votre projet entrepreneurial est viable.

Cette rubrique va donc rassembler les données collectées lors de la phase d'étude de faisabilité du projet.

Vous devez :

- Décrire la clientèle ciblée (activité précise, secteur géographique, type de clients, etc.),
- L'étendue du marché, ses perspectives d'évolution (tendances) et de développement. N'oubliez pas éventuellement le cadre réglementaire de ce secteur d'activité.
- Analyser la concurrence : quels sont-ils ? Que proposent-ils ? Leur offre répond-elle aux besoins exacts des clients ?
- Expliquer de quelle façon vous allez réussir à vous démarquer de la concurrence.



Vous devez expliquer quel est le segment de clientèle que vous visez : les profils détaillés des clients, leurs besoins et leurs motivations, leurs critères d'achat, leurs habitudes de consommation, leur localisation, leur budget... Votre cible de clients doit être précise. Dans le cas contraire, vous devez la segmenter en plusieurs catégories.



Enfin, l'analyse de vos concurrents est un travail important dans le cadre de l'élaboration de votre business plan. Elle vous permet de mettre en évidence les opportunités qui se présentent à vous. Les faiblesses détectées chez vos principaux concurrents vous permettront de justifier les avantages concurrentiels sur lesquels vous souhaitez vous appuyer. Il est important de vous focaliser sur vos principaux concurrents.



Le positionnement et l'offre de produits/services

Les personnes qui vont découvrir votre projet doivent immédiatement comprendre en quoi consiste votre produit et/ou la prestation de service, ainsi que la valeur ajoutée qu'il ou elle apporte.

Vous allez devoir montrer que vous connaissez les points forts de votre offre mais également que vous avez conscience de ses points d'amélioration.

Enfin, vous allez indiquer à quel stade de développement votre projet se trouve, les éventuels tests effectués, et tout ce qui peut aider le rendre concret aux yeux de vos lecteurs.

Le lecteur s'attend à connaître les particularités de l'offre de votre micro-entreprise dans le business plan :

- La gamme de prix ;
- La nature de l'activité ;
- La proposition de valeur du service ou du produit.

Le travail de positionnement est directement lié à l'étape précédente. En présence de concurrents, vous devez rechercher un positionnement différent. Ce réflexe est très important pour que votre micro-entreprise crée de la valeur. À défaut, vous ajouterez une offre supplémentaire sur le marché et similaire à ce qui existe déjà. Une forte concurrence est destructrice de valeur : les prix seront tirés vers le bas et il faudra mettre d'avantage de moyens en œuvre pour vendre vos produits ou services.

Pour qu'elle soit performante, votre offre de produits ou de services doit :

- répondre aux besoins des segments de clients que vous visez et à leurs critères de choix,
- et se différencier des offres concurrentes, en exploitant un ou plusieurs de leurs faiblesses.

L'explication de votre positionnement et la description détaillée de votre offre de produits ou de services (caractéristiques, prix, processus de vente, service client...) sont des éléments très importants de votre business plan.



Les objectifs, le plan d'action et les moyens nécessaires (opérationnels)

Dans votre business plan, vous devez déterminer les objectifs précis que vous ambitionnez d'atteindre. Ces objectifs peuvent être quantitatifs ou qualitatifs, et ils doivent se rattacher à une période que vous déterminez. Par exemple :

- réaliser 2500, voire 3000 euros de chiffre d'affaires par mois à compter de la deuxième année d'activité,
- avoir le service qui enregistre le meilleur taux de satisfaction sur le marché,
- obtenir 10 nouveaux clients par mois,
- intervenir dans un rayon de 50 kilomètres au bout de 6 mois, voir envisager l'ouverture d'un nouvel établissement,

Un objectif doit être mesurable, défini dans le temps et réalisable (ce qui ne signifie pas qu'il ne doit pas être ambitieux). Ensuite, vous devez concevoir un plan d'action afin d'expliquer comment vous comptez vous y prendre pour atteindre les objectifs fixés, et déterminer quels sont les moyens à mobiliser pour réaliser chaque action prévue.

Au niveau des besoins, nous vous conseillons de collecter un maximum d'informations auprès de vos futurs fournisseurs. Cela vous permet d'obtenir une estimation précise du budget à prévoir et des modalités qui seront appliquées. Concernant les investissements, des devis sont nécessaires. Si vous avez besoin d'un financement, ces documents seront demandés par l'établissement bancaire.



Le financement, le local et les choix de création d'entreprise

UPSME
FORMATION

Le trait d'union des
Micro-Entrepreneurs

Votre business plan doit présenter plusieurs éléments importants de votre future entreprise :

- votre local professionnel : choix, caractéristiques, zone de chalandise...
- le financement du projet,
- le statut juridique de votre future entreprise et son organisation,
- les choix effectués au niveau fiscal.

Il s'agit ici d'évoquer la configuration de votre future entreprise, le financement du projet et l'installation de l'activité.

Concernant le financement, vous devez expliquer quelles sont les ressources que vous allez mobiliser pour financer vos dépenses et vos investissements. En l'absence de ressources financières suffisantes, votre projet ne peut pas voir le jour. Sa faisabilité financière n'est pas validée.

Ensuite, il est très important d'expliquer où va se dérouler l'exercice de votre activité. Si vous avez déjà ciblé un local, il faut le présenter dans votre business plan : lieu d'implantation, zone de chalandise, caractéristiques et équipements présents, travaux à prévoir, capacité... Le local choisi doit être compatible avec votre projet et les objectifs que vous vous êtes fixés.

Enfin, les choix de création d'entreprise sont un sujet sur lequel vous ne devez pas hésiter à vous faire accompagner par un professionnel. De plus, les options que vous choisissez auront un impact sur votre prévisionnel financier.



La modélisation financière du projet

Tout le business plan est élaboré et articulé autour de cette partie.

- C'est dire l'importance qu'elle revêt.
- C'est dans cette analyse financière que sont décrits vos besoins de financement, et donc ce que vous attendez des personnes à qui vous allez présenter votre projet ...
- Les éventuels investisseurs doivent avoir une idée très claire et très précise des contreparties que vous proposez,
- Vous marquerez des points si vous ajoutez à cette partie un plan de développement. Votre projet n'en sera que plus crédible !

Le plan financier est un ensemble de tableaux détaillant les sources de financement et les besoins financiers de l'entreprise. Cette partie contient également un prévisionnel financier complet :

- Du chiffre d'affaires ;
- Des flux de trésorerie ;
- Des plans de remboursement ;
- Du seuil de rentabilité.



La validation du business plan

Valider la préparation du projet

Valider l'étude financière du business plan

Valider la préparation du projet

L'un des points les plus importants est de valider votre positionnement et votre offre auprès de vos futurs clients. Il doit s'agir de votre priorité numéro un. Les sondages et les échanges directs sont très importants, de même que les tests. Pour que votre business fonctionne, votre offre doit correspondre aux attentes de la clientèle

Ensuite, vous pouvez échanger avec des entrepreneurs, des conseillers en création d'entreprise et des proches. N'hésitez pas à solliciter un maximum d'avis par rapport à votre projet. Cela vous permet d'obtenir des analyses de la part de personnes extérieures qui n'ont aucun rapport avec votre projet. Les retours peuvent être intéressants sur les sujets liés au choix de votre local, à votre marché en général et à vos concurrents, ou encore à la constitution de votre équipe projet.

Le financement, le montage juridique et les choix fiscaux peuvent être validés par votre expert-comptable ou votre conseiller en création d'entreprise. Il s'agit d'éléments techniques sur lesquels l'expertise d'un professionnel est la bienvenue.

Valider l'étude financière du business plan

Le meilleur interlocuteur pour valider le prévisionnel financier intégré dans votre business plan est un expert-comptable. Ce professionnel est particulièrement compétent en analyse comptable, financière et fiscale. Il pourra donc vérifier un certain nombre d'éléments financiers importants :

- l'équilibre financier de votre projet et de son plan de financement,
- l'évaluation de tous les éléments chiffrés incorporés dans le prévisionnel,
- l'estimation des impôts, des taxes et des cotisations sociales,
- la cohérence des tableaux financiers (compte de résultat, bilan, tableau de trésorerie...).

Lorsque le prévisionnel comporte des erreurs, l'expert-comptable peut le retravailler pour vous proposer des tableaux corrigés. Il vous suffira ensuite de les incorporer dans votre business plan à la place des précédents.