

BUSINESS PLAN
& Étude financiÈre

nom du Projet

Logo

Nom du porteur de projet

Adresse

Coordonnées

Date

# Présentation des porteurs de projet

Nom, prénom, coordonnées, situation de famille.

Formation, diplômes, expérience professionnelle, activités extra ou para-professionnelles.

(joindre CV en annexe)

Mettre en avant ses points forts ; insister sur la cohérence du parcours, de la personnalité avec le projet.

# 2 - Présentation du projet (executive summary)

## Résumé du projet

Décrire le projet en quelques phrases simples et impactantes.

## Origine du projet

Décrire l’origine du projet en quelques phrases.

Introduire les opportunités et atouts.

## Les objectifs du projet

Quel est l’objectif de cette création d’entreprise ? Motivations personnelles et objectifs tournés vers les autres.

## Stade d’avancement du projet

Décrire ce qui a été fait et ce qui reste à faire sur le projet.

Planning de lancement.

Lister éventuellement les financements déjà acquis.

# 3 - Étude de marché

## Hypothèses et méthode d’étude de marché

Décrire les hypothèses d’étude de marché :

* Le produit ou service pré-ciblé
* Le marché pré-ciblé : décrire le secteur d’activité dans lequel le produit s’inscrit.

Lister et décrire les méthodes choisies pour réaliser l’étude de marché :

* Questionnaire,
* Etude documentaire,
* Etude de concurrence,
* Etude métier
* etc.

## Approche générale du marché

Décrire le marché, ses principales caractéristiques, historique et perspectives.

Citer ses sources : observation, articles, statistiques, outils utilisés.

Les menaces et opportunités du marché : les lister dans un tableau par exemple.

## Caractéristiques de la demande

Volume et évolution de la demande

Tendances de consommation

Types de clientèle (segmentation)

Lister les prescripteurs (partenaires qui peuvent renvoyer des clients)

## Caractéristiques de L’offre

Concurrence directe et indirecte : lister les concurrents et les décrire.

Lister les points forts et les points faibles.

## Caractéristiques de L’environnement

Décrire le cadre légal, réglementaire, les facteurs externes au marché lui-même, l’évolution des technologies.

Lister les menaces et les opportunités de l’environnement.

## chiffre d’affaires

Part de marché visée et volume de chiffre d’affaires prévisible.

# 4 – Stratégie marketing et moyens commerciaux

## Choix des segments de clientèle

Rappeler les différents types de clientèles. Expliquer quels segments de clientèle vont constituer la cible et pourquoi ce choix.

Expliquer les grandes lignes du positionnement stratégique.

## Marketing

Présenter la politique marketing générale :

* choix du nom, du logo et des couleurs,
* choix du message, du slogan.

Présenter les éléments du marketing-mix :

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Segment de clientèle** | **Produit proposé** | **Positionnement en termes de prix** | **Lieu de distribution (si applicable)** | **Style et mode de communication** |
| ***Segment 1 (décrire)*** |  |  |  |  |
| ***Segment 2 (décrire)*** |  |  |  |  |
| ***Segment 3 (décrire)*** |  |  |  |  |

Décrire le marketing-mix et les choix proposés.

Insister sur la cohérence entre tous les éléments du marketing-mix.

## Politique commerciale et de communication

Plan marketing : lister les actions commerciales et actions de communication prévues dans le temps. Inscrire leur coût si possible.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Type d’action** | **Janvier** | **Février** | **Mars** | **…** |
| ***Actions pour se faire connaître :******-******-******-******-******-*** | *€* | *€* | *€* | *€* |
| ***Actions pour faire tester ou essayer :******-******-******-******-*** | *€* | *€* | *€* | *€* |
| ***Actions pour faire acheter :******-******-******-******-*** | *€* | *€* | *€* | *€* |
| ***Actions pour fidéliser :******-******-******-******-*** | *€* | *€* | *€* | *€* |

Lister les moyens à mettre en œuvre et les partenaires sollicités pour les actions commerciales et de communication.

# 5 – Moyens de production et organisation

## Les locaux

Liste des locaux, baux, conditions négociées, coût, utilité.

## Le matériel

Liste, mode d’acquisition ou de location, coût, utilité, renouvellement.

## Les moyens humains

Personnel, plannings, horaires, coût, charges sociales.

Indiquer une répartition claire des tâches.

## Les fournisseurs et sous-traitants

Liste des fournisseurs et/ou sous-traitants, devis obtenus, tarifs, conditions négociées.

# 6 – Statut juridique

Indiquer le statut juridique retenu et les raisons de ce choix.

# 7 – Étude des risques

Lister les risques pouvant peser sur l’entreprise et les moyens de les contourner ou de les annuler.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Nature de risque** | **Description des risques** | **Stratégie de traitement des risques** |
| ***Risques liés à l’environnement général*** |  |  |
| ***Risques liés au marché*** |  |  |
| ***Risques liés aux outils opérationnels (matériel, informatique)*** |  |  |
| ***Risques liés aux personnes*** |  |  |
| ***Risques liés aux tiers*** |  |  |

# 8 – Plan financier prévisionnel

Insérer le plan financier prévisionnel (voir notre modèle Excel).

Commenter les principaux chiffres.

# 9 – Annexes

Renvoyer en annexe les documents trop volumineux ou difficiles à lire :

* étude de marché complète,
* contrats,
* conditions générales de vente,
* etc.