Apprendre & Entreprendre

GENILEM

Le plan d'affaires

Le plan d'affaires (1)

- Buts principaux
  - Analyser et évaluer le projet d'entreprise (nécessité pour l'entrepreneur de prendre du recul, d'adopter des règles de gestion plus stricte, à être plus objectif)
  - Organiser le travail en groupe et améliorer les compétences de l'équipe (obligation de dégager des consensus sur les objectifs et les moyens pour les atteindre)
  - Présenter le projet et trouver des partenaires (financiers, commerciaux, etc.)

La réalisation d'un plan d'affaires n'est que la concrétisation d'un travail d'étude de faisabilité, mené en interne ou en liaison avec des partenaires extérieurs spécialisés.

Le plan d'affaires (2)

- Les règles de base
  - Sur le fonds
    - rédiger un document clair et compréhensif en évitant le plus possible les termes techniques,
    - établir une distinction entre les faits réels et ceux à venir,
    - évoquer aussi les aspects négatifs,
    - réduire le plan d'affaires à un maximum de 20 pages (annexes incluses),
    - ne pas hésiter à insérer des schémas et graphiques.
  - Sur la forme
    - relier un plan d'affaires,
    - mettre sur la page de garde, nom et prénom du porteur de projet et de l'entreprise, adresse et no de téléphone,
    - inclure une table des matières,
    - les pièces jointes (CV, plan financier, articles rédactionnels, brochures, etc.) vont en annexes.

Le plan d'affaires (3)

- Le contenu et les principaux chapitres
  (1) Présentation générale (ou résumé)
  (2) Le(s) produit(s)/service(s) proposé(s)
  (3) Présentation du marché
  (4) L'entreprise sur son marché
  (5) La production
  (6) L'organisation de l'entreprise
  (7) Le dossier financier
  (8) Forces et faiblesses
  (9) Conclusion

Le plan d'affaires (4)

1. Présentation générale (ou résumé)
   - Présentation de l'entreprise, de ses projets actuels et futurs
   - Une des parties les plus importantes du plan d'affaires
   - 2 pages maximum

PRESENTATION GENERALE

Présentation générale du projet

- Fiche signalétique de la société (raison sociale, localisation, forme juridique, capital-actions),
- Domaine d'activités, produits?
- Besoins auxquels vont répondre les produits et quels sont les clients visés?
- Moyens utilisés (financiers, technologiques et humains)?

Présentation générale du(des) créateur(s)

- Qui est le créateur? Qui est le leader?
- Quel est le CV du ou des créateurs?
- Quelles sont les forces et faiblesses des créateurs?

Le plan d'affaires (5)

2. Le(s) produit(s) / service(s) proposé(s)

- Présentation du produit /service vendu
  - A quoi sert-il?
  - A quel besoin précis répond t-il?

Définition précise

- Caractéristiques techniques
- Description précise

Environnement technique

- Principaux termes du Vocabulaire technique
- Etat de la technologie sur le marché? Et son évolution future?
- Technologies concurrentes actuelles et futures?

Protection intellectuelle

- Brevet? Validité? Extensions géographiques?
- Propriétaire du brevet?
- Paiement des royalties?

R&D

- Etat de développement du produit?
- Risques liés au développement?
- Coût du développement?

Le plan d'affaires (6)

3. Présentation du marché

- Avant de se lancer, le créateur doit se poser deux questions cruciales:
  - Existe-t-il un marché rentable?
  - Existe-t-il un marché et des consommateurs veulent-ils acheter les prestations commerciales?

Etude de marché	Le produit sur son marché	Le fonctionnement du marché	Evaluation du marché	Concurrence
• Vitale • Permet de recueillir des informations sur les différents acteurs du marché	• Comment le produit répond aux besoins du marché? • Quel sera l'utilisateur final? • A quels besoins le produit répond il? • Comment ce besoin est satisfait actuellement?	• Segmentation • Comment le marché fonctionne? • Processus qui mène à la vente? • Système de distribution? • Réglementation?	• Potentiel du marché? • Evolution probable dans le temps?	• Etat de la concurrence? •Que vend t-elle? • Nouveaux produits annoncés

Le plan d'affaires (7)

4. L'entreprise sur son marché

- Sert à exposer les stratégies marketing de la société
- Sert à expliquer comment la société pense atteindre les objectifs fixés

Positionnement	Le prix	Stratégie commerciale	Organisation force de vente	Plan action commerciale
• Comment l'entreprise se différencie t-elle de ses concurrents? •Quelle image veut-elle donner?	•Prix pratiqué sur le marché? Son évolution probable? •Politique de prix?	•Objectifs de vente? •Système de distribution?	•Comment sera--t-elle organisée? •Système de rémunération? •Coût et structure humaine nécessaire?	• Quelles sont les actions commerciales choisies?

Le plan d'affaires (8)

5. La production

- Répertorier toutes les données indispensables (prod. interne, ss-traitance, achat de mat., etc…) au bon déroulement du processus de production

Processus de production	Les fournisseurs	Prix de revient unitaire
•Comment est organisé le processus de production? •Production en interne ou sous-traitance? •Organisation de la production interne? •Stocks nécessaires?	•Qui sont-ils? •Caractéristiques de l'accord (prix, délai de paiement et de fabrication, tec.)	• Coût d'achat des mat.1ère • Coût direct des machines (amortissement et entretien) • Autres coûts directs (emballage, assurance, transport, etc.)

Le plan d'affaires (9)

6. Organisation de l'entreprise
   - Les hommes et les fonctions
     - Organigramme de la société
     - Objectifs et responsabilités de chacun
   - Organisation juridique
     - Structure juridique envisagée?
     - Actionnaires prévus?
     - Aspects juridiques spéciaux?

Le plan d'affaires (10)

7. Le dossier financier
   - Budget de trésorerie mensuel sur 24 mois
   - Compte de résultat prévisionnel sur 3 ans
   - Bilan initial
   - Financement prévu (fonds propres, prêts bancaires, business angels, etc.)

8. Forces & Faiblesses

9. Conclusion