|  |
| --- |
| [Nom de la société] |
| [Titre du document] |
| [Sous-titre du document] |

|  |
| --- |
| Auteur[Date] |

Table des matières

[i. Résumé du projet 2](#_Toc521657787)

[ii. Présentation du/des porteur(s) de projet 3](#_Toc521657788)

[CV 3](#_Toc521657789)

[Parcours professionnel et compétences 3](#_Toc521657790)

[Situation privée 3](#_Toc521657791)

[Motivations 3](#_Toc521657792)

[iii. Description du projet 4](#_Toc521657793)

[Informations sur le projet 4](#_Toc521657794)

[Nom et charte graphique 4](#_Toc521657795)

[Lieu - Emplacement 4](#_Toc521657796)

[Horaires 4](#_Toc521657797)

[Cadre juridique 5](#_Toc521657798)

[Partenaires 5](#_Toc521657799)

[iv. Etude de marché 6](#_Toc521657800)

[Mon marché – Mon secteur 6](#_Toc521657801)

[La situation géographique (Rubrique lors de la création d’un commerce) 6](#_Toc521657802)

[La concurrence 6](#_Toc521657803)

[La clientèle 7](#_Toc521657804)

[Les fournisseurs 7](#_Toc521657805)

[V. Stratégie – Marketing - Communication 8](#_Toc521657806)

[La vision de mon entreprise 8](#_Toc521657807)

[Les valeurs de mon entreprise 8](#_Toc521657808)

[L’approche commerciale 8](#_Toc521657809)

[L’approche marketing 8](#_Toc521657810)

[VI. Le plan financier 9](#_Toc521657811)

[Détermination du CA 9](#_Toc521657812)

[Liste des charges variables 9](#_Toc521657813)

[Liste des charges fixes - frais de fonctionnement 9](#_Toc521657814)

[Le personnel 10](#_Toc521657815)

[Liste des investissements 10](#_Toc521657816)

[Le capital 10](#_Toc521657817)

[Les financements 10](#_Toc521657818)

[Etude de la rentabilité et du besoin en fonds de roulement 11](#_Toc521657819)

Business plan

Un business plan vous oblige à réfléchir sur votre activité, votre positionnement par rapport aux concurrents, votre marché, l’évolution de vos produits et services, l’analyse de vos aptitudes, ressources, atouts et faiblesses, vos stratégies futures et votre état financier. Il vous aide à décrire les lignes directives du futur de votre entreprise, ce à quoi vous aspirez.

Le business plan va permettre de répondre aux interrogations de vos futurs partenaires (les banques, votre comptable, vos fournisseurs, etc.) et de les convaincre à vous suivre dans l’aventure.

Grâce à ce document, votre interlocuteur pourra rapidement comprendre les tenants et aboutissants de votre projet

# Résumé du projet

Expliquez en quelques lignes votre projet d’entreprise.



# Présentation du/des porteur(s) de projet

## CV

Encodez ci-dessous votre Curriculum Vitae. Ce dernier est une synthèse de votre parcours professionnel et de vos formations.

##  Parcours professionnel et compétences

Décrivez vos expériences personnelles, vos compétences et vos savoir-faire. Montrez en quoi ces différents éléments vous seront bénéfiques dans le développement de votre projet.

## Situation privée

Présentez votre situation actuelle. Etes-vous en couple ? Avez-vous des enfants ? Avez-vous des remboursements financiers privés à honorer ?

##  Motivations

Quelles sont vos motivations personnelles à devenir indépendant, à devenir votre propre patron ?

# Description du projet

##  Informations sur le projet

Développez votre projet. Est-ce une création ou une reprise d’entreprise ? Quel est votre secteur d’activité ? Quel(s) produit(s)/service(s) allez-vous vendre ?

##

## Nom et charte graphique

Quel nom portera votre entreprise ? Avez-vous un logo ? Quelles en sont les couleurs ? Développez votre image graphique.

##  Lieu – Emplacement

Où votre projet s’implantera-t-il ? Nécessitez-vous d’un rez-de-chaussée commercial, d’un bureau ? S’agit-il d’un projet itinérant, ambulant ?

## Horaires

Développez dans le tableau ci-dessous le déroulement de votre projet durant une semaine type. Cet exercice vous aidera à voir si votre vie professionnelle sera compatible avec votre vie privée.

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|   | Lundi | Mardi | Mercredi | Jeudi | Vendredi | Samedi | Dimanche |
| Matin |  |  |  |  |  |  |  |
| Après-midi |  |  |  |  |  |  |  |
| Soir |  |  |  |  |  |  |  |

## Cadre juridique

Votre projet s’inscrit-il dans un cadre juridique particulier ? Avez-vous besoin d’autorisations, de certifications ? De quels organismes devez-vous respecter les règles et normes ? Quelles sont-elles ? Quelle est la forme juridique choisie ?

##

## Partenaires

Quels sont les partenaires qui vous accompagnent, vous épaulent, dans l’étude de votre projet, et qui vous entoureront dans le quotidien de votre activité (comptable, banques, organisme d’accompagnement, notaire, …).

## Synergie vie privée – vie professionnelle

Démontrez la synergie possible entre votre situation et le démarrage de votre projet d’entreprise.

# Etude de marché

Votre étude de marché va vous permettre de réduire l’incertitude et augmenter vos chances de réussite car elle permet de tester vos hypothèses de départ et de mieux connaître votre situation.

Pour mener au mieux votre étude de marché, il est conseillé de se rendre sur le terrain, d’interroger votre public cible et d’analyser leur comportement. De plus, vous pouvez compléter votre analyse grâce à des données scientifiques : littérature scientifique, bases de données, enquêtes, etc. Ou encore, grâce à des articles de presse.

## Mon marché – Mon secteur

Dans quel secteur allez-vous démarrer votre activité ? Quelle est la taille de ce marché ? Est-il en croissance ? Quels éléments (articles de presse, reportages, …) appuient votre démarche d’intégration du secteur ?

###  La situation géographique (Rubrique lors de la création d’un commerce)

Etudiez le secteur géographique de votre projet, votre zone de chalandise. Quel est le nombre d’habitants dans votre zone ? Quels sont les différents commerces qui vous entourent ? Quels sont les accès routiers et les zones de parking ? Quelles sont les politiques communales en termes de développement commercial dans votre zone ?

## La concurrence

Qui sont vos concurrents sur votre marché et/ou dans votre zone de chalandise ? Réalisez un profil de chacun de vos concurrents (leurs identités visuelles, leurs prix, leurs avantages, leurs offres, leurs techniques commerciales, leurs communications, leurs faiblesses, …) afin de trouver votre place et de vous démarquer.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Conc. 1 | Conc. 2 | Conc. 3 | Conc. 4 | Conc. 5 | Conc. 6 | … | Moi |
| Prix |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Offres |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Horaires |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Identités v. |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Commu. |  |  |  |  |  |  |  |  |
| S.A.V. |  |  |  |  |  |  |  |  |
| … |  |  |  |  |  |  |  |  |

##  La clientèle

Dégagez le profil de vos potentiels clients (leurs âges, leurs genres, leurs niveaux de revenus, leurs disponibilités, leurs moyens financiers, etc. et/ou leurs caractéristiques psychologiques : personnalité, attitudes, valeurs, intérêts, etc.). Qui sont ceux qui sont susceptibles de devenir les consommateurs de vos produits et/ou services et à quel prix ? Une bonne connaissance de vos clients vous permettra également de mieux les cibler lors de vos campagnes marketing.

##  Les fournisseurs

Listez vos différents fournisseurs et leur politique de travail. Quels sont leurs prix ? Quels sont leurs délais de livraison ? Quels sont les délais de paiement qu’ils accordent ? Etablissez une comparaison pour les fournisseurs vous proposant les mêmes produits/services.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Fournisseur 1 | Fournisseur 2 | Fournisseur 3 | Fournisseur 4 | Fournisseur 5 |
| Produit/service |  |  |  |  |  |
| Prix |  |  |  |  |  |
| Livraison |  |  |  |  |  |
| Paiement |  |  |  |  |  |
| … |  |  |  |  |  |

# Stratégie – Marketing - Communication

##  La vision de mon entreprise

Où serez-vous dans plusieurs années ? Quel objectif souhaitez-vous atteindre à moyen terme et long terme ? Il est important que la vision de l’entreprise soit réaliste et suffisamment optimiste pour vous motiver vous et votre équipe.

##  Les valeurs de mon entreprise

Quels sont vos principes moraux ? Quels sont vos principes sociétaux ? Ils vont vous aider dans vos décisions stratégiques et à faire évoluer l’entreprise. Les valeurs de l’entreprise sont liées à la vision.

##  L’approche commerciale

Quel sera ma politique de prix ? Comment vais-je vendre ? Quelle est ma politique de vente ? Quelle sera mon service d’après-vente ? Quelles sont mes conditions de vente ? Quel sera mon délai de paiement proposé ?

## L’approche marketing

Comment allez-vous vous faire connaître ? Par quels biais ? Quelle sera votre image de marque ?

# Le plan financier

Voici la partie financière de votre business plan. C’est grâce à cette dernière que vous pourrez vous assurer de la viabilité de votre projet, en estimant sa future rentabilité et ses futures besoins éventuels de trésorerie :

## Détermination du CA

Le chiffres d’affaires est constitué de tous les revenus que votre activité va générer. Une bonne estimation de vos revenus vous permettra de savoir si votre entreprise est rentable. Il est donc primordial de détailler chacun des produits/services que vous aller vendre, avec son prix, ses quantités vendues, sa fréquence de vente, …

Exemples : produit (unités vendues) ; service (heures facturées) ; abonnement ; subside ; ou encore les autres revenus (encodage en euros)

## Liste des charges variables

Une charge variable varie selon le volume d’activité : plus l’activité progresse, plus les charges variables sont importantes ; et inversement. Détaillez l’ensemble de vos charges variables avec leur prix, leur fournisseur (voir point 3e.), …

Exemples : achats de marchandises et de matières, sous-traitance, commissions …

## Liste des charges fixes - frais de fonctionnement

Les charges fixes sont liées à l’existence même de l’entreprise. Elles ne sont pas directement liées au chiffre d’affaires, c’est-à-dire qu’elles demeurent indépendantes du niveau de vente ou de production.

Exemples : Loyers, électricité, assurances, honoraires, essence … Il est important de bien toute les lister avec leur prix, leur fournisseur, leur fréquence d’apparition.

## Le personnel

Pour mener à bien votre projet, avez-vous besoin de main d’œuvre ? De combien d’employés/ouvriers avez-vous besoin pour pouvoir faire tourner l’entreprise ? Quel est le salaire brut/net que vous vous proposez de leur verser ?

## Liste des investissements

Les investissements sont les dépenses faites pour acquérir les éléments indispensables au fonctionnement de l’entreprise au quotidien. Ces investissements font l’objet d’un amortissement comptable dont la durée et le taux varient en fonction de la nature des éléments acquis. Listez les différents éléments et leur prix d’achat indispensables au démarrage et au fonctionnement de l’entreprise.

Exemple : machine, voiture, nouvelle construction, travaux d’aménagement, etc.

## Le capital

Le capital correspond à l’argent que vous êtes prêts à apporter pour votre entreprise. Le capital est primordial, sans lui, il vous sera difficile d’obtenir un prêt à la banque.

## Les financements

Les financements sont les ressources financières autres que vos apports propres qui vous aideront à mettre sur pieds votre projet. Identifiez les différentes sources de financement auxquelles vous comptez faire appel.

Exemple : prêt bancaire, crowdfunding, investisseur, Business Angel, subside, prêt subordonné, etc.

## Etude de la rentabilité et du besoin en fonds de roulement

À la suite de cette réflexion, vous allez pouvoir encoder vos différents chiffres dans le logiciel HannaHGo. HannaHGo génèrera alors vos prévisions de rentabilité, de trésorerie, ainsi qu’un compte de résultat et un bilan.

Ces divers résultats vous permettront de voir :

* Si votre projet est viable/rentable,
* A quel moment dépasserez-vous votre seuil de rentabilité,
* Si vous avez besoin de plus de financement,
* Si votre liquidité est suffisante pour palier aux aléas des premiers pas de l’activité,
* …

Attention, ces divers résultats devront également figurer dans votre business modèle.