

SOMMAIRE

PRESENTATION GENERALE	3
<i>SYNTHESE</i>	3
<i>L'EQUIPE</i>	4
<i>LE PROJET</i>.....	5
LE PRODUIT/SERVICE ET LE MARCHE.....	6
<i>LE PRODUIT / SERVICE PROPOSE</i>.....	6
<i>LE MARCHE</i>.....	7
<i>L'ENVIRONNEMENT</i>.....	8
L'ENTREPRISE DANS SON MARCHE.....	9
<i>LA CLIENTELE</i>	9
<i>LA CONCURRENCE</i>.....	10
<i>LES FOURNISSEURS</i>.....	12
<i>LA SOUS-TRAITANCE</i>.....	13
<i>L'EMPLACEMENT</i>.....	14
LA STRATEGIE COMMERCIALE.....	15
PROJECTIONS GENERALES	16

PRESENTATION GENERALE

Cette page synthétise des aspects de votre projet, il est recommandé de la remplir en dernier.

SYNTHESE

Nature du projet

Expliquez de manière succincte votre projet

Nom de l'entreprise :

Localisation :

Forme juridique :

Capital social et répartition :

Sauf pour une entreprise individuelle

Date souhaitée de l'immatriculation :

Stade du projet

A quel stade en êtes-vous ? Quand comptez-vous démarrer ? Que reste-t-il à faire ?

Aides envisagées

Financières (subventions/prêts/etc.), sociales (exonérations de cotisations sociales, etc.),
logistiques (accompagnement, caution morale, etc.), participations en fond propres, etc.

Type d'aide	Organisme	Montant	Etat d'avancement / démarches

L'EQUIPE

Si vous êtes plusieurs, faites une page par membre de l'équipe

Nom et prénom :

Date de naissance :

Adresse personnelle :

Numéro de téléphone :

Nationalité :

Adresse email :

Situation familiale (célibataire, marié(e), pacsé(e), etc.) :

Fonction(s) actuelle(s) :

Fonction(s) dans la future entreprise :

Formation(s)

--

Expérience(s) professionnelle(s)

--

Activité(s) extra professionnelle(s) et loisir(s)

--

LE PROJET

Genèse du projet

D'où vient l'idée ? Souhaitez-vous profiter d'une expérience, d'une opportunité, etc. ?

Motivations

Comment en êtes-vous arrivé(e) à envisager de créer ou reprendre votre entreprise ?

Objectif(s) poursuivi(s)

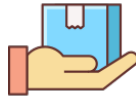
Quel(s) objectif(s) recherchez-vous à travers ce projet ? L'indépendance ? Le gain financier ? La reconnaissance ? Le poste de dirigeant ? Quel revenu financier désirez-vous sortir ? etc.

Dimension

Quelle importance souhaitez-vous donner à votre entreprise ? Activité à temps plein, activité secondaire ? Effectif visé, part de marché ? Dimension nationale, internationale ?

LE PRODUIT/SERVICE ET LE MARCHÉ

LE PRODUIT / SERVICE PROPOSE



Caractéristiques

Quelles sont les différentes caractéristiques de votre produit/service. Qu'est-ce et à quoi sert-il ? Description physique, technique, utilisation ? Répond-il à un besoin ?

Usage secondaire

Existe-t-il d'autres utilisations possibles pouvant accroître l'intérêt du produit/service ?

Photo/représentation de votre produit/service

Ajouter une illustration si cela est pertinent

LE MARCHE



Marché concerné

Quel est le marché dans lequel vous souhaitez vous situer ? A quel(s) besoin(s) répondez-vous ? Le marché visé est-il local, national, international, de niche, récent, saisonnier, etc. ?

Caractéristiques et tendances

Décrivez les caractéristiques de votre marché (zone géographique, taille en volume, en valeur, etc.) et les évolutions du marché (taux de croissance, possibilité d'évolution, maturité)

Éléments complémentaires à signaler

Si d'autres éléments valorisent votre marché, indiquez le ici.

Si vous avez effectué une enquête terrain, ou récolté des données via un questionnaire viable, indiquez-le. Mettez en avant les résultats pertinents (vous pouvez également créer une annexe pour répertorier toutes vos analyses)

L'ENVIRONNEMENT

Économique

Existe-t-il des facteurs économiques pouvant impacter votre projet ? Une augmentation du pouvoir d'achat via l'augmentation du SMIC ? Évolution des taux d'emprunts, inflation, etc.

Juridique et environnemental

Votre marché est-il soumis à des réglementations (de travail, sur l'environnement, etc.), des normes (de sécurité, etc.) ? Est-il nécessaire d'avoir des diplômes ou autorisations ?

Politique

Votre marché est-il influencé par la présence de lobbyings, de militants syndicaux forts, d'une politique régionale favorable, etc. ?

Technologique

Quel est l'impact de l'innovation technologique sur votre projet ? Y a-t-il un risque important de substitution de votre produit/service ? La présence d'aides financières ?

Éléments complémentaires à signaler

Indiquez les éléments complémentaires pouvant impacter votre environnement (sociologiques, urbains, événementiels, etc.)

L'ENTREPRISE DANS SON MARCHÉ

LA CLIENTÈLE

Type de clientèle visée Grand public BtoC, professionnelle BtoB, associative...	Caractéristiques Age, sexe, CSP, revenus, lieu de résidence, taille de l'entreprise, consommation moyenne, etc.	Prescripteurs Qui peut vous recommander, prescrire vos produits/services	Répartition prévisionnelle en % du CA global

LA CONCURRENCE

Nom du concurrent Principaux concurrents directs et indirects	Caractéristiques Offre proposée, prix, services et garanties, stratégie de communication, réputation...	Localisation Proximité géographique, internet, etc.	Forces et faiblesses Avis clients, fournisseurs, forces commerciales, partenariats, part de marché	Votre valeur ajoutée Vos avantages compétitifs vs. ces concurrents

Nom du concurrent Principaux concurrents directs et indirects	Caractéristiques Offre proposée, prix, services et garanties, stratégie de communication, réputation...	Localisation Proximité géographique, internet, etc.	Forces et faiblesses Avis clients, fournisseurs, forces commerciales, partenariats, part de marché	Votre valeur ajoutée Vos avantages compétitifs vs. ces concurrents

LES FOURNISSEURS

Catégorie de fournisseur Matière première, produits finis, etc	Nombre de fournisseurs et noms Susceptibles de répondre à vos besoins	Conditions de règlement A date de facture, 45 jours fin de mois, etc.	Poids du fournisseur dans mes achats Mesurée en %

LA SOUS-TRAITANCE

Catégorie de sous-traitance Travaux, emploi, livraison, etc	Nombre d'entreprise de sous-traitance Susceptibles de répondre à vos besoins	Conditions de règlement A date de facture, 45 jours fin de mois, etc.	Part de la sous-traitance dans l'entreprise Mesurée en %

L'EMPLACEMENT

Caractéristique de votre emplacement

Si vous avez un point de vente, quelle exploitation en ferez-vous ? Contact client, stockage...

Implantation

Quel emplacement choisissez-vous et pourquoi ? Où les concurrents sont-ils situés par rapport à vous ? Quels sont les avantages et inconvénients de votre emplacement (économiques, architecturaux, présence de commodités, etc.) ?

Carte de la zone de chalandise

Ajouter une illustration si cela est pertinent

Éléments complémentaires

Quel type de contrat possédez-vous pour votre local (propriétaire, bail commercial, bail précaire, etc.) ? Quels seront les jours et horaires d'ouverture, facilités d'accès, places de parking, etc. ? Tout autres éléments à valoriser

LA STRATEGIE COMMERCIALE



La politique produit

Expliquez en quoi votre produit/service est différenciant, répond au(x) besoin(s) de vos clients ? Quelle est votre proposition de valeur ? Votre promesse ?

La politique prix

Quel est le prix psychologique de votre client (combien est-il prêt à payer) ? Le prix de(s) concurrent(s) ? Le prix minimum acceptable pour vous afin de couvrir les coûts ? Quel(s) serai(en)t le(s) prix définitif(s) de vos produit(s)/service(s)

La politique de distribution

Par quel(s) canal(aux) souhaitez-vous passer pour atteindre vos clients (internet, point de vente, etc.) ? Quelles sont leurs habitudes ? Que font vos concurrents ?

La politique de communication

Comment allez-vous vous faire connaître ? Quel(s) support(s) allez-vous utiliser (print, digital, etc.)? A quelle fréquence ?

Budget prévisionnel alloué à votre communication :

Estimez le budget nécessaire à votre lancement (référencement, publicité, prints, etc.)

PROJECTIONS GENERALES

Votre vision de l'entreprise à 3 ans et 5 ans

Comment projetez-vous votre entreprise dans 3 à 5 ans ? Quels seront les lancements, les nouveaux produits, nouveaux marchés, nouvelle expansion géographique, etc. Et quel sera votre rôle au sein de l'entreprise ?

Chiffre d'affaires

Quel chiffre d'affaires pensez-vous réaliser sur les trois prochaines années ?

Vous pouvez l'estimer à partir des 3 méthodes suivantes :

Par produit (en recueillant des promesses d'achat)

Par imitation (en calculant le CA moyen du marché)

Par charge (revient à calculer le seuil de rentabilité de votre activité)



Dépenses

Quelles dépenses pensez-vous faire pour lancer votre projet (besoins immobilier et mobilier, licences, formations, salaires, charges, etc.). Il s'agit ici d'anticiper la seconde partie du Business plan : la partie financière.