

Business Plan

-

Lignes directrices

**Nom de l'entreprise**

Nom de l'entrepreneur

Adresse

Courrier électronique

Site web

Logo

Contenu

[Préliminaires 4](#_Toc3301555)

[1. Informations sur l'entreprise 4](#_Toc3301556)

[2. Résumé de la gestion 4](#_Toc3301557)

[3. Bref historique 4](#_Toc3301558)

[4. Le projet 4](#_Toc3301559)

[5. L'impact social du projet 6](#_Toc3301560)

[6. Le modèle d'entreprise 6](#_Toc3301561)

[7. Marché, concurrence et environnement 6](#_Toc3301562)

[8. Stratégie de marketing : Les 5 P (Produit, Place, Prix, Promotion et Personnel) 8](#_Toc3301563)

[9. Équipe et organisation 8](#_Toc3301564)

[10. L'entreprise 9](#_Toc3301565)

[11. Vision, mission et valeurs 10](#_Toc3301566)

[12. Le SWOT 10](#_Toc3301567)

[13. Finances 11](#_Toc3301568)

[14. Que demande l'entrepreneur local à OVO ? 12](#_Toc3301569)

[15. Plus d'informations ? 12](#_Toc3301570)

# Préliminaires

Ce document décrit les points qu'un plan d'affaires doit couvrir. Il doit indiquer clairement à l'investisseur ce que l'on attend de lui, en quoi consiste le projet, qui sont l'entrepreneur et ses clients, et comment l'entreprise est organisée, tout en donnant une idée de la situation financière. L'impact social et l'impact sur le développement de la région sont également très importants pour Entrepreneurs pour Entrepreneurs (OVO).

Le plan d'affaires met en lumière la position, les objectifs et la faisabilité de l'idée. Il donne aux parties externes une bonne image de l'entreprise.

La division principale en 14 parties doit être respectée, sans qu'il soit obligatoire d'inclure tous les sous-éléments.

## Informations sur l'entreprise

|  |  |
| --- | --- |
| Nom |  |
| Site web |  |
| Personne de contact |  |
| Email |  |
| Téléphone |  |
| Date de constitution |  |
| Numéro d'entreprise |  |

## Résumé de la gestion

La lecture du résumé devrait inciter les investisseurs à aller plus loin.

Vous ne le faites qu'à la fin. Bref résumé des parties les plus importantes de votre plan d'entreprise. Imaginez que vous disposez de 10 minutes pour présenter votre plan et que vous devez expliquer les parties les plus importantes en 1 à 2 minutes.

## Bref historique

Qu'avez-vous déjà réalisé avec votre entreprise ? Donnez un aperçu concis des étapes les plus importantes que vous avez déjà franchies après la date de création de votre entreprise (évolution de votre offre, de vos effectifs, de vos chiffres financiers...).

## Le projet

1. Le pays :

* Où dans le monde
* Nombre d'habitants
* Surface (X x Belgique)
* Stabilité politique
* Problèmes nationaux
* Economie

1. Le projet

* Titre, nom
* Description
* Essence
* En quoi ce projet diffère-t-il des autres ?

1. Objectif

* Décrivez vos objectifs à court terme (1 an) et à long terme (5 ans)
* Formulez-les de manière SMART
  + Spécifique - L'objectif est-il clair ?
  + De manière mesurable - Dans quelles conditions ou sous quelle forme mesurables/observables l'objectif sera-t-il atteint ?
  + Acceptable - Ces objectifs sont-ils acceptables pour le groupe cible et/ou la direction ?
  + Réaliste - L'objectif est-il réalisable ?
  + Limité dans le temps - Quand voulez-vous l'atteindre ?)

Par exemple, pas "je veux vendre plus", mais "d'ici 2020, je veux augmenter de 20 % le chiffre d'affaires des ventes B2B".

Examinez également les conclusions de votre SWOT et traduisez-les en objectifs.

|  |
| --- |
| Objectifs à court terme (1 an) |
| * ... * ... * ... |
| Objectifs à long terme (2 à 5 ans) |
| * ... * ... * ... * ... |

1. Processus

* Démarrage
* Les activités du projet (séquence)
* Quelle est la situation actuelle ?
* Le résultat final attendu

## L'impact social du projet

1. Social :

* Qu'apporte ce projet à la population locale, à la région, au pays et au monde ?
* En termes de développement, d'environnement, de santé, de politique, etc.

1. Économique

* Emploi, international
* Moins de dépenses, plus de recettes ?

## Le modèle d'entreprise

1. Votre offre et votre proposition de valeur unique

* Quels produits ou services offrez-vous exactement ?
* Quel(s) problème(s) résout-il(s) ? À quel besoin répond-il ?
* Dans quelle mesure votre produit ou service est-il unique ?
* Quels avantages offre-t-il par rapport à ses concurrents/substituts ?

1. Clients, canaux et relations avec les clients

* Qui sont vos clients ou groupes de clients ? Quels sont les besoins qui répondent à votre produit/service ?
* Qui a le plus à offrir par rapport à la concurrence ?
* Décrivez-les aussi concrètement que possible dans des groupes de clients (par exemple "femmes de la classe moyenne entre 20 et 30 ans sans enfants").
* Quels sont les canaux que vous utilisez pour communiquer, atteindre, distribuer... ?
* Comment garder le contact avec vos clients et développer des relations ?

1. Produits et charges

* Quelles sont vos principales sources de revenus (par groupe de clients, le cas échéant) ?
* Quels sont vos principaux postes de dépenses ?

1. Principales activités, ressources et partenaires

* Comment vos produits/services sont-ils créés ?
* Quelles sont vos activités principales et quelles sont celles que vous externalisez ?
* De quelles ressources avez-vous besoin ?
* Avec quels partenaires travaillez-vous ?
* Le provisionnement, comment est-il organisé ?

## Marché, concurrence et environnement

1. Marché et potentiel de marché

* À quoi ressemble votre marché ?
* Groupe cible ?
* Qui sont les clients ? Le profil ?
* Taille du marché ?
* Où se trouve encore le potentiel du marché ?
* Quels sont les nouveaux marchés que vous souhaitez cibler ?
  + Description du marché local
  + Description du marché international
* Étude de faisabilité
* Étude de marché sur les prix, les volumes et les chiffres d'affaires
* Stratégie de vente
* Comment les clients seront-ils recrutés ?
* Les facteurs critiques de succès
* Quelles sont les conditions essentielles pour conquérir ce marché ?

1. Compétition

* Qui sont vos principaux concurrents/substituts ?
* Qui sont-ils ? Enumérer au moins 5
* Quels sont leurs objectifs et leur vision ? Que propose-t-elle au marché ?
* Quelles sont leurs forces et leurs faiblesses ?
* Quelle gamme, quelle qualité et quel prix ?
* Quels sont vos rapports avec eux ?
* Les avantages concurrentiels, les forces
* Comment vous différencier de la concurrence ?
* Existe-t-il des éléments de comparaison ?

1. Analyse du marché : évolution et tendances

* Que s'est-il passé ces dernières années ?
* Quelles sont les tendances/évolutions de votre environnement susceptibles d'affecter votre entreprise ?
* Pensez aux tendances sociales, économiques, technologiques, sectorielles...

## La stratégie de marketing : Les 5 P (Produit, Place, Prix, Promotion et Personnel)

1. Produit :

* Choix du produit : responsabilité. Pourquoi ce produit aura-t-il du succès ?
* Comment vous assurez-vous que vos produits/services répondent le mieux possible aux besoins du marché ?
* Comment le produit se différencie-t-il des autres ?
* Quel est le service proposé ?

1. Place :

* Où les produits sont-ils proposés ? L'emplacement du marché est-il favorable ?
* Pourquoi se vendraient-ils bien dans ce pays (avantage concurrentiel) ?

1. Prix :

* Détermination du prix de revient et du prix de vente, politique des prix, vision
* Quel est votre prix et quelle est votre stratégie de prix ?
* Comment vous positionner sur le marché ?

1. Promotion :

* Où, comment et avec quoi la promotion sera-t-elle réalisée ?
* Comment allez-vous entretenir les relations avec les clients ?

1. Personnel :

* Quelles sont les aptitudes/compétences que vous allez renforcer/attirer dans votre équipe ?

## Équipe et organisation

1. Brève description de l'équipe de direction

* Education/formation
* Expérience professionnelle
* Qualités et compétences
* ...

1. Organigramme

* Qui est responsable de quoi ?
* Comment l'équipe est-elle structurée ?

1. Points forts et points à améliorer de l'équipe de direction

* Quelle expérience et quelles connaissances la direction possède-t-elle pour assurer la réussite de l'entreprise ?
* Quels sont les profils manquants ? Quels sont les savoir-faire et les compétences encore nécessaires ?
* Comment et avec qui l'équipe doit-elle s'agrandir ?

1. Le personnel

* Combien de personnes sont employées ? Directement, indirectement ?
* Qualifications du personnel, formation
* Politique des ressources humaines
* Planification des RH, permanent, temporaire
* Stratégie de croissance, évolution dans les 5 ans
* Existe-t-il une vision spécifique ? (Quel personnel est attiré ?)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Le personnel** | 1ère année | 2ème année | 3ème année |
| Direct |  |  |  |
| Indirect |  |  |  |

1. Promoteurs, investisseurs, sponsors, parties prenantes

* Qui soutient le projet ? De quelle manière ?
* Investisseurs ?
* Parrains ?
* Comment communique-t-on avec eux ?

## L'entreprise

1. Description générale

* Lieu, hébergement, forme de la société, capital de départ, structure de l'actionnariat
* Quelles sont les étapes envisagées pour le démarrage/l'expansion de l'entreprise ?
* Technologie
* Processus de production
* Plans de travail (SOP : standard operation procedures)
* Machines, équipements et technologies importants
* Sont-ils disponibles et peuvent-ils être entretenus ?

1. Vente, distribution

* Qui s'occupe des ventes ? Comment sont-elles organisées ?
* Comment la logistique et la distribution sont-elles gérées ?

1. Permis, assurances
2. L'avenir

* L'innovation
* Quelles sont les innovations envisagées ?
* Que fait-on en matière d'innovation ?
* Court et long terme
* Innovation de produit, mise à niveau ?
* Expansion du marché ?
* Perspectives de croissance ?

## Vision, mission et valeurs

1. Vision

* Pourquoi l'entreprise existe-t-elle ?
* Quel est l'objectif ultime de l'entreprise à long terme ?

1. La mission

*Description très brève (1-3 phrases)*

* Qui êtes-vous ?
* Que faites-vous ?
* Qui sont vos clients ?
* Quel est leur problème ?
* Comment allez-vous résoudre ce problème ?
* Qu'est-ce qui rend votre solution unique ?

1. Valeurs

* Quelles sont les valeurs auxquelles vous attachez de l'importance ?
* Quels sont les codes de conduite éthiques/moraux que vous utilisez dans votre travail ?
* Comment influencent-ils votre comportement interne et externe ?
* Donnez-en au maximum 5 et illustrez par un exemple la façon dont vous les appliquez. 5 et illustrez par un exemple comment vous les appliquez.
* valeur 1
* valeur 2
* valeur 3

## Le SWOT

* Quelles sont les faiblesses et les forces de votre entreprise ?
* Quelles sont les menaces et les opportunités qui se présentent dans l'environnement externe ?
* Quelles sont les mesures prises pour exploiter les forces et les opportunités par rapport aux faiblesses et aux menaces ?
  + Un ajustement de la mission, du modèle organisationnel et/ou de la vision semble-t-il souhaitable ?
  + Quels sont les objectifs opérationnels requis ?
* L'analyse SWOT n'est pas obligatoire, mais elle permet d'obtenir des informations et de la clarté.

|  |  |
| --- | --- |
| STRENGHTS | POSSIBILITÉS |
| * *1* * *2* * *3* * *4* * *5* | * *1* * *2* * *3* * *4* * *5* |
| FAIBLESSES | MENACES |
| * *1* * *2* * *3* * *4* * *5* | * *1* * *2* * *3* * *4* * *5* |

## Finances

*Voir aussi le modèle de "plan financier" que l'OVO peut fournir.*

1. Le plan d'investissement : Résumé de tous les investissements prévus

* Chiffres de base, portée des projets
* Quels sont les investissements nécessaires ? Quels budgets ?
* Maintenant
* A l'avenir, les perspectives de croissance
* Justification des chiffres

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Plan d'investissement** | **1ère année** | **2ème année** | **3ème année** |
| Investissements, actifs |  |  |  |
| Fonds de roulement |  |  |  |
| ..... |  |  |  |

1. Le plan financier

* Comment est-il prévu de financer le plan ?
* Chiffres de base : revenus, dépenses, bénéfices, retour sur investissement, seuil de rentabilité, flux de trésorerie.
* Budget sollicité, justification
* À quoi servira l'argent des co-investisseurs ?
* Étude de faisabilité financière

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Plan financier** | **1ère année** | **2ème année** | **3ème année** |
| Contribution des entreprises locales |  |  |  |
| Prêts bancaires locaux, taux d'intérêt |  |  |  |
| Prêts de l'étranger, taux d'intérêt |  |  |  |
| Subventions |  |  |  |
| **Total** |  |  |  |
| Revenu |  |  |  |
| Dépenses |  |  |  |
| Marge brute |  |  |  |
| **Bénéfice net** |  |  |  |
| **ROI, seuil de rentabilité** |  |  |  |
| **Flux de trésorerie** |  |  |  |

1. Comment le plan financier est-il contrôlé ?

* La présentation des plans sous forme de graphiques rend les choses beaucoup plus claires.
* Ratios d'activité
* L'analyse des flux de trésorerie est très importante

## Que demande l'entrepreneur local à OVO ?

1. Financier

* Le capital nécessaire pour cette entreprise est de XXX euros
* L'entrepreneur apportera lui-même X % de ce capital
* Il recherche des co-investisseurs, des prêts ou d'autres formes d'apport en capital.
* Le plan d'investissement doit indiquer à quoi servira l'argent des co-investisseurs.

1. Coaching

* Demande d'expertise : technique, financière, marketing, etc.

## Plus d'informations ?

Les informations complémentaires, telles que les mises à jour et les détails supplémentaires, doivent être adressées à Nathalie Schots, coordinatrice des projets d'équipe [(Nathalie.schots@ovo.be](mailto:Nathalie.schots@ovo.be)).