

Objectifs détaillés	Structure du plan d'affaires simplifié	
	Points à traiter du business plan	
	Critères	Indicateurs de réussite
Partie 1 – Introduction et présentation de votre entreprise	Rédiger un résumé managérial « executive summary »	Le résumé fait au maximum une page A4 (environ 450 mots)
		Tous les points-clés sont traités et hiérarchisés
		Une personne externe comprend l'entièreté du résumé sans lire d'autres pages
	Réaliser d'une matrice du « business mode » avec dessins et schémas	Le BMC est compréhensible pour un profane et les éléments importants sont étayés dans un deuxième temps
	Définir l'idée et le concept et la raison d'être de la future entreprise	Les éléments suivants figurent dans le dossier et sont expliqués : <ul style="list-style-type: none"> <li>- Forme juridique de l'entreprise</li> <li>- Vision de l'entreprise</li> <li>- Mission de l'entreprise</li> <li>- Objectifs de l'entreprise</li> <li>- Valeurs de l'entreprise, charte</li> <li>- Stratégie et éléments de stratégie</li> </ul>
	Décrire l'équipe des fondateurs et profil avec missions et compétence	Cette partie contient les rôles, les fonctions et les qualités principales utiles au projet (y compris PO) de chacun
		Les CVs se trouvent en annexe
	L'entreprise est organisée selon les éléments suivants	Emplacement (lister les avantages et inconvénients)
Partie 2 – rédiger un plan marketing		Organigramme (liens hiérarchiques et tâches)
		Processus, procédure, logigramme. Un seul : processus de vente (étapes, UX par étapes, ...)
	Effectuer une analyse de marché	L'analyse comprend les éléments suivants : Concurrence, choix des fournisseurs, des marques, produits substituables, situation géographique, demande, les prix, canaux de distribution, public cible, etc.
	Décrire en détail une analyse SWOT	L'analyse comprend des éléments microéconomiques et macroéconomiques vous permettant de choisir la bonne stratégie
	Définir le marketing stratégique et éventuellement définir les stratégies à déployer	Les éléments obligatoires à insérer sont : Segmentation, ciblage, public cible, positionnement
		Les éléments suivants sont un plus : Création d'une marque, d'un brevet, franchising, droit d'auteurs, partenariats, outsourcing, etc.
	Réaliser une étude de marché	Le dossier comprend au minimum une étude quantitative (sondage avec relance si peu de réponses)
		Le groupe organise d'autres méthodes (focus groupe, blind-test, omnibus, entretien qualitatif) si cela est utile
	Etablir le marketing opérationnel (marketing Mix)	Les étudiants utilisent l'une des méthodes suivantes : 4Ps, 4Cs, 6Ps
	Rédiger un plan média de communication détaillé	Les principales étapes sont détaillées
		La temporalité est définie
		Le plan de communication est budgétisé

	Réaliser un concept graphique de l'identité visuelle	Une majorité des éléments infra doivent figurer dans le dossier : Logotype, bannière, couleurs, slogan, charte graphique simplifiée, photos et présentations des PO
	Réaliser une conclusion du plan marketing	Les étudiants énumèrent les points importants ressortissant l'étude du marché et des PO et mentionnent des pistes d'amélioration pour l'entreprise ou raison de créer (ou non) l'entreprise pour de vrai.
Partie 3 – documents financiers	Construire les documents financiers sur une année et déterminer les pièces suivantes :	Le bilan initial est expliqué, complet et cohérent (Actifs=Passifs, pas d'oublis flagrants, 5 masses du bilan) + bilan prévisionnel
		Le document comprend un compte de résultat prévisionnel optimiste et pessimiste
		Les éléments du CR prévisionnel sont expliqués
		Les éléments du CR sont traduits sous forme d'échelle de prix
		Une conclusion prenant en compte les éléments financiers explique s'il faut lancer son activité.