



# LE BUSINESS PLAN

# Préambule :

---



Le Business Plan est un document de travail indispensable à la création d'une entreprise. Il permet en effet :

- ✓ De prendre conscience de son marché ;
- ✓ De préparer le démarrage de l'activité ;
- ✓ D'anticiper les problématiques ...

Ce document vous sera de toute façon demandé par les investisseurs, les banquiers et les organismes de soutien à la création.

# Préambule :

---



Le Business Plan est un document de référence, il doit :

- ✓ Donner une idée juste du projet présenté ;
- ✓ Etre détaillé (présentation des clients, des fournisseurs, des concurrents, des chaines de coûts, ...) ;
- ✓ Etre concis.

# SOMMAIRE



## LE BUSINESS PLAN (BP) :

- ✓ INTRODUCTION A LA NOTION DE BP
- ✓ L'EXECUTIVE SUMMARY
- ✓ RÉDIGER SON BP:
  - ✓ L'ÉQUIPE
  - ✓ L'ENTREPRISE
  - ✓ VOS PRODUITS / VOS SERVICES
  - ✓ VOTRE CIBLE
  - ✓ VOTRE CONCURRENCE
  - ✓ LE MODÈLE ECONOMIQUE
  - ✓ STRATÉGIE & VALEURS
  - ✓ PRÉVISIONS FINANCIÈRES
- ✓ LES ERREURS A ÉVITER

# LE BUSINESS PLAN :

- ✓ INTRODUCTION
- ✓ BUSINESS PLAN & PRÉJUGÉS

# LE BUSINESS PLAN : **Un travail inutile !**



Il est évident que le Business Plan n'a aucun intérêt, en effet, il est :

- ✓ **Chronophage !**

- ✓ Il faut beaucoup de temps pour rassembler des informations inutiles et généralistes !
- ✓ Il est plus simple de s'adapter en temps réel au marché !

**TOUT CECI EST FAUX !**

- ✓ **Tout est purement théorique !**

- ✓ Rien n'est vrai dans un Business Plan !
- ✓ Cela reste des hypothèses, tout est imaginé !

C'est donc la fin de cette présentation, merci de votre attention !

# LE BUSINESS PLAN :

## ✓ L'EXECUTIVE SUMMARY

# LE BUSINESS PLAN : **L'Executive Summary**



Parce que les investisseurs n'ont que 3 minutes à consacrer à votre BP de 20 ou 30 pages, vous devez rédiger une présentation courte, de 2 pages, composée : (1/4)

- ✓ **D'un chapeau travaillé qui va :**
  - ✓ Attirer l'attention (punch line, citation, slogan, ...)
  - ✓ Présenter l'entreprise (son nom, son statut, le nombre d'associés, son futur CA)
  
- ✓ **D'une présentation du marché :**
  - ✓ Quel est-il ? Ses tendances ? Vos clients ? Leur profil ?
  - ✓ Quelles en sont ses problématiques ? Quelle est votre réponse ?



# LE BUSINESS PLAN : **L'Executive Summary**



Parce que les investisseurs n'ont que 3 minutes à consacrer à votre BP de 20 ou 30 pages, vous devez rédiger une présentation courte, de 2 pages, composée : (2/4)

- ✓ **D'un Business Model :**

- ✓ Comment allez-vous créer de la valeur ?
- ✓ Quelle est votre structure de coûts ?
- ✓ Comment allez-vous générer des revenus ?
- ✓ Quel est le retour sur investissement possible ?

- ✓ **D'une stratégie clairement définie :**

- ✓ Quel est votre plan d'action ?
- ✓ Quels sont vos outils ?

# LE BUSINESS PLAN : **L'Executive Summary**



Parce que les investisseurs n'ont que 3 minutes à consacrer à votre BP de 20 ou 30 pages, vous devez rédiger une présentation courte, de 2 pages, composée : (3/4)

- ✓ **De l'état de vos finances et de vos besoins :**
  - ✓ Quel est l'état de vos finances actuelles ?
  - ✓ Combien allez-vous demander ?
  - ✓ A quoi vont servir les fonds ?
  - ✓ Quelles sont vos prévisions financières à 3 ans? 5 ans ?
  
- ✓ **D'une stratégie d'exit (optionnelle) :**
  - ✓ Comment est envisagée la sortie d'un investisseur ?
  - ✓ Quel profil "acheteur" recherchez-vous à cette étape ?

# LE BUSINESS PLAN : **L'Executive Summary**



Parce que les investisseurs n'ont que 3 minutes à consacrer à votre BP de 20 ou 30 pages, vous devez rédiger une présentation courte, de 2 pages, composée : (4/4)

- ✓ **De la présentation de l'équipe (soyez excellent !) :**
  - ✓ Qui fait partie de l'aventure ?
  - ✓ Quel est le parcours de chacun ?
  - ✓ Qui croit en la réussite du projet et contribue à son développement ?
  - ✓ Êtes-vous complémentaires ?
  - ✓ Développez-vous efficacement votre projet ?

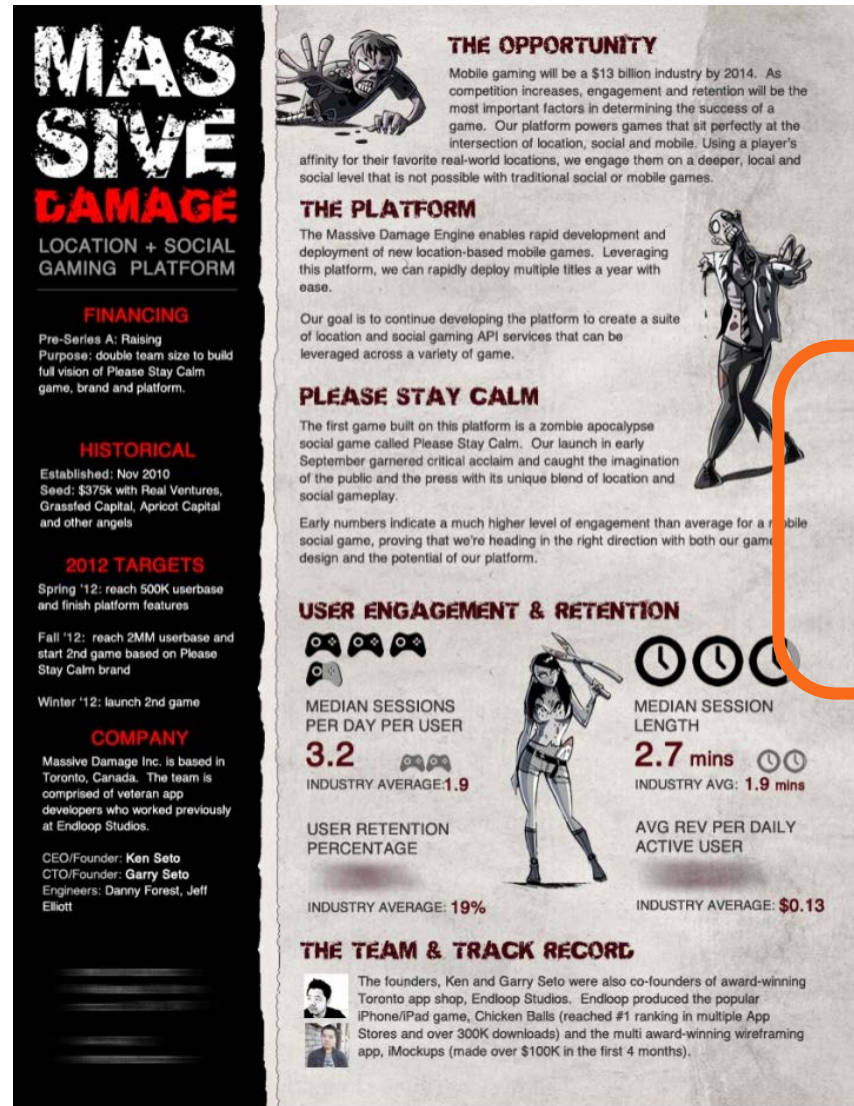
L'Executive Summary ne peut s'écrire qu'après un BP finalisé (ou à 90% de son achèvement). Relisez-le plusieurs (dizaine de) fois.

# LE BUSINESS PLAN : L'Executive Summary

Source :

<https://fr.slideshare.net/kennyseto/massive-damage-executive-summary>

Toutes les mises en formes sont possibles ...



**MAS SIVE DAMAGE**  
LOCATION + SOCIAL GAMING PLATFORM

**FINANCING**  
Pre-Series A: Raising  
Purpose: double team size to build full vision of Please Stay Calm game, brand and platform.

**HISTORICAL**  
Established: Nov 2010  
Seed: \$375k with Real Ventures, Grassfed Capital, Apricot Capital and other angels

**2012 TARGETS**  
Spring '12: reach 500K userbase and finish platform features  
Fall '12: reach 2MM userbase and start 2nd game based on Please Stay Calm brand  
Winter '12: launch 2nd game

**COMPANY**  
Massive Damage Inc. is based in Toronto, Canada. The team is comprised of veteran app developers who worked previously at Endloop Studios.  
CEO/Founder: Ken Seto  
CTO/Founder: Garry Seto  
Engineers: Danny Forest, Jeff Elliott

**THE OPPORTUNITY**  
Mobile gaming will be a \$13 billion industry by 2014. As competition increases, engagement and retention will be the most important factors in determining the success of a game. Our platform powers games that sit perfectly at the intersection of location, social and mobile. Using a player's affinity for their favorite real-world locations, we engage them on a deeper, local and social level that is not possible with traditional social or mobile games.

**THE PLATFORM**  
The Massive Damage Engine enables rapid development and deployment of new location-based mobile games. Leveraging this platform, we can rapidly deploy multiple titles a year with ease.  
Our goal is to continue developing the platform to create a suite of location and social gaming API services that can be leveraged across a variety of game.

**PLEASE STAY CALM**  
The first game built on this platform is a zombie apocalypse social game called Please Stay Calm. Our launch in early September garnered critical acclaim and caught the imagination of the public and the press with its unique blend of location and social gameplay.  
Early numbers indicate a much higher level of engagement than average for a mobile social game, proving that we're heading in the right direction with both our game design and the potential of our platform.

**USER ENGAGEMENT & RETENTION**

MEDIAN SESSIONS PER DAY PER USER	MEDIAN SESSION LENGTH
3.2	2.7 mins
INDUSTRY AVERAGE: 1.9	INDUSTRY AVG: 1.9 mins

**USER RETENTION PERCENTAGE**

PERCENTAGE	AVG REV PER DAILY ACTIVE USER
19%	\$0.13
INDUSTRY AVERAGE: 19%	INDUSTRY AVERAGE: \$0.13

**THE TEAM & TRACK RECORD**  
The founders, Ken and Garry Seto were also co-founders of award-winning Toronto app shop, Endloop Studios. Endloop produced the popular iPhone/iPad game, Chicken Balls (reached #1 ranking in multiple App Stores and over 300K downloads) and the multi award-winning wireframing app, iMockups (made over \$100K in the first 4 months).

425 000 \$  
levés



# LE BUSINESS PLAN : **L'Executive Summary**



Le + FIDAQUITAINE :

- ✓ **Travaillez votre identité, votre marque :**
  - ✓ Au-delà de l'idée, c'est la personnalité du projet qui peut séduire,
  - ✓ Un projet avec un logo travaillé, un slogan accrocheur a plus de chance de réussir,
  - ✓ Soyez audacieux (mais ne soyez pas arrogant).

Vous devez vous distinguer de la masse des projets, une excellente qualité graphique et une syntaxe irréprochable seront toujours un bon début !

# LE BUSINESS PLAN :

- ✓ RÉDIGER SON BP
- ✓ L'ÉQUIPE

# LE BUSINESS PLAN : **L'équipe**



L'équipe est le pilier central de votre projet, c'est sur elle que les investisseurs vont miser, il faut donc : (1/2)

- ✓ **Faire un résumé des CV de l'équipe :**

- ✓ Forces,
- ✓ Faiblesses,
- ✓ COMPLÉMENTARITÉ !
- ✓ LÉGITIMITÉ de chacun dans le projet !

- ✓ **Éviter d'inventer :**

- ✓ Reconnaissez vos limites et préparez votre plan de recrutement en conséquence,
- ✓ Ne mentez JAMAIS sur vos compétences !



# LE BUSINESS PLAN : **L'équipe**



L'équipe est le pilier central de votre projet, c'est sur elle que les investisseurs vont miser, il faut donc : (2/2)

- ✓ **Présenter votre réseau (si vous en avez un) :**
  - ✓ Réseau professionnel,
  - ✓ Followers (si vous avez créé une communauté autour du projet),
  - ✓ Réseau personnel et réseau "étendu".

# LE BUSINESS PLAN : **L'équipe**



Le + FIDAQUITAINE :

✓ **Mettez en avant :**

- ✓ Les valeurs humaines (ou capitalistiques) qui animent votre groupe !
- ✓ L'objectif commun qui vous a réuni !
- ✓ Ce que vous attendez de cette aventure !

L'ambition est un des facteurs de sélection. Un projet "moyen" porté par **une équipe forte et solide** sera préféré à un projet "révolutionnaire" porté par une équipe moins stable dont l'éclatement détruira le projet.

# LE BUSINESS PLAN :

- ✓ RÉDIGER SON BP
- ✓ L'ENTREPRISE

# LE BUSINESS PLAN : **L'entreprise**



Vous devez séduire, prouver le sérieux de votre projet en présentant : (1/2)

- ✓ **Son histoire :**

- ✓ Quel constat a donné naissance au projet ?
- ✓ Quel cheminement avez-vous suivi pour construire votre réponse ?
- ✓ ...

- ✓ **Sa structure :**

- ✓ Quelle est la forme juridique retenue ?
- ✓ Quelle est la répartition des pouvoirs ?
- ✓ ...

# LE BUSINESS PLAN : **L'entreprise**



Vous devez séduire, prouver le sérieux de votre projet en présentant : (2/2)

- ✓ **Son organisation :**

- ✓ Quelle est l'organisation interne (pôles, ressources humaines prévues, ...) ?
- ✓ Quelles sont les missions et objectifs de chaque pôle ?
- ✓ ...

- ✓ **Son environnement :**

- ✓ Quelle est sa position actuelle sur le marché ?
- ✓ Quelles sont les problématiques à lever ?
- ✓ Quelles sont les barrières à l'entrée du marché ?
- ✓ ...

# LE BUSINESS PLAN : **L'entreprise**



Le + FIDAQUITAINE :

- ✓ **Assumez vos problématiques :**
  - ✓ Aucune entreprise n'est parfaite, montrez votre clairvoyance !
  - ✓ Expliquez le raisonnement mené, le chemin parcouru pour résoudre vos problématiques !
- ✓ **Donnez de la saveur à votre présentation :**
  - ✓ L'entreprise idéale est un mythe : sans péril, aucune gloire ne naît !

Vos interlocuteurs ne sont ni dupes, ni inexpérimentés, ils préféreront une personne consciente des difficultés à venir et prête à relever les défis plutôt qu'une personne souffrant d'un déni de réalité !

# LE BUSINESS PLAN :

- ✓ RÉDIGER SON BP

- ✓ VOS PRODUITS / VOS SERVICES

# LE BUSINESS PLAN : **Vos produits / services**



Votre solution va révolutionner le marché, c'est évident ! ... mais ... (1/4)

## ✓ **Pourquoi ?**

- ✓ Quel est "l'état de l'art" actuel ?
- ✓ Quelle est le facteur clé de succès apporté ?
  - ✓ Gain de temps ? D'argent ? De ressources ? ...
- ✓ ...

## ✓ **Comment ?**

- ✓ Votre process est différent ?
- ✓ Vous avez trouvé un fournisseur méconnu ?
- ✓ Votre équipe a développé une nouveauté ?
- ✓ Vous réalisez une innovation de rupture ? Un transfert ?
- ✓ ...



# LE BUSINESS PLAN : **Vos produits / services**



Votre solution va révolutionner le marché, c'est évident ! ... mais ... (2/4)

- ✓ **Quelles sont ses forces ?**

- ✓ Nouvelle technologie ? Nouveau code de programmation ?
- ✓ Traitement innovant de l'information ? Nouvelles méthodes de travail ?
- ✓ ...

- ✓ **Quelles sont ses faiblesses ?**

- ✓ Manque d'expérience ? Manque de ressources ?
- ✓ Réseau peu étendu ? Expertise non reconnue à ce jour ?
- ✓ ...

# LE BUSINESS PLAN : **Vos produits / services**



Votre solution va révolutionner le marché, c'est évident ! ... mais ... (3/4)

- ✓ **Qui sont vos concurrents ?**

- ✓ Concurrence directe et majeure ?
- ✓ Concurrence directe (les followers) ?
- ✓ Concurrence indirecte ?
- ✓ ...

- ✓ **Qui a essayé avant vous ? A échoué ? Pourquoi ?**

- ✓ Historique des projets similaires ? (rapide présentation en une phrase)
- ✓ Motif de leur échec ? (Essayer d'échanger avec les porteurs de projet si c'est possible)
- ✓ ...

# LE BUSINESS PLAN : **Vos produits / services**



Votre solution va révolutionner le marché, c'est évident ! ... mais ... (4/4)

## ✓ **Pourquoi cela marchera maintenant ?**

- ✓ Modification des modes de consommation ? (Génération X vs génération Y ? ...)
- ✓ Nouveaux outils qui démocratisent l'accès à votre produit ?
- ✓ Nouvelles demandes ? (bien être au travail, ...)
- ✓ ...

## ✓ **Quels sont les opportunités conjoncturelles à saisir ?**

- ✓ Modification des contraintes légales ?
  - ✓ Durcissement de la réglementation ; Scandale sanitaire ; ...
- ✓ Evènements conjoncturels ?
  - ✓ Montée de l'insécurité ; Sécurisation des données privées ; Exposition aux ondes ...
- ✓ ...

# LE BUSINESS PLAN : **Vos produits / services**



Le + FIDAQUITAINE :

- ✓ **Attention aux termes utilisés !**

- ✓ Adaptez-vous à vos interlocuteurs (Ingénieurs ? Généralistes ? Néophytes ?).
- ✓ Soyez clairs et limpides, ne semez pas la confusion par un écrit trop long, trop littéraire.

- ✓ **Soyez transparents sur l'avancement du projet !**

- ✓ La plupart des investisseurs procéderont à un audit de votre projet, il vaut mieux vous en tenir à la stricte vérité.

L'idéal est d'être en mesure de présenter une étude réelle du coût de production de votre produit / de la mise en œuvre de votre service.

Ce point est certes compliqué, mais réalisable !

# LE BUSINESS PLAN :

- ✓ RÉDIGER SON BP
- ✓ VOTRE CIBLE

# LE BUSINESS PLAN : **Votre cible**



AUCUNE ETUDE NE REMPLACE L'EXPERIENCE TERRAIN !

Vous devez vous confronter à vos clients, les rencontrer (même si votre produit n'est pas finalisé) et :

- ✓ **Obtenir un maximum d'informations !**
  - ✓ Quels sont les palliatifs utilisés à ce jour ? Quel est leur coût ? Leurs limites ?
  - ✓ Évaluez le volume, la valeur de votre marché auprès des clients interrogés !
  
- ✓ **Réaliser une étude que vous maîtrisez !**
  - ✓ Ne délégez pas tout ! Participez activement à l'étude !
  - ✓ Vous devez connaître l'échantillon exploité ! Avoir passé des questionnaires !

Vous n'aimez pas le contact client ? ... Vous devrez vous faire violence !

# LE BUSINESS PLAN : **Votre cible**



Vous devez maîtriser votre cible :

- ✓ **Non ! Vous ne vendez pas à "tout le monde" !**
  - ✓ Déterminez la typologie client (particulier ? Pro ? Collectivité ? Association ? ...)
  - ✓ Quels sont les caractéristiques de la cible ?
    - ✓ Pro/ Association : Secteur d'activité ? Taille critique ? CA minimum ? ...
    - ✓ Particulier : CSP ? Tranche d'âge ? Schéma familial ? ...
    - ✓ Collectivité : Bord politique ? Sensibilité entrepreneuriale ? Axes de développement ? ...
  - ✓ ...
- ✓ **Quelles solutions utilise votre cible à ce jour ?**
  - ✓ Quels sont les concurrents implantés ?
  - ✓ Sur quel produit ? Service ? À quel prix ?
  - ✓ ...

# LE BUSINESS PLAN : **Votre cible**



Le + FIDAQUITAINE :

- ✓ **Identifier vos clients vous permettra :**
  - ✓ De savoir comment les "toucher" :
    - ✓ Qui sont-ils ? (pour identifier les leaders d'opinion)
    - ✓ Quels sont les lieux qu'ils fréquentent ? (pour y implanter une campagne de communication)
    - ✓ Quels sont leurs habitudes ? (pour relier leurs centres d'intérêts à votre produit/service)
  - ✓ D'optimiser vos dépenses marketing (déplacements, manifestation, ...)

Il est difficile de définir ce point sans une réflexion approfondie, mais avec un minimum de méthode, la segmentation apparaît très vite.

(Les grands groupes aussi se trompent dans leur segmentation, soyez à l'écoute, vous éviterez des erreurs retentissantes – La Clio par exemple)



# LE BUSINESS PLAN :

- ✓ RÉDIGER SON BP
- ✓ VOTRE CONCURRENCE

# LE BUSINESS PLAN : **Votre concurrence**



La concurrence : bien comprendre le concept !

- ✓ **Aucun marché n'existe sans concurrence !**
  - ✓ Les transports : l'avion, le vélo, la voiture, le train, la marche à pied ... sont concurrents !
  - ✓ La communication : le smartphone, les ordinateurs, les courriers ... sont concurrents !
  - ✓ Les applications : les livres, les jeux en bois, les réseaux ... sont concurrents !
  - ✓ ...
  
- ✓ **Vos clients ont déjà des habitudes de consommation !**
  - ✓ Comment font-ils à l'heure actuelle ?
  - ✓ Combien dépensent-ils dans une solution alternative ?
  - ✓ ...

# LE BUSINESS PLAN : **Votre concurrence**



La concurrence : bien comprendre le concept !

- ✓ **Vos concurrents commercialisent un autre produit !**
  - ✓ Comprenez pourquoi ! (Le prix ? La durabilité ? La rentabilité ? L'image ? ...)
  - ✓ Quelle est leur valeur ajoutée ? Votre produit peut-il inverser la tendance ?
  - ✓ ...
  
- ✓ **Quelles sont les barrières à l'entrée ?**
  - ✓ Taille minimale pour obtenir le marché visé ? (quantité à produire par semaine ? ...)
  - ✓ Volume minimum de vente pour atteindre le prix "idéal" ? (économie d'échelle)
  - ✓ ...

# LE BUSINESS PLAN : **Votre concurrence**



Le + FIDAQUITAINE :

- ✓ **Vous avez toujours un concurrent !**
  - ✓ ... ou si vous n'en avez pas, c'est qu'il n'y a pas de marché !
  - ✓ ... mais leur solution n'est peut-être pas aussi pertinente que la votre !
  
- ✓ **Restez modeste ! (mais ambitieux)**
  - ✓ Vous ne créez pas le besoin ! Vous trouvez une nouvelle réponse à un besoin non comblé !
    - ✓ Ex : Les chevaux étaient la voiture de nos ancêtres !
    - ✓ Ex : le téléphone portable aurait évité beaucoup d'ennui à nos ancêtres également !

Votre projet répond de façon nouvelle à une problématique existante, vous devez comprendre comment vos concurrents y suppléent aujourd'hui !

# LE BUSINESS PLAN :

- ✓ RÉDIGER SON BP
- ✓ LE MODÈLE ÉCONOMIQUE

# LE BUSINESS PLAN : **Le modèle économique**



Comment votre entreprise envisage-t-elle de gagner de l'argent ? (1/2)

- ✓ **Qui est le "payeur" dans votre chaine de consommation ?**
  - ✓ Le consommateur final ?
  - ✓ Le "fournisseur" (ex : les assurances pour une application de "constat" sur mobile)
  - ✓ Les collectivités (mais leurs ressources s'amenuisent de jours en jours)
  - ✓ Le client est-il un particulier ? Un professionnel ?
  
- ✓ **Comment va-t-il payer ?**
  - ✓ A l'usage ?
  - ✓ Au forfait ? (Quotidien ? Hebdomadaire ? Mensuel ? ...)

# LE BUSINESS PLAN : **Le modèle économique**



Comment votre entreprise envisage-t-elle de gagner de l'argent ? (2/2)

- ✓ **Combien va-t-il payer ?**

- ✓ Quel est votre proposition de valeur ?
- ✓ Combien fait-il gagner au "payeur" ? (Coût d'acquisition de client réduit ? Economies ? ...)
- ✓ Combien coûte-t-il à l'usage ?

- ✓ **Comment commercialisez-vous votre produit ?**

- ✓ Quels sont vos réseaux de distribution ?
- ✓ Quel est leur coût ? Leur impact sur votre marge ?

Travaillez le plus possible sur la récurrence d'un client, votre méthode de fidélisation (et son coût).

# LE BUSINESS PLAN : **Le modèle économique**



Le + FIDAQUITAINE :

- ✓ **Comprenez le client et son besoin !**
  - ✓ Combien lui coûte (En temps ? En ressources ?) d'utiliser un autre produit ?
  - ✓ Quel bénéfice réel votre produit/ service apporte-t-il ?
  - ✓ Votre offre propose-t-elle un gain pour le client ? Si oui, alors elle a de la valeur !

Attention, parfois, à coût inférieur, votre produit peut imposer des contraintes plus importantes pour l'entreprise et donc un coût conséquent !

Analysez en profondeur les process de vos cibles ! (professionnels ou particuliers)



# LE BUSINESS PLAN :

- ✓ RÉDIGER SON BP
- ✓ STRATÉGIE & VALEURS

# LE BUSINESS PLAN : **Stratégie & valeurs**



Vous devez présenter la stratégie à mettre en œuvre pour atteindre vos objectifs, mais n'oubliez pas quelles sont les valeurs portées par votre équipe, celles qui vous différencient ! Présentez donc en détail : (1/3)

- ✓ **Votre stratégie marketing :**

- ✓ Quelles sont les actions de communication ?
- ✓ Quels sont les budgets nécessaires ?
- ✓ Quels sont les objectifs chiffrés à atteindre ? ...

- ✓ **Votre stratégie commerciale :**

- ✓ Quel développement ?
- ✓ Quels arguments clés ?
- ✓ Quels facteurs clés de succès (les FCS) ? ...

# LE BUSINESS PLAN : **Stratégie & valeurs**



Vous devez présenter la stratégie à mettre en œuvre pour atteindre vos objectifs, mais n'oubliez quelles sont les valeurs portées par votre équipe, celles qui vous différencient ! Présentez donc en détail : (2/3)

- ✓ **Votre stratégie de développement :**

- ✓ A quelle échelle ? (Régionale ? Nationale ? Internationale ?)
- ✓ Dans quelle temporalité ?
- ✓ Avec quels acteurs ? ...

- ✓ **Votre plan de R&D :**

- ✓ Quels axes ?
- ✓ Quels coûts ?
- ✓ Quels sous-traitants ? ...

# LE BUSINESS PLAN : **Stratégie & valeurs**



Vous devez présenter la stratégie à mettre en œuvre pour atteindre vos objectifs, mais n'oubliez quelles sont les valeurs portées par votre équipe, celles qui vous différencient ! Présentez donc en détail : (3/3)

- ✓ **Vos ressources :**

- ✓ Quels sont les moyens humains ?
- ✓ Quels sont les moyens matériels et financiers dont vous disposez ? ...

- ✓ **Votre stratégie de production :**

- ✓ Quels sont vos coûts de production ?
- ✓ Où produisez-vous ?
- ✓ Dans quels délais ?
- ✓ Pour quels investissements au démarrage ? ...

# LE BUSINESS PLAN : **Stratégie & valeurs**



Le + FIDAQUITAINE :

- ✓ **Analysez les valeurs défendues par vos concurrents :**
  - ✓ Cherchez les similitudes,
  - ✓ Trouvez les "vides" laissés par la concurrence,
  - ✓ Positionnez-vous en fonction de vos souhaits ET des attentes clients!

Votre stratégie doit être tournée vers le "Vous" client !

Vous devez montrer à votre cible qu'elle est au cœur de votre entreprise, de votre projet et que tout ce que vous faites c'est pour elle !

**(donc cherchez une cible en rapport avec vos valeurs)**

# LE BUSINESS PLAN :

- ✓ RÉDIGER SON BP
- ✓ PRÉVISIONS FINANCIÈRES

# LE BUSINESS PLAN : **Les prévisions financières**



Faîtes vous aider sur ce point, l'expérience étant indispensable pour réaliser des prévisions cohérentes et réalistes !

Vous devez être en symbiose avec votre plan d'action :

- ✓ **Votre force de vente :**

- ✓ Nombre de prospects démarchés par commerciaux, ...
- ✓ ... taux de conversion des devis, ...
- ✓ ... panier moyen et nombre de commerciaux = Chiffre d'affaires de la période !

- ✓ **Votre capacité de production :**

- ✓ Capacité de production et ouvriers à la tâche, ...
- ✓ ... durée hebdomadaire de travail et délais de livraison = Nombre d'unités sur la période !

# LE BUSINESS PLAN : Les prévisions financières



Vous devez ensuite présenter un prévisionnel complet :

- ✓ **Composantes de votre prévisionnel :**
  - ✓ Compte de résultat ; Bilan prévisionnel ; Plan de financement ;
  - ✓ Plan de trésorerie ; SIG ; BFR ...
  
- ✓ **Distinguez-vous en précisant :**
  - ✓ Les ratios comparés du secteur (montrant le réalisme de vos projections)
  - ✓ Le temps d'atteinte du point mort (en nombre de jours)
  - ✓ Votre saisonnalité (année 1, 2 et 3, elles ne peuvent être identiques sur ces périodes)

Soyez précis et réaliste ! (mais ambitieux)



# LE BUSINESS PLAN : Les prévisions financières



Le + FIDAQUITAINE :

✓ **Pensez aux détails !**

- ✓ Ne laissez pas un chiffre sans justification possible (devis, ratio, évaluation, ...)
- ✓ Expliquez toujours comment vous parvenez à atteindre l'objectif (moyens, délais, ...)
- ✓ Soyez honnêtes sur les rémunérations des équipes (et réalistes)

Rédigez votre prévisionnel avec toute votre équipe !

Faîtes vous relire par des gens expérimentés ! (et notez leurs remarques)

Affrontez la réalité du terrain pour mieux comprendre vos clients !

# LE BUSINESS PLAN :

## ✓ LES ERREURS A ÉVITER

# LE BUSINESS PLAN : Les erreurs à éviter



Démarquez-vous du lot en évitant les erreurs les plus communes d'un BP :

✓ **Une forme inadaptée :**

- ✓ Des fautes d'orthographe (Elles sèment le doute sur vos compétences, faites relire votre BP)
- ✓ Un trop plein d'information (20 à 30 pages maximum)
- ✓ Un discours trop technique (mettez-vous à la portée de vos interlocuteurs)
- ✓ Une forme trop littéraire (vous rédigez un BP pour séduire vos investisseurs, pas un mémoire)
- ✓ Le "tout graphique" (expliquez, argumentez un minimum, les tableaux ne font pas tout !)

Rappelez-vous que le contenu du BP présente votre projet, mais que sa forme démontre votre implication, votre sérieux et l'envie de communiquer efficacement sur celui-ci.

# LE BUSINESS PLAN : **Les erreurs à éviter**



Ne générez pas du contenu inutile :

- ✓ **Une étude de marché approximative :**

- ✓ Composée de chiffres anciens, glanés sur google (Allez sur le terrain ! Réalisez un prototype ! ...)
- ✓ Démontrant une méconnaissance des clients (Rencontrez les ! Affinez votre discours commercial !)
- ✓ Sans retour des démarchages clients (Quelles objections ? Quelles demandes ? ...)
- ✓ Présentant la "Macro économie" du secteur (Concentrez-vous sur votre "micromarché" !)

Une étude de marché purement théorique ne vous apportera rien !

Vous devez produire un prototype, rencontrer des clients, apprendre sur le terrain pour rassurer les investisseurs (vous démontrez votre capacité à aller au "contact")

# LE BUSINESS PLAN : **Les erreurs à éviter**



N'oubliez pas l'aspect financier :

- ✓ **En l'absence de Business Model (BM), vous n'expliquez donc pas :**
  - ✓ Qui paie le produit ? (Publicité ? Utilisateur final ? Etat ? Client professionnel ? Client particulier ? ...)
  - ✓ Quel est le coût du produit/service ? (Détail des charges ? Maîtrise des coûts cachés ? ...)
  - ✓ A quelle échéance le produit/service est payé ? (délais de paiement à 6 mois ? 3 jours ? ...)
  - ✓ Pourquoi le client consomme ? (Vous répondez à une demande réelle ou "imaginée" ?)

Ne confondez pas BP et BM ! Le BM est la justification de l'équilibre économique !

Vous devez produire un prototype, rencontrer des clients, apprendre sur le terrain pour rassurer les investisseurs (vous démontrez votre capacité à aller au "contact")

# LE BUSINESS PLAN : **Les erreurs à éviter**



Ne négligez pas le commercial ou la communication :

- ✓ **Capter 1% du marché, c'est bien ! Expliquer comment, c'est mieux ! :**
  - ✓ Quelles actions de communication (Auprès de quelle cible ? Quelle volumétrie ? ...)
  - ✓ Combien de personne travaillent au commercial ? (Expérience ? )
  - ✓ Comment vous faites-vous connaître ? (Taux de retour de vos actions ? ...)
  - ✓ Combien de prospects contactez-vous ? (Ampleur et qualité du fichier prospect du prestataire ?)

La communication n'est pas qu'un chiffre sur un devis !

Vous devez expliquer la stratégie choisie au regard de la cible ! Les moments choisis pour communiquer ! (ex : la saint valentin pour vendre des cadeaux aux couples ...)



ENTREPRENEURIAT

Nouveau



STRATÉGIE  
MARKETING

Nouveau



EXPERTISE  
COMPTABLE



COMPTABILITÉ



JURIDIQUE



FISCALITÉ  
D'ENTREPRISE



FISCALITÉ  
PERSONNELLE



GESTION



PAIE ET SOCIAL



FORMATION



COMMISSARIAT  
AUX COMPTES



STRATÉGIE  
D'ENTREPRISE

Nouveau

NOS CONSEILS, NOS PACKS, NOS VIDEOS, VOTRE NEWSLETTER,  
VOS RESSOURCES, NOS ACTUALITES, NOS TEMOIGNAGES  
VOS RENDEZ-VOUS «CLUB FIDAQUITAINE»...

à découvrir sur :

[www.FIDAQUITAINE.com](http://www.FIDAQUITAINE.com)



# Merci de votre attention

## ENSEMBLE, CULTIVONS VOTRE RÉUSSITE !



3 av. Georges Clemenceau 33150 CENON  
**05 56 40 94 20**

26 rue Chanzy 24000 PERIGUEUX  
**05 53 46 65 16**



[www.FIDAQUITAINE.com](http://www.FIDAQUITAINE.com)