

Le Business Plan

Brunoy Sophy
Connan Hugues
Fichou--Meunier Joceran
Keroullas Solenn

Introduction : Qu'est-ce que le business plan ?	3
Les grands axes du business plan	3
Executive summary	3
Présentation du projet	4
Analyse du marché	4
Analyse de la concurrence	4
Analyse de la clientèle	4
Stratégie marketing	5
Aspects financiers	5
Business plan : une meilleure innovation pour un meilleur financement	6
Une meilleure innovation	6
Une plus grande chance d'obtenir des financements	6
Conclusion	7
Bibliographie	7

I. Introduction : Qu'est-ce que le Business Plan ?

Aujourd'hui, le Business Plan est l'étape incontournable pour mener à terme un projet innovant. Concrètement, le Business Plan prend la forme d'un dossier dont le but est de lever des fonds, en demandant un prêt, par exemple. Il consiste en l'analyse du marché, de la concurrence et des produits annexes.

L'objectif principal de ce dossier est de démontrer la viabilité de votre projet pour ainsi lever des fonds auprès de banques, des business angels ou des investisseurs de manière générale.

Mais comment un Business Plan peut être une étape importante du financement de l'innovation ? Dans un premier temps, nous montrerons que le Business Plan permet de bien piloter son projet avant de voir que le Business Plan est aussi un outil de communication.

II. Les grands axes du Business Plan

a. Executive summary

L'executive summary ou "résumé" est un document rédigé pour les dirigeants. Il permet de résumer votre Business Plan en une, voire deux, pages synthétiques. En effet, les investisseurs n'ont pas toujours le temps de lire l'intégralité du Business Plan. Il est donc pertinent de rédiger un document synthétique, l'executive summary, qui leur donne une vision d'ensemble de votre projet. Si celui-ci leur semble intéressant et prometteur, alors votre Business Plan sera lu. L'executive summary est donc "la porte d'entrée" de votre projet, celle qui doit accrocher et attirer l'œil. Il est donc primordial qu'il soit correctement rédigé et attrayant pour l'investisseur afin qu'il accepte ensuite de vous rencontrer.

Mais concrètement, il ne s'agit pas de résumer l'entièreté du Business Plan mais de synthétiser les grandes idées afin de vendre votre projet (sans le survendre), par de courts paragraphes.

b. Présentation du projet

Ainsi, une fois la synthèse du projet réalisée à travers l'executive summary, il s'agit maintenant de réaliser tout le développement et l'argumentation du Business Plan. La première étape est donc de présenter le projet ainsi que l'équipe-projet.

La présentation du projet permet de répondre aux questions simples : Qui ? Quand ? Quoi ? Où ? Comment ? Pourquoi ? Par cette présentation détaillée de votre idée, le but est de convaincre du bien fondé de votre projet.

Puisqu'un projet ce n'est pas qu'une idée mais aussi une équipe, il s'agit ensuite de présenter les membres de l'équipe-projet, leur rôle et les compétences qu'ils peuvent apporter pour la réalisation et le succès du projet. Cette partie a un double objectif. Il s'agit de montrer que les membres de votre équipe sont aptes à réaliser votre projet mais aussi "d'humaniser" votre projet, afin d'attester de votre motivation.

c. Analyse du marché

Une fois le projet présenté, il faut ensuite le remettre dans son environnement, le contextualiser. C'est-à-dire, analyser le marché, les potentiels concurrents mais aussi la clientèle visée.

1. Analyse de la concurrence

Lors de l'analyse concurrentielle, il faut bien évidemment identifier les concurrents directs et indirects du produit, mais également leurs forces et faiblesses pour ainsi définir celles de notre projet. Cette analyse permet de définir si la concurrence est déjà trop importante pour le projet, ou au contraire si une place est possible dans le marché pour votre projet.

2. Analyse de la clientèle

Pour l'analyse de la clientèle, il est indispensable de bien cibler le besoin auquel répond le produit ou le service proposé. De ce fait, vous pourrez mieux cibler votre produit,

savoir quel type de clientèle viser (âge, genre, pouvoir d'achat...). Toutes ces caractéristiques vous seront indispensables pour définir votre stratégie.

d. Stratégie marketing

Une fois la cible et le marché identifié, il convient de se fixer des objectifs pour ensuite élaborer une stratégie à mettre en place afin d'atteindre ces objectifs.

Ils peuvent porter sur différents secteurs. Par exemple, ils peuvent viser le marché visé (un segment ou totalité du marché potentiellement intéressé) mais aussi les objectifs de vente (part de marché, chiffre d'affaires...). C'est également le moment de définir un calendrier pour fixer les objectifs définis de manière temporelle.

Ensuite, vous pourrez définir votre stratégie. La stratégie comprend tous les moyens mis en oeuvre pour réaliser vos objectifs. Par exemple, vous devrez fixer le prix de vente de votre solution, le type de distribution (visée de grande distribution, commerce de détail, e-commerce...), la communication mise en place mais également toute la logistique autour du produit et de sa production. En soi, il s'agit de faire appel à la méthode du mix marketing (prix, promotion, place, produit).

e. Aspects financiers

Une fois l'analyse de notre projet dans son environnement réalisée, il s'agit ensuite de vérifier la viabilité financière du projet.

Il faut donc réaliser un budget prévisionnel, pour anticiper les différentes dépenses liées à la mise en place du projet, le plan de financement pour faire le parallèle entre les besoin financiers et les différents financements demandés.

III. Business Plan : une meilleure innovation pour un meilleur financement

a. Une meilleure innovation

Le Business Plan est un outil essentiel pour aider les créations d'entreprises. Il est aussi important avant le lancement d'un projet innovant que pendant l'évolution de ce dernier. Effectivement, le Business Plan permet de structurer toutes les idées clés d'un projet. Grâce à celui-ci, l'entrepreneur peut alors, à travers l'étude approfondie du marché, s'auto-évaluer sur la solution apportée au problème. Il peut se demander si son idée est complète ou bien s'il n'est pas passé à côté de quelque chose. Le Business Plan peut donc mettre en évidence une solution non réfléchie par les acteurs du projet. Il comprend également mieux les besoins du marché et peut concevoir la meilleure solution possible. Il peut également se questionner sur les potentiels concurrents du secteur et se demander quels sont les éléments qui le différencient des autres.

A l'aide du Business Plan, le suivi du projet au cours de son développement n'est que meilleur. En effet, lors des étapes clés développement du projet, les acteurs du projet peuvent se référer au planning effectué dans le Business Plan et comparer. Par exemple, si la conception du produit termine début mars alors que, dans le plan, il était prévu que cela se termine mi-mars, grâce au Business Plan le/les entrepreneurs se rendront compte du retard. Avec cet outil, les entrepreneurs feront en sorte de rattraper le retard pour respecter l'évolution de leur projet. Toutes les étapes du Business Plan entraîne une remise en cause permanente du projet afin d'en tirer le maximum et le plus innovant.

b. Une plus grande chance d'obtenir des financements

Le Business Plan permet de convaincre les investisseurs de financer une innovation mûrement réfléchi. Effectivement, une étude de marché rigoureusement faite doit mettre en lumière la rentabilité du projet vis-à-vis du marché. Elle doit prouver que le projet est novateur et qu'il se démarque réellement par rapport aux concurrents. La stratégie marketing

doit permettre de prouver la faisabilité du projet. Une stratégie marketing pertinente et parlante pour les investisseurs va permettre de les convaincre à financer le projet.

Toutes les étapes du Business Plan doivent permettre de mettre en confiance les investisseurs afin qu'ils soient certain d'avoir un retour sur investissement.

IV. Conclusion

En conclusion, le Business Plan, à travers ses différentes étapes, permet d'accroître considérablement les chances de financer des projets innovants. L'analyse du marché permet d'obtenir un projet innovant et potentiellement viable. La stratégie marketing permet de rassurer les investisseurs et également d'avoir un meilleur suivi du projet. Enfin les aspects financiers permettent de montrer que le projet est économiquement faisable et viable, ce qui rassure et met en confiance les investisseurs.

Nous pouvons nous demander si le Business Plan est le seul et unique moyen d'encourager vivement le financement de l'innovation.

V. Bibliographie

<http://www.creer-mon-business-plan.fr/actualites/definition-du-business-plan.html>
<http://www.my-business-plan.fr/dossier-1-faire-un-business-plan>
<http://www.my-business-plan.fr/executive-summary>
<http://www.my-business-plan.fr/blog-4-raisons>
<https://www.compta-facile.com/quel-est-le-contenu-d-un-business-plan/>
<http://www.statutentreprise.com/composition-business-plan>
<http://www.my-business-plan.fr/business-plan-erreurs>