|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| DOCUMENTATION | | | | | |
|  |  | | |  | |
| UTILISATEUR | | | | | |
|  | | Projet Mesguen |  | |

TABLE DES MATIÈRES

[Introduction 3](#_Toc22663983)

[1. Connexion 4](#_Toc22663984)

[2. Ajout d’une tournée 5](#_Toc22663985)

[3. Modification d’une tournée 6](#_Toc22663986)

[4. Suppression d’une tournée 8](#_Toc22663987)

# Introduction

La rédaction d’un projet détaillé n’est pas nécessaire pour la plupart des entreprises. Cependant, la rédaction d’un bref projet d’entreprise offre plusieurs avantages qui compensent largement l’investissement en temps :

* Le processus de réflexion et de rédaction du projet apporte de la clarté.
* Si vous avez besoin de capitaux de sources extérieures, sachez que les investisseurs veulent voir un projet témoignant de votre compréhension et de votre vision approfondies de l’entreprise.
* Le projet vous aidera à hiérarchiser les tâches en fonction de leur importance.
* À mesure que l’entreprise croît, le projet apporte aux nouveaux dirigeants une compréhension commune de la vision.

Un projet d’entreprise simple pour une startup dans le secteur des services peut être élaboré assez rapidement. En gardant à l’esprit le public ciblé, écrivez simplement. Le projet doit être compréhensible, lisible et réaliste.

Ce modèle est organisé en sept sous-projets ou sections à compléter.

1. Rapport de synthèse
2. Présentation de l’entreprise
3. Description de l’activité
4. Analyse de marché
5. Plan opérationnel
6. Plan marketing et ventes
7. Plan financier

Nous vous recommandons de ne rédiger la Note de synthèse qu’après avoir terminé les autres sections. À mesure que vous entrez des informations, de la vue d’ensemble de l’entreprise au plan financier, le contenu doit raconter l’histoire de la motivation et de la vision sous-jacentes du projet. Veillez à inclure ce qui permettra à l’entreprise de réussir, ainsi que la manière dont cette réussite sera atteinte et calculée.

Il est important de tenir à jour le projet d’entreprise afin de pouvoir suivre sa progression, de célébrer sa réussite et de l’ajuster quand des problèmes se posent. L’idéal est de faire cela à une fréquence trimestrielle, sinon mensuelle.

# Connexion

Vous devez rédiger le rapport de synthèse en dernier une fois le reste du projet élaboré. Il s’agit d’une vue d’ensemble (dont la longueur ne devrait pas dépasser une page) de l’entreprise, incluant le problème que celle-ci se propose de résoudre, la raison pour laquelle sa solution se distingue des autres, le profil du client idéal et les résultats escomptés. La note de synthèse doit fournir une description générale et positive de l’entreprise.

Si l’entreprise a besoin d’investissements extérieurs, indiquez le montant nécessaire, la manière dont vous comptez l’utiliser et la manière de rentabiliser son activité. Gardez à l’esprit que cette section est la première chose qu’un investisseur potentiel lira. Il s’agit donc de susciter son intérêt rapidement.

Les titres suggérés pour structurer cet projet d’entreprise sont les suivants.

* Opportunité :Quel problème l’entreprise va-t-elle résoudre ?
* Mission : Quel problème l’entreprise va-t-elle résoudre ?
* Solution : Comment le service est-il susceptible de résoudre de façon inédite le problème épinglé ?
* Analyse du marché : Quels sont le marché et les clients ciblés dans l’idéal ?
* Avantage concurrentiel : Comment l’entreprise compte-t-elle percer compte tenu de la concurrence ?
* Propriété : Quelles sont les principales parties prenantes au sein de l’entreprise ?
* Retours escomptés : Quels sont les étapes clés en termes de chiffre d’affaires, de bénéfices, de croissance et de clientèle ?

# ajout d’une tournée

La présentation de l’entreprise est un bref résumé de l’activité de celle-ci, indiquant ce qu’elle fournit d’inédit, sa mission, la manière dont elle a commencé, son positionnement sur le marché, sa structure opérationnelle et ses objectifs financiers. Après avoir parcouru cette section, le lecteur doit avoir compris dans les grandes lignes ce que l’entreprise compte faire et la manière dont elle est organisée.

Cette section ne doit pas être longue. Veillez à ce qu’elle soit succincte. Il s’agit d’une sorte de cliché de l’entreprise. Le type d’activité détermine les sections que doit comprendre le projet d’entreprise. N’incluez que les éléments indispensables à la présentation correcte de l’activité.

* Présentation de l’entreprise : Cette section, parfois appelée « argumentaire éclair », est destinée à introduire l’entreprise. Elle présente la vision de celle-ci et ce qu’elle se propose de faire. Mentionnez les grands objectifs de l’entreprise ainsi que certains de ses objectifs à court terme.
* Énoncé de mission : Il s’agit d’une énumération concise des principes directeurs de l’entreprise et de ce qu’elle compte faire pour ses clients, employés, actionnaires et autres parties prenantes.
* Historique de l’entreprise : Il s’agit d’une relation de l’histoire de l’entreprise, en particulier de la raison pour laquelle elle a été fondée. Utilisez cette section pour retracer l’historique général de l’entreprise depuis sa création et informer le lecteur de sa situation actuelle en termes de ventes, de bénéfices, de services clés et de clients.
* Marchés et services : Cette section décrit le marché cible et les besoins de celui-ci que l’entreprise veut satisfaire. Décrivez brièvement les services offerts, les marchés ciblés et les types de clients. Cette section peut être une vue d’ensemble assez générale, car vous fournirez plus de détails dans une section ultérieure de ce projet.
* Structure opérationnelle : Cette section décrit les détails opérationnels de l’entreprise. Répertoriez les employés potentiels à embaucher pour le bon fonctionnement l’entreprise.
* Objectifs financiers : Cette section indique le capital de départ nécessaire, les recettes et profits anticipés, les prévisions et le budget.

# modification d’une tournée

Cette section aborde les opportunités professionnelles et doit répondre à la question : quel (s) problème (s) la société essaie-t-elle de résoudre ? Utilisez un exemple de cas pour décrire le problème auquel des clients sont confrontés et la façon dont ils le résolvent aujourd’hui. Si le service de l’entreprise comble une lacune que le marché n’a pas encore identifiée en tant que problème (par exemple, une nouvelle application mobile ou une nouvelle ligne de vêtements), expliquez également en quoi la solution permet de réduire le stress, de réaliser des économies ou de rasséréner le client.

Après avoir esquissé l’opportunité, décrivez le service en détail, pourquoi l’entreprise le propose, comment il résout le problème évoqué et les avantages que les clients en tireront.

Cette section décrit également de façon plus détaillée la façon dont le service sera presté ainsi que le mode de tarification (par exemple, forfaitaire ou à l’heure). Décrivez comment l’entreprise envisage de se différencier de la concurrence. Quel est le marché cible et comment le client peut-il tirer parti de votre offre unique ?

Selon le type d’entreprise, les sections suivantes peuvent être nécessaires ou non. N’incluez que les sections pertinentes et supprimez tout le reste.

* Opportunité : Décrivez le marché actuel du service proposé par l’entreprise. D’un point de vue général, quel est le marché et qui sont les acteurs ? Les clients sont-ils des professionnels ou des consommateurs ? Quelle est la zone géographique concernée ? Etc. Vous fournirez de plus amples détails sur le marché fournis dans la section suivante du projet. Décrivez ensuite l’état actuel des services disponibles et la manière dont l’entreprise compte s’y prendre proposer mieux. Évoquez également les services supplémentaires que l’entreprise envisage de proposer à l’avenir.
* Présentation du produit : Décrivez les offres de service de l’entreprise de façon aussi détaillée que possible. Si l’inclusion d’images peut s’avérer utile, c’est le bon endroit pour les insérer.
* Participants clés : Identifiez les collaborateurs stratégiques de l’entreprise, tels que les fournisseurs, distributeurs, partenaires de recommandation ou autres intervenants critiques. Pour certaines entreprises fabriquant des produits sur mesure, toute rupture d’approvisionnement peut avoir une incidence sur leur activité. Il se peut que le service que vous proposez repose sur des acteurs clés. Il est donc important de les identifier.
* Tarification : Indique les tarifs du service, les projets avec marge brute et les chemins de mise à niveau. Décrivez pourquoi les tarifs pratiqués par l’entreprise seront attractifs pour le marché cible. Dotez-vous d’un indicateur sur les prix des concurrents et expliquez en quoi le service de l’entreprise est unique pour justifier sa structure tarifaire.
* Notez la différence entre heures de travail et heures facturables. Les heures de travail ne sont pas toutes facturables. Si l’entreprise compte des employés dont les niveaux de compétences diffèrent (par exemple, un cabinet d’avocats regroupe des associés, des assistants juridiques, des avocats, des partenaires, et autres), indiquez les différents taux de facturation.
* Communiquez clairement les taux aux clients. S’il existe des frais supplémentaires susceptibles d’être reportés ceux-ci, fixez-les à l’avance.

# suppression d’une tournée

L’analyse de marché permet au lecteur de mesurer dans quelle mesure l’entreprise connaît et comprend son marché, et si celui-ci est suffisamment vaste pour lui permettre d’atteindre ses objectifs. Cette section fournit une vue d’ensemble du secteur au sein duquel l’entreprise évoluera. Dans la mesure où cette section est réduite au client idéal en fonction de la stratégie de l’entreprise, le projet définit le marché cible. Une description détaillée du marché cible et de sa taille aidera le lecteur à en comprendre la valeur (nombre de clients potentiels multiplié par le chiffre d’affaires moyen généré par le produit ou service).

Pour la définition du marché cible, le projet doit identifier des éléments clés tels que l’emplacement géographique, la démographie, les caractéristiques des acheteurs, les besoins existants du marché et la manière dont ceux-ci sont actuellement satisfaits. S’il existe des concurrents directs, expliquez comment le service de l’entreprise peut être comparé à ceux-ci en lien avec la résolution des problèmes rencontrés par les consommateurs.

Le cas échéant, cette section peut également inclure une analyse des forces, faiblesses, opportunités et menaces (FFOM, Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats) afin de mieux évaluer la position de l’entreprise par rapport à la concurrence.

Selon le type d’entreprise, les sections suivantes peuvent être nécessaires ou non. N’incluez que ce qui est nécessaire et supprimez tout le reste.

* Type de secteur : Commencez par des descriptions assez générales de l’opportunité de marché. Par exemple, s’il s’agit d’une agence de voyage, le type de secteur est celui des services. Sur ce marché particulier, les recettes globales devraient dépasser 183 milliards d’USD, mais le marché de l’agence locale sera sensiblement plus petit. Identifiez la clientèle potentielle dans la zone géographique de l’entreprise, qui pourrait figurer dans le groupe démographique cible. Cette section doit également identifie les réglementations sectorielles et évaluer les tendances du marché en matière de croissance et de stabilité.