

CRITERES D'EVALUATION (1/2)

← Très mauvais

Très bon →

Executive Summary						
• Eveil de l'intérêt	Totalement ennuyeux	Peu intéressant	Moyennement intéressant	Eveille un grand intérêt	Eveille un très grand intérêt	Fascinant! Impossible d'interrompre sa lecture
• Traitement des aspects essentiels	N'aborde que des aspects sans intérêt	Aborde certains aspects essentiels, l'accent étant mis sur des aspects secondaires	Aborde majoritairement des aspects essentiels, mais la qualité est moindre	Aborde des aspects essentiels de manière considérable et la qualité est bonne	Tous les aspects essentiels sont bien traités	Tous les aspects essentiels sont remarquablement bien traités
<hr/>						
Offre produit/services						
• Utilité pour la clientèle	Groupe cible vaguement défini, utilité non identifiable	Groupe cible défini, mais utilité difficilement identifiable, en tout cas marginale	Segmentation du marché et groupe cible définis; utilité identifiée mais d'ampleur limitée	Segmentation du marché et groupe cible définis; utilité d'ampleur moyenne	Segmentation du marché et groupe cible définis; utilité importante identifiée	Segmentation du marché remarquablement établie, groupe cible défini et utilité très importante clairement identifiée
• Différenciation par rapport à la concurrence	Idée grossièrement décrite, possibilités de différenciation par rapport aux concurrents peu claires ou omises	Idée clairement délimitée, réflexion cohérente et clairement énoncée sur une différenciation durable (p.ex. brevets)	Faisabilité assurée (p.ex. principe de fonctionnement testé), stratégie de différenciation concrète formulée	Concept élaboré de façon détaillée (prototype en étude), stratégie de différenciation efficace définie, premiers pas entrepris	Produit final clairement identifié (prototype établi) et/ou existence d'un vif intérêt de la part de la clientèle, principales mesures nécessaires à une différenciation durable déjà déclenchées (p.ex. brevet déposé)	Produit final presque achevé (p.ex. prototype proche de la production en série) et/ou client sous contrat, principales mesures nécessaires à une différenciation durable prises (p.ex. brevet obtenu)
<hr/>						
Marché et concurrence						
• Marché	Pas de marché	Petit marché en déclin	Petit marché stagnant ou grand marché en déclin	Petit marché en croissance ou grand marché stagnant	Petit marché en plein boom ou grand marché en croissance	Grand marché en plein boom
• Concurrence	Très forte concurrence déjà active	Forte concurrence déjà active ou prévisible à court terme	Concurrence moyenne déjà active ou prévisible à court terme ou forte concurrence prévisible de moyen à long terme	Faible concurrence déjà active ou prévisible à court terme, forte concurrence prévisible de moyen à long terme	Faible concurrence déjà active ou prévisible à court terme ou concurrence moyenne prévisible de moyen à long terme	Pas de concurrence établie ou prévisible à court terme ou concurrence faible prévisible de moyen à long terme
<hr/>						
• Système commercial et organisation	Pas d'objectif ou objectif totalement erroné avec une organisation insuffisante	Objectif établi en partie correctement avec une organisation insuffisante	Objectif établi en partie correctement avec une organisation adéquate pour l'essentiel	Objectif dans l'ensemble correctement défini avec une organisation complète et adéquate	Objectif dans l'ensemble correctement défini avec une organisation complète et adéquate et des partenaires compétents	Objectif parfaitement correct avec une organisation remarquable et des partenaires forts

CRITERES D'EVALUATION (2/2)

← Très mauvais

Très bon →

• Marketing et vente	Les quatre "P" (Product, Price, Place, Promotion) ne sont pas ou très peu traités, la stratégie de commercialisation dans l'ensemble n'est pas claire ou peu convaincante	Trois "P" ne sont pas ou peu traités (seules quelques idées sont évoquées), la stratégie de commercialisation dans l'ensemble peu claire ou peu convaincante	Deux "P" ne sont pas ou peu traités; la stratégie de commercialisation est définie dans ses grandes lignes, mais elle présente toutefois d'importantes lacunes	Un "P" n'est pas ou peu traité; la stratégie de commercialisation se distingue bien, présente toutefois quelques lacunes	Les quatre "P" sont bien traités; dans l'ensemble la stratégie de commercialisation est claire, consistante et complète	Les quatre "P" sont traités de façon remarquable; dans l'ensemble la stratégie de commercialisation est très convaincante et prometteuse
• Risques et opportunités	Représentation des chances et risques et de leurs répercussions insuffisante; contre-mesures manquent totalement	Représentation des chances et risques et de leurs répercussions incomplète	Représentation des chances et risques et de leurs répercussions suffisante et contre-mesures en partie adéquates	Représentation des chances et risques et de leurs répercussions satisfaisante et contre-mesures adéquates	Bonne représentation des chances et risques et de leurs répercussions et contre-mesures efficaces	Représentation des chances et risques et de leurs répercussions remarquable et contre-mesures extrêmement efficaces
• Plan de mise en œuvre	Plan de réalisation pas du tout réfléchi, complètement irréaliste et incomplet	Plan de réalisation mal pensé et peu réaliste avec de graves lacunes	Plan de réalisation moyennement pensé, réaliste en partie avec quelques lacunes	Plan de réalisation moyennement pensé, dans l'ensemble réaliste et presque complet	Plan de réalisation bien pensé, dans l'ensemble réaliste et complet	Plan de réalisation très bien pensé, extrêmement réaliste et complet
Plan de financement						
• Financement: contenu	Planification et prévision du rendement financier reposent sur des hypothèses absurdes	Planification et prévision du rendement financier reposent sur des hypothèses irréalistes	Planification et prévision du rendement financier reposent sur des hypothèses en partie réalistes	Planification et prévision du rendement financier reposent sur des hypothèses dans l'ensemble réalistes	Planification et prévision du rendement financier reposent sur des hypothèses réalistes, le rendement attendu est intéressant	Planification et prévision du rendement financier reposent sur des hypothèses très réalistes, le rendement attendu est très intéressant
• Financement: forme	Les prévisions de liquidité, le bilan et l'offre aux investisseurs manquent complètement ou sont pénalisés par de graves erreurs	Trois des éléments mentionnés ci-dessus manquent ou présentent de graves erreurs	Deux des éléments mentionnés ci-dessus manquent ou présentent de graves erreurs	Un des éléments ci-dessus manque ou présente de graves erreurs	Les quatre éléments existent et sont clairement et correctement traités	Les quatre éléments existent, sont correctement traités et sont représentés d'une façon particulièrement claire
• Profil de l'équipe	Individu sans expérience/capacité notable	Equipe sans expérience/capacité significative ou individu avec peu d'expérience/capacité notable	Un membre de l'équipe présente une expérience/capacité notable	Plusieurs membres de l'équipe présentent une expérience/capacité notable, mais ne couvrent toutefois pas les domaines importants	Les membres de l'équipe couvrent tous les domaines importants avec une expérience/capacité notable	Les membres de l'équipe couvrent tous les domaines importants avec une expérience/capacité notable et ont le parfait profil de l'entrepreneur