## Résumé opérationnel (aussi appelé Executive Summary)

Le résumé opérationnel est un condensé de votre business plan. Il doit présenter les points clés de votre projet afin de permettre aux investisseurs et aux partenaires potentiels d'en avoir rapidement une idée globale.

* **Présentez brièvement le produit ou le service** de manière claire et concise
* **Présentez l’équipe** (expériences, parcours)
* **Précisez votre marché** (tendances, clientèle cible, concurrence)
* **Expliquez pourquoi vous sollicitez les investisseurs et à quelle hauteur** (ou le partenaire et pourquoi).

Le résumé opérationnel reprend donc les éléments les plus importants de votre business plan de manière synthétique. Nous vous conseillons de le rédiger en dernier, après avoir terminé la rédaction de votre plan d'affaires général.

Gardez en tête que le but du résumé opérationnel est de donner aux investisseurs une vision claire et globale de votre projet, mais également l'envie d'en savoir plus.

## Présentation de l’idée et origine du projet

### Origine du projet

Racontez l’origine du projet : qui en a eu l'idée, comment cette idée lui est-elle venue, et pourquoi ?

### L’équipe

Présentez le parcours des membres de l’équipe fondatrice (formation et expériences passées).

* nom, prénom et âge ;
* diplômes ;
* expériences et compétences professionnelles ;
* rôle de chacun, complémentarité et motivations.

Montrez la cohérence et le lien entre le parcours de l’équipe et le projet d’entreprise.

## Le produit ou le service

### Description du produit ou service

Décrivez en détail votre produit ou service, pour faire comprendre en quoi il répond à un problème ou à un besoin.

* présentez le concept et expliquez l’offre ;
* décrivez les spécificités et qualités du produit ou service ;
* s’il s’agit d’une gamme, précisez-la ;
* expliquez comment est conçu votre produit ou service (processus, temps, moyens et infrastructures).

### Autres détails

Indiquez si vous avez besoin d'une licence, ou d'une autorisation de mise sur le marché pour votre produit ou service. Précisez si votre produit ou service est protégé par une marque ou si vous comptez déposer un brevet. Présentez vos éventuels brevets.

### Avancement du projet

Décrivez ici où vous en êtes du projet (idée, prototype, commercialisation déjà commencée). Prévoyez d’y intégrer un calendrier des étapes clé (éventuellement dans un tableau).

## Le marché

### Tendances

Posez-vous les bonnes questions et tentez d’y répondre :

* Quelles sont ses tendances (émergent, en forte croissance ou en déclin) ?
* Définissez la taille de votre marché, sa dimension géographique (marché local, national) mais aussi son volume en termes de ventes et de chiffre d'affaires. Quelle part de marché visez-vous ?
* Précisez les évolutions, les avancées technologiques majeures de votre marché au cours des dernières années. Existe-t-il des barrières à l'entrée?
* Indiquez enfin si le marché est réglementé et s'il y a notamment des conditions d'accès spécifiques telles que des diplômes, des autorisations, etc.

Si vous avez réalisé une étude de marché détaillée, c’est donc l’endroit idéal pour présenter tous les chiffres recueillis

### Clientèle cible

Votre clientèle cible est celle qui va acheter votre produit ou votre service, ou tout du moins qui sera intéressée. Il est donc très important de la connaître :

* Quels sont ses besoins, ses envies ?
* Quels sont ses critères d’achats ?
* Est-ce que le prix est un critère majeur ?
* Quelles sont ses zones et habitudes de consommation et d’achats ?

Si vous avez déjà des clients, ou des prospects très motivés, c’est aussi le moment de le préciser et d’en fournir les preuves, c’est toujours un plus pour les investisseurs.

### Concurrence

Dernière étape de la présentation du marché, il va falloir décrire la concurrence, c’est-à-dire les entreprises qui ont la même activité que vous. Évidemment, pour une entreprise qui fait de la vente en ligne la concurrence peut être nationale voire mondiale, tandis que pour un commerce ou un restaurant la concurrence à décrire ne sera que locale.

Indiquez qui sont les concurrents existants, leur stratégie actuelle et expliquez en quoi votre projet se différencie et quels sont vos avantages concurrentiels.

## La stratégie commerciale et marketing

Avant dernière étape fondamentale d’un business plan, il va falloir décrire la stratégie commerciale et marketing de votre projet.

### Equipe

La stratégie de votre entreprise passe par la gestion de vos ressources humaines. Vous devez donc indiquer votre équipe opérationnelle. Définissez et présentez le rôle de chacun, ses compétences, sa fonction dans l'entreprise et sa rémunération brute mensuelle. Prévoyez un calendrier de recrutement, sous forme d’un tableau, pour montrer que vous savez anticiper.

### Fournisseurs

Listez vos principaux fournisseurs et le type de produits qu’ils vous fournissent, ainsi que les raisons de votre choix. Précisez les conditions de paiement et les délais de livraison. Précisez les alternatives en cas de besoin de changer de fournisseur ainsi que le poids des achats dans votre stratégie globale.

### Locaux et équipements

Vous avez besoin de locaux et/ou de matériel (informatique, bureaux, matériel spécifique à votre activité…) ? C’est ici qu’il faudra détailler vos besoins actuels et à venir. Concernant les locaux, précisez la superficie et les détails des locaux que vous avez repérés ainsi que les installations et travaux nécessaires, le cas échéant.

### Plan marketing

Il s’agira ici de définir la politique de prix, de communication et de distribution de vos produits ou services.

* **Prix** : présentez vos tarifs et détaillez comment ils sont fixés en fonction du coût de revient et des prix de la concurrence, entre autres.
* **Communication** : décrivez tous les moyens qui vont être mis en oeuvre pour faire connaître votre produit ou service afin d’augmenter les ventes. Prévoyez un tableau budgétaire poste par poste et un calendrier.
* **Distribution** : expliquez comment votre produit ou service sera mis à la disposition de votre clientèle cible (points de ventes, vente en ligne, intermédiaires…).

## La forme juridique et la répartition du capital

Dernière étape du business plan, vous allez devoir préciser la forme et le montage juridique de votre projet. Si vous êtes perdus, vous pouvez utiliser ce [tableau comparatif des statuts juridiques](https://independant.io/tableau-comparatif-statuts-juridiques/).

Indiquez la forme juridique de votre entreprise, qui fournira le cadre légal nécessaire pour démarrer votre activité. Si vous entreprenez à plusieurs, ce sera aussi l’endroit du business plan où indiquer la répartition du capital entre les associés et les responsabilités qui vont avec.