

Business Plan — Business Plan — CoiffureConnect

Version automatique — base solide à compléter

Concept: Concept — Une plateforme en ligne dédiée aux grossistes de produits de coiffure, permettant de mettre en relation les fournisseurs et les salons de coiffure. Grâce à un algorithme intelligent, la plateforme propose des recommandations personnalisées basées sur les tendances du marché et les besoins des salons. **Marché** — Le secteur de la coiffure est en pleine expansion, avec une demande croissante pour des produits professionnels de qualité. Les salons cherchent à optimiser leurs achats et à découvrir de nouveaux fournisseurs. **Projection** — Dans 12 à 24 mois, viser une adoption par plusieurs centaines de salons, une couverture nationale et établir des partenariats avec au moins 50 fournisseurs, avec une traction continue grâce à des fonctionnalités innovantes et un service client exceptionnel.

Sommaire

- 1. Executive summary
- 2. Équipe fondatrice
- 3. Présentation du projet
- 4. Partie économique
- 5. Partie financière
- 6. Partie juridique
- 7. Glossaire
- 8. Annexes

1. Executive summary

Le projet s'inscrit sur le marché français « grossiste produit coiffure », avec une proposition de valeur claire : apporter une solution différenciante à un problème identifié chez la cible Grossiste en produits de coiffure cherchant à développer son réseau et ses ventes.. Le modèle économique prévoit un prix moyen de 600.0 € et une croissance mensuelle visée de 7%, pour une marge brute cible de 60%. Les investissements initiaux s'élèvent à 6000 € et le BFR estimé à 27300 €. Le plan de financement combine 9990 € de fonds propres et 23310 € d'emprunt. Objectifs à 24 mois : atteindre la rentabilité, structurer la vente récurrente. Le point mort est attendu vers entre M10 et M18 selon la traction.

Secteur: grossiste
produit coiffure
(generic_b2b)

Objectifs 24 mois:
Atteindre rentabilité,
Structurer l'acquisition

Proposition de valeur:
Proposition de valeur
à préciser

2. Équipe fondatrice

Compléter les CV & rôles clés.

3. Présentation du projet

Problème & opportunité

Décrire précisément le besoin client et ses irritants actuels sur le marché français.

Solution & différenciation

Décrire la solution, ses bénéfices clés et les éléments différenciants par rapport aux concurrents.

Clients cibles

- Segment 1 (B2C/B2B) – taille et pouvoir d'achat
- Segment 2 – motivations et objections

Traction attendue & jalons

- MVP / 3 mois
- 100 premiers clients / 6-9 mois
- Rentabilité opérationnelle / 18-24 mois

4. Partie économique

Marché & environnement (France)

Taille & moteurs de croissance : Taille nationale estimative, moteurs (digitalisation, réglementation, pouvoir d'achat), saisonnalité.

Segments de clientèle :

- Particuliers — critères socio-démographiques, comportement d'achat
- Professionnels — secteurs cibles, taille d'entreprise, décideurs

Concurrence & alternatives :

- Concurrents directs (France) — positionnement, fourchettes de prix
- Solutions alternatives (do-it-yourself, acteurs adjacents) — avantages/limites

Réglementation / normes :

- Cadre RGPD/CNIL si données personnelles
- Obligations sectorielles (normes, certifications) et Code de la consommation/commerce
- Droit du travail et conventions collectives pour l'organisation

Stratégie commerciale

Segmentation & ciblage :

- ICP prioritaire
- Segments secondaires avec critères d'exclusion

Positionnement : Promesse simple et crédible, différenciation par valeur et par expérience.

Mix marketing :

- Produit : offres, niveaux de service, SLA
- Prix : grille tarifaire, remises, politique d'indexation
- Distribution : direct (site), partenariats, marketplaces
- Communication : SEO/SEA, réseaux sociaux, e-mailing, RP, événements

Processus de vente :

- Tunnel : lead → qualif → démo/essai → closing → onboarding
- KPI : CAC, taux de conv., panier moyen, churn, LTV

Organisation & moyens

Organisation : Schéma d'organisation (direction, opérations, commerce/marketing, finance, support).

Moyens humains :

- Fondateur·rice (direction)
- Commercial (chasse/farming)
- Marketing (acquisition/CRM)
- Ops/Produit/Support

Moyens matériels & logiciels :

- Stack logicielle (CRM, facturation, analytics)
- Matériel/IT
- Prestataires clés (comptable, juridique)

Feuille de route :

- T0-3 : MVP & premiers clients
- T4-12 : scale acquisition & CS
- T13-24 : structuration & optimisation

Prévisions de CA (12 mois)



5. Partie financière

Investissements & amortissements

Élément	Mois	Durée	Montant	Dotation/mois
Site & outils	1	3 ans	6000.0 €	166.67 €/mois

Plan de financement initial

Besoins <ul style="list-style-type: none">Investissements: 6000.0 €BFR (est.): 27300.0 €Total: 33300.0 €	Ressources <ul style="list-style-type: none">Fonds propres: 9990.0 €Emprunt: 23310.0 €Total: 33300.0 €
--	--

Compte de résultat prévisionnel (3 ans)

	Année 1	Année 2	Année 3
Chiffre d'affaires	107330.71 €	241729.32 €	544420.73 €
Coût des ventes	42932.28 €	96691.73 €	217768.29 €
Marge brute	64398.42 €	145037.59 €	326652.44 €
Marketing	16099.61 €	36259.4 €	81663.11 €
Charges fixes	288000 €	288000 €	288000 €
EBITDA	-239701.18 €	-179221.81 €	-43010.67 €
Amortissements	2000.0 €	2000.0 €	2000.0 €
EBIT	-241701.18 €	-181221.81 €	-45010.67 €
Intérêts	1148.35 €	846.17 €	526.95 €
Résultat avant impôt	-242849.53 €	-182067.98 €	-45537.62 €
IS (théorique)	0.0 €	0.0 €	0.0 €
Résultat net	-242849.53 €	-182067.98 €	-45537.62 €

Plan de trésorerie (12 mois)

Mois	Encaissements	Décaissements	Trésorerie fin de mois
M1	6000.0 €	27842.11 €	-17310.0 €
M2	6420.0 €	28073.11 €	-38963.11 €
M3	6869.4 €	28320.28 €	-60413.99 €
M4	7350.26 €	28584.75 €	-81648.48 €
M5	7864.78 €	28867.74 €	-102651.44 €
M6	8415.31 €	29170.53 €	-123406.66 €
M7	9004.38 €	29494.52 €	-143896.79 €
M8	9634.69 €	29841.19 €	-164103.29 €
M9	10309.12 €	30212.12 €	-184006.3 €
M10	11030.76 €	30609.02 €	-203584.56 €
M11	11802.91 €	31033.71 €	-222815.36 €
M12	12629.11 €	31488.12 €	-241674.37 €

Échéancier d'emprunt (12 premiers mois)

Mois	Échéance	Intérêts	Capital	Reste dû
M1	542.11 €	106.84 €	435.27 €	22874.73 €
M2	542.11 €	104.84 €	437.27 €	22437.46 €
M3	542.11 €	102.84 €	439.27 €	21998.19 €
M4	542.11 €	100.83 €	441.28 €	21556.91 €
M5	542.11 €	98.8 €	443.31 €	21113.6 €
M6	542.11 €	96.77 €	445.34 €	20668.27 €
M7	542.11 €	94.73 €	447.38 €	20220.89 €
M8	542.11 €	92.68 €	449.43 €	19771.46 €
M9	542.11 €	90.62 €	451.49 €	19319.97 €

M10	542.11 €	88.55 €	453.56 €	18866.41 €
M11	542.11 €	86.47 €	455.64 €	18410.77 €
M12	542.11 €	84.38 €	457.73 €	17953.05 €

Plan de financement à 3 ans

Dette fin A1: 17953.05 €	Dette fin A2: 12293.92 €	Dette fin A3: 6315.57 €
--------------------------	--------------------------	-------------------------

Seuil de rentabilité

CA annuel à atteindre: **640000.0 €** — indication: entre M10 et M18 selon la traction.

6. Partie juridique

Forme retenue : SAS (Société par Actions Simplifiée)

Justification : Souplesse statutaire, crédibilité vis-à-vis des investisseurs, régime social du dirigeant assimilé salarié.

Répartition du capital (cap table)

- Fondateur — 100 %

Gouvernance & pouvoirs

- Présidence avec pouvoirs de représentation
- Décisions collectives prévues par pacte d'associés (si applicable)
- Clauses : inaliénabilité, préemption, good/bad leaver (à discuter)

Régime fiscal & social

- IS au taux en vigueur, TVA selon régime applicable
- Rémunération dirigeant : charges sociales régime général
- Dispositifs d'intéressement (BSPCE/AGA) selon éligibilité

7. Glossaire

- **BFR** — Besoin en Fonds de Roulement : décalage entre encaissements et décaissements d'exploitation.
- **EBITDA** — Résultat opérationnel avant dotations et amortissements ; proxy de la performance opérationnelle.
- **Point mort** — Niveau de CA à partir duquel l'activité couvre l'ensemble des charges.
- **Cap table** — Répartition du capital entre associés et instruments (BSPCE...).
- **COGS** — Coût des ventes (coûts variables liés au chiffre d'affaires).
- **OPEX** — Charges opérationnelles fixes (hors COGS).

8. Annexes

Note méthodologique

Hypothèses, sources, et limites du modèle.

Hypothèses commerciales

Taux de conversion, panier moyen, cycle de vente, churn.