

# Modèle d'Executive Summary

---

Selon les bonnes pratiques en la matière, tout document d'entreprise un minimum volumineux gagnerait à comporter un Executive Summary. Ce dernier consiste en un aperçu détaillé du document et met en avant les points censés attirer l'attention du lectorat.

L'Executive Summary remplit deux fonctions :

- Fournir au lecteur un contexte et une compréhension globale du sujet avant qu'il n'entame une lecture approfondie du document.
- Permettre à des responsables exécutifs, dont l'emploi du temps est généralement minuté, de disposer d'un résumé mettant en exergue tous les points d'intérêt majeurs du document considéré, accompagnés d'une description synthétique.

L'Executive Summary a donc pour objectif de convaincre de la pertinence du document en un minimum de temps. C'est pour cette raison qu'il convient d'en limiter le contenu de sorte qu'il n'excède pas une ou deux pages. Par ailleurs, la structure du résumé doit s'inspirer de celle du document qu'il synthétise et fournir une explication concise des thématiques importantes de chaque section.

Étant donné qu'un tel résumé peut s'appliquer à tous les types de documents d'entreprise, leur contenu peut énormément varier. Nous vous proposons ci-après un plan d'Executive Summary que vous pouvez suivre, mais libre à vous de l'adapter au contenu du document voulu et de l'enrichir comme bon vous semble.

**Conseil HubSpot :** Commencez l'Executive Summary uniquement lorsque vous aurez terminé la rédaction de votre document. Vous aurez davantage de recul et votre synthèse n'en sera que plus cohérente.

## Introduction

Chaque partie d'un document d'entreprise doit comporter une introduction, car c'est elle qui définit le contexte et indique au lecteur ce qu'il s'apprête à lire. Ces sections introductives structurent également le document et facilitent ainsi la compréhension de vos arguments.

Dans un résumé, l'introduction doit se limiter à un ou deux paragraphes. Terminez-la par une phrase claire et impactante insistant sur l'intérêt de votre projet, son objectif et les avantages qu'il offre aux clients et investisseurs potentiels.

**Conseil HubSpot :** Peu importe la complexité de votre contenu, votre style d'écriture doit rester simple. Une introduction claire et organisée rend votre document plus facile à parcourir et à comprendre.

## Entreprise et opportunités

Présentez votre entreprise : mentionnez son nom, les principaux produits ou services que vous fournissez, vos effectifs ainsi que vos clients et la région où ils sont installés.

Décrivez ensuite la [proposition de valeur](#) de votre entreprise, c'est-à-dire sa raison d'être pour les investisseurs et les clients. Il s'agit dans les grandes lignes d'une version écrite de l' « argumentaire éclair » que vous pourriez prononcer dans le cadre d'un événement de réseautage en vue d'attirer des investisseurs. Mettez en avant ce qui démarque votre entreprise, à qui elle s'adresse et ce que les clients en retirent, le tout en quelques phrases.

**Conseil HubSpot :** Même si vous souhaitez certainement vous étendre sur un produit ou un service, efforcez-vous d'aller à l'essentiel en vous concentrant plutôt sur les éléments les plus importants ; vous pourrez vous montrer plus expansif dans le document en lui-même.

## Analyse du secteur et du marché

Mentionnez les principales tendances de votre secteur d'activité en soulignant les avantages de votre entreprise par rapport à la concurrence. Décrivez brièvement la typologie de vos clients cibles et expliquez pourquoi ils seront plus susceptibles de choisir vos produits ou services plutôt que ceux de vos concurrents.

**Conseil HubSpot :** Focalisez-vous sur la manière dont vous comptez répondre à un besoin non satisfait et développez les raisons qui pousseront les clients à aller naturellement vers votre entreprise.

## Management et opérations

Citez les caractéristiques uniques de votre équipe de direction. Vous pouvez par exemple mentionner les qualifications uniques et les motivations du fondateur ou du PDG de votre entreprise. Les biographies complètes de votre équipe de direction seront disponibles plus loin dans le document, alors soyez bref.

Rédigez ensuite un résumé très concis du déroulement quotidien des opérations dans votre entreprise. N'hésitez pas à citer des méthodes, des bonnes pratiques ou des styles de gestion particuliers que vous exploitez et qui pourraient intéresser votre lectorat. Mettez également en avant les compétences clés de votre équipe sur lesquelles vous vous appuyez pour atteindre vos objectifs.

**Conseil HubSpot :** Restez succinct et proposez à votre lecteur une vue d'ensemble du fonctionnement de votre entreprise.

## Lancement et marketing

Présentez le calendrier de lancement de votre nouveau produit ou service. Indiquez et datez les principales étapes de ce processus. Pour en savoir plus sur le sujet, vous pouvez consulter le [guide complet de HubSpot pour réussir un lancement de produit](#).

C'est également dans cette partie que vous exposez votre campagne marketing. Expliquez brièvement comment vous vous ferez connaître : comment allez-vous atteindre vos clients ? Quels sont les principaux canaux de communication que vous utiliserez ?

**Conseil HubSpot :** Le fait d'indiquer les principales étapes menant au lancement de votre service ou produit aide votre lecteur à comprendre tout le travail sous-jacent et ajoute un contexte, une histoire à la demande de financement que vous avez rédigée, par exemple.

## Plan financier

Votre document contient probablement de nombreuses informations relatives au volet financier ; il peut donc se révéler difficile de choisir celles à inclure dans l'Executive Summary.

Afin de trancher, prenez votre objectif comme point de départ. Si vous souhaitez attirer des investisseurs, partagez des informations sur le montant des fonds que vous avez levés et sur le montant dont vous avez encore besoin. Si vous comptez plutôt communiquer sur la bonne santé financière de votre entreprise, mettez en évidence les chiffres qui traduisent votre croissance. Encore une fois, vous fournirez davantage de contexte et de détails dans votre document.

**Conseil HubSpot :** Voici quelques métriques clés que vous pourriez intégrer à votre Executive Summary : budget global, coût par produit ou service, projections financières, etc.

## Conclusion

Synthétisez l'ensemble du projet en quelques phrases. La conclusion peut éventuellement reprendre le contenu de votre « argumentaire éclair ».

À l'issue de la lecture qu'il aura faite de votre Executive Summary, votre lecteur est censé avoir une bonne compréhension générale du projet, mais il doit également avoir envie d'en savoir plus. Veillez à ce que la conclusion soit brève et convaincante.

**Conseil HubSpot :** La conclusion ne doit idéalement pas dépasser un paragraphe afin de rester impactante.