

Business plan

Synthèse

Commencez par une brève description de votre entreprise afin d'en donner le cadre et le contexte. Expliquez aux lecteurs les raisons qui vous ont incité à vous lancer dans cette aventure.

Décrivez les circonstances dans lesquelles ce choix s'est effectué. Expliquez votre projet dans ses grandes lignes, puis de manière plus détaillée. Indiquez aux lecteurs le produit ou service que vous comptez proposer, comment celui-ci s'intègre dans le secteur sur lequel vous allez intervenir, qui sont vos clients cibles et ce que vous attendez du marché à l'avenir. Expliquez votre *proposition de valeur* et présentez le marché visé.

Fournissez une description succincte de votre équipe de management pour permettre aux investisseurs potentiels de comprendre les compétences et l'expérience dont peut se prévaloir votre entreprise. Présentez ensuite la manière dont vos activités se dérouleront au quotidien.

Puis, décrivez comment vous comptez promouvoir votre nouveau produit/service. Il n'est pas utile ici d'entrer dans le détail, mais veillez cependant à donner suffisamment d'informations illustrant les méthodes de marketing que vous allez utiliser et la façon dont vous prévoyez d'attirer de nouveaux clients.

Décrivez la structure budgétaire et les aspects financiers de votre entreprise. Vous devez expliquer la nature et le volume des investissements dont vous avez besoin, ce à quoi servira l'argent et comment vous envisagez que votre entreprise devienne rentable.

Présentez ensuite la manière dont vous allez mettre en œuvre votre business plan. Comment allez-vous lancer votre nouvelle activité ? Quelle est la chronologie prévue ?

Terminez cette section par une explication claire et concise de votre projet, des raisons qui en justifient la création et des avantages qu'il apportera aux futurs clients et investisseurs.

Conseil HubSpot : Rédigez cette section en dernier lieu, après en avoir fini avec toutes les autres sections. Elle doit résumer l'ensemble de votre business plan en une page ou deux (tout au plus).

Description de l'entreprise

Fournissez une description de votre entreprise. Indiquez le nom de l'entreprise, le type d'entité, qui en est le propriétaire et précisez tous les actifs d'importance.

C'est le moment d'expliquer le pourquoi de votre activité. Quelle est la mission de votre entreprise ? Quels sont vos buts et vos objectifs ?

Quel produit ou service fournissez-vous ? Qui sont vos clients ? Ciblez-vous une zone géographique en particulier ? Le cas échéant, laquelle ?

Décrivez brièvement le secteur d'activité, les opportunités qu'il propose et la croissance qu'il enregistre.

Notez quelques-uns des principaux atouts de votre entreprise et expliquez succinctement son positionnement sur ce marché. Vous y reviendrez plus en détail ultérieurement.

Conseil HubSpot : Cette section doit rester concise. Vous aurez tout le loisir d'évoquer plus en détail votre entreprise et les opportunités commerciales plus loin dans ce document.

L'opportunité

Décrivez le besoin du marché auquel répondra votre projet d'entreprise. Comment ce besoin s'est-il fait jour et pourquoi n'a-t-il pas encore été comblé ?

Expliquez comment vous avez identifié ce besoin et la manière dont votre produit/service y répondra.

Décrivez ici votre produit/service. Vous pouvez insérer des diagrammes ou des images pour illustrer votre offre.

Vous pouvez également inclure une description des caractéristiques et des avantages que votre produit/service apporte à vos clients. Ces informations peuvent être synthétisées dans un tableau simple comme celui ci-après.

Caractéristiques du produit/service	Avantages pour les clients

Conseil HubSpot : Veillez à inclure votre *proposition de valeur* dans cette section : décrivez en quoi votre service/produit est attrayant pour les clients.

Analyse du secteur d'activité

Utilisez cette section pour parler des tendances environnementales clés qui caractérisent votre secteur d'activité. Quels sont les obstacles à l'entrée (par exemple, les coûts élevés de production ou de commercialisation, les barrières tarifaires, les défis réglementaires, la formation intensive) ? Comment évolue ce secteur d'activité ? Qu'est-ce qui change ?

Pensez ensuite à l'avantage concurrentiel de votre entreprise. Existe-t-il d'autres entreprises qui fournissent le même produit/service que celui que vous proposerez ? Le cas échéant, les clients sont-ils susceptibles de se tourner plutôt vers votre produit/service ? Comment vous positionnez-vous par rapport à vos concurrents ?

Conseil HubSpot : Indiquez les facteurs clés de réussite dans ce secteur et montrez que votre entreprise les possède.

Étude et définition du marché cible

Sur la base de l'étude de marché que vous avez réalisée, expliquez le marché sur lequel votre entreprise va s'implanter. Quelle est son envergure ? Quel est son rythme de croissance ? Votre produit/service représentera-t-il un facteur important sur ce marché ?

Définissez votre clientèle cible. Qui sont les personnes dont vous pensez qu'elles achèteront votre produit/service ?

Vous devez également identifier et décrire dans cette section vos principaux concurrents.

Identifiez ce qui caractérise votre produit/service sur le marché. Quelles compétences ou offres distinctives proposez-vous que d'autres entreprises n'offrent pas ?

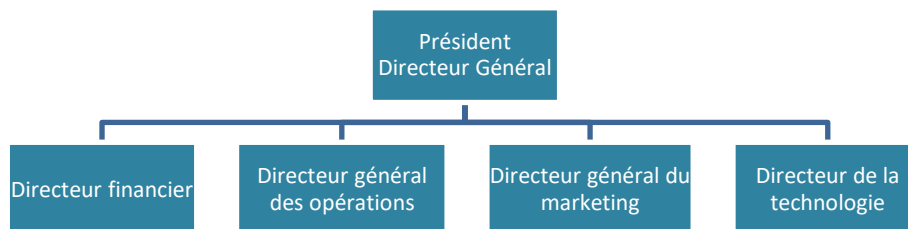
Conseil HubSpot : Bien que vous puissiez mentionner certains concurrents, veillez à mettre l'accent sur votre entreprise et sur la manière dont elle servira vos clients cibles.

Équipe de management et organisation

Vos lecteurs voudront savoir que votre équipe possède les compétences et les qualifications requises pour mettre en œuvre ce que vous avez exposé dans le business plan. Fournissez de brèves fiches biographiques des dirigeants, y compris des membres du conseil d'administration (si vous en avez un) et de tout conseiller externe de haut niveau auquel votre entreprise a recours.

Intégrez leurs diplômes et une description des emplois pertinents qu'ils ont occupés et des réalisations qu'ils ont accomplies. Vous pouvez également personnaliser cette section avec des photos de votre équipe pour aider à mettre des visages sur les noms.

Si la structure de votre équipe de management est compliquée, pensez à inclure un organigramme comme celui présenté ci-après. Personnalisez-le pour y inclure les noms et les fonctions de votre équipe de direction.



Conseil HubSpot : Il n'est pas nécessaire de fournir une description de chaque poste de l'entreprise, uniquement celle des cadres supérieurs.

Plan des opérations

Dans cette section, décrivez comment vous entendez gérer votre entreprise et à quoi ressembleront les opérations quotidiennes. Vous devez traiter *a minima* les sujets suivants, ainsi que toute autre information pertinente qui pourrait être spécifique à votre secteur d'activité :

- *Dotation en personnel* : combien d'employés comptera l'entreprise ? Où seront-ils implantés ? De quels types de compétences et de certifications ont-ils besoin ?

- *Infrastructure* : quel type d'espace physique votre entreprise occupera-t-elle ? Décrivez vos locaux professionnels. De quels types de technologies aurez-vous besoin ?
- *Structure juridique* : les aspects juridiques sont importants dans tous les secteurs d'activité. Décrivez les aspects spécifiques qui vous sont propres et la manière dont vous allez les aborder.
- *Aspects réglementaires* : les réglementations jouent également un rôle déterminant dans la plupart des entreprises. Prévoyez un point sur les questions réglementaires qui se posent dans votre secteur et sur la manière dont vous allez les traiter.
- *Certifications ou accréditations* : votre entreprise a-t-elle besoin de documents spéciaux dans le cadre de ses activités ? Le cas échéant, décrivez comment vous allez obtenir la certification ou l'accréditation requise.
- *Processus de fourniture du produit/service* : décrivez vos processus d'entreprise. Il peut s'agir de stocks, de la chaîne d'approvisionnement et des comptes créditeurs et fournisseurs.

Conseil HubSpot : Cette liste n'étant pas exhaustive, veillez à inclure suffisamment d'informations pour aider les investisseurs potentiels à comprendre la manière dont votre entreprise fonctionnera.

Stratégie marketing

Le marketing est une composante cruciale du succès de toute entreprise. Fort de ce que vous avez décrit dans la section « Étude et définition du marché cible », définissez les éléments de votre stratégie de commercialisation de votre produit/service.

Décrivez tous les défis, y compris les obstacles à l'entrée sur le marché. Quels problèmes potentiels envisagez-vous ? Comment allez-vous les résoudre ?

Justifiez le choix de l'implantation géographique de votre entreprise. Le choix de ce lieu permet-il de réaliser des économies ? Vous permet-il de vous rapprocher de votre base de clients ?

Quelle est votre stratégie de tarification : expliquez et justifiez clairement en quoi la structure de tarification que vous avez retenue incitera les clients à acheter votre produit/service et aboutira, dans le même temps, à un bénéfice pour votre entreprise et vos investisseurs.

Décrivez votre plan pour promouvoir votre nouvelle entreprise, votre nouveau produit ou votre nouveau service. Utiliserez-vous la presse écrite, la radio, la télévision ou les réseaux sociaux ? Prévoyez-vous d'embaucher un responsable marketing ?

Veillez à indiquer le budget de votre stratégie marketing et l'origine escomptée du financement de cet aspect important de votre entreprise. Vous devrez peut-être recourir à des consultants ou à une agence publicitaire : pensez à tenir compte de ces coûts.

Conseil HubSpot : Prévoyez d'inclure des maquettes de vos logos, de vos emballages voire de vos publicités, pour donner aux investisseurs potentiels un aperçu du matériel marketing de votre entreprise.

Plan et échéancier de mise en œuvre

Décrivez les phases de lancement de votre entreprise. Indiquez la phase dans laquelle vous vous trouvez actuellement et combien de temps prendra la mise sur le marché de votre produit/service.

Pensez à inclure une chronologie comme celle ci-après pour illustrer les étapes du processus. Personnalisez-le en fonction des dates et des étapes spécifiques à votre entreprise.



Conseil HubSpot : Tout en visant à satisfaire les investisseurs potentiels, veillez à fixer des délais raisonnables que vous êtes en mesure de respecter.

Plan de financement

Précisez à vos investisseurs potentiels le montant des fonds que vous avez reçus jusqu'à présent et leur provenance. De quels montants supplémentaires avez-vous besoin ?

Décrivez la façon dont vous allez employer chaque partie du financement que vous demandez. Cela rassure souvent les investisseurs de savoir exactement comment leur argent sera utilisé.

Donnez aux lecteurs une visibilité sur l'avenir financier prévu de votre entreprise. Fournissez les éléments suivants en annexe, mais décrivez-les dans la présente section :

- *Projection en matière de trésorerie* : il s'agit d'une estimation du volume d'argent que vous prévoyez de faire entrer et sortir de votre entreprise.
- *Plan de capitalisation* : il établit la liste des sources et des utilisations des capitaux que votre entreprise prévoit d'accumuler.
- *Analyse du seuil de rentabilité* : détermination de ce que vous devez vendre afin de couvrir les coûts de votre entreprise.

Outre ce qui précède, vous devrez fournir un compte de résultat et un bilan. Comme ces documents peuvent être longs et qu'ils ont probablement été réalisés sous Excel ou un logiciel de comptabilité, vous devez en faire état ici et les joindre en annexe.

Il est également judicieux d'expliquer toutes les hypothèses que vous avez pu émettre et qui auraient une incidence sur vos données financières. Vous pourrez y revenir ultérieurement pour expliquer pourquoi quelque chose a pu se passer autrement que prévu.

Conseil HubSpot : Il s'agit de l'une des parties les plus importantes de votre business plan. Si vous n'êtes pas un expert en finances, faites-vous aider par une personne compétente.

Conclusion

Résumez en quelques phrases le point principal que vous souhaitez faire comprendre aux lecteurs concernant votre entreprise. Tentez de les convaincre qu'ils doivent investir dans votre projet !

Décrivez les étapes à venir et communiquez-leur des coordonnées détaillées afin qu'ils puissent vous contacter facilement.

Conseil HubSpot : Cette section doit inciter les lecteurs à passer à l'action. Facilitez la tâche de vos investisseurs potentiels en précisant dans cette section toutes les informations dont ils ont besoin pour franchir le pas.

Annexes

Insérez ici toutes les pièces justificatives des sections précédentes. Elles apportent des informations détaillées supplémentaires. Vous pouvez y faire référence dans votre business plan sans introduire de rupture de votre contenu.

Conseil HubSpot : Vous pouvez notamment inclure les éléments suivants : supports marketing, cartes du site d'implantation de l'entreprise, recherches contextuelles, articles publiés sur l'entreprise et documents financiers.