



REDIGER UN BUSINESS PLAN VENDEUR

Qu'est-ce qu'un business plan ?

La rédaction d'un business plan est une étape cruciale pour une entreprise. Le business plan est la bible de l'entreprise car il retrace ses stratégies de développement avec les ressources nécessaires ; basé sur la vision du ou des porteur(s) de projet, il doit être rédigé avec passion et minutie.

Certes, il ne traduit pas avec exactitude ce que seront les activités de l'entreprise dans un avenir proche ou lointain mais c'est un map qui retrace les aspects les plus importants de votre entreprise d'une manière globale.

En interne, le business plan est **à la fois un guide** (où en sommes-nous et quels sont les étapes qui ont été franchi et ceux qu'il nous faut encore franchir, ...) et **un outil d'évaluation de l'entreprise** (les objectifs ont-ils été atteints ? les ressources financières et humaines sont-elles suffisantes pour l'atteinte des objectifs, ...), il est donc important que ce soit l'équipe fondatrice et elle seule qui est en charge de sa rédaction et de sa modification.

En externe, le business plan est **un outil pour attirer les investisseurs** que ce soit des business angel, des actionnaires, des banques, etc. ... Il montre à ces potentiels investisseurs que votre entreprise est viable et rentable.

En quoi est-ce important d'avoir un business plan vendeur ?

Comme énoncé précédemment, le business plan est à la fois un guide, un outil d'évaluation et un outil pour se vendre, pour convaincre. Il est important qu'il soit **clair, honnête, structuré et bien réfléchi**.

Les éléments qui figurent dans un business plan doivent être **basé sur des évidences** pour se rapprocher des réalités du marché et répondre au mieux aux besoins de ce dernier.

De quoi est composé un business plan ?

Il existe de nombreux formats pour rédiger un business plan qui peuvent être trouvés sur la toile, il suffit de les adapter la forme et le format selon les besoins de l'entreprise.

En règle générale, le business plan est composé de sept parties :

- L'executive summary
- La description de l'entreprise
- L'analyse du marché
- L'évaluation des concurrents
- Le plan marketing
- Le plan opérationnel
- Le plan financier

Voyons un à un ces différentes parties, les questions qui y sont posées vous guideront à parfaire votre business plan, prenez le temps d'y répondre et attardez-vous sur celles qui vous semblent importantes :

1- L'executive summary :

Cette partie est une synthèse de tout votre document. Il faut le rédiger **une fois toutes les autres parties rédigées, c'est-à-dire à la fin** car c'est un résumé de votre business plan.

2- La présentation de votre entreprise

Pour quelles raisons votre entreprise existe-t-elle ?

Quelle est votre vision ? Vos valeurs et missions ?

Quelle est votre proposition de valeur ?

Quelles problèmes vos clients rencontrent-ils ? Et comment allez-vous résoudre ces problèmes ?

Qu'est-ce qui différencie votre solution de celles qui sont actuellement sur le marché ? Qu'est ce qui la rend unique ?

Qui sont les membres de votre entreprise ? Quelles sont les forces de chaque porteur de projet qui font que ce soit la meilleure équipe ?

Quelle est la forme juridique de l'entreprise ?

Où se trouve votre emplacement ? et qu'est-ce qui motive ce choix ?

3- L'analyse du marché

Qui est votre principale cible ?

Vos cibles sont-ils directement l'instance payeur ? Qui sont les instances payeurs et les instances consommateurs / utilisateurs ?

Quelle est la segmentation de votre marché ?

Quelles habitudes poussent vos clients à acheter vos produits ou services ?

D'un point de vue géographique, quelle est l'étendue de votre marché ?

D'un point de vue financier, quel est le volume de votre marché ?

Faites une analyse [SWOT](#) ou [PESTEL](#)

4- L'évaluation des concurrents

Qui sont vos principaux concurrents ? Ceux qui produisent ou offrent des produits / services similaires aux vôtres ?

Quels sont les produits ou services de substitution ?

Combien coutent ces produits ou services ?

Faites une analyse à partir de la [matrice de Porter](#)

5- Le plan marketing

Quelles sont les avantages d'utilisation de votre offre ou service ? Comment exploiterez-vous les principales caractéristiques de votre produit / service ?

A combien fixez-vous le prix de votre produit / service ?

Par quel canal souhaitez-vous atteindre votre cible ?

6- Le plan opérationnel

Quelles sont les rôles des actuelles membres de l'équipe ?

De quelles compétences en plus l'entreprise aurait-elle besoin ?

Quelles technologies sont les mieux adaptées à votre activité ?

Quels types d'équipement et d'installation auriez-vous besoin ?

Quelles sont les propriétés intellectuelles à prendre en compte ?

Quelles sont les licences à obtenir ?

Qui sont vos fournisseurs et comment travaillerez-vous avec eux ?

Quels sont vos canaux de distribution ?

Décrire ici les milestones de vos principales activités pour les trois prochaines années

7- Le plan financier

Combien coute la production d'un produit ou service ?

Quelles sont les dépenses principales des deux prochaines années ?

Sur une base trimestrielle, à combien estimez-vous vos recettes pour les trois prochaines années ?

Sur une base trimestrielle, à quoi ressemblera votre flux de trésorerie au cours de l'année ?

Faites une [analyse des risques](#) et établissez vos [KPI](#)

A combien s'élève le montant de l'investissement ?

Quand votre entreprise sera-t-elle financièrement autonome ?