

Modèle/Exemple - Business plan

Insérez ici le logo de votre enseigne/société

NOM / Prénom

Adresse 1

Adresse 2

Ville

Code Postal

Téléphone

Fax

Mobile

E-mail

Site Internet

Sommaire

	Page
1. Introduction - Résumé.....	3
2. Projet - Vue globale.....	4
Nature du projet	
Les atouts, les freins	
Historique du projet	
Les objectifs	
3. Analyse du marché (national) et stratégie	5
Les clients	
Le marché	
Caractéristiques de la demande	
Caractéristiques de l'offre	
Les concurrents	
Stratégie	
4. Etudé de marché (local)	6
Emplacement du magasin	
Zone de chalandise	
Enquête terrain	
Evaluation du marché	
Implantation de la concurrence	
5. Management	7
Moyens commerciaux	
Moyens de production	
Moyens humains	
Moyens administratifs et divers	
6. Investissement et Prévisionnel.....	8
Chiffre d'affaires prévisionnel	
Evaluation financière	

1. Introduction - Résumé

Le résumé est la dernière partie du business plan à rédiger, même si nous la retrouvons en introduction. Elle permet ainsi aux lecteurs de voir rapidement le contenu du business plan, sans entrer dans tous les détails.

Il est donc important de bien utiliser le résumé pour mettre en évidence les points clés de votre business plan.

2. Projet – Vue Globale

Cette section doit rester brève et concise.

Nature du projet

Précisez ici l'idée qui vous a incité à vous lancer dans ce projet.
Présentez le but de votre projet et votre activité (produits et services).
Dans le cas d'une franchise, présentez ici l'enseigne que vous souhaitez rejoindre.

Les atouts, les freins

Présentez dans cette section les atouts et les freins que vous avez identifiés au lancement et au développement de votre activité.

Mettez en évidence également les avantages compétitifs de votre activité et de votre marché.

Précisez également ce qui vous rend confiant dans la réussite de votre entreprise.

Historique du projet

Présentez ici les grandes étapes de constitution de votre projet.

Les objectifs

Présentez ici les objectifs souhaités et les buts que vous vous êtes fixés en terme de rentabilité, de développement, de croissance, de taille d'entreprise.

N'hésitez pas à préciser vos éventuels projets futurs.

3. Analyse du marché (national) et stratégie

Les clients

Présentez ici en quelques mots la clientèle visée, votre cœur de cible et les zones géographiques visées.

Le marché

Présentez ici les caractéristiques de votre marché et de votre activité, ainsi que leurs évolutions respectives.

Caractéristiques de la demande

Présentez ici le volume et l'évolution de la demande, le type de clientèle, ses attentes, les points clés concernant son mode de consommation, ...

Caractéristiques de l'offre

Décrivez ici l'environnement sectoriel, les circuits de distribution et leurs évolutions, la concurrence, ...

Les concurrents

Présentez ici les principaux concurrents, leurs forces et faiblesses.

Stratégie

Présentez ici votre stratégie face à ces différents éléments.

4. Etude de marché (local)

Emplacement du magasin

Est-ce que cet emplacement favorisera un attrait élevé du point de vente ?

Cet emplacement est-il accessible et visible ?

L'environnement concurrentiel proche est-il propice au succès ?

Zone de chalandise

Précisez ici les critères qui vous ont permis de déterminer et de choisir votre zone de chalandise.

Enquête terrain

Avez-vous réaliser une enquête terrain auprès de la clientèle visée ? Si oui, précisez ici les résultats de cette étude.

Evaluation du marché

Evaluez ici votre marché potentiel compte tenu des éléments précédemment établis.

Implantation de la concurrence

Etablissez ici une cartographie des concurrents directs.

5. Management

Moyens commerciaux

Détaillez dans cette section :

- votre politique de prix
- votre politique de produit
- votre politique de distribution
- votre plan de communication

Moyens de production

Précisez ici l'ensemble de vos moyens de production (fournisseurs, moyens logistiques, ...).

Moyens humains

Présentez ici votre future équipe (gérant, cogérant, vendeurs,...) et l'ensemble des personnes qui vous entoure dans votre projet (avocats, cabinets spécialisés, ...).

Moyens administratifs et divers

Présentez ici l'ensemble des autres moyens (informatiques, comptables, ...).

6. Investissement et Prévisionnel

Chiffre d'affaires prévisionnels

Précisez ici le mode de calcul retenu (en fonction du local, en fonction de la surface, ...).
Effectuez un détail du chiffre d'affaires prévisionnel par produit.
Effectuez un détail du chiffre d'affaires prévisionnel mensuel.

Evaluation financière

Détaillez dans cette section :

- les indicateurs clés de gestion
- l'investissement initial