

**Instructions pour la page de garde :**

*Ajustez le logotype sur l'entête de la page*

*Ajustez ou complétez le pied de page (le défaut est le titre du document)*

*Informez le nom de votre entreprise*

*Informez la date*

**Les instructions dans les cadres verts indiquent les étapes et les pages, avec leurs, formulaires et tableaux du modèle d'affaires que vous avez enregistré dans My-SBM Design, et pouvant copiés comme compléments d'information.**

# Plan d'affaires Business plan

"Nom de l'entreprise"

"Date"

*Pour des instructions plus complètes sur la structuration du plan d'affaires, consultez la page :*

<https://design.my-sbm.ch/wp-content/uploads/2021/07/Rediger-ton-business-plan.pdf>

# Table des matières

Plan d'affaires Business plan .....	1
1. Résumé exécutif .....	3
2. Modèle d'affaires .....	3
2.1 Contexte .....	3
2.2 Opportunité et publics cibles.....	3
2.3 Marché et segmentation .....	4
2.4 Facteurs clés de succès .....	4
2.5 Offre de prestations .....	4
2.6 Concurrence .....	5
2.7 Moyens de production .....	5
2.8 Distribution.....	5
2.9 Marketing, communication, promotion et vente .....	6
3. Stratégie .....	7
3.1 Etat des lieux .....	7
3.2 Tendances.....	7
3.3 Analyse des risques .....	7
3.4 Analyse SWOT.....	7
3.5 Vision du futur et stratégie.....	8
3.6 Plans d'action et projets .....	8
4. Finances.....	9
4.1 Hypothèses et scénarios retenus.....	9
4.2 Chiffres clés .....	9
5. Portrait de l'entreprise .....	10
6. Nos besoins .....	10
7. Annexes.....	10

## 1. Résumé exécutif

### Instructions pour le résumé exécutif :

Basez-vous sur la structure d'un pitch :

- Accroche-introduction
- Opportunités ou problématiques des publics cibles
- Solutions existantes et concurrentes sur le marché
- Votre offre de solution
- Ses avantages
- Vos besoins

Etape : Story-telling → Résumé du modèle

## 2. Modèle d'affaires

### 2.1 Contexte

#### Instructions pour le contexte :

Clarifiez dans quel contexte votre entreprise ou projet d'entreprise se situe, non seulement sa localisation géographique, mais aussi en termes de tendances qui peuvent vous influencer positivement ou négativement. C'est en quelque sorte la description de votre "terrain de jeu".

Etape : Point de vue → Contexte PESTEL et géographique

Etape : Observation → Parties prenantes

### 2.2 Opportunité et publics cibles

#### Instructions pour les opportunités et publics cibles :

Décrivez les opportunités que vous avez observées dans le contexte de votre (future) entreprise, les caractéristiques des publics cibles concernés et leurs besoins de résolution de problèmes ou d'amélioration de situation.

Expliquez ce que vos publics cibles peuvent faire ou être si ces besoins sont satisfaits.

Etape : Observation → Clientèles

Etape : Observation → Arbres de problèmes et conséquences (optionnel)

Etape : Observation → Besoins des clientèles

Etape : Point de vue → Validation des hypothèses (optionnel)

## 2.3 Marché et segmentation

### Instructions pour le marché et la segmentation :

*Informez quel est le marché, toujours dans le contexte de votre (future) entreprise, avec ses caractéristiques et comment vous pensez le segmenter en fonction de ses besoins et des solutions que vous proposerez pour y répondre.*

*Parmi les caractéristiques, vous pourrez considérer la taille, les habitudes de consommation, la classe sociale, les aspects démographiques, etc. qui peuvent influencer votre modèle d'affaires.*

**Etape :** Marché-stratégie → Segmentation des clientèles

**Etape :** Marché-stratégie → Composition des segments de clientèles

## 2.4 Facteurs clés de succès

### Instructions pour les facteurs clés de succès :

*Citez et décrivez succinctement les 5 à 10 facteurs de succès de toute entreprise dans votre domaine d'activités, bien entendu du point de vue des publics cibles que vous visez. Pour les établir, vous pouvez aussi vous orienter vers les 4P du marketing mix (produit, prix, place, promotion).*

**Etape :** Marché-stratégie → Facteurs clés de succès

## 2.5 Offre de prestations

### Instructions pour l'offre de prestations :

*Définissez votre offre de produits et services pour répondre aux besoins de vos publics cibles, comment elles y répondront (proposition de valeur), leurs caractéristiques innovantes et leurs avantages concurrentiels.*

*Profitez-en pour définir leur positionnement, ainsi que celui de votre entreprise, en relation aux divers facteurs clés de succès vis-à-vis de vos publics cibles.*

**Etape :** Sélection → Critères de sélection

**Etape :** Sélection → Degrés d'innovation

**Etape :** Sélection → Prestations et besoins

**Etape :** Sélection → Clientèles, besoins et prestations (optionnel)

## 2.6 Concurrence

### Instructions pour la concurrence :

Listez les principales prestations qui peuvent entrer en concurrence directe ou indirecte (substitution) avec les vôtres. Donnez leurs caractéristiques principales, ainsi que celles des entreprises qui les produisent et les distribuent.

Positionnez vos principaux concurrents et leurs prestations en relation aux facteurs clés de succès.

Etape : Marché-stratégie → Analyse de la concurrence

## 2.7 Moyens de production

### Instructions pour les moyens de production :

Expliquez comment vous allez produire vos prestations, où et avec quelles ressources :

- Processus de production et de support, activités-clés
- Infrastructure, locaux, équipements
- Matière première, consommables, services de tiers
- Ressources humaines, compétences-clés
- Logistique interne, approvisionnement, stockage
- Flux des revenus et structure des coûts
- Partenaires, fournisseurs, financeurs...

Etape : Modèle → Activités clés et ressources

Etape : Modèle → Coûts et revenus

Etape : Observation → Parties prenantes

## 2.8 Distribution

### Instructions pour la distribution :

Citez vos modes et canaux de distribution de vos prestations pour leurs publics cibles (magasin, conciergerie, livraison à domicile...).

Dites aussi quel est le mode de relation que vous aurez avec vos publics cibles (personnalisé, self-service, e-commerce...).

Etape : Modèle → Communication, distribution et relation

## 2.9 Marketing, communication, promotion et vente

**Instructions pour le marketing, communication, promotion et vente :**

*Décrivez comment vous abordez votre marché, réalisez son étude, communiquez institutionnellement ou avec vos publics cibles, par quels canaux et supports.*

*Mentionnez aussi comment vous établissez votre stratégie de prix, faites la promotion de vos prestations et réalisez les ventes.*

**Etape :** Modèle → Communication, distribution et relation

**Etape :** Processus de communication

## 3. Stratégie

### 3.1 Etat des lieux

**Instructions pour l'état des lieux :**

*Décrivez votre situation en relation au contexte dans lequel se situe votre entreprise, la phase dans laquelle vous vous trouvez (étude, lancement, consolidation, perte de vitesse, redressement...).*

Selon vos sources d'informations

### 3.2 Tendances

**Instructions pour les tendances :**

*Complétez votre première analyse du contexte par celle de ses tendances d'évolution, que ce soit par votre propre perception ou en vous basant sur des études existantes.*

*Cette analyse des tendances est utile pour la construction de scénarios.*

Selon vos sources d'informations

### 3.3 Analyse des risques

**Instructions pour l'analyse des risques :**

*Présentez votre gestion des risques avec :*

- *Identification des risques possibles*
- *Analyse qualitative de probabilité et impact*
- *Réponses adoptées pour chacun des risques majeurs*
- *Modèle adopté de gestion des risques*

Je me lance → Marché-stratégie → Risques

### 3.4 Analyse SWOT

**Instructions pour l'analyse SWOT :**

*Construisez votre analyse SWOT - forces, faiblesses, opportunités et menaces en l'argumentant par les analyses précédentes des facteurs clés de succès, de la concurrence, des tendances du contexte et des risques.*

*Montrez comment vos forces peuvent vous aider à profiter des opportunités et comment vous pourrez contourner les menaces en améliorant vos faiblesses.*

**Etape :** Marché-stratégie → Analyse SWOT

**Etape :** Marché-stratégie → Stratégies par la SWOT

## 3.5 Vision du futur et stratégie

### Instructions pour la vision du futur et la stratégie :

*Parlez de la vision que vous avez pour votre entreprise, dans son contexte, lui aussi projeté dans un futur relativement lointain (10 à 20 ans). Montrez autant la taille du défi, que la possibilité de l'atteindre.*

*Déclinez ensuite cette vision en orientations stratégiques et objectifs à long, moyen et court terme.*

**Etape :** Story-telling → Résumé du modèle

## 3.6 Plans d'action et projets

### Instructions pour les plans d'actions et projets :

*Déclinez vos objectifs à court et moyen terme en plan intégré d'action pour les atteindre et en projets individuels. Dressez un tableau des projets avec au minimum pour chacun:*

- *L'objectif à atteindre*
- *Le délai à respecter*
- *Le budget à allouer*
- *Les ressources humaines et matérielles*
- *Le planning et le contrôle*

**Etape :** Marché-stratégie → Orientations et actions stratégiques

**Etape :** Implantation → Planification des activités (optionnel)

## 4. Finances

### 4.1 Hypothèses et scénarios retenus

#### **Instructions pour les finances :**

*En cohérence avec les flux de revenus et la structure des coûts mentionnés auparavant, établissez les projections financières, de préférence pour les trois années à venir. Vous pouvez utiliser les scénarios résultant de votre analyse des tendances. Votre plan financier doit tenir compte et présenter :*

- *L'évolution des ventes ;*
- *L'évolution des recettes ;*
- *L'évolution des charges directes ;*
- *L'évolution des charges fixes ;*
- *Les investissements ;*
- *Les apports financiers nécessaires, leur remboursement et le paiement des intérêts ;*
- *La trésorerie.*

### 4.2 Chiffres clés

#### **Instruction pour les chiffres clés des finances**

Vous pouvez ne présenter ici que quelques-unes de vos hypothèses de scénarios et quelques chiffres clés, laissant les tableaux complets de bilan et prévisionnel de trésorerie dans les annexes.

Par exemple, un tableau résumé annuel, avec les volumes de ventes, chiffres d'affaires bruts, charges variables et marge nette, charges fixes, frais financiers et investissements...

## 5. Portrait de l'entreprise

### Instruction pour le portrait de l'entreprise :

Présentez votre (future) entreprise, avec au minimum les informations suivantes :

- Ses fondateurs et associé, leurs motivations
- Son équipe de travail ou managériale, ses valeurs et ses passions ;
- Les compétences clés des collaborateurs de l'entreprise ;
- Les ressources externes utilisées pour combler d'éventuelles lacunes (juridiques, comptables...);
- Le mode de gestion, les politiques de rémunération et la structure de management ;
- La forme juridique existante ou envisagée
- La localisation

Je suis → Valeurs partagées

Je suis → Membres de l'équipe

Etape : → Pilote → Détails de l'équipe

## 6. Nos besoins

### Instructions pour vos besoins :

Présentez vos besoins pour permettre à votre (future) entreprise de cheminer vers sa vision du futur.

Soyez clair et précis, tout en indiquant comment vous comptez "récompenser" votre interlocuteur de l'intérêt qu'il aura porté à votre présentation.

Ne demandez que ce qui est à la portée de votre interlocuteur et conforme à ses propres objectifs.

Mentionnez, si c'est le cas, comment vous comptez satisfaire d'autres besoins.

## 7. Annexes

### Instructions pour les annexes :

Utilisez cette partie pour les plans financiers, des curriculum vitae, des brevets, des photos... selon les besoins

**N'oubliez pas de supprimer les instructions  
et les liens avec les pages !**