

CAHIER D'EXERCICE MON BUSINESS PLAN



Description de mon entreprise

L'entreprise

La vision

La mission

Profil de l'entreprise

- Nom de l'entreprise : _____
- Sa forme juridique : _____
- Le nombre de personnes impliquées dans le projet :
 - Nombre d'associés : ____
 - Nombre d'employés : ____
- La date de création : ____ / ____ / ____

Clients ciblés

Produits et services offerts

Le marché

Analyse du secteur d'activité

Secteur d'activité

Caractéristiques importantes/circonstances particulières du secteur

Analyse du marché

Le marché

- Identification et évolution :

- Les produits ou services concurrents :

- Les acteurs principaux :

La demande

- Types de clients qui achètent généralement le type de produit ou service que je propose :

- Comportement d'achat et motivation de chaque type de client :

L'offre

- Situation globale de l'offre :

- Caractéristiques de l'offre des entreprises concurrentes :

Nom de l'entreprise concurrente				
Chiffre d'affaires				
Nom du produit concurrent				
Prix du produit concurrent				
Canaux de vente				
Champ d'action géographique				
Part de marché (sur mon marché)				
Type de publicité (médias traditionnels, médias sociaux...)				
Type de clientèle				
Renommée de l'entreprise (image auprès des consommateurs)				
Avantages réels ou perçus par rapport à la concurrence				
Désavantages réels ou perçus par rapport à la concurrence				
Autre				

L'environnement du projet (facteurs externes)

Mes avantages compétitifs (SWOT)

Mes forces

Mes faiblesses

Les opportunités

Les risques

La stratégie commerciale

Objectifs de l'entreprise

Mes 3 objectifs principaux sur 5 ans

- Objectif #1 :

- Objectif #2 :

- Objectif # 3 :

Stratégie marketing

Cible de marché

- Les catégories de clients que je cible :

- Catégorie #1 :

- Catégorie #2 :

- Catégorie #3 :

- Catégorie #4 :

Positionnement de l'offre

- Spécificités de mon offre par rapport à la concurrence :

Positionnement de la marque

- Personnalité de ma marque :

- Les valeurs véhiculées :

- Caractère de la marque (image de l'entreprise) :

Le tone of voice

- L'ambiance et le décor qui entourent mon offre :

- Le « look » que je veux donner à ma marque :

- Le type de langage utilisé pour communiquer avec mes cibles de marché :

Plan commercial

Canaux de distribution

La politique de prix

- Gamme de prix que voudrais pratiquer :

Canaux de communication

Objectifs et plan d'action commercial

- Liste des actions marketing et communication à mener pour chacun de mes trois objectifs stratégiques à long terme :

Objectif stratégique #1 (Objectifs annuels et actions à mener)				
Énoncé :				
Objectif Année 0	Objectif Année 1	Objectif Année 2	Objectif Année 3	Objectif Année 4
Énoncé :	Énoncé :	Énoncé :	Énoncé :	Énoncé :
1 ^{er} trimestre :	1 ^{er} trimestre :	1 ^{er} trimestre :	1 ^{er} trimestre :	1 ^{er} trimestre :

Objectif Année 0	Objectif Année 1	Objectif Année 2	Objectif Année 3	Objectif Année 4
2 ^e trimestre :	2 ^e trimestre :	2 ^e trimestre :	2 ^e trimestre :	2 ^e trimestre :
3 ^e trimestre :	3 ^e trimestre :	3 ^e trimestre :	3 ^e trimestre :	3 ^e trimestre :
4 ^e trimestre :	4 ^e trimestre :	4 ^e trimestre :	4 ^e trimestre :	4 ^e trimestre :

Objectif stratégique #2 (Objectifs annuels et actions à mener)

Énoncé :

Objectif Année 0	Objectif Année 1	Objectif Année 2	Objectif Année 3	Objectif Année 4
Énoncé :	Énoncé :	Énoncé :	Énoncé :	Énoncé :
1 ^{er} trimestre :	1 ^{er} trimestre :	1 ^{er} trimestre :	1 ^{er} trimestre :	1 ^{er} trimestre :

Objectif Année 0	Objectif Année 1	Objectif Année 2	Objectif Année 3	Objectif Année 4
2 ^e trimestre :	2 ^e trimestre :	2 ^e trimestre :	2 ^e trimestre :	2 ^e trimestre :
3 ^e trimestre :	3 ^e trimestre :	3 ^e trimestre :	3 ^e trimestre :	3 ^e trimestre :
4 ^e trimestre :	4 ^e trimestre :	4 ^e trimestre :	4 ^e trimestre :	4 ^e trimestre :

Objectif stratégique #3 (Objectifs annuels et actions à mener)

Énoncé :

Objectif Année 0	Objectif Année 1	Objectif Année 2	Objectif Année 3	Objectif Année 4
Énoncé :	Énoncé :	Énoncé :	Énoncé :	Énoncé :
1 ^{er} trimestre :	1 ^{er} trimestre :	1 ^{er} trimestre :	1 ^{er} trimestre :	1 ^{er} trimestre :

Objectif Année 0	Objectif Année 1	Objectif Année 2	Objectif Année 3	Objectif Année 4
2 ^e trimestre :	2 ^e trimestre :	2 ^e trimestre :	2 ^e trimestre :	2 ^e trimestre :
3 ^e trimestre :	3 ^e trimestre :	3 ^e trimestre :	3 ^e trimestre :	3 ^e trimestre :
4 ^e trimestre :	4 ^e trimestre :	4 ^e trimestre :	4 ^e trimestre :	4 ^e trimestre :

Budget marketing

Estimation du budget marketing					
Objectif stratégique	Année 0 (€)	Année 1 (€)	Année 2 (€)	Année 3 (€)	Année 4 (€)
#1					
#2					
#3					
Total annuel (€)					

Plan opérationnel

Énoncé de l'activité				
Tâches	Description de l'étape	Durée	Ressources nécessaires	Améliorations possibles et/ou commentaires
#1				
#2				
#3				
#4				
#5				
#6				
#7				

Énoncé de l'activité				
Tâches	Description de l'étape	Durée	Ressources nécessaires	Améliorations possibles et/ou commentaires
#8				
#9				
#10				
#11				
#12				

Espaces et immeubles nécessaires

Outils et équipement nécessaires

Gestion de la chaîne d'approvisionnement

Précautions à prendre pour garantir que l'activité puisse fonctionner sans interruption

Aspects logistiques et plan de distribution

Contrôle qualité

Direction et ressources humaines

Propriétaires, fondateurs et équipe de direction

- Propriétaire(s) : _____
- Fondateur(s) : _____
- Équipe de direction : _____

Comptabilité et administration

- Expert-comptable : _____
 - Autres : _____
-
-
-

Consultants extérieurs/conseillers spéciaux

Membres de l'équipe

Rôle	Responsabilités
Moi	

Plan financier

Le « scénario du pire » (worst case scenario)

Le « scénario du meilleur » (best case scenario)

*Le « scénario le plus probable »
(most probable case scenario)*

Scénario le plus probable	Année 1 (estimation mensuelle x 12)	Année 2 (estimation mensuelle x 12)	Année 3 (estimation mensuelle x 12)
Chiffre d'affaires			
Investissements (à faire en cours de route)			
Coût des matières premières			
Charges diverses (eau, électricité, Internet, loyer, maintenance...)			
Salaires			
Autres frais de fonctionnement			
Bénéfice (ou perte) (chiffre d'affaires moins tous mes frais)			

Objectifs financiers

Chiffre d'affaires annuel

Année 1	€
Année 2	€
Année 3	€

Projections financières

Hypothèses clés (du scénario le plus probable)

Année 1		Chiffre d'affaires annuel : €
Année 2		Chiffre d'affaires annuel : €
Année 3		Chiffre d'affaires annuel : €
Hypothèses constantes d'une année sur l'autre		

Compte de résultat prévisionnel

	Année 1 (en €)	Année 2 (en €)	Année 3 (en €)
CHIFFRE D’AFFAIRES			
Frais variables			
<i>Marchandises et consommables</i>			
Frais fixes			
Fournitures et charges externes			
<i>Charges courantes (eau/électricité/Internet/téléphone)</i>			
<i>Fournitures de bureau</i>			
<i>Marketing</i>			
<i>Honoraires (expert-comptable)</i>			
<i>Loyer</i>			
<i>Entretien</i>			
<i>Taxes diverses</i>			
<i>Frais bancaires</i>			
Salaires bruts			
Autres frais			
Cotisations sociales et charges patronales			
Dotations amortissements (si investissements)			
TOTAL DE TOUS LES FRAIS			
RÉSULTAT D’EXPLOITATION (Chiffre d’affaires moins total de tous les frais)			
Impôts sur les bénéfices (IR ou IS)			
RÉSULTAT (Bénéfice ou Perte)			

Besoins financiers

Investissements










- Liste des investissements à faire avant de commencer l'activité :

- Estimation des fonds à prévoir :

Sources de fonds

**Liste de choses à faire
(ébauche de mon plan d'action)**

Le Business Model Canvas

<p>Partenaires clés </p> <ul style="list-style-type: none"> - Listez vos partenaires et vos fournisseurs clés. - Listez les ressources clés que chacun d'eux vous apporte. 	<p>Activités clés </p> <ul style="list-style-type: none"> - Listez les activités clés pour produire votre offre. 	<p>Offre (proposition de valeur) </p> <ul style="list-style-type: none"> - Décrivez votre proposition de valeur (les solutions concrètes que votre offre apporte aux besoins de vos différents types de clients). 	<p>Relation client </p> <ul style="list-style-type: none"> - Listez le(s) type(s) de relation que chaque type de client attend de votre entreprise (le ou les modèles économiques). 	<p>Segments de clientèle </p> <ul style="list-style-type: none"> - Listez vos différents types de clients (segments de clientèle ciblés). 	<p>Canaux de distribution </p> <ul style="list-style-type: none"> - Listez les canaux de distribution les plus adaptés pour atteindre vos différents types de clients. 	<p>Ressources clés </p> <ul style="list-style-type: none"> - Listez les ressources clés pour produire votre offre. 	<p>Structure des coûts </p> <ul style="list-style-type: none"> - Listez les coûts (dépenses) les plus importants générés par votre modèle économique (ressources et activités les plus coûteuses). 	<p>Sources de revenus </p> <ul style="list-style-type: none"> - Estimez combien vos clients sont prêts à payer pour chacun de vos produits et/ou services et la part de chaque source de revenus sur le total des revenus. - Listez le(s) mode(s) de paiement préféré(s) de vos clients.
--	---	--	--	--	---	---	---	--