Université Mohamed KHIDER-Biskra Département des Sciences de Gestion

Faculté des Sciences Economiques, Commerciales et des Sciences de Gestion Spécialité : Entrepreneuriat

**Atelier : Business plan**

**Le contenu du business plan :**

**1/Résumé**:(en une seule page)

-nom de l’entreprise.

-nom du ou des promoteurs.

-Votre champ d’activité principal.

-produits et/ou prestations de service que vous proposez.

- Date de démarrage prévue

- Raison sociale

- Adresse

-création d’emploi.

**2/Le plan marketing :**

**Le marché et ses acteurs :** **étude de marché**

**-** Existe-t-il un marché rentable pour la commercialisation de vos produits ?

**-**Y-a-t-il des effets de monopole, de cartellisation ou de réglementation de secteur ?

-Quel est l’historique du marché, son évolution ?

-Avez-vous remarqué certaines tendances ou modes ?

-Y-a-t-il de nouvelles technologies qui affectent l’évolution du marché ?

- Dans quelle mesure pensez-vous que votre entreprise apporte quelque chose de nouveau sur le marché ?

-A combien s’élèvera, d’après vous, le taux de croissance des marchés cibles dans les cinq prochaines années ?

**Besoins identifiés :**

**-**Quels besoins des consommateurs couvrez-vous avec vos produits/services ?

**Clientèle cible : segmentation de marché, analyse de la clientèle**

**-**Quels sont vos principales cibles ? Quels sont vos critères de segmentation du marché (critères géographiques, démographiques, autres) ?

-Qui sont les principaux clients ? Et où se trouvent-ils ?

**Analyse des Fournisseurs**

**-** Qui sont vos fournisseurs

- Dressez la liste des fournisseurs, leurs conditions d’achat, le délai et le coût de la livraison et leur localisation..

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| fournisseurs | Matières premières | cout |
|  |  |  |

**Analyse SWOT**

**Analyse PESTEL**

**Concurrence :** Concurrents directs et Concurrents indirects

-L’entrée de votre entreprise sur le marché est-elle entravée par des obstacles techniques, financiers ou réglementaires ?

**-** Existe-t-il un risque d’apparition de nouveaux produits en concurrence directe avec le(s) vôtre(s) ? Ou de produits de substitution ?

(**Analyse concurrentielle : les 5 forces de porter)**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| noms concurrents | leurs points forts | leurs points faibles | Avantages concurrentielles |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

**Analyse de la demande et l’offre**

**Stratégie de marketing :**

**Produit :**

-Quels sont vos produits/services (gamme, qualité, caractéristiques techniques, brevets) ?

-Quelles sont les forces de vos produits ? Et leurs faiblesses ?

-Quels sont les facteurs déterminants en fonction desquels vos clients achètent vos produits ?

-Quel est le produit phare ? L’entreprise est-elle dépendante d’un seul ou de quelques produits ? Si oui, est-ce qu’elle est capable de le faire évoluer, de le proposer sous d’autres formes ?

-Quelles quantités comptez-vous vendre ? Pouvez-vous estimer les parts de marché que vous pouvez atteindre ?( **estimation des ventes-méthodes**)

**Prix :**

-a quel prix proposez-vous chacun de vos produits / services ?

-comment l’avez-vous défini ? Gagnez-vous de l’argent en vendant votre produit / service à ce prix ?

-comment procédez-vous pour différencier vos prix ?

- quelle est votre stratégie de prix ?

-votre prix est-il en adéquation avec ce que votre clientèle cible est prête à payer pour satisfaire son besoin ?

**Communication**

-comment allez-vous communiquer avec votre clientèle cible ?

– avec quels supports ?

– quels moyens publicitaires (affiches, mailing, annonces, etc.) et de promotion allez-vous utiliser ?

– quel est votre budget publicitaire et quels sont les coûts de chacun des moyens de communication que vous allez utiliser ?

**Distribution**

-Par quels canaux de distribution allez-vous atteindre votre clientèle cible ?

- quel est votre politique de vente (directe, indirecte, etc.) ?

 Canal direct : site Internet par exemple,

 Canal indirect : revendeurs par exemple.

- a quels canaux de distribution allez-vous faire appel ?

- comment allez-vous organiser votre réseau de vente ? Quelle est / sera votre force de vente ?

- quels sont vos liens avec vos revendeurs, distributeurs ? Êtes-vous très dépendant d’eux ou non ? Où sont localisés vos distributeurs ?

-comment allez-vous stimuler vos vendeurs et prescripteurs éventuels ? Prévoyez-vous d’étendre vos points de distribution ? Si oui, dans quels délais, dans quelles régions ? Quels en sont les avantages et inconvénients ?

**3/Le plan organisationnel**

Forme juridique :

-Quelle est la forme actuelle de l’entreprise ?

- Expliquez les raisons motivant ce choix.

Organisation :

-Décrivez votre organisation, précisez votre politique de ressources humaines (nombre de collaborateurs, types de postes, qualifications, politique salariale, etc.).

- organigramme

- Définissez les responsabilités et les tâches qui seront accomplies par le ou les promoteur(s) et les employés.

- Quels seront les salaires de vos employés et le vôtre.

**4/Le plan de production**

**Matières premières**

Dressez la liste des matières premières requises, leur disponibilité, leur qualité/ quantité, leur coût et l’inventaire de départ nécessaire.

**Processus de production**

Comment est organisée votre production ?

– qui produitc ?

– quelles sont les conditions ?

– quels sont vos fournisseurs ? Sont-ils nombreux ?

– Utilisez-vous les services d’un sous-traitant ?

- Décrivez toutes les étapes du processus de fabrication de votre produit.

- Expliquez votre calendrier de production.

**Infrastructures productives**

-De quelles infrastructures de production disposez-vous ? Sont-elles suffisantes pour la réalisation de vos objectifs ?

–Prévoyez-vous des acquisitions de machines, de véhicules, etc.? Si oui, faites en la description, mentionnez leur coût et estimez le temps nécessaire à leur mise en service.

–quelles sont vos capacités de production et de stockage ?

-De quelle infrastructure de production disposez-vous pour la réalisation de vos objectifs ? Etablissez une liste des principaux équipements disponibles avec la date de leur mise en service et leur potentiel.

**Locaux et immeubles**

-où se situe votre outil de production ainsi que vos services administratifs ?

–êtes-vous locataire ? Si oui, quelles sont la durée et l’échéance de votre bail ?

–si vous êtes propriétaire, quelles sont les charges (immobilières et financières) liées à votre activité ?

**5/Le plan financier**

Etp1 : liste des investissements

Etp2 : la trésorerie de départ

Etp3 : le besoin en fonds de roulement

Etp4 : le plan de financement de départ

Etp5 : évaluation des charges variables

Etp 6 : évaluation des charges fixes

Etp 7 : calcul des amortissements

Etp 8 : le remboursement du prêt

Etp 9 : calcul du seuil de rentabilité

-Le bilan d'ouverture.

-Le compte de résultat prévisionnel.

-Le plan de trésorerie.

-Le plan de financement.

 **6/Risques**

-quelles circonstances pourraient mettre en péril la stratégie contenue dans ce business Plan ?

– quels sont les risques internes ?

– quels sont les risques commerciaux (marché, produit / service, marketing, etc.) ?

– quels sont les risques financiers (hausse des coûts, des taux, etc.) ?

– quels sont les risques exogènes ?

– quelle est la probabilité d’apparition de ces différents risques et

-Quelles mesures pouvez-vous prendre pour les contrer ?

– existe-t-il des risques spécifiques à votre activité ?

**7/annexes**

-curriculum vitae des

- copie de l’inscription au Registre du commerce

- copies des brevets, licences

- copies de contrats importants

- lettres de recommandation.

-liste des équipements de production

- liste des véhicules

- extraits registre foncier

- plans/permis de construire.

DJOUDI Hanane