

Le Business Plan

Mettre son idée entrepreneuriale au cœur du projet



Thèmes du dossier

Gestion

Personnel

Droit

Succès & carrière

Communication

Marketing & Vente

Finances

IT & Office

Avantages immédiats

Vous apprenez:

- Quels sont les éléments à analyser pour établir un bon Business Plan.
- Comment structurer votre Business Plan.
- Quels sont les pièges à éviter.
- Comment établir les bases de votre stratégie d'entreprise.

Vous savez:

- Établir un document efficace pour faire évoluer votre entreprise.
- Présenter votre projet de façon complète à vos interlocuteurs.
- Présenter les avantages concurrentiels de concept.
- Valoriser les forces de votre projet et de votre entreprise.

Auteur



Frank Gervais, Consultant et formateur

Titulaire d'un Brevet Fédéral du Commerce de Détail et Formateur d'adultes certifié FSEA. Co-fondateur de l'Agence C33 Sàrl, il met son expertise au service des PME commerciales, institutions ou Horeca dans leur but de leur offrir une prestation d'accompagnement à 360°. Son parcours lui a permis de développer différentes compétences dans des domaines aussi variés que l'élaboration de stratégies, l'analyse et la résolution de problématiques opérationnelles ou humaines complexes.

Impressum

WEKA Business Dossier

Le Bussines Plan

Composition: Peter Jäggi

Révision: WEKA Business Media SA

Impression: ERNi Druck und Media AG, Kaltbrunn

WEKA Business Media SA

Hermetschloostrasse 77

Case postale

8010 Zurich

Tél. 044 434 88 35

Fax 044 434 89 99

info@weka.ch

www.weka.ch

Date de parution: 2021

VLB – Reprise du titre dans le répertoire des œuvres disponibles

ISBN: 978-3-297-02146-0

© WEKA Business Media SA, Zurich

Tous droits réservés. Toute reproduction complète ou partielle uniquement avec l'autorisation de l'éditeur.

Table des matières

Le Business Plan

Introduction	4
Les étapes d'élaboration	5
1. Première Partie: Analyses préalables	6
1.1 Modèle de management de St-Gall.....	6
1.1.1 Sphères environnementales (environnement).....	6
1.1.2 Société (sphère sociale).....	7
1.1.3 Nature (sphère écologique).....	8
1.1.4 Technologie (sphère technologique).....	10
1.1.5 Economie (sphère économique).....	11
1.1.6 Parties prenantes (stakeholders).....	15
1.1.7 Moments d'ordre (Trilogie magique).....	16
1.1.8 Processus.....	17
1.1.9 Modes de développement.....	17
1.2 Entreprise.....	18
1.2.1 Facteurs de productions.....	18
1.2.2 Le concept d'entreprise.....	18
1.3 Stratégie d'entreprise.....	19
1.3.1 Théorie du management.....	19
1.3.2 Élaboration de la stratégie d'entreprise.....	20
1.3.3 Analyse externe: PESTEL.....	21
1.3.4 Analyse interne: ENTREPRISE.....	21
1.3.5 Matrice SWOT.....	21
2. Deuxième partie: Rédaction d'un Business Plan	23
2.1 Structure de base d'un business plan.....	23
2.1.1 Management Summary ou Résumé.....	23
2.1.2 Portrait de l'entreprise.....	24
2.1.3 Prestation commerciale.....	24
2.1.4 Marché, clients.....	25
2.1.5 Concurrence.....	25
2.1.6 Marketing.....	25
2.1.7 Infrastructures/outil de production.....	26
2.1.8 Evaluation des risques.....	26
2.1.9 Projection et planification financière.....	27
2.1.10 Annexes à produire.....	27
2.1.11 Erreurs à éviter.....	28
2.1.12 Modèles.....	28
3. Sources d'information	29

Introduction

Le business plan est un outil important pour créer, diriger et faire évoluer une entreprise. Il est le reflet de l'entreprise et de ses possibilités d'évolution. Grâce à lui les objectifs peuvent être fixés et les moyens pour les atteindre imaginés et mis en place.

Le business plan joue un rôle primordial à chaque étape de la vie d'une entreprise, que celle-ci cherche un financement, un conseil de développement ou même lors d'une négociation de vente. Il informe les éventuels interlocuteurs de façon détaillée sur l'entreprise, son fonctionnement, son potentiel etc. ...

La structure simple et accessible d'un business plan doit donc faciliter l'accès aux informations et celui-ci devrait être adapté à vos interlocuteurs.

Conseil pratique



Un business plan est un outil pour créer, diriger ou faire évoluer une entreprise, il va principalement contenir:

- Portrait de l'entreprise
- Présentation de la prestation commerciale
- Analyse environnementale complète
- Projection à court, moyen et long terme

Les étapes d'élaboration

Pour élaborer un bon business plan, il y a un certain nombre de critères à respecter.

1. Déterminez la raison pour laquelle vous élaborer un business plan (création, nouveau départ, achat d'entreprise, etc.)
2. Établissez une marche à suivre (qui fait quoi, quand, etc.)
3. Rassemblez les informations de base selon une check-list «Voici ce qu'il faut pour un business plan complet»
4. Analysez les éléments internes et externes
5. Faites ressortir les points forts/faibles ainsi que les risques/opportunités
6. Rédigez une première ébauche du business plan
7. Vérifiez la plausibilité des données et des estimations que vous fournissez
8. Retravaillez le business plan au niveau graphique et rédactionnel

Pour établir un bon business plan, il est donc nécessaire de bien connaître son entreprise, son projet ... mais également wêtre capable de démontrer que nous sommes conscients des éléments extérieurs à l'entreprise et de leurs influences sur notre évolution future.

Astuce



Un Business Plan doit non seulement démontrer la capacité de l'entreprise à mettre en place son projet ...

MAIS

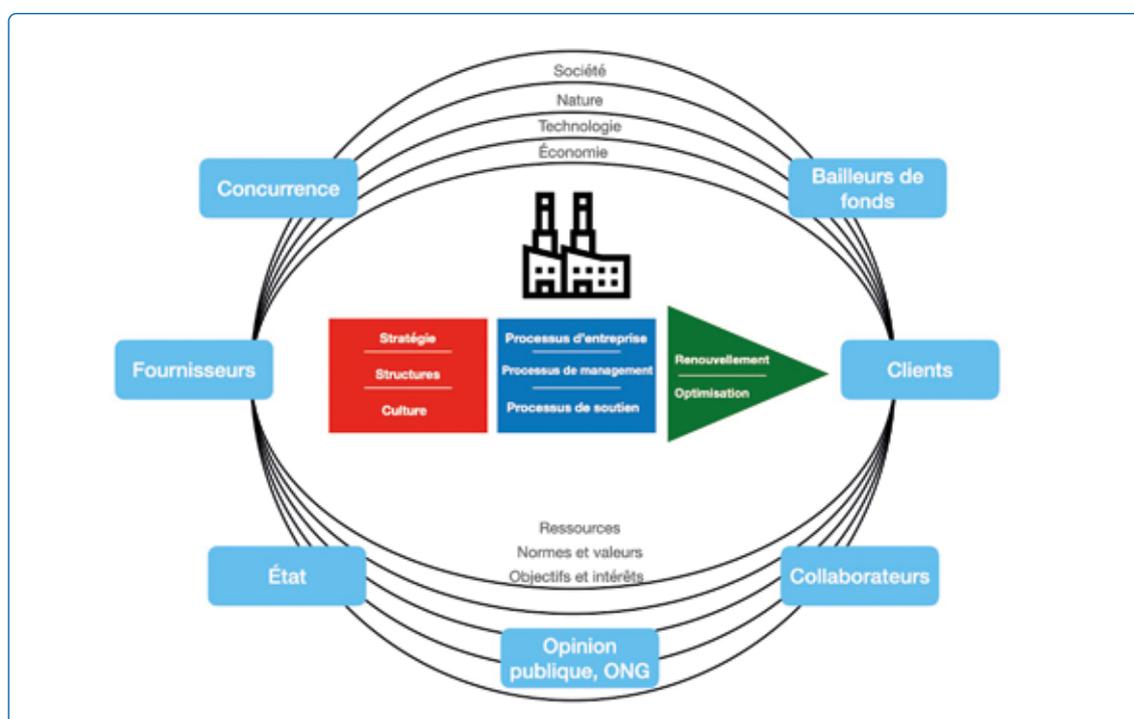
surtout démontrer que le marché sur lequel elle veut évoluer représente un potentiel favorable.

Pour cela nous allons dans un premier temps porter un regard analytique sur les éléments à observer (internes et externe) avant de rédiger notre Business Plan.

1. Première Partie: Analyses préalables

1.1 Modèle de management de St-Gall

Le MMSG schématise les aspects et liens fondamentaux entre l'entreprise et son environnement, tout cela dans le cadre d'une approche systématique de management (organisation). Il est et reste un outil pertinent pour comprendre les domaines d'influences sur une entreprise et les réponses que celle-ci peut apporter.



©AgenceC33

Commentaire

L'utilisation du Modèle de Management de Saint-Gall, permet d'avoir une vision globale de l'entreprise et de son environnement. L'entreprise est entourée de sphères d'influence, de groupes d'intérêts qu'elle observe en permanence. Elle interagit avec cet environnement et cherche à s'adapter afin d'obtenir une différenciation concurrentielle.

1.1.1 Sphères environnementales (environnement)

Les sphères environnementales sont les domaines dans lesquels une entreprise agit et réagit:

- Société: contexte social; concerne l'homme/les gens (histoire, culture, politique, etc.).
- Nature: environnement écologique; concerne la gestion globale de la nature (utilisation des ressources, etc.).
- Technologie: englobe tout ce qui a trait à la technique et à la recherche.
- Économie: contexte économique; concerne les conditions-cadres économiques (conjoncture, etc.).