



La route de l'entrepreneur

une initiative de

SADC
+CAE

Les essentiels du plan d'affaires

Créé par :
SADC Shawinigan

Discutez avec un conseiller
de votre SADC ou CAE local
www.routedelentrepreneur.com





SADC

Société
d'aide au développement
des collectivités

SHAWINIGAN

LES ESSENTIELS DU PLAN D'AFFAIRES

POURQUOI FAIRE UN PLAN D'AFFAIRES?

Le plan d'affaires sert en premier lieu à l'entrepreneur. Il sert à visualiser tout ce que vous aurez à accomplir pour réaliser votre projet d'affaires et à déterminer vos stratégies pour y arriver. Si vous souhaitez obtenir du financement, il est essentiel d'en produire un, car il sera exigé par les partenaires financiers.



CE QU'UN PLAN D'AFFAIRES DOIT ABSOLUMENT INCLURE

SOMMAIRE

- Doit contenir un bref aperçu qui tient sur une page :
 - ✓ Du projet et de son caractère distinctif
 - ✓ Du profil des promoteurs
 - ✓ Du marché (secteur d'activité, clients potentiels et concurrents)
 - ✓ Coût de projet et besoins financiers

DESCRIPTION DU PROJET D'ENTREPRISE

- Origine de l'idée / Historique pour une entreprise existante

- Fondements de l'entreprise :
 - ✓ Mission
 - ✓ Vision
 - ✓ Valeurs
- La nature de ses activités :
 - ✓ Description des produits ou services offerts
- Le caractère distinctif de votre entreprise

COÛT ET FINANCEMENT

Il est important de vous informer à savoir quelle est la mise de fonds exigée par les partenaires financiers, car elle peut différer d'un à l'autre. La mise de fonds est un incontournable dans votre montage financier. Découvrez pourquoi :



- Détailler le coût de votre projet et ventiler chacune des dépenses ¹:
 - ✓ Bâtisse
 - ✓ Équipement
 - ✓ Inventaire
 - ✓ Marketing
 - ✓ Outils informatiques
 - ✓ Fonds de roulement
 - ✓ Etc.
- Financement
 - ✓ Mise de fonds (quel est le montant et d'où provient-il?)
Exemple : *Argent personnel, entourage, investisseurs privés, transfert d'actifs, etc.*
 - ✓ Identifier les partenaires financiers ciblés

1. Démontrez d'où viennent les coûts et à quoi servira l'argent demandé. Donnez du détail, faites vos recherches pour arriver avec des estimations réalistes, joignez des soumissions si possibles

Exemple d'une entreprise de fabrication de vêtements

Coût du projet		Sources de financement	
Fonds de roulement	20 000 \$	Mise de fonds	20 000 \$
Équipement ▲ Machine de fabrication (20 000 \$) ▲ Mobilier de bureau (10 000 \$) ▲ Matériel roulant (20 000 \$)	50 000 \$	MRC/Ville/DEC/Évol/etc...	15 000 \$
Inventaire ▲ Tissus (15 000 \$) ▲ Accessoires (5 000 \$)	20 000 \$	SADC	15 000 \$
Marketing ▲ Site web (3 000 \$) ▲ Publicité (4 000 \$) ▲ Outils promo (3 000 \$)	10 000 \$	Institution financière	50 000 \$
Total	100 000 \$	Total	100 000 \$

PROFIL DES PROMOTEURS ET DE L'ÉQUIPE

→ Descriptif pour chacun des promoteurs et des membres clé de votre équipe²:

- De ses compétences
- De son expérience
- De sa qualification
- De son rôle et responsabilités au sein de l'entreprise

2. Il est important à ce stade-ci de décrire pourquoi vous êtes la ou les bonne(s) personne(s) pour mener à bien votre projet. Au besoin, démontrez que vous savez bien vous entourer pour compenser vos faiblesses :

- Employés
- Mentors
- Autres professionnels (comptable, notaire, conseiller en développement économique)

ANALYSE DU MARCHÉ

Cette partie est souvent la plus faible des plans d'affaires. Les gens ont souvent tendance à négliger cette étape pourtant cruciale. Apprenez-en plus ici :



→ Description du marché (qualitative et quantitative) :

- ☑ Identifier le besoin auquel répond le projet d'entreprise
- ☑ Identifier la clientèle cible :
 - ▲ Profil
 - ▲ Critères d'achat
 - ▲ Besoins et attentes
- ☑ Identifier les principaux concurrents :
 - ▲ Profil
 - ▲ Points forts
 - ▲ Points faibles
- ☑ Identifier le marché cible :
 - ▲ Territoire desservi
 - ▲ Part de marché souhaitée

PLANIFICATION OPÉRATIONNELLE

→ Description :

- ☑ De vos installations et de votre équipement
- ☑ Du fonctionnement des opérations (ex : gestion des stocks)
- ☑ Aspect juridique (permis, licences, enregistrements, etc.)
- ☑ Des fournisseurs ciblés
- ☑ De votre échéancier de réalisation

STRATÉGIE MARKETING

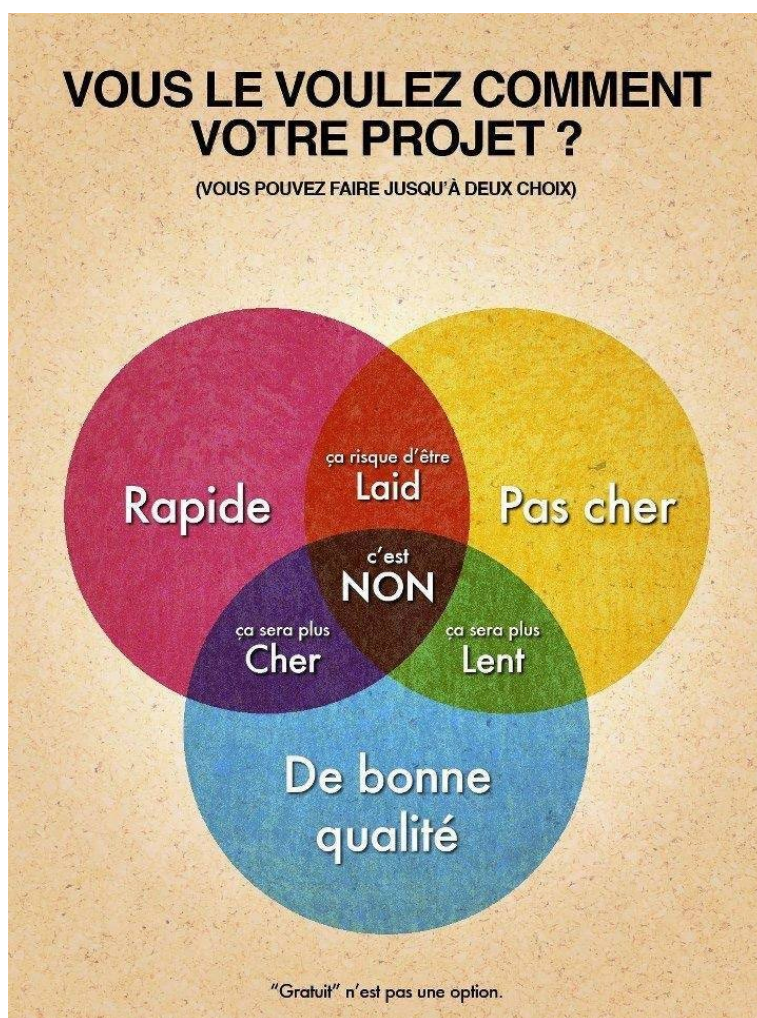
On constate de nouvelles tendances dans les habitudes de consommation des gens. Il est essentiel d'en tenir compte dans votre stratégie marketing. Voyez pourquoi :



→ Description de vos stratégies :

- De prix de vente
- De service à la clientèle
- De distribution
- De publicité et de promotion
- Par rapport à votre objectif de vente³

³ Combien devrez-vous vendre (Revenus par mois) pour arriver à assumer vos frais fixes de façon réaliste?



RESSOURCES HUMAINES

- Description de votre stratégie au niveau des RH :
 - ☑ Nombre d'employés (actuel et/ou projeté)
 - ☑ Formation de main-d'œuvre
 - ☑ Politique de gestion des RH (ex : conditions de rémunération, horaires de travail, stratégie de rétention)
 - ☑ Planification pour besoins en main-d'œuvre³
 - ▲ Profil type recherché
 - ▲ Conditions salariales
 - ▲ Échéancier de recrutement

FINANCES

- Résumé des hypothèses derrière les prévisions financières⁴
- Prévisions financières (sur 3 ans)
 - ☑ États des résultats⁵
 - ☑ Bilan
 - ☑ Budget de caisse (ventilez chacune des dépenses)

Annexes (au besoin)

- c.v. de promoteurs
- Incorporation
- Outils promotionnels
- Étude de marché (sondages, etc.)
- Organigramme
- Lettres d'appui
- Lettres d'intention de clients potentiels
- Etc.

3. Particulièrement important dans des domaines d'activité où la main-d'œuvre est difficile à recruter (ex : informatique)

4. Démontrez d'où viennent les coûts et à quoi servira l'argent demandé. Donnez du détail, faites vos recherches pour arriver avec des estimations réalistes, démontrez vos hypothèses, joignez des soumissions si possibles.

5. Assurez-vous d'indiquer un salaire réaliste pour le ou les promoteur(s) dans vos dépenses.