

Business Plan

Titre RNCP Responsable des petites et moyenne structures

Groupe École de Commerce de Lyon

Mise en forme - GUILLEMIN Mario

Date de création - Février 2025



Sommaire du Business Plan

■ Introduction

- Choix de sujet

■ Consignes

- 0.1 : Dossier
- 0.2 : Soutenance

■ Chapitre 1 : Introduction au Business Plan

- 1.1 : Définition et objectifs du Business Plan
- 1.2 : Structure générale d'un Business Plan
- 1.3 : Préparation et collecte d'informations

■ Chapitre 2 : Élaboration du contenu

- 2.1 : Présentation de l'entreprise et de l'équipe
- 2.2 : Analyse du marché et stratégie marketing
- 2.3 : Plan opérationnel et organisationnel

■ Chapitre 3 : Aspects financiers

- 3.1 : Bilan sur 3 ans
- 3.2 : Plan de trésorerie sur 12 mois
- 3.3 : Compte de résultat sur 3 ans
- 3.4 : Annexes : stratégie financière

■ Conclusion

- 4.1 : Erreurs à éviter
- 4.2 : Les 10 points pour réussir

■ Exemple de Business Plan

Introduction :

Le choix du sujet de votre Business Plan est une étape cruciale qui peut déterminer le succès de votre projet entrepreneurial.

Pour identifier une opportunité de marché prometteuse :

- Observez les tendances : Analysez les évolutions sociétales, technologiques ou économiques qui pourraient créer de nouveaux besoins.
- Identifiez des problèmes non résolus : Cherchez des frustrations ou des difficultés récurrentes dans votre vie quotidienne ou professionnelle.
- Évaluez vos compétences : Réfléchissez à vos expertises et passions qui pourraient être valorisées dans un projet d'entreprise.
- Analysez la concurrence : Identifiez des secteurs où l'offre actuelle est insuffisante ou pourrait être améliorée.
- Soyez à l'écoute : Discutez avec votre entourage, participez à des événements professionnels pour détecter des besoins émergents.

Une fois le projet choisi, vous devrez présenter au référent ou, à défaut, au service pédagogique un résumé de direction (document synthétique expliquant le projet n'excédant pas une page).

Consignes :

Le business Plan Comptera pour 20% de votre note globale. 10 % pour le dossier et 10 % pour la soutenance.

0.1 Dossier :

- Le projet peut être REEL
- Le projet peut être FICTIF (S'il est fictif, il doit alors avoir une dimension de FAISABILITE et d'INTERET. Il doit prendre appui sur une étude prospective des tendances)
- Votre projet peut être une implantation/ création d'entreprise dans un autre pays que la France (Attention, si tel est le cas, il faudrait prendre en compte le cadre juridique et légal du pays en question).
- Sur la page de garde du document final devra impérativement apparaître le pays concerné.
- Le dossier doit être conduit à titre INDIVIDUEL.
- Le capital ne devra pas excéder **11000 euros** sauf si justifié par un projet réel avec l'accord de la direction de l'école de commerce de LYON.

Une fois le projet choisi, vous devrez présenter au référent ou, à défaut, au service pédagogique un résumé de direction (document synthétique expliquant le projet n'excédant pas une page).

Format :

- ✓ Format PDF à envoyer par mail à :
pedagogie2025@eclyon.fr
- ✓ Dossier : 50 pages (+ ou – 5 pages)
- ✓ Police : Times new roman – taille 12 – Interligne 1,5
- ✓ Marge gauche : 4 cm
- ✓ Marge droite : 2 cm
- ✓ Marge haut et bas : 2,5 cm
- ✓ Document à paginer
- ✓ Un résumé attractif du projet sur 1 page
- ✓ Si annexes prévoir table des annexes et numéroté les annexes (pour les tableaux, documents, ...)

Sur la page de garde, vous devez mentionner :

- | | |
|--|--|
| ✓ Business Plan | ✓ Nom de l'entreprise |
| ✓ Année de préparation | ✓ Intitulé du diplôme préparé |
| ✓ Logo + dénomination de l'Ecole de Commerce de Lyon | ✓ Nom Prénom Classe |
| ✓ Résumé de direction | ✓ Fiche signalétique |
| ✓ Descriptif du produit ou service avec plan marketing | ✓ Plan d'investissement immatériel et matériel |
| ✓ Eléments financiers | ✓ Annexes numérotées et tables |

Barème de notation :

POINTS			0	1	2
EXPLOITATION	Présentation du projet	Présentation des acteurs Résumé de direction Présentation du produit ou prestation			
	Juridique	Forme juridique Raison sociale Statut Cadre réglementaire			
	Stratégie marketing & Stratégie communication	Plan marketing Etude de marché Etude concurrentielle Marketing mix			
	Stratégie commerciale	Production de l'offre Choix mode de prospection Argumentaire Après-vente			
	Qualité Achats Logistique	Qualité : certification / accréditation Qualité : amélioration continue Achats Logistique			
	Ressources humaines Management	Recrutement GPEC Paie Management			
GESTION		Bilan sur 3 ans			
		Plan de trésorerie sur 12 mois			
		Compte de résultat sur 3 ans			
		Annexes : stratégie financière			
TOTAL			/20		
BONUS +2 points	Ecrit rendu en anglais (natif francophone)		Oui		NON
Note avec bonus			/20		

0.2 Soutenance :

- Présentation à partir d'un support (Powerpoint, Prezzi,...)
- Présentation oral de 15 mn du projet global (en anglais)
- Puis questions des jurys pendant 15 min maximum (en anglais ou en français)
- Soutenance à huit clos avec un jury composés de 2 personnes

L'objectif de la soutenance à l'oral :

Convaincre le jury qui se comportera comme un comité d'engagement (financeur)



Barème de notation :

Points		0	1	2
Présentation du projet	Pertinence du projet Présentation des acteurs Résumé de direction Présentation du produit ou prestation			
Stratégie juridique	Forme juridique Raison sociale Statut Cadre réglementaire			
Stratégie marketing	Plan marketing Etude de marché Etude concurrentielle Positionnement produit			
Stratégie commerciale	Production de l'offre Choix mode de prospection Argumentaire Après-vente			
Stratégie communication	Plan de communication hors média Plan de communication média Site internet Communication institutionnelle			
Stratégie financière	Bilan sur 3 ans Plan de trésorerie sur 12 mois Compte de résultat sur 3 ans Plan de financement			
Qualité Achats Logistique	Qualité : certification / accréditation Qualité : amélioration continue Achats Logistique			
Stratégie juridique	Droit du travail Droit des sociétés Droit propriété intellectuelle Droit commercial			
Ressources humaines Management	Ressources humaines Management			
Support et Présentation	Structuration de la soutenance Forme : élocution Qualité et richesse du support Capacité de négociation			
TOTAL		/20		

Chapitre 1 : Introduction au Business Plan

Le Business Plan est un document essentiel pour tout entrepreneur ou dirigeant d'entreprise. Il constitue une feuille de route stratégique qui guide la création, le développement et la gestion d'un projet entrepreneurial.

Dans ce chapitre, nous allons explorer les bases du Business Plan, ses objectifs, sa structure et les étapes nécessaires à sa préparation.

1.1 Définition et objectifs du Business Plan

Qu'est-ce qu'un Business Plan ?

Un Business Plan est un document écrit qui décrit en détail un projet entrepreneurial ou une activité commerciale. Il contient des informations clés sur l'entreprise, son marché cible, ses objectifs, sa stratégie, son organisation et ses prévisions financières.

Ce document sert à :

- Structurer une idée d'entreprise.
- Identifier les opportunités et les risques.
- Planifier les étapes nécessaires pour atteindre les objectifs.

En somme, le Business Plan est à la fois un outil de communication pour convaincre des parties prenantes (investisseurs, partenaires) et un guide interne pour piloter l'entreprise.

Pourquoi rédiger un Business Plan ?

La rédaction d'un Business Plan est cruciale pour plusieurs raisons :

- 1 Convaincre des investisseurs ou des prêteurs : Les investisseurs veulent voir une vision claire et réaliste du projet avant d'engager des fonds.
- 2 Attirer des partenaires stratégiques : Un Business Plan bien construit démontre la crédibilité et la viabilité du projet.
- 3 Planifier efficacement : Il aide l'entrepreneur à anticiper les défis, à fixer des priorités et à allouer les ressources de manière optimale.
- 4 Réduire les incertitudes : En analysant le marché et en définissant une stratégie claire, le Business Plan réduit les risques liés à l'incertitude.

Les différents types de Business Plan

Il existe plusieurs types de Business Plans adaptés aux besoins spécifiques :

- 1** Business Plan complet : Document détaillé utilisé pour convaincre des investisseurs ou obtenir un financement bancaire.
- 2** Business Plan opérationnel : Document interne destiné à guider l'équipe dans la mise en œuvre du projet.
- 3** Business Plan simplifié (Lean Canvas) : Version concise pour présenter rapidement une idée d'entreprise (souvent utilisé dans les startups).
- 4** Business Plan stratégique : Focalisé sur la vision long terme et les grandes orientations stratégiques.

Chaque type de Business Plan est conçu pour répondre à un objectif spécifique et doit être adapté au public cible.



Attention, dans votre cas, il faudra réaliser un Business Plan complet.

1.2 Structure générale d'un Business Plan

Les éléments clés d'un Business Plan

Un Business Plan typique se compose des sections suivantes :



L'importance de l'executive summary

L'executive summary, ou résumé exécutif, est souvent considéré comme la partie la plus importante du Business Plan. Pourquoi ?

C'est la première section que les investisseurs lisent.

Elle doit capter leur attention en quelques minutes.

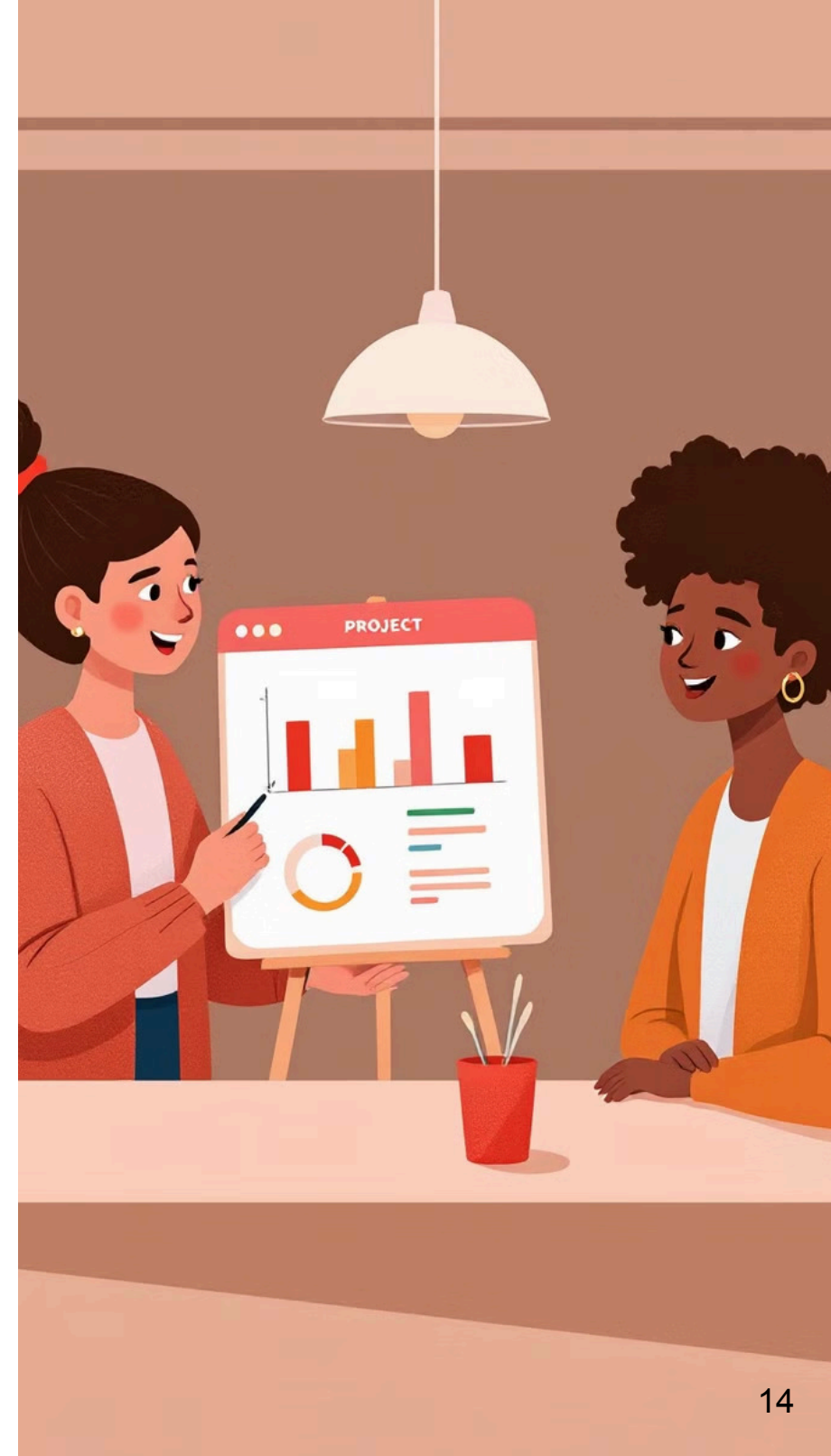
Elle résume les points essentiels du projet (opportunité, solution proposée, modèle économique, équipe et besoins financiers).

Un bon executive summary doit être clair, concis (1 à 2 pages maximum) et percutant.

Attention, un bon executive summary n'est en aucun cas une reformulation du cahier des charges, une reprise d'éléments de présentation de l'entreprise ou de ses produits et services.

Il ne sert à rien de réexpliquer à l'entreprise qui elle est et quel est son problème. Elle le sait mieux que vous ! Une brochure « marketing », un prospectus produit, un communiqué de presse.

Le ton doit être « **vendeur** », le contenu doit donner envie d'en savoir plus, il faut se montrer professionnel.





Il doit contenir une phrase d'accroche, le besoin auquel vous répondez, le problème que vous résolvez, la solution que vous apportez... Il peut présenter en partie votre « mix marketing », donner des scénarios d'usage, les grandes tendances du marché dans lesquelles vous vous inscrivez, le plan d'actions opérationnel, les étapes à franchir pour atteindre l'objectif.

Gardez le meilleur pour la fin et dites pourquoi vous êtes les meilleurs sur le projet.

Conseils :

- ✓ Une fois votre résumé de direction rédigé, le faire lire à des candidats sur le sujet pour évaluer leur niveau de compréhension et en faire la critique. Modifiez-le en conséquence.
- ✓ Est-ce qu'on identifie bien les partis pris ? Sont-ils suffisamment distinctifs ? Est-ce qu'on comprend de quoi on parle ? Est-ce que j'arrive à convaincre de l'intérêt de l'offre ? Est-ce que je donne suffisamment d'informations ? Est-ce que c'est simple à lire ? Est-ce qu'on ressent que le projet est concret ? Est-ce qu'on retient bien les informations importantes

Aucune faute d'orthographe !

Adaptation du Business Plan selon le public cible

Un Business Plan doit être adapté en fonction des destinataires :



Pour les investisseurs financiers :

Insister sur le potentiel de rentabilité et les prévisions financières.



Pour des partenaires stratégiques :

Mettre en avant la complémentarité des compétences ou synergies possibles.



Pour une équipe interne :

Détaillez davantage les aspects opérationnels et organisationnels.

L'objectif est toujours de répondre aux attentes spécifiques du public cible tout en restant cohérent avec la vision globale du projet.

Dans votre cas, il faudra **détaillez** avec la même implication **chacun des 3 axes.**

1.3 Préparation et collecte d'informations

Analyse de marché et étude de la concurrence

Avant de rédiger un Business Plan, il est essentiel de réaliser une analyse approfondie du marché :

- 1 Identifier le marché cible (taille, segments).
- 2 Étudier les tendances actuelles (croissance, évolution).
- 3 Analyser la concurrence directe et indirecte (forces/faiblesses des concurrents).
- 4 Repérer les opportunités et menaces grâce à une analyse SWOT.

Une bonne connaissance du marché permet de définir une stratégie réaliste et différenciée.

Définition de la proposition de valeur

La proposition de valeur est le cœur du projet entrepreneurial.

Elle répond à deux questions fondamentales :

1 Quel problème résolvons-nous ?

2 Pourquoi notre solution est-elle unique ?

Une proposition de valeur efficace doit être claire, pertinente pour le client cible et différenciant par rapport aux concurrents.

Exemple : « Nous proposons une application mobile qui réduit le temps d'attente dans les restaurants grâce à un système innovant de réservation en temps réel. »



Identification des ressources nécessaires

Pour concrétiser un projet entrepreneurial, il faut identifier toutes les ressources indispensables :

1 Ressources humaines

Compétences clés nécessaires au sein de l'équipe.

2 Ressources matérielles

Équipements, locaux ou technologies spécifiques.

3 Ressources financières

Capitaux initiaux nécessaires pour démarrer l'activité.

Cette étape permet d'évaluer précisément les besoins avant de rechercher des financements ou des partenaires.

Ce premier chapitre pose les bases essentielles pour comprendre ce qu'est un Business Plan, pourquoi il est crucial et comment il se structure.

Les étapes suivantes consisteront à approfondir chaque section pour élaborer un document solide et convaincant qui servira à guider l'entrepreneur dans son aventure professionnelle.

Chapitre 2 : Élaboration du contenu du Business Plan

Après avoir compris les bases et la structure générale d'un Business Plan, nous allons maintenant nous concentrer sur l'élaboration de son contenu. Ce chapitre détaille les sections essentielles qui composent un Business Plan, en mettant l'accent sur la présentation de l'entreprise, l'analyse du marché et la stratégie marketing, ainsi que le plan opérationnel et organisationnel.

2.1 Présentation de l'entreprise et de l'équipe

Description de l'entreprise

La description de l'entreprise est une section clé qui introduit votre projet entrepreneurial.

Elle doit répondre à plusieurs questions fondamentales :

· Qui êtes-vous ? Présentez brièvement l'historique de l'entreprise (ou du projet si elle est en phase de création).

· Que faites-vous ? Expliquez votre activité principale (produits ou services proposés).

· Pourquoi existez-vous ? Décrivez le problème ou le besoin auquel votre entreprise répond.

Informations Pratiques pour le Business Plan

■ Structure Juridique

Forme juridique, justification du choix de la forme, nombre d'associé le cas échéant

■ Aspects Financiers

Montant du capital (maximum 8000 euros quelque soit le nombre d'associé), option de TVA, régime fiscal (BIC – BNC)

■ Identité de l'Entreprise

Raison sociale, objet social, situation du siège social

■ Informations Administratives

La date de création (ou prévisionnelle), vous devrez fournir une M0 remplie (formulaire cerfa)

Exemple :

« GreenTech Solutions est une startup spécialisée dans le développement de solutions énergétiques durables pour les particuliers et les entreprises. Fondée en 2024, notre mission est de démocratiser l'accès à des technologies éco-responsables grâce à des produits innovants et abordables. »

Présentation de l'équipe dirigeante et des compétences clés

Les investisseurs accordent une grande importance à l'équipe dirigeante, car ce sont les personnes derrière le projet qui en garantissent la réussite.

Cette section doit inclure :

1 Les profils des fondateurs et dirigeants

Présentez brièvement leur parcours, leurs expériences professionnelles et leurs compétences clés.

2 Les rôles au sein de l'entreprise

Expliquez qui fait quoi dans l'équipe (CEO, CTO, responsable marketing, etc.).

3 Les atouts complémentaires

Mettez en avant la diversité des compétences au sein de votre équipe.

Exemple :

- L'équipe fondatrice est composée de trois experts complémentaires :
 - Marie Dupont (CEO), ingénieure spécialisée en énergies renouvelables
 - Jean Martin (CTO), développeur expérimenté en IoT
 - Sophie Lemoine (CMO), spécialiste en marketing digital avec 10 ans d'expérience

Vision, mission et objectifs de l'entreprise avec intégration de la RoadMap

La vision, la mission et les objectifs définissent la raison d'être de votre entreprise et sa direction stratégique :

1 Vision

Quelle est votre ambition à long terme ? Exemple : « Devenir un leader mondial dans les solutions énergétiques durables. »

2 Mission

Quelle est votre contribution concrète ? Exemple : « Fournir des solutions énergétiques accessibles pour réduire l'empreinte carbone des ménages. »

3 Objectifs stratégiques

Quels sont vos objectifs spécifiques à court et moyen terme ? Ces objectifs doivent être SMART (Spécifiques, Mesurables, Atteignables, Réalistes et Temporels). Exemple : « Atteindre un chiffre d'affaires annuel de 500 000 € d'ici trois ans. »

4 La RoadMap

La Road Map

Une roadmap, ou feuille de route, est un calendrier stratégique qui prend la forme d'une représentation graphique claire et synthétique. C'est un outil de planification et d'exécution de projets.

Il permet de :

1 Définir les objectifs

Définir les objectifs du projet en termes mesurables

2 Identifier les phases clés

Identifier les principales phases et les jalons importants

3 Estimer les durées

Estimer la durée de chaque phase, en tenant compte des dépendances et des ressources

4 Allouer les ressources

Allouer les ressources humaines et matérielles nécessaires à chaque phase

5 Choisir les outils

Choisir un logiciel de gestion de projet pour créer une roadmap visuellement claire

6 Établir la vision

Établir une vision d'ensemble et une stratégie à suivre

7 Identifier les thématiques

Identifier les thématiques principales ou les principaux cadres de la roadmap

8 Modéliser l'échéancier

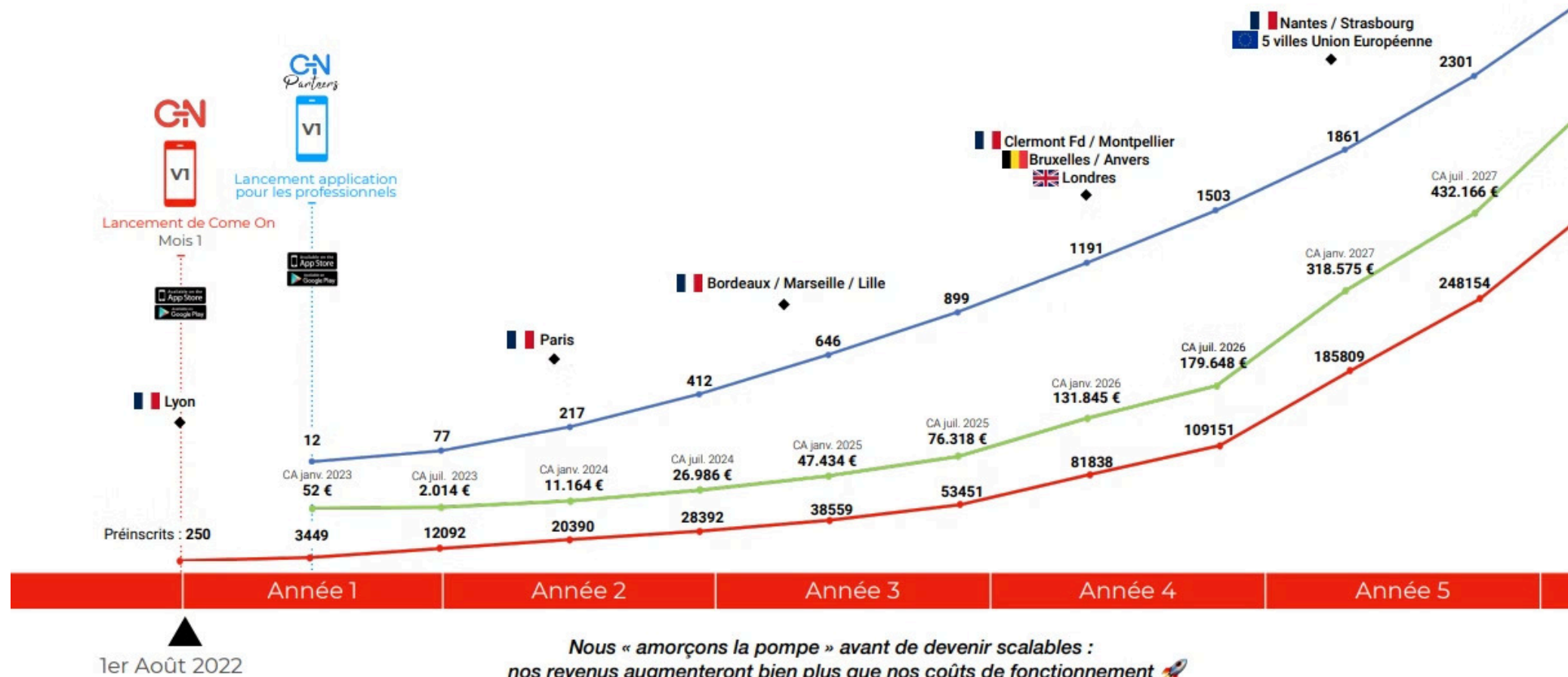
Établir et modéliser l'échéancier

La Road Map

Quelles sont nos prévisions ?

Projections & objectifs

- ◆ Utilisateurs (en cumulé)
- ◆ Chiffre d'affaires mensuel (en euros)
- ◆ Professionnels (en cumulé)



2.2 Analyse du marché et stratégie marketing

Étude de marché approfondie

L'étude de marché vise à comprendre votre **environnement concurrentiel** et les besoins des clients potentiels. Elle inclut :

- 1** Analyse macroéconomique : Étudiez les tendances générales du secteur (croissance, innovations technologiques).
- 2** Analyse microéconomique : Identifiez vos segments cibles (âge, localisation, comportement d'achat).
- 3** Concurrence directe et indirecte : Analysez vos concurrents principaux (forces/faiblesses) grâce à des outils comme le SWOT ou le benchmarking.

Exemple d'outil utilisé :



PESTEL pour analyser les facteurs externes influençant le marché.



SWOT pour évaluer vos forces/faiblesses/opportunités/menaces.

Segmentation et ciblage

La segmentation consiste à **diviser le marché en groupes homogènes** afin d'identifier ceux qui présentent un potentiel élevé pour votre entreprise. Les étapes sont :

1 Identifier les critères de segmentation
(démographiques, géographiques, comportementaux).

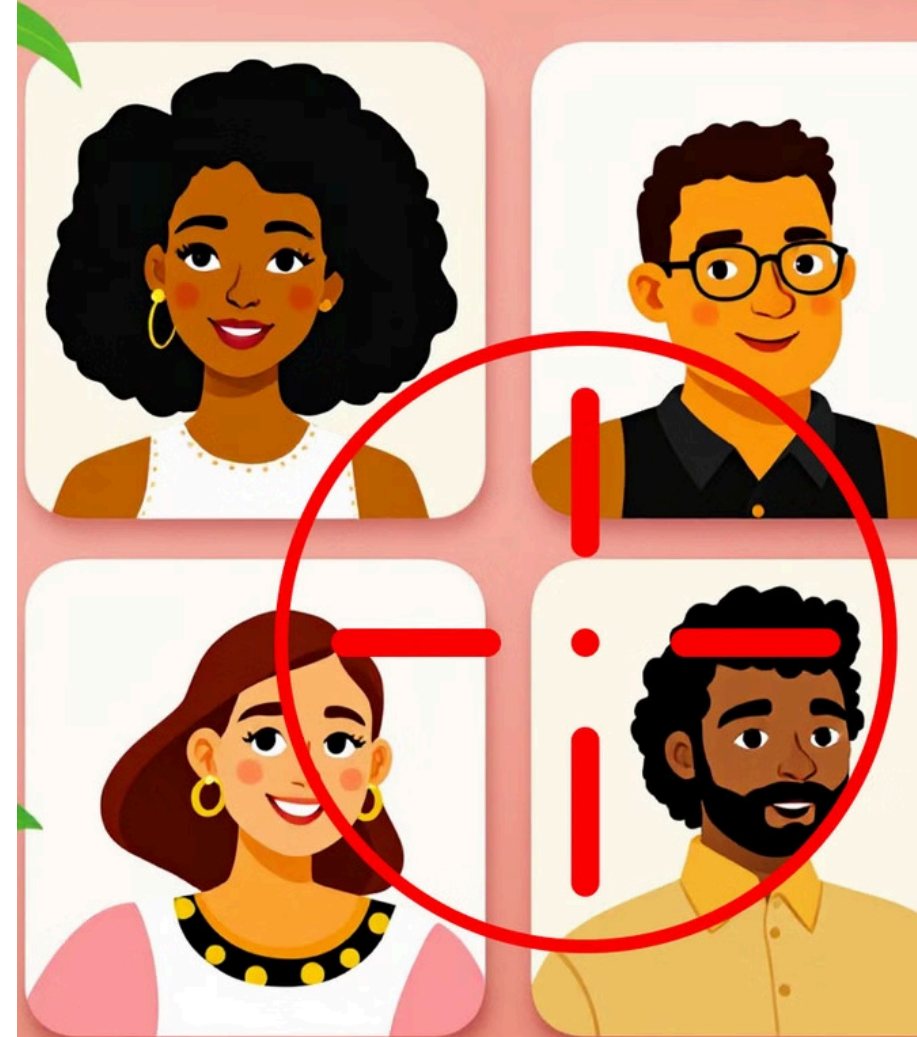
2 Choisir vos segments cibles selon leur attractivité
(taille du marché, rentabilité).

Le ciblage permet ensuite d'adapter votre offre aux besoins spécifiques des segments sélectionnés.

Exemple : Segment cible = « Les jeunes actifs urbains sensibles aux enjeux environnementaux. »

3 Objectifs commerciaux chiffrés.

4 Moyens mis en œuvre pour atteindre ces objectifs.



Stratégie marketing et plan d'action commercial

Une fois le marché analysé et les cibles identifiées, vous devez définir une stratégie marketing claire :

1. Positionnement : Quelle image voulez-vous donner à votre marque ?

Exemple : « Une solution écologique hautement technologique mais abordable. »

2. Mix Marketing (4P) :

1 Produit : Caractéristiques principales.

2 Prix : Stratégie tarifaire.

3 Place (distribution) : Canaux utilisés.

4 Promotion : Stratégies publicitaires (logo, maquette du site, maquette de la plaquette)

. Plan d'action commercial :

1 Objectifs commerciaux chiffrés.

2 Moyens mis en œuvre pour atteindre ces objectifs.

2.3 Plan opérationnel et organisationnel

Processus de production ou prestation de services

Cette section décrit comment vous allez produire vos biens ou services :

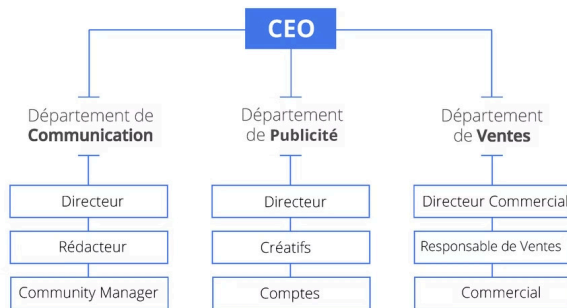
- 1 Décrivez les étapes clés du processus.
- 2 Identifiez les outils ou technologies nécessaires.
- 3 Expliquez comment vous garantissez la qualité.

Exemple : « La production sera réalisée dans notre atelier basé à Lyon avec des matériaux recyclés provenant de fournisseurs locaux certifiés ISO 14001. »

Structure organisationnelle et ressources humaines

La structure organisationnelle montre comment votre entreprise est organisée pour fonctionner efficacement :

Organigramme fonctionnel



- 1 Organigramme montrant les rôles clés.
- 2 Stratégie RH pour recruter ou former le personnel nécessaire.
- 3 Description des responsabilités principales par poste.

Partenariats stratégiques et sous-traitance

- 1 Identifiez vos partenaires potentiels (fournisseurs, distributeurs).
- 2 Expliquez pourquoi ces partenariats sont stratégiques.
- 3 Décrivez toute sous-traitance prévue.

Exemple : « Nous avons signé un partenariat avec une entreprise logistique spécialisée dans la livraison écologique pour réduire notre empreinte carbone tout en assurant un service rapide à nos clients urbains. »

Ce chapitre fournit une méthodologie pour structurer le contenu d'un Business Plan efficace et convaincant. Chaque section doit être rédigée avec précision tout en reflétant la vision stratégique globale du projet entrepreneurial !



Chapitre 3 : Les aspects financiers

3.1 Bilan sur 3 ans

Le bilan est un document comptable qui offre une photographie de la situation financière de l'entreprise à un moment donné, généralement à la fin de l'exercice comptable.

Il se compose de deux parties principales :

1. L'actif : représente ce que l'entreprise possède

- . Actif immobilisé (investissements à long terme)
- - Actif circulant (stocks, créances clients, trésorerie)

2. Le passif : montre comment l'entreprise a financé ses actifs :

- Capitaux propres
- Dettes à long terme
- Dettes à court terme

Pour construire le bilan prévisionnel :

- 1 Estimez les investissements nécessaires.
- 2 Projetez l'évolution des stocks et des créances clients.
- 3 Calculez les besoins en fonds de roulement.
- 4 Déterminez la structure de financement (fonds propres vs dettes).

Dans un business plan, on présente généralement un bilan prévisionnel sur 3 ans pour montrer l'évolution attendue de la structure financière de l'entreprise.

Exemple :

Voici un exemple simplifié de bilan prévisionnel sur 3 ans pour une start-up :

	Année 1	Année 2	Année 3
ACTIF			
Immobilisations	50	70	100
Stocks	20	30	40
Créances clients	30	50	70
Trésorerie	50	80	110
Total Actif	150	230	320
PASSIF			
Capital social	100	100	100
Réserves et résultats	-20	10	50
Dettes financières	50	80	70
Dettes fournisseurs	20	40	100
Total Passif	150	230	320

3.2 Plan de trésorerie sur 12 mois

Le plan de trésorerie est un outil de gestion qui permet de prévoir les entrées et sorties d'argent sur une période donnée, généralement 12 mois. Il est crucial pour anticiper les besoins en financement à court terme et éviter les problèmes de liquidité.

Pour identifier vos besoins de financement :

- 1** Listez tous les investissements nécessaires (équipements, locaux, etc.).
- 2** Estimez le besoin en fonds de roulement initial.
- 3** Prévoyez une réserve de trésorerie pour les imprévus.
- 4** Additionnez ces éléments pour obtenir le besoin total de financement.

Le plan de trésorerie comprend :

• Les encaissements :

- Fonds propres : Apports personnels, love money
- Financement participatif : Crowdfunding, crowdlending
- Capital-risque : Business angels, fonds d'investissement
- Financement par emprunt : Prêts bancaires, prêts d'honneur
- Aides et subventions : Aides régionales, nationales ou européennes

• Les décaissements :

- achats
- salaires
- impôts
- remboursements d'emprunts

Exemple

Voici un exemple simplifié de plan de trésorerie sur 12 mois :

Trésorerie (N)	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août	Sept.	Oct.	Nov.	Déc.
Apports en capital	1 500											
Apports en comptes courants	16 000											
Emprunts	40 000											
Ventes de marchandises						17 292	14 177	14 177	14 177	14 177	14 177	15 098
Chiffre d'affaires (Total)						17 292	14 177	14 177	14 177	14 177	14 177	15 098
Remboursement du crédit TVA					6 212							
Total des encaissements	57 500				6 212	17 292	14 177	14 177	14 177	14 177	14 177	15 098
Immobilisations corporelles			36 200		1 800							
Immobilisations (Total)			36 200		1 800							
Echéances d'emprunts	728	728	728	728	728	728	728	728	728	728	728	728
Achats effectués de marchandises						7 094	5 856	5 856	5 856	5 856	5 856	6 259
Achats effectués (Total)						7 094	5 856	5 856	5 856	5 856	5 856	6 259
Fournitures consommables					1 200	3 418	23	23	59	22	23	59
Services extérieurs	1 098	498	498	498	498	1 548	1 548	1 548	1 548	1 548	1 548	1 548
Charges externes (Total)	1 098	498	498	498	1 698	4 966	1 571	1 571	1 607	1 570	1 571	1 607
Etat - Impôts											163	
Salaires nets (Salariés)						647	647	647	647	647	647	647
Charges sociales (Salariés)							312			936		
Charges de personnel (Total)						647	959	647	647	1 583	647	647
TVA à payer									291	421	427	427
Total des décaissements	1 826	1 226	37 426	1 226	4 226	13 435	9 114	8 802	9 129	10 158	9 392	9 668
Solde précédent		55 674	54 448	17 022	15 796	17 782	21 639	26 702	32 077	37 125	41 144	45 929
Variation de la trésorerie	55 674	-1 226	-37 426	-1 226	1 986	3 857	5 063	5 375	5 048	4 019	4 785	5 430
Solde de trésorerie	55 674	54 448	17 022	15 796	17 782	21 639	26 702	32 077	37 125	41 144	45 929	51 359

3.3 Compte de résultat sur 3 ans

Le compte de résultat est un document comptable qui récapitule l'ensemble des charges et des produits d'une entreprise sur une période donnée. **Il permet de calculer le résultat net (bénéfice ou perte) de l'entreprise.**

Dans un business plan, on présente un compte de résultat prévisionnel sur 3 ans pour montrer l'évolution attendue de la rentabilité de l'entreprise.

Voici les étapes pour l'élaborer : Présentez ces informations dans un tableau clair, montrant l'évolution sur trois ans.

1 Estimation des revenus

Projetez vos ventes en vous basant sur votre étude de marché et votre stratégie commerciale.

2 Calcul des coûts directs

Identifiez les coûts directement liés à la production ou à la prestation de services.

3 Détermination de la marge brute

Soustrayez les coûts directs des revenus.

4 Estimation des charges fixes

Incluez les salaires, loyers, assurances, etc.

5 Calcul du résultat d'exploitation

Soustrayez les charges fixes de la marge brute.

6 Prise en compte des éléments financiers

Ajoutez les produits financiers et soustrayez les charges financières.

7 Calcul du résultat net

Après prise en compte des impôts sur les sociétés.

Exemple

Voici un exemple simplifié de compte de résultat prévisionnel sur 3 ans :

- €	2024 A	2025 A	2026 A
Chiffres d'affaires	45 000	94 500	122 850
%Croissance	na	110%	30%
Achat de matières premières	12 000	15 000	19 500
Main d'oeuvre directe	9 000	13 500	13 500
Total coûts de production	21 000	28 500	33 000
Marge brute	24 000	66 000	89 850
%CA	53%	70%	73%
Dépenses Marketing	(10 000)	(10 000)	(15 000)
Coûts de personnel	-	-	(100 000)
Loyer	(2 000)	(2 000)	10 000
Frais généraux	(9 000)	(12 000)	15 000
Total coûts opérationnels	(21 000)	(24 000)	(90 000)
EBE	3 000	42 000	(150)
%CA	7%	44%	(0%)
Dotations aux amortissements	(300)	(1 000)	(20 000)

3.4 Annexes : stratégie financière

La stratégie financière dans un business plan détaille les choix de l'entreprise en matière de financement et d'allocation des ressources. Elle doit être cohérente avec la stratégie globale de l'entreprise et prendre en compte les contraintes et opportunités du marché.

Les éléments clés d'une stratégie financière incluent :

- 1 La structure de financement (fonds propres vs dettes)**
- 2 La politique d'investissement**
- 3 La gestion du besoin en fonds de roulement**
- 4 La politique de distribution des dividendes**

Exemple

Voici un exemple de stratégie financière pour une start-up technologique :

1. Structure de financement :

- Année 1-2 : Levée de fonds auprès de business angels (500K€)
- Année 3 : Levée de fonds auprès de capital-risqueurs (2M€)
- Utilisation limitée de la dette (maximum 20% du total du bilan)

2. Politique d'investissement :

- Investissement massif en R&D (25% du CA) pour maintenir l'avance technologique
- Acquisition de matériel informatique de pointe

3. Gestion du BFR :

- Négociation de délais de paiement fournisseurs (60 jours)
- Mise en place d'un système de facturation efficace pour réduire les délais clients

4. Politique de distribution :

- Pas de distribution de dividendes pendant les 5 premières années
- Réinvestissement total des bénéfices pour soutenir la croissance

Cette stratégie vise à soutenir une croissance rapide tout en maintenant une structure financière saine et en préservant l'indépendance de l'entreprise

Conclusion :

4.1 Les erreurs à éviter :

- 1** Manque de cohérence des propos entre la stratégie affichée / le projet personnel / les caractéristiques de l'entreprise.
- 2** Ne voir et ne penser que « Produit » et penser que le marché suivra si le produit est bon.
- 3** Surestimer la croissance du Chiffre d'Affaires.
- 4** Sous-estimer la notion du temps.
- 5** Sous-estimer les moyens nécessaires pour générer la croissance de l'activité (notamment les moyens commerciaux).
- 6** Sous-estimer les besoins de trésorerie (besoin en fonds de roulement...).
- 7** Penser « Rentabilité » avant « Trésorerie ». Penser « Part de marché » avant « Rentabilité ».
- 8** Penser « Distribution » avant « Résultat » notamment pour les rémunérations des fondateurs et dirigeants.
- 9** S'arrêter à des détails.

4.2 Les 10 points pour réussir :

- 1 Prendre le temps de la réflexion
- 2 Formaliser son projet
- 3 S'assurer de sa cohérence
projet/stratégie/caractéristique de l'entreprise
- 4 Approfondir les éléments de marché et veille
permanente
- 5 Identification précise du business model
- 6 Prendre en compte d'une façon réaliste le temps de
développement du projet
- 7 Appréciation et formalisation des besoins à mettre en
œuvre
- 8 Privilégier le bon sens et la clarté de la présentation
- 9 Adapter le niveau du projet et de son développement au
niveau de ressources que l'on pense pouvoir obtenir
- 10 Ne pas hésiter à se faire accompagner

Exemple de Business Plan

Création d'un marque de vêtement en ligne - Anai Berniche LOMINGUI MURCIA

Classe - MBA 2

Note - 18/20

[Cliquez ici](#)

Création d'un centre d'appel au Gabon - Yann Rodnel LOUBENDJE NGOLOBA

Classe - MBA 2

Note - 18/20

[Cliquez ici](#)

Merci pour votre attention.

MCoM : Le Mastère Management Commerce et Marketing prépare au titre « MANAGER COMMERCIAL ET MARKETING » titre certifié de niveau 7, Code NSF 312N, 312M ET 312P enregistré au RNCP le 20/01/2021 sous le code RNCP N°35208 et est délivré par EDUCSUP.

Créé à l'aide de l'IA

