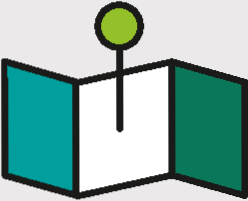
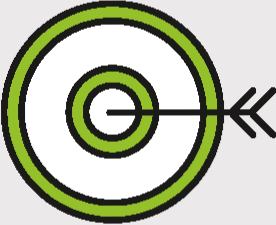


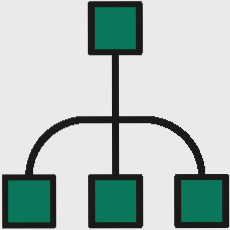


|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  |  |  |
|  | *xJ* |

Cl Cl Cl Cl Cl Cl Cl Cl



CI CI Cl l CI CI CI





## Nous sommes heureux d’avoir conçu pour vous ce « business plan », support indispensable pour formaliser votre projet d’entreprise.

Ce modèle de business plan, mis à votre disposition par le Crédit Agricole, détaille toutes les composantes d’un projet de création ou de reprise d’entreprise.

Prenez le temps de la réflexion et enrichissez-le régulièrement au fil de l’élaboration de votre projet.

N’hésitez pas à vous faire aider pour sa rédaction,

En vous entourant des conseils d’un réseau d’accompagnement, de votre expert-comptable, etc.

C’est notamment en s’appuyant sur ce support que l’ensemble de vos partenaires (banque, investisseurs, associés, etc.) pourront apprécier l’articulation financière, économique

et commerciale de votre projet et en évaluer la viabilité.

# pRÉseNTaTiON sYNTHÉTiQue De MON pROJeT 05

 **2. MON MaRCHÉ** 09

* **Le marché visé**
* **La concurrence**
* **La clientèle**
* **La part de marché visée**

1. **Mes pRODuiTs & seRViCes** 15

* **La description de mon/mes produit(s) et/ou service(s)**
* **Mes avantages concurrentiels**
* **Mes points de vigilance**
* **La propriété industrielle**
* **La fabrication (conception & développement)**

1. **Ma sTRaTÉGie MaRKeTiNG** 18

* **Le positionnement marketing (réponse aux besoins clients)**
* **Le positionnement commercial (prix, promotions…)**
* **La distribution**
* **La communication**
* **La stratégie à moyen terme**

1. **MON ORGaNisaTiON** 21

* **La forme juridique**
* **L’équipe**
* **Mes besoins au démarrage**

Présentation synthétique de mon projet

**Autour de ces 3 questions, vous devez susciter l'intérêt d'investisseurs potentiels, leur donner envie de croire en votre projet et d'étudier ensuite de manière plus approfondie les différents points de votre projet dans les parties suivantes.**

**Quel est votre projet ?**

**Pourquoi souhaitez-vous le développer ?**

**Pourquoi votre projet va-t-il réussir ?**

## 

**L’étude de marché vous permet de mieux connaître les chances et les conditions de réussite de votre projet.**

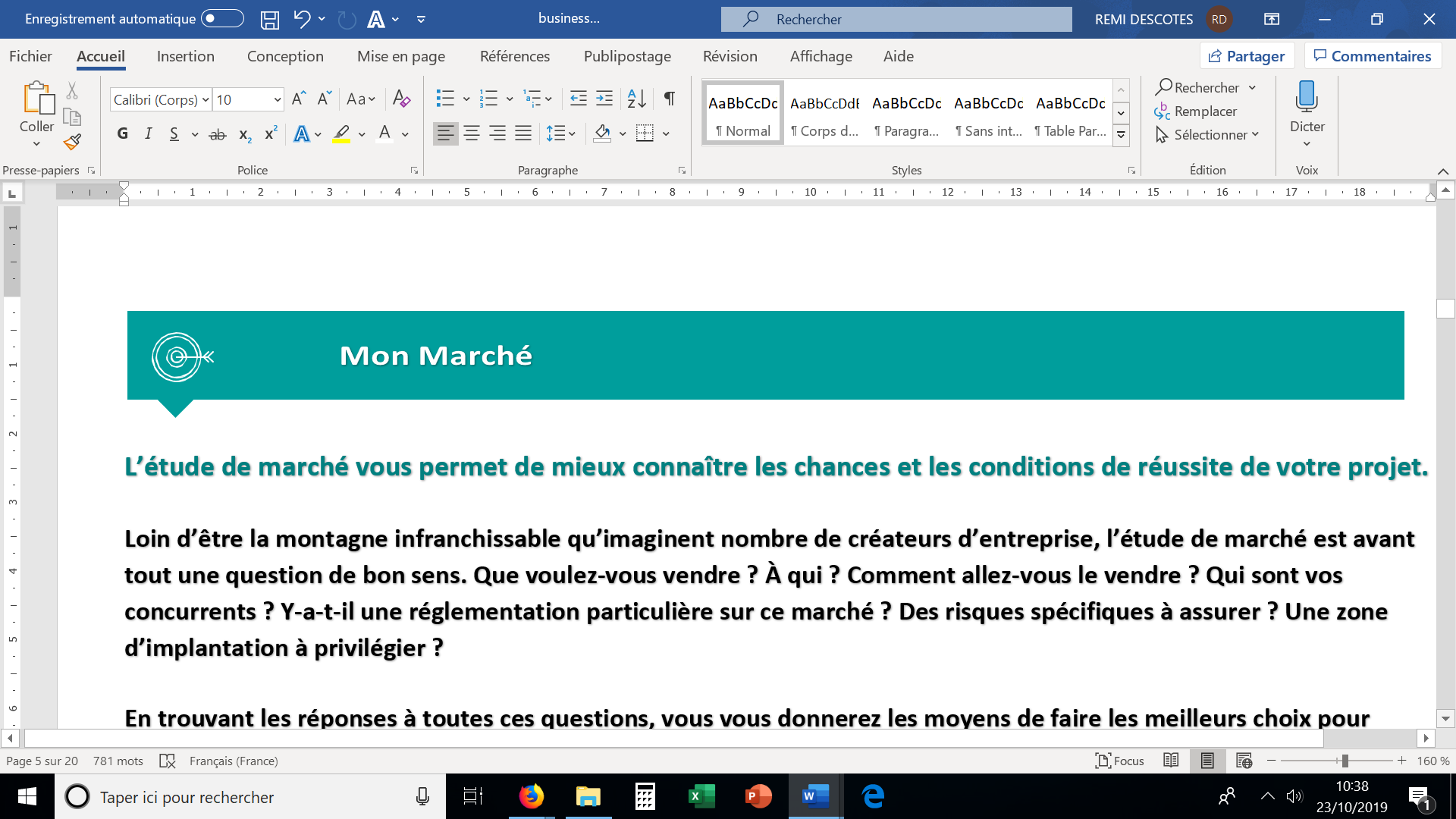
**Loin d’être la montagne infranchissable qu’imaginent nombre de créateurs d’entreprise, l’étude de marché est avant tout une question de bon sens. Que voulez-vous vendre ? À qui ? Comment allez-vous le vendre ? Qui sont vos concurrents ? Y-a-t-il une réglementation particulière sur ce marché ? Des risques spécifiques à assurer ? Une zone d’implantation à privilégier ?**

**En trouvant les réponses à toutes ces questions, vous vous donnerez les moyens de faire les meilleurs choix pour votre entreprise, dès sa création.**

## **Le marché visé**

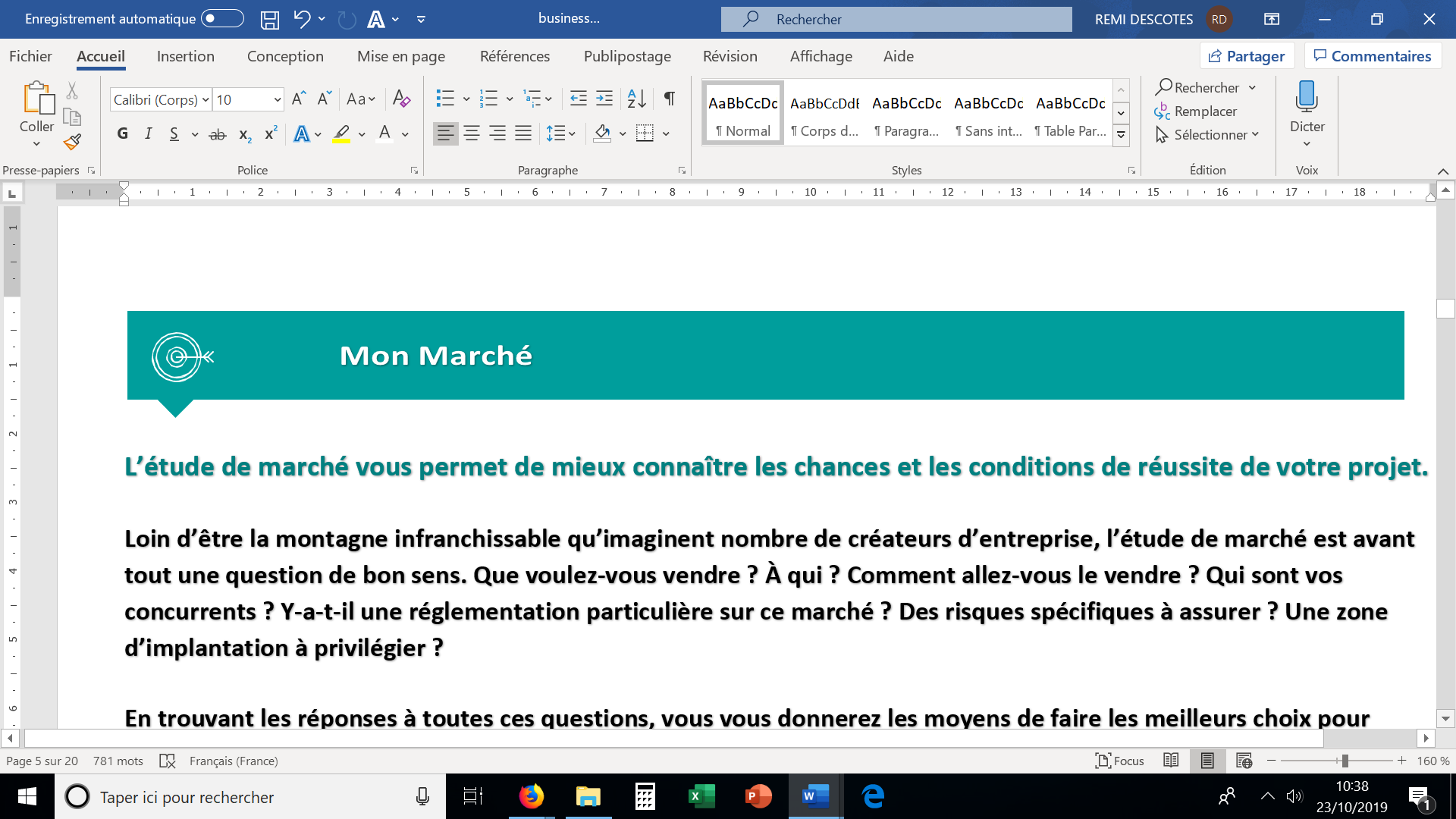
**Grandes données du marché auquel je m’intéresse ( Présentez des chiffres, des études…)**

**Éléments économiques, politiques, sociaux culturels, légaux et technologiques liés à mon marché qui ont une influence sur son développement futur.**



**Possibles évolutions sur ce marché et tendances dans les prochains mois ou années**

**Barrières à l’entrée identifiées (obstacles de caractère réglementaire, économique, financier ou technologique)**

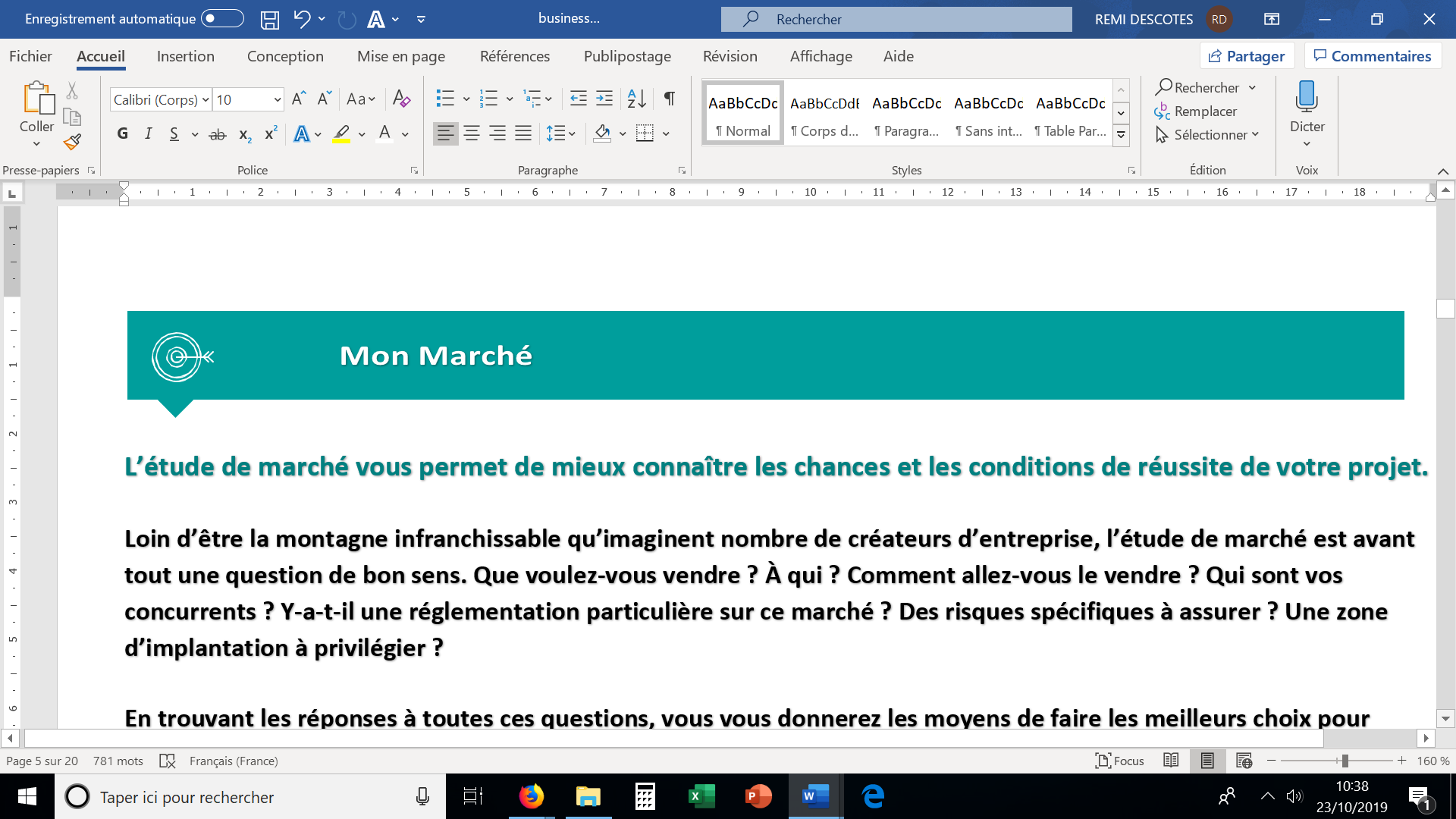


**Intensité concurrentielle sur mon marché (force des concurrents en présence et entrants potentiels, pouvoir de négociation des clients et des fournisseurs, existence de produits de substitution)**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Intensité concurrentielle** | **Très forte** | **Forte** | **Moyenne** | **Faible** | **Très faible** |
| **Les concurrents** |  |  |  |  |  |
| **Les entrants potentiels** |  |  |  |  |  |
| **Les clients** |  |  |  |  |  |
| **Les fournisseurs** |  |  |  |  |  |
| **Les produits**  **de substitution** |  |  |  |  |  |

## La concurrence (Présentez au moins 2 concurrents directs ou indirects)

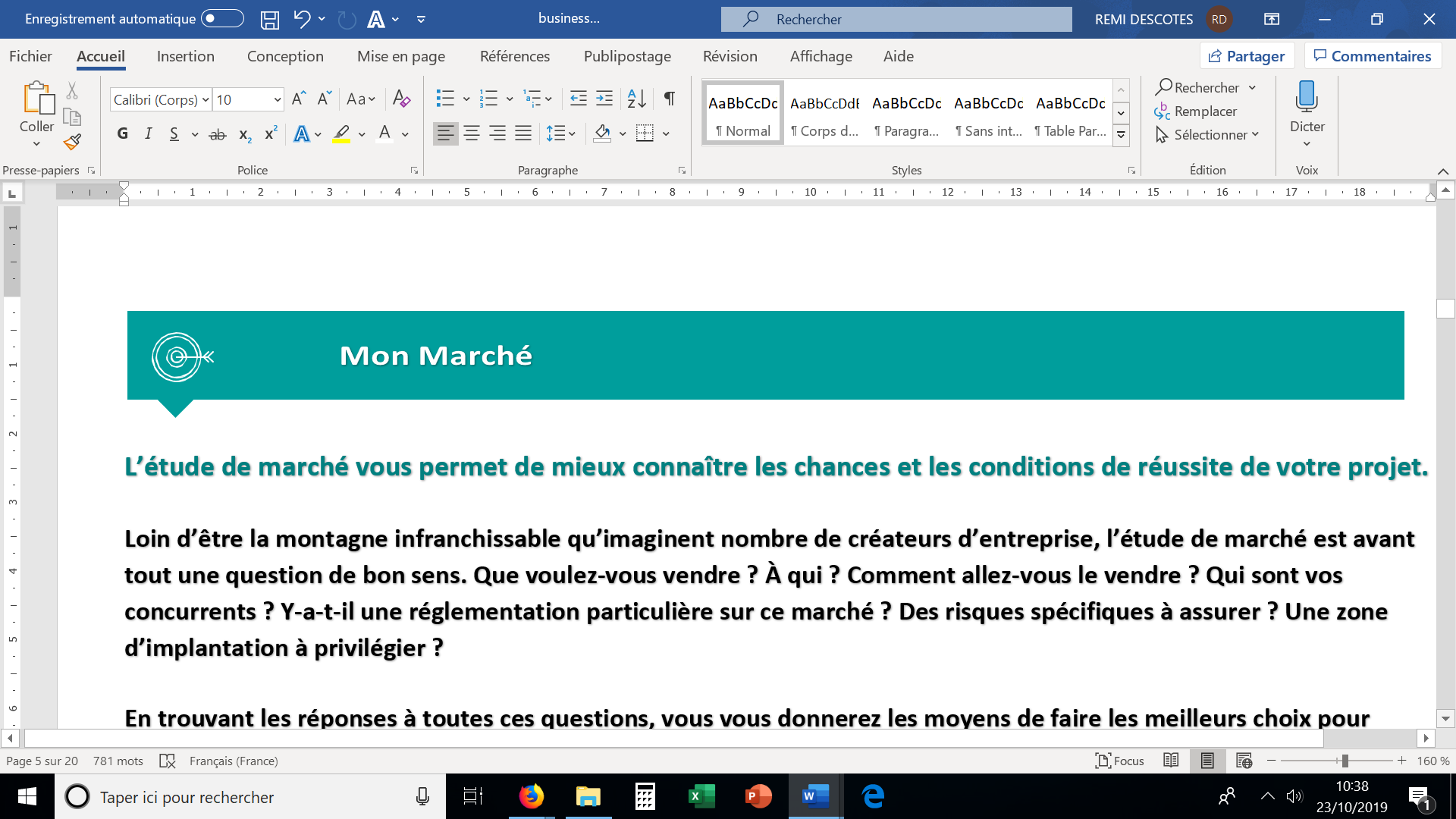
|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Nom entreprise** |  |  |  |
| **Localisation** |  |  |  |
| **Description**  **(type de produit…)** |  |  |  |
| **Image de marque**  **Positionnement sur le marché** |  |  |  |
| **Parts de marché** |  |  |  |
| **Chiffre d’affaires** |  |  |  |



**Mon positionnement vis-à-vis de mes concurrents (atouts à mettre en valeur : produit, marque, entreprise…)**

## **La clientèle**

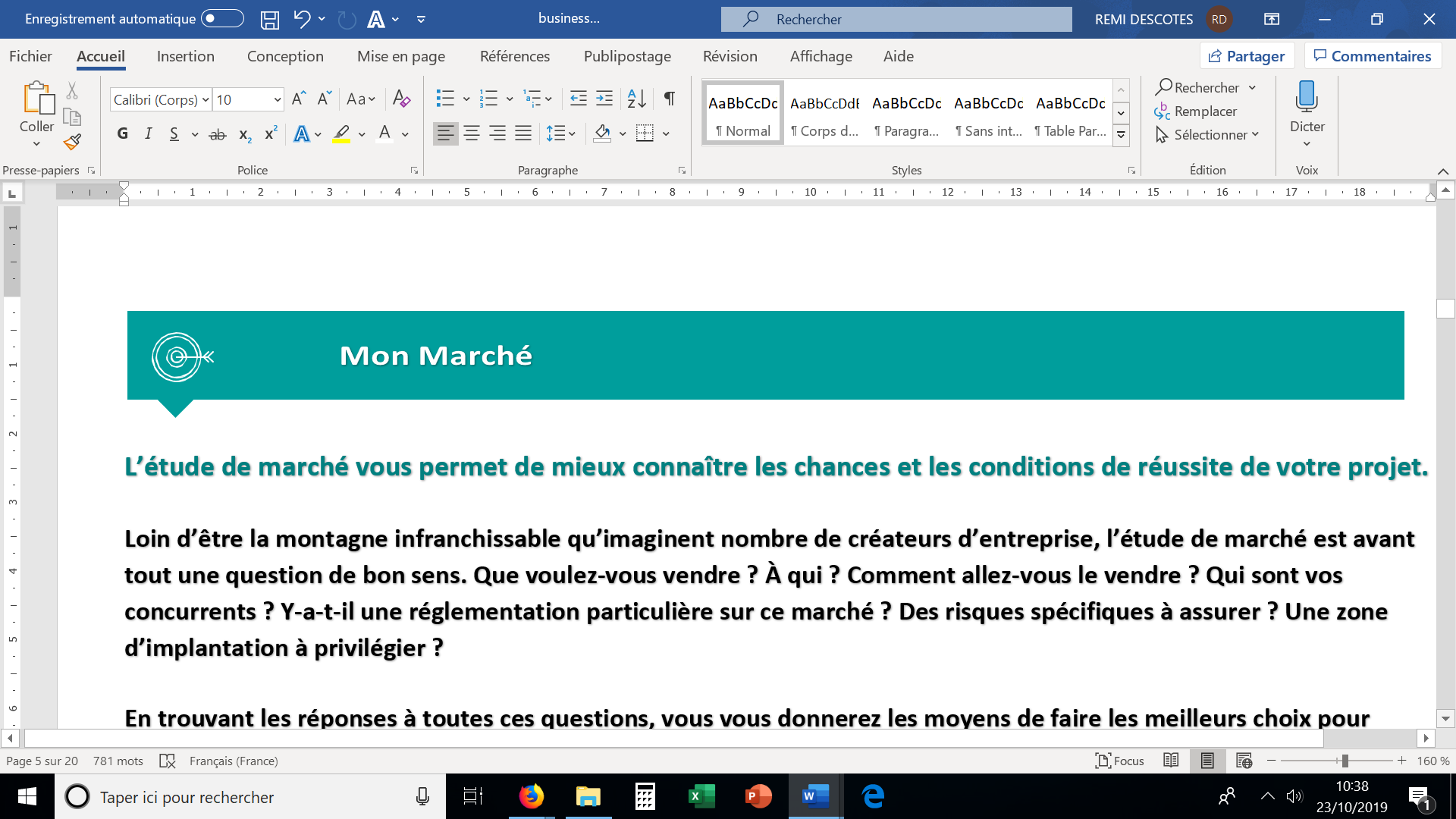
**Présentation de ma/mes cibles de clients (professionnels, particuliers, collectivités…) et leur poids dans mon chiffre d’affaires**



**Principales caractéristiques de ma clientèle potentielle (dépenses moyennes, motivations d’achat, types d’entreprises, catégories socio-professionnelles…)**

**Besoins clients identifiés ( A quel besoins des clients votre produit et votre service répond ?)**

**Estimation du nombre de clients, de ma zone de chalandise…**

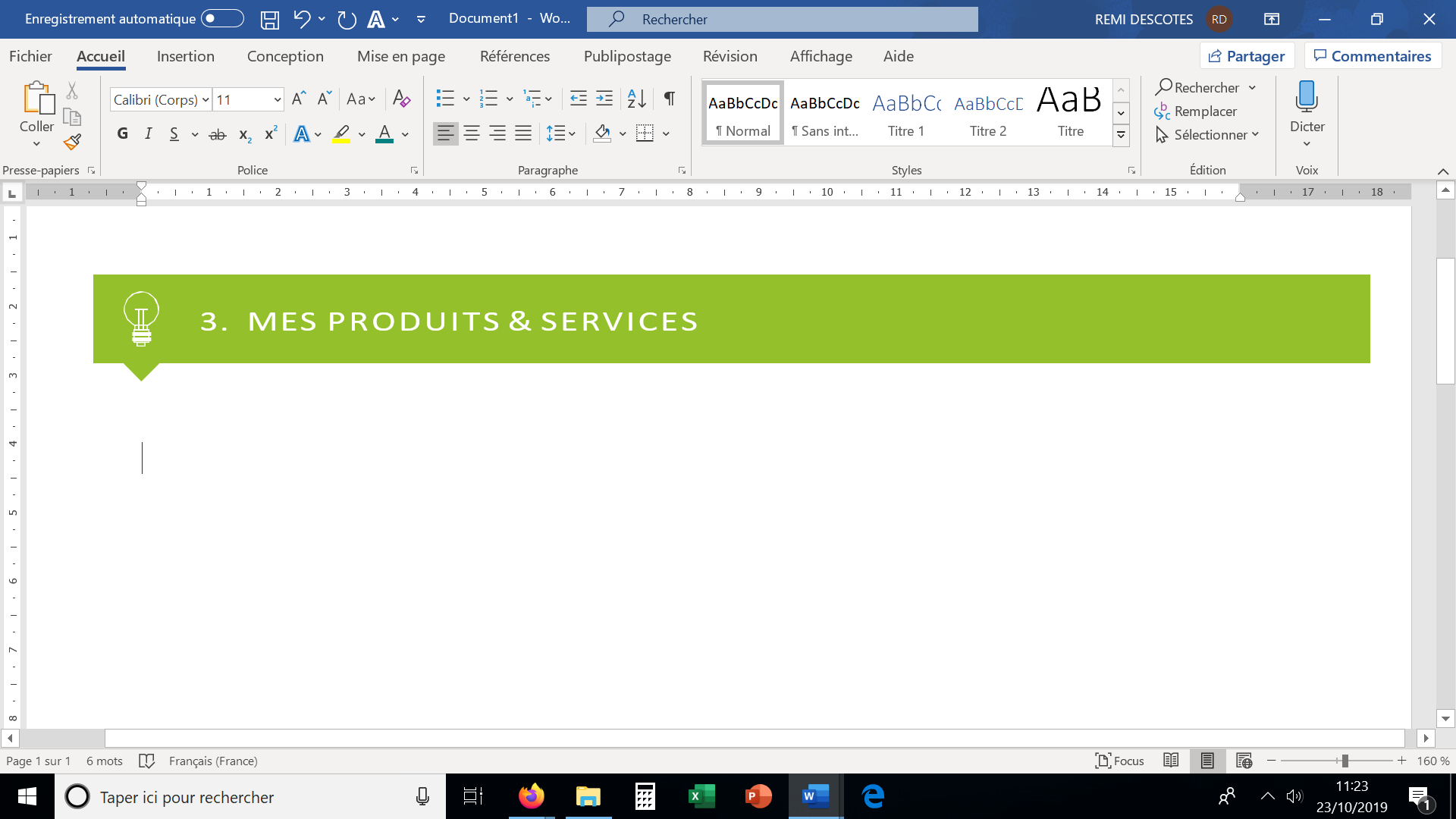


**Tendance de ces dernières années, tendance actuelle, tendance à venir (augmentation, stagnation), modification des attentes**

**Volume de consommation ( Ex : quantité acheté exprimé sur une durée) et taux d’équipement de ma clientèle (% de la population qui détient le produit)**

## **La part de marché visée**

( proposer une estimation en % de votre part de marché en justifiant ce chiffre).



**Votre étude le confirme, il y a un marché pour votre idée. Il est temps de construire en détail votre offre et d’identifier vos charges.**

**Pour construire votre stratégie commerciale et évaluer la viabilité de votre projet, vous devez étudier tous les paramètres clés de votre future activité. Cela implique, par exemple, de définir comment vous allez concevoir et développer vos produits ou services ou encore d’identifier dès maintenant vos fournisseurs potentiels et circuits d’approvisionnement.**

**Pensez également au mode de distribution que vous envisagez. Il est déterminant pour le choix de votre local, de vos partenaires éventuels et, globalement, pour construire votre business model.**

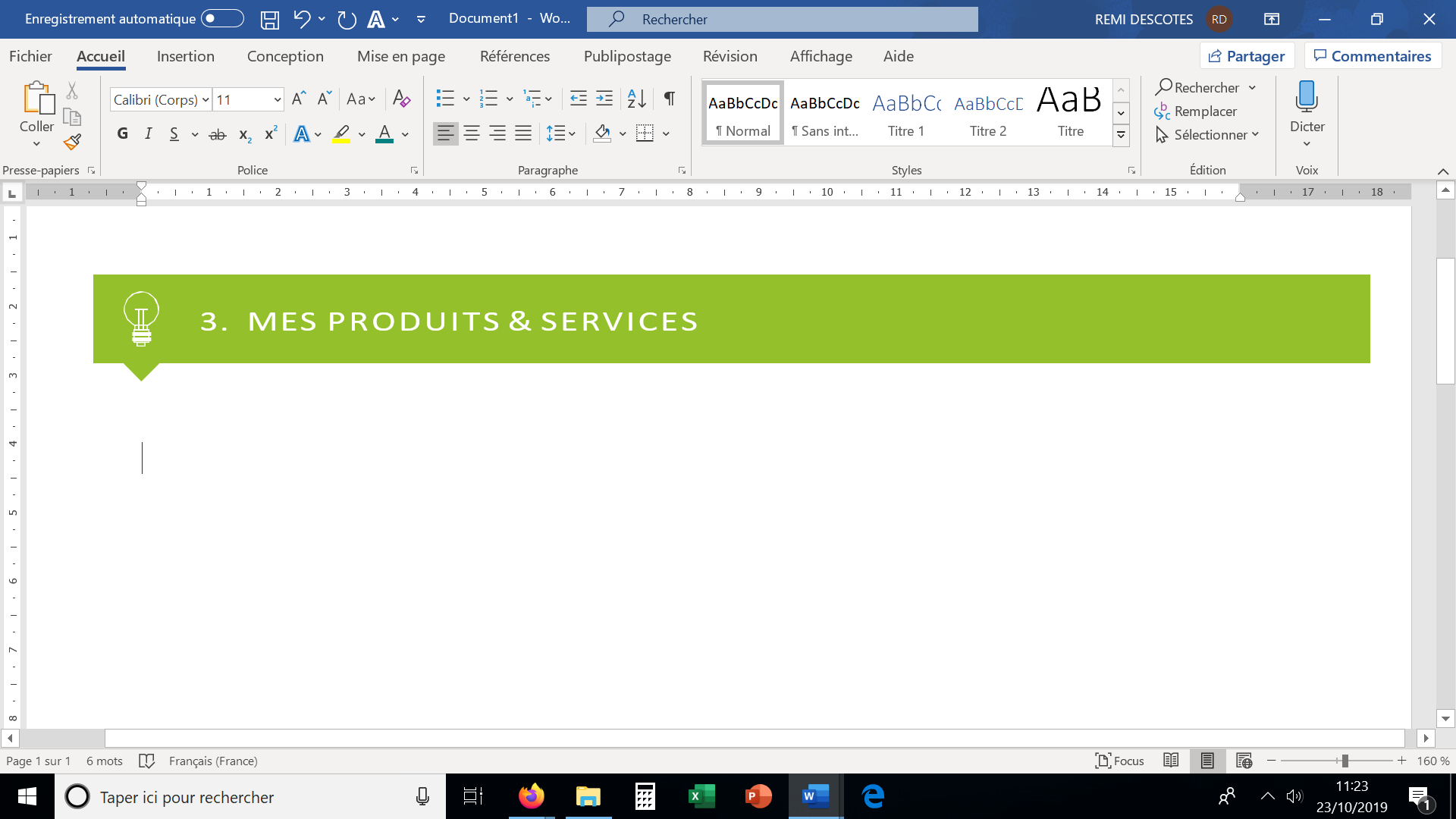
**Enfin, vous devez identifier vos charges incontournables. Tous ces éléments vous permettront de faire vos premières prévisions financières en vue de la rédaction de votre business plan.**

## **La description de mon/mes produit(s) et/ou service(s)**

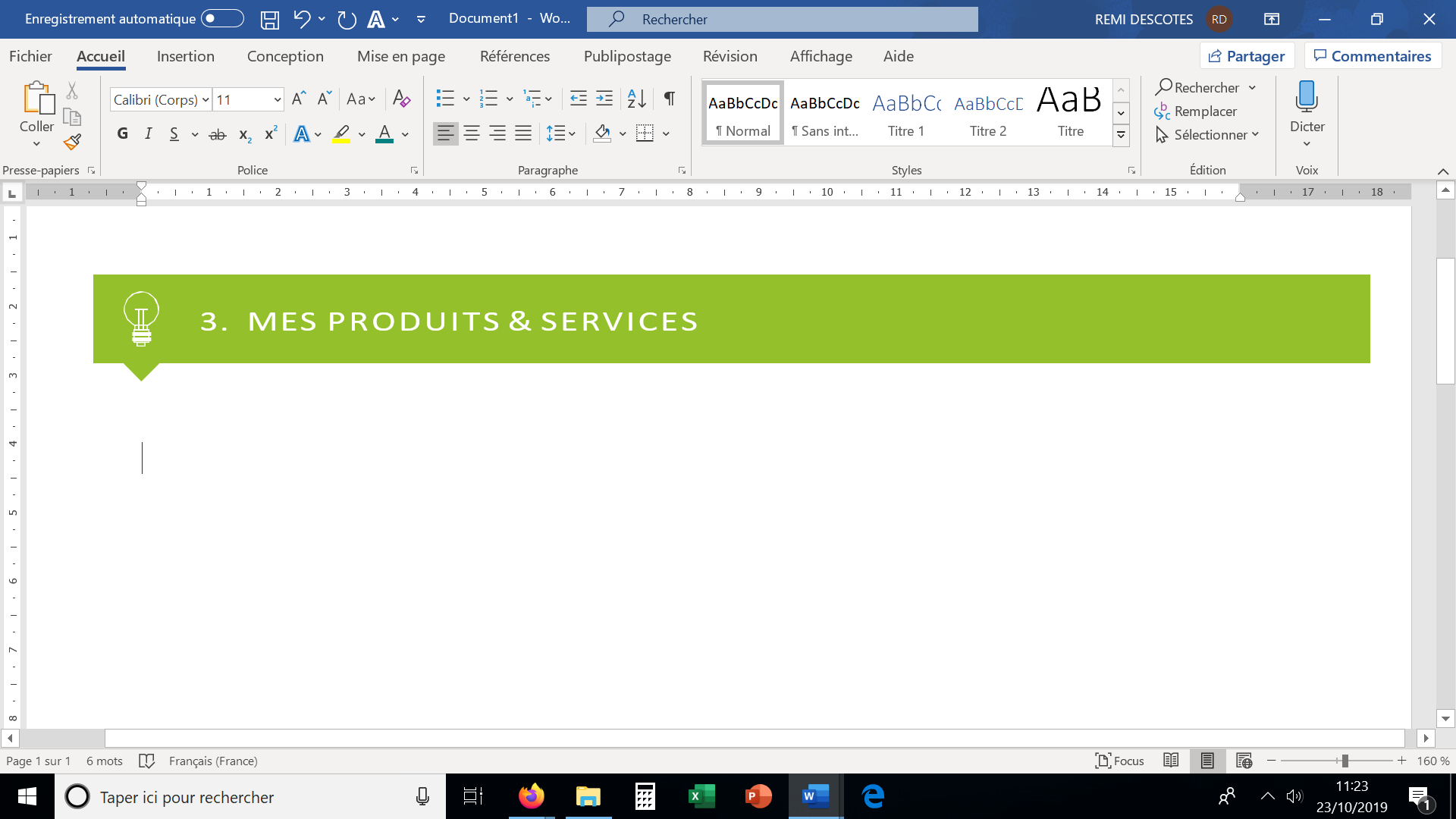
**Caractéristiques techniques, utilisation, besoins couverts, gamme de produits…**

## **Mes avantages concurrentiels**

**Caractéristiques de mon activité par rapport à mes concurrents (quels sont mes points forts par rapport à mes concurrents ?)**



## **Mes points de vigilance ( trouver de potentielles menaces pour mon entreprise ( réglementation, concurrence, normes, contexte économique…)**



**La propriété industrielle ( Pour les entreprises qui veulent protéger une innovation ou une marque).**

**Brevets, marques et licenses déposés**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | **Zone de couverture** | | |
| **Dépôt** | **France** | **Union européenne** | **International** |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

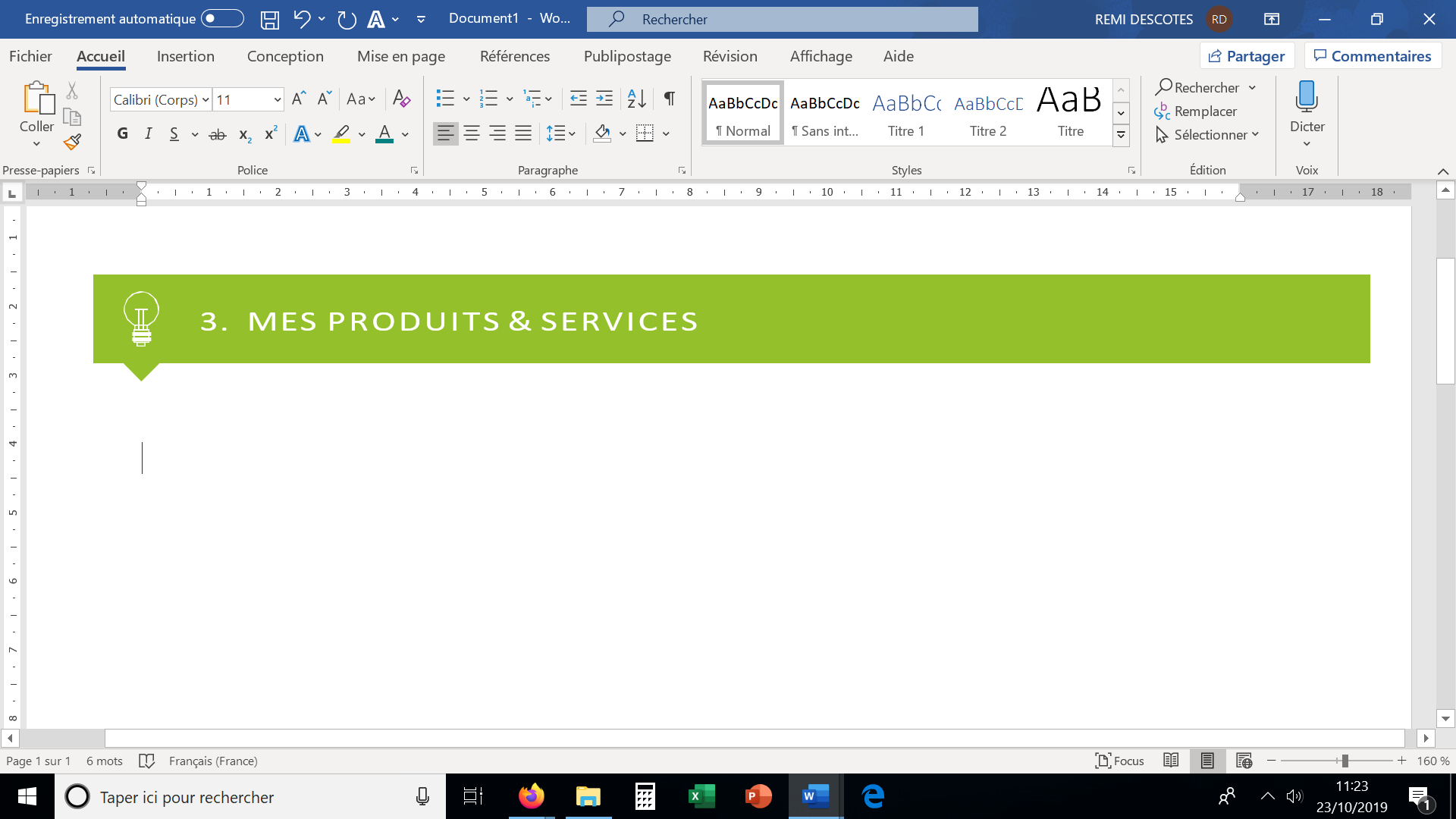
## **La fabrication (conception & développement)**

**Mode de fabrication de mon (mes) produit(s) (en interne/sous-traitée)**

**Moyens nécessaires à la fabrication de mon (mes) produit(s)**

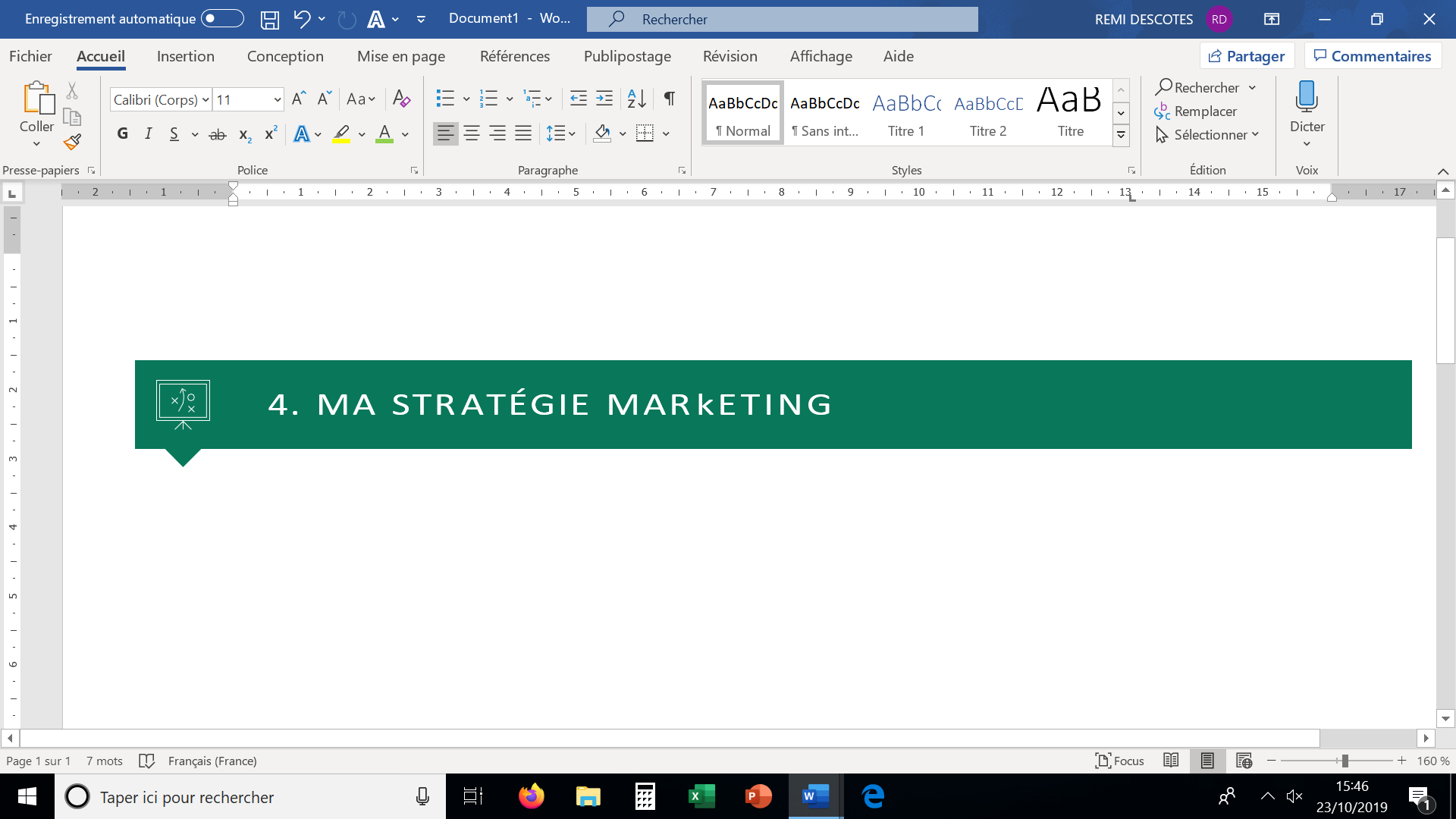
Locaux, équipement, personnel à la production…

**Type de production envisagé (en série/au coup par coup)**

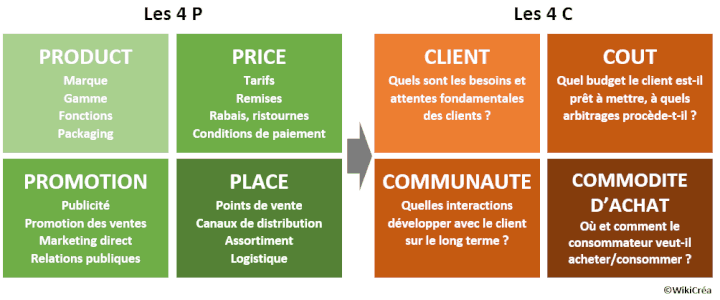


**Coût direct de production**

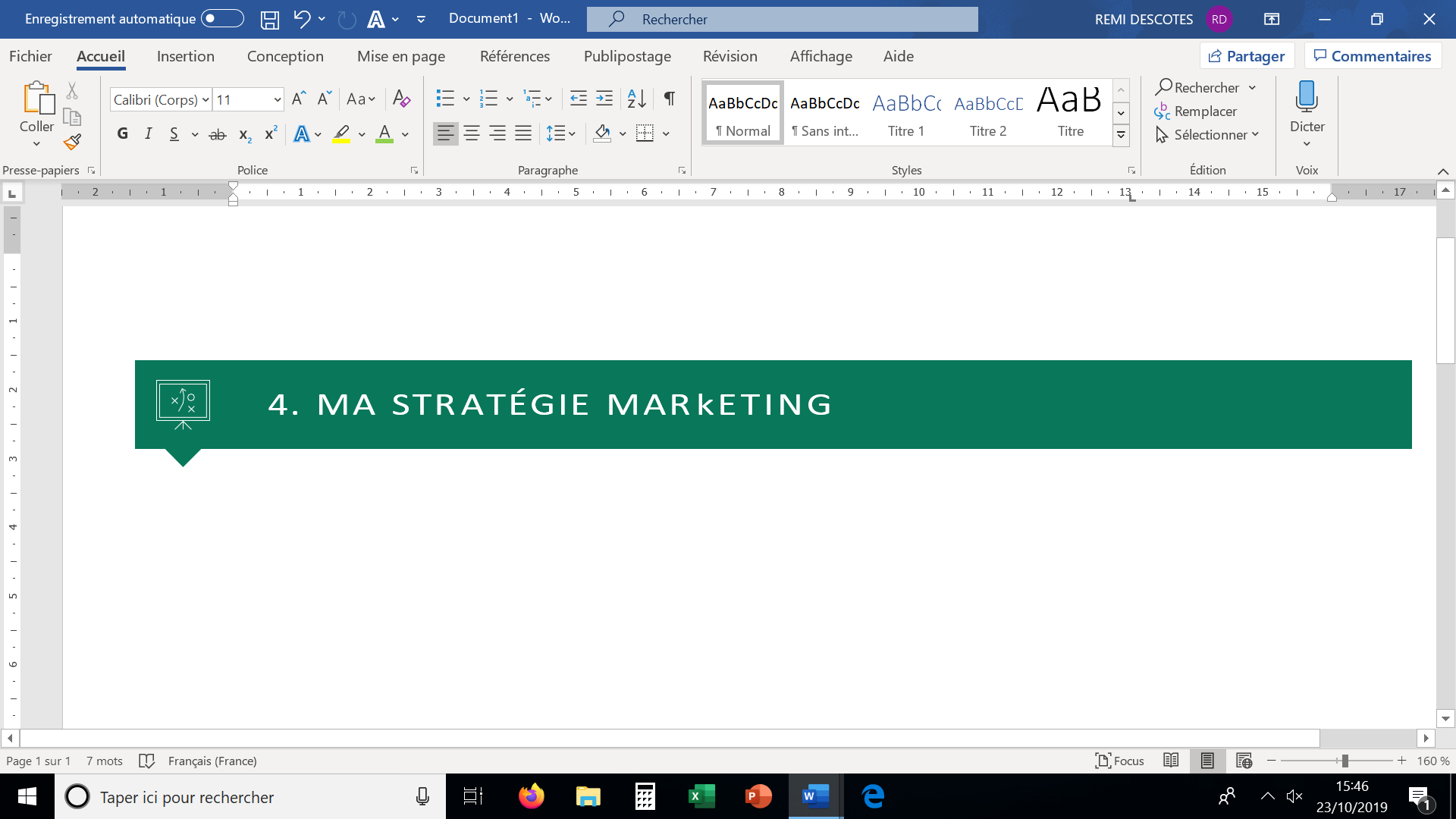
Principaux éléments qui composent mon coût de production



**Le positionnement marketing et commercial ( En appuyant sur les 4P et les 4C)**



## https://www.jesuisentrepreneur.fr/activite/comment-choisir-bon-canal-distribution.html



**Local commercial (emplacement, coût, bail, façade, horaires…)**

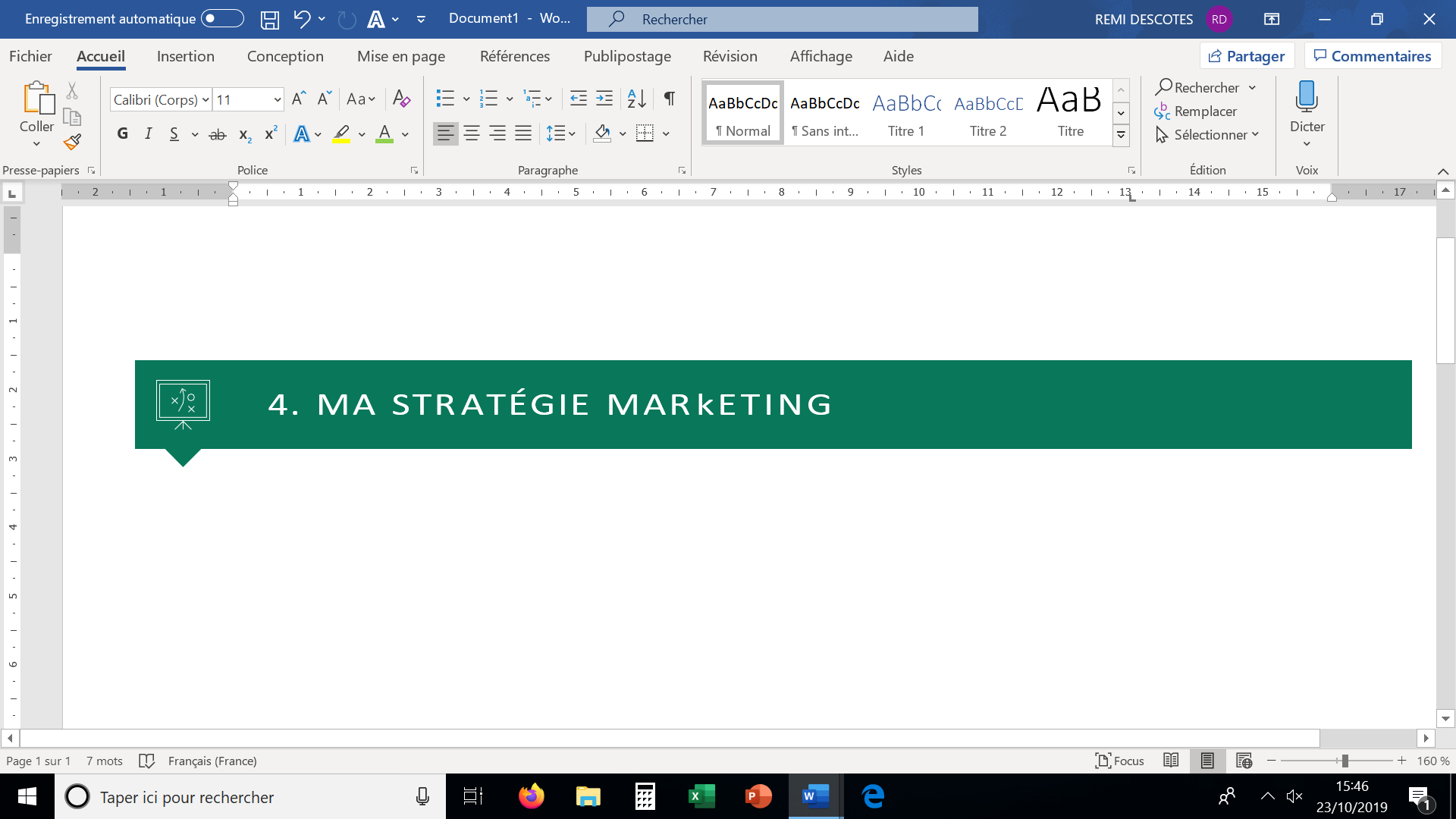
**Mode d’approvisionnement (intermédiaires/centrale d’achat, rapports de force, délais, modes de règlement, solidité financière)**

**https://www.jesuisentrepreneur.fr/activite/comment-choisir-vos-fournisseurs.html**

## **La Communication**

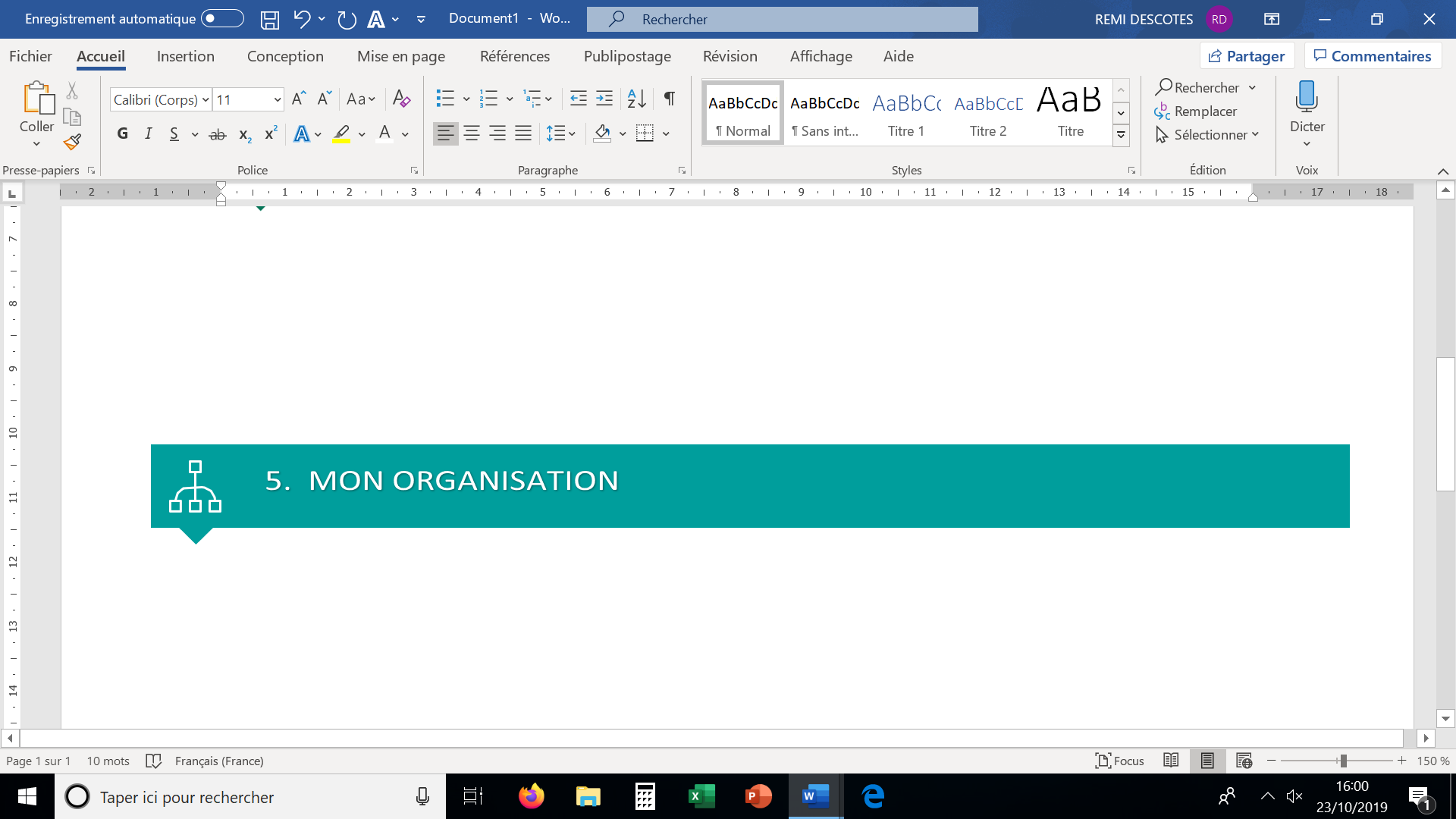
**Actions de communication envisagées (mailing, publicité, actions promotionnelles…)**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Actions** | **Objectifs** | **Budget envisagé** |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |



## **La stratégie à moyen terme**

**Ma vision de ma société à 3 et 5 ans**



## **La forme juridique**

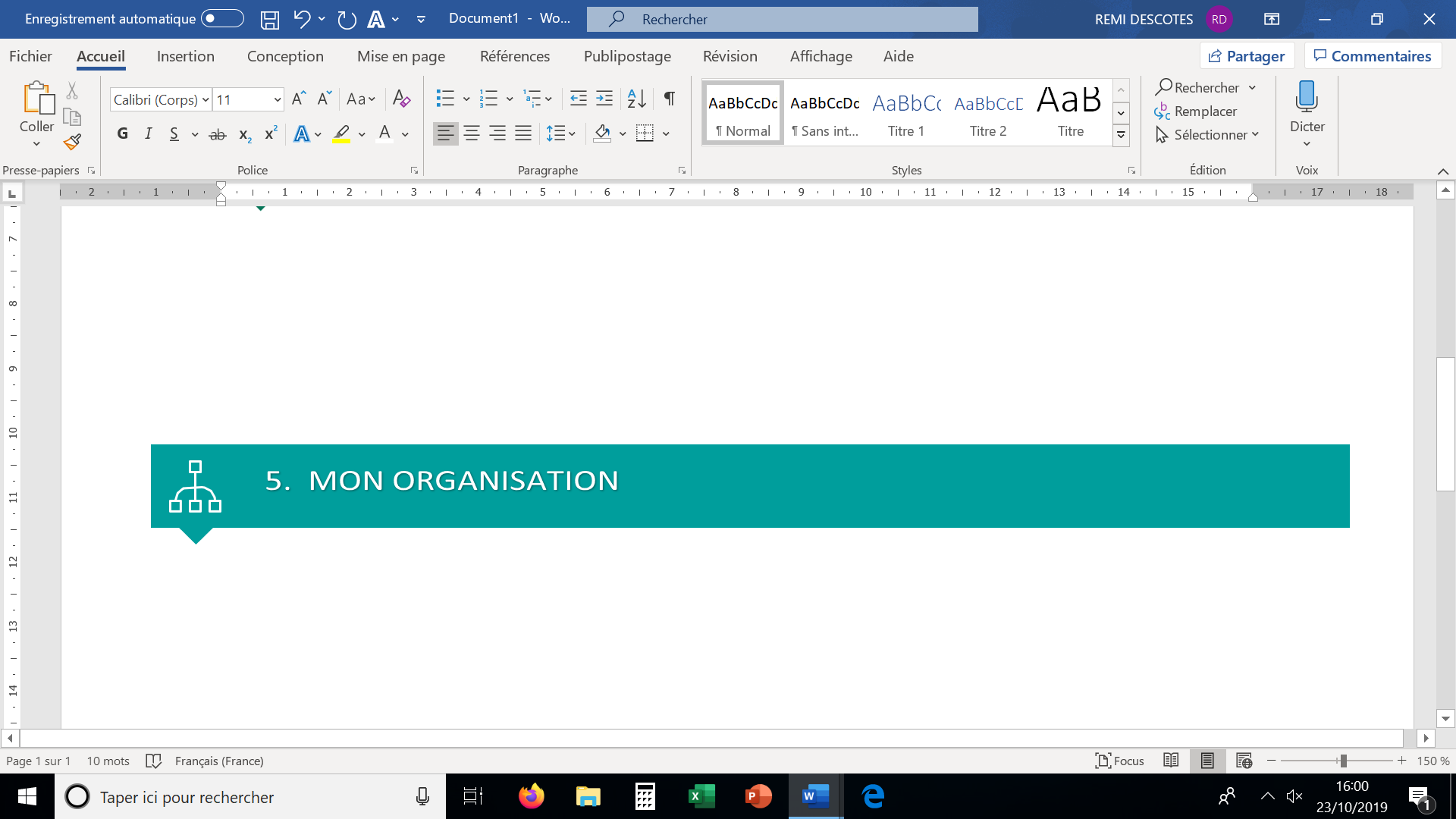
**Le choix du statut peut avoir des impacts importants aussi bien sur l’exercice de votre activité que sur votre vie personnelle et familiale.**

**Pour choisir la structure juridique la plus adaptée à votre projet, prenez en compte non seulement l’activité de votre entreprise, vos préoccupations patrimoniales et familiales, mais aussi l’image que vous souhaitez donner de votre entreprise…**

**Prenez connaissance du tableau de comparaison des statuts.**

**https://www.jesuisentrepreneur.fr/statut-juridique/quel-statut-entreprise.html**

**Choix du statut**



## **L’équipe**

**https://www.jesuisentrepreneur.fr/activite/comment-evaluer-vos-besoins-personnel.html**

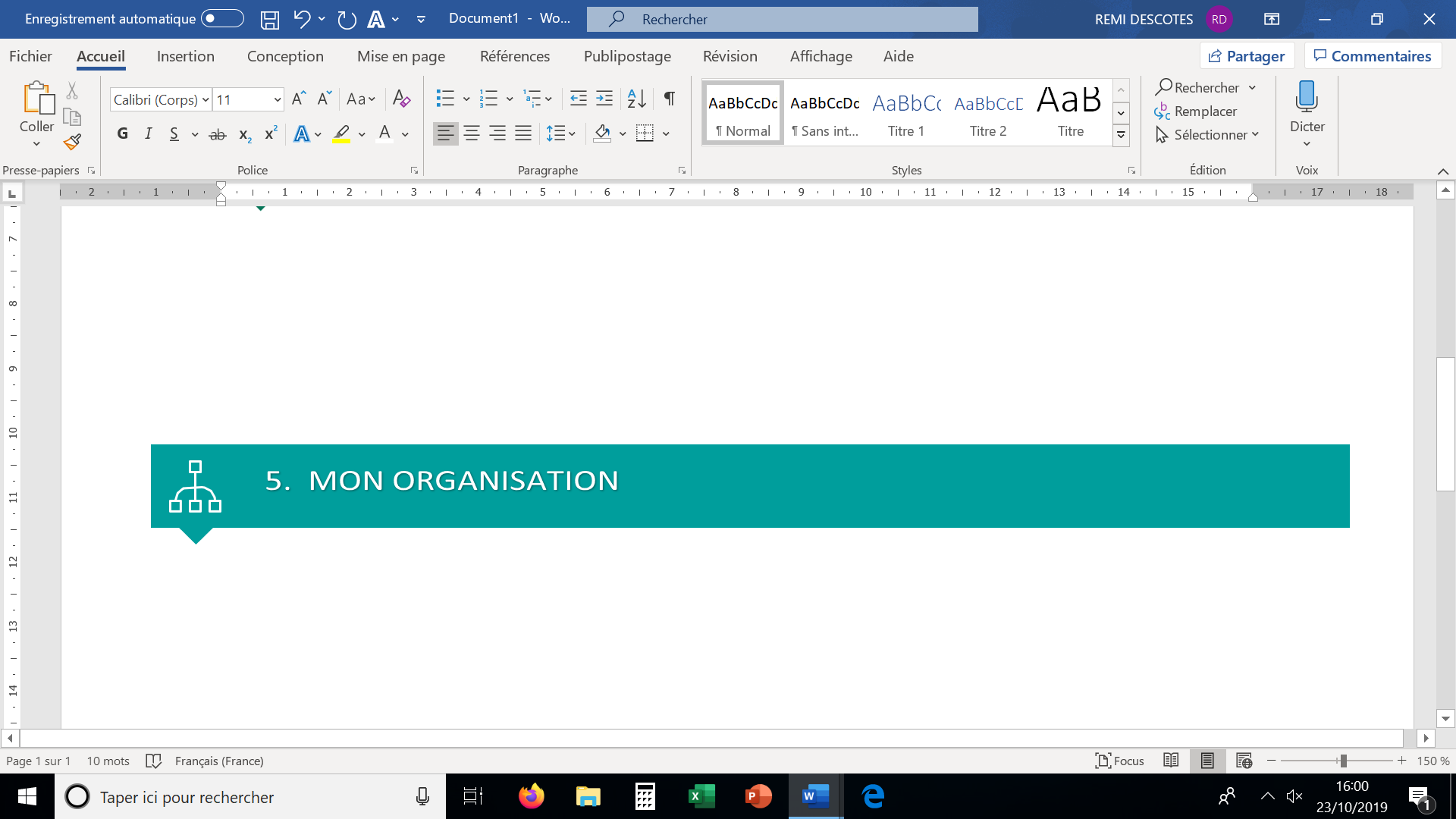
**Organisation (descriptif des postes et des effectifs)**

**Effectifs**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Année d’embauche** | **Fonction Coût prévisionnel** | |
| **1re année** |  |  |
| **2e année** |  |  |
| **3e année** |  |  |

**Formations à prévoir**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Compétences à acquérir** | **Profil** | **Coût** |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |



**Matériel nécessaire au lancement de mon activité**

**https://www.jesuisentrepreneur.fr/activite/de-quoi-avez-vous-besoin-pour-fonctionner.html**

**Mobilier, agencements, travaux nécessaires au lancement de mon**