

PLAN D'AFFAIRES

Modèle EUQAR

NB. : L'usage de la 3^e personne du singulier ou du pluriel, si tel est le cas, est attendu.

SECTION 1

Le projet

1.1 Origine du projet d'affaires

Brève introduction du/des promoteur.trice.s et mise en contexte expliquant d'où est venue l'idée d'entreprise (événement, opportunité, situation de relève).

1.2 Mission de l'entreprise

Quoi ? À qui ? Où ? Comment ?

1.3 Objectifs de l'entreprise

Mesurable, quantifiable, limité dans le temps et atteignable. Possibilité e le faire sous forme de tableau.

SECTION 2

Sommaire du projet

2.1 Principaux faits saillants de votre projet

Présentez brièvement les produits et services dans un ordre logique (champs d'intervention produits et services pour chacun), mentionnez ce qui vous différencie de vos concurrents.



SECTION 3

Présentation des promoteurs

3.1 Brève présentation de l'équipe entrepreneuriale

Noms, fonctions, liens qui relient les partenaires.

3.2 Curriculum vitae entrepreneurial de chacun des promoteurs

3.3 Profil entrepreneurial des promoteurs

Compétences et habiletés, principales réalisations, expérience en gestion, aptitudes et forces en lien avec le projet, complémentarité des promoteurs.

3.4 Partage des responsabilités

Sous forme de tableau, indiquez les principales tâches et responsabilités des promoteurs (lier aux fonctions de l'entreprise : finances, communication-marketing, développement des affaires, RH, R&D, etc.).

3.5 Contacts d'affaires stratégiques

Liste des principales ressources qui prêteront main forte à votre projet (comptables, associations, avocats, notaires, mentor, coach, expert, etc.).

SECTION 4

Aspect juridique

4.1 Présentez le choix de la forme juridique

Entreprise privée, société en nom collectif, coopérative, etc., et les raisons de ce choix.

4.2 Permis et licences

Identifiez les divers lois et règlements auxquels vous aurez à vous conformer et les démarches à réaliser (peut être un échancier).

4.3 Structure de la propriété

Sous forme de tableau, démontrer la mise de fonds et autres contributions (contacts, équipements, immobilier, heures) des promoteurs au projet d'entreprise.



SECTION 5

Le marché

5.1 Secteur d'activité

Présentation du code scian, réglementation du secteur, barrières à l'entrée, composition du secteur, nombre et taille des entreprises, croissance ou diminution, les acteurs importants, prévisions concernant l'avenir du secteur, tendances du marché, etc.

5.2 Territoire visé

Identifiez vos marchés primaire, secondaire et tertiaire en termes de géographie (villes, MRC, régions, provinces et pays). Une carte peut être présentée.

5.3 Description de l'environnement

Analyse FFOM (forces, faiblesses, opportunités, menaces), aspects politique et légal, économique, technologique, écologique.

5.4 Clientèle cible

Pour chaque segment de clientèle, identifiez son profil selon s'il s'agit d'individus ou d'entreprises/organismes (ex. : âge, sexe, statut professionnel, familial, revenu, caractéristiques ou, pour entreprises, taille, âge, secteurs d'activités, territoire, chiffres d'affaires). Décrire les besoins à combler, consommation, prise de décision, etc. Peut être rédigé sous forme de tableau.

5.5 Marché potentiel

Nombre de clients potentiels selon le territoire, leurs dépenses annuelles moyennes et le total du marché.

5.6 Concurrence

Présentez vos principaux concurrents directs et indirects (leurs produits et services, leurs prix, leurs forces et faiblesses). Peut être fait sous forme de tableau.

SECTION 6

Plan marketing

6.1 Stratégies de produit et services

Présentation des caractéristiques des produits et services (utilités, physiques, psychologiques, compétitives), bénéfiques pour la clientèle, annexes photos, graphiques.



6.2 Stratégie après-vente

Décrivez le service après-vente que vous offrirez, la garantie.

6.3 Avantages concurrentiels

Mentionnez vos forces par rapport à vos concurrents déjà en place, ce qui vous différencie et quelles raisons pousseront vos clients à choisir vos produits et services.

6.4 Positionnement

Stratégie de marketing à proprement dite. Réputation souhaitée, image de marque, slogan, logo, etc.

6.5 Méthodologie

Moyens et médiums utilisés pour concrétiser la stratégie marketing, canaux de communication. Un tableau peut être présenté.

SECTION 7

Plan de commercialisation

7.1 Politique de prix

Expliquez comment vos prix vont soutenir la concurrence, leurs avantages, justifiez les écarts du marché s'il y a lieu. Ne pas aller trop loin, ce n'est pas la section « plan financier ».

7.2 Distribution et localisation

Décrivez le réseau de distribution utilisé pour vendre les produits et services ainsi que le choix du lieu de votre siège social et/ou centre de vos activités de production.

7.3 Partenariats d'affaires

Énumérez les différents partenariats et collaborations avec d'autres entreprises ou organisations et décrivez en quoi ils sont pertinents.

7.4 Calendrier de commercialisation

Présentez le calendrier de commercialisation des deux premières années de votre entreprise (objectifs de vente, nombre de clients, moyens de commercialisation, coûts d'exploitation, etc.)



SECTION 8

Plan d'exploitation

8.1 Stratégie d'exploitation

Présentez comment sera exploitée l'entreprise selon ses fonctions (direction générale, administration, marketing, vente, production, recherche et développement). Inscrivez les tâches générales pour chacun, avec le temps consacré, le nom du responsable et l'exécutant. Peut être fait sous forme de tableau.

8.2 Ressources physiques et technologiques

Sous forme de tableau, présentez les différentes installations, équipements, terrains, outillage, ameublement que vous devrez acquérir en mentionnant le coût, ce que vous possédez déjà.

8.3 Schéma d'aménagement

Présenter le plan de vos installations.

8.4 Approvisionnement

Expliquez le plan pour l'approvisionnement du matériel et de l'inventaire pour la production de vos produits et services (fournisseurs, produits, prix, politique de crédit, délais de livraison, etc.).

8.5 Processus de production

Sous forme de graphique ou de diagramme, illustrez toutes les étapes ainsi que toutes les ressources nécessaires à la production, vente, service de vos produits et services. Il s'agit du chemin des opérations.

8.6 Capacité de production, ventes et services

Calculez la capacité maximale de production de vos produits et services sur 1 an. Il faut aussi présenter les tâches non facturables et le temps estimé pour celles-ci (planification et développement, marché et marketing, administration générale).

SECTION 9

Plan des ressources humaines

9.1 Besoins en ressources humaines

Description des postes, rémunération moyenne, formation exigée, description des tâches.

9.2 Organigramme

Dressez l'organigramme hiérarchique de votre entreprise en y incluant tous les postes.



9.3 Politiques

Présentation des différentes politiques de gestion des RH que vous souhaitez mettre en place.

9.4 Plan de formation

Présentation de la stratégie de formation continue des employés.

SECTION 10

Calendrier de démarrage

Présentez les principales étapes de réalisation du projet d'entreprise, de la planification jusqu'à la première transaction. Pour chaque étape, indiquez l'échéancier et la ressource affectée.

SECTION 11

Plan financier

11.1 Notes aux états financiers prévisionnels

Expliquez les hypothèses qui ont servi à établir votre plan financier afin d'aider le lecteur à mieux comprendre votre raisonnement financier.

**Les prochaines sections sont présentées sous forme de tableaux :*

11.2 Coûts et financement prévisionnels

11.3 États des résultats prévisionnels

11.4 Bilans prévisionnels

11.5 Tableaux des entes prévues

11.6 Tableaux des salaires prévus

11.7 Ratios

11.8 Seuil de rentabilité

Il est possible d'ajouter plusieurs annexes qui consistent en des documents qui soutiennent votre plan d'affaires (photos, revues de presse, visuel d'un site web, publicités, lettres d'appui, etc.).