Outil de travail « Business plan / plan d'affaires »

point de vue :
[ ] vendeur(se) / [ ] acheteur(se) / [ ] point de vue commun vendeur(se)/successeur

Exigences d'un business plan

- Donne des informations claires et concises sur tous les aspects pertinents d'une entreprise.
- Sert de présentation concise d'une idée commerciale / d'un modèle d'affaires.
- N'est pas seulement utile pour les nouvelles entreprises ou les règlements de succession, mais sert également d'outil de gestion stratégique.
- Augmente de manière prouvée le succès de l'entreprise, en particulier pour les entreprises établies et les petites entreprises.

Structure d'un business plan

Pour les bailleurs de fonds, il est important de disposer d'informations bien structurées pour prendre une décision. Le business plan offre généralement cette structure et comprend les points suivants :

Résumé exécutif

Tout au début, les informations essentielles du business plan sont résumées sur ½ à 1 page maximum.

Doit inclure l'idée commerciale, le mécanisme de revenus, le potentiel de croissance et les besoins financiers.

Entreprise, propriétaire & direction

Comment pourrait-on décrire l'entreprise et les personnes qui y jouent un rôle-clé ? (Idéalement, on ajoute directement en annexe les CV des personnes concernées)
Quelle est la structure de propriété de l'entreprise ?
Quelle est la gouvernance au sein de l'entreprise ?

Produits & services

Messages clés concernant l'idée commerciale et le système de prestations.
Que fait l'entreprise pour gagner de l'argent ?
Que propose l'entreprise ?
Quels sont les besoins des clients, les bénéfices apportés et la proposition de vente unique (USP) à mettre en avant ?
Quelles sont les prévisions financières et quel est le chiffre d'affaires pour les différents produits et services ?

Vision et stratégie

Quelle est la mission à long terme de l'entreprise ?
Quelle est la raison d'être de l'entreprise ?
Quels en sont les objectifs à long terme ?
Quelle est la stratégie pour concrétiser cette vision ?

Marché & concurrence

Sur quels marchés les produits & services doivent-ils être proposés et pourquoi ?
Quels sont les risques à prendre en compte et comment les gérer ?
Qui d'autre est actif sur ces marchés ?
Quelles sont les différences entre les offres ?
Quels sont les principaux éléments de différentiation (USP) ?

Plan marketing & actions

Comment les produits & services doivent-ils être commercialisés ?
Quelles sont les actions nécessaires pour y parvenir ?
Quel est le coût de ces actions ?

Risques et contre-mesures

Évaluation autocritique et réaliste (!) des risques internes et externes (par ex. avec une analyse « SWOT »).
Quelles sont les contre-mesures possibles pour faire face aux risques ?

Calculs prévisionnels & plan de trésorerie

Comment les principaux indicateurs devraient-ils évoluer au cours des 3 à 5 prochaines années ?
Quel est le plan de trésorerie pour les 12 prochains mois ?

Les choses à faire et à ne pas faire dans un business plan

Faire dans un business plan :

- Impliquez l'équipe de direction dans l'élaboration du business plan.
- Construisez le plan individuellement pour des groupes cibles spécifiques (banques / capital-risque, utilisation interne, etc.).
- Faites en sorte que le business plan soit simple (c'est-à-dire compréhensible même pour des personnes non spécialisées), ainsi que complet tout en étant aussi court que possible.
- Restez réaliste (dans vos hypothèses).
- Présentez les principaux risques et problèmes potentiels de manière pertinente et éclairante.
- Présentez vos besoins concrets (Que voulez-vous ? Combien d'argent sera nécessaire).
- Soyez créatif lorsqu'il s'agit d'attirer l'attention des lecteurs.
- Rappelez-vous qu'un bon business plan n'est pas un succès commercial acquis d'avance.

Ne pas faire dans un business plan :

- N'utilisez pas de pseudonymes / d'anonymat (Monsieur T., etc.) dans votre business plan si vous faites référence à des personnes-clés.
- Ne faites pas de déclaration ambiguë ou vague sur le modèle commercial / les perspectives d'avenir / les risques.
- Décrivez les détails techniques dans un langage suffisamment général, c'est-à-dire en évitant un jargon trop technique.
- N'investissez pas beaucoup d'argent et de temps pour faire un joli prospectus, mais veillez en premier lieu à avoir de la « chair sur l'os ».

Cette fiche de travail est liée à l'étude « Succession de PME – Financement » :

Étude n° 09 : Succession de PME – Financement
Possibilités et limites du financement.