



## TEMPLATE BUSINESS PLAN

### 1) Résumé exécutif « Executive summary »

L'objectif de cette section est d'attirer l'attention du lecteur en 5 minutes et de lui donner envie d'en savoir plus.

N'essayez surtout pas de tout couvrir, soyez concis et précis.

#### ❖ Quatre points qu'il faut absolument couvrir :

- Qui vous êtes
- Ce que vous vendez
- Le potentiel en termes de taille et de profitabilité
- De combien vous avez besoin

### 2) Présentation de votre Entreprise

Il est question de Parler de votre Entreprise et présenter l'équipe managériale clef.

#### ❖ Contenu de ce point:

- Le nom de votre Entreprise
- La brève description de votre Entreprise
- La forme juridique
- Le Siège social
- L'Actionnariat
- L'Equipe managériale

### 3) Analyses préliminaires

- Analyse de l'opportunité (SWOT)
- Business Modèle (voir annexe)

### 4) Présentation de votre produit (de vos produits) et de votre service (de vos services)

#### ❖ Contenu de ce point

- Noms de votre produit ou services (de vos produits ou services)



- Proposition de valeur unique
- Description de votre produit ou services (de vos produits ou services)

## 5) Etude de marché

La réalisation de l'étude de marché se fait par les étapes suivantes :

### ❖ Exemple Typique d'étude de marché :

**a) Démographie et Segmentation :** *il est question à ce niveau de présenter la population avec catégorisation. Cela permet de savoir le poids de la catégorie de la population intéressée par le produit et service à offrir.*

*La démographe peut consister en des véhicules si le projet vise à lancer un garage ou en des maisons si le projet vise à lancer une nouvelle peinture pour les maisons.*

*Une entreprise veut ouvrir un garage automobile moderne dans une zone donnée.*

*La population cible (démographe) est composée des véhicules.*

*La segmentation pourra être faite par marque ou par taille de véhicule.*

➤ *Segmentation par Marque de véhicule :*

- *Véhicules TOYOTA*
- *Véhicules NISSAN*
- *Véhicules FORD*
- *Véhicules MERCEDEC BENZ*
- *Véhicules MITSHUBISHI*

➤ *Segmentation par Taille de véhicule :*

- *Petites voitures*
- *Jeep et minibus*
- *Camionnettes*
- *Camions tonnage moyen*
- *Gros camions*

**b) Marché Cible :** *Les véhicules de Marque TOYOTA (Petites voitures et Jeep) de la Ville de Goma.*

**c) Besoin :** *La fréquence de fréquentation du garage et le prix moyen par fréquentation.*

**d) Concurrence :** *Par concurrence, nous entendons les offreurs du même bien et service sur le marché ciblé. La concurrence nous permet de définir notre part du*



marché. Les autres garages qui ont le même marché cible constituent notre concurrence.

- e) **Marché potentiel et Part du Marché** : Les véhicules de Marque TOYOTA (Petites voitures et Jeep) qui recourent à un service de garage externe qui potentiellement recourront à nos services constituent notre marché potentiel. Notre part de marché est la différence entre le besoin du marché et le marché couvert par les concurrents.
- f) **Barrières à l'Entrée** : A ce niveau, l'entrepreneur se posera la question suivante : y a-t-il des restrictions ou une situation de monopole bloquant l'entrée d'autres acteurs ? si oui, ce qu'il y a des barrières à l'entrée, d'où inopportun pour l'entrepreneur. Si non, alors le marché est ouvert pour l'entrepreneur. L'entrepreneur devra vérifier cela dans l'étape de l'étude de marché. La barrière à l'entrée pour un projet de garage peut être une licence qui coûte très chère pour ouvrir un nouveau garage.
- g) **Réglementation** : l'entrepreneur va consulter les lois et règles régissant le secteur pour se rassurer que le produit ou service qu'il compte offrir est conforme aux règles et lois du lieu de son activité.
- h) **Le Marché réel** : C'est le marché effectivement conquis par l'entrepreneur.



## 6) Stratégies d'Entreprises

### ❖ Contenu de ce point

- **Avantage Concurrentiel** : Quelle valeur unique l'entrepreneur aura par rapport à ses concurrents ? Quel avantage il aura pour dépasser ses concurrents ?
- **Prix** : A quel niveau le prix de l'entrepreneur lui rendra compétitif sur le marché.
- **Plan Commercial** : Les prévisions de vente pendant la période sur la quelle porte le Plan d'Affaire.
- **Etapes de développement** : Les étapes par les quelles l'entrepreneur va passer pour développer son entreprise.
- **Risques** : Les risques auxquels sont exposés l'entrepreneur dans la mise en œuvre de son projet.

## 7) Plan Opérationnel

### ❖ Contenu de ce point

- **Plan de Personnel** : le plan de développement du Personnel dans le temps sur le quel porte le Business Plan,
- **Ressources Clés** : les personnes ressources humaines, matérielles et financières indispensables pour la matérialisation du Projet d'entreprise.
- **Fournisseurs** : les fournisseurs clés..

## 8) Equipe Managériale

### ❖ Contenu de ce point

- **Présentation de votre équipe managériale** clé en décrivant leur potentiel pour bien conduire et faire réussir le projet.



**9) Plan financier**

❖ **Contenu de ce point**

➤ **Emplois et Ressources : Situation Initiale**

❖ **Forme de ce tableau :**

Emplois			Ressources		
N°	Désignation	Montant	N°	Désignation	Montant
1			1		
2			2		
3			3		
4			4		
5			5		
6					
7					
8					
9					
10					
11					
12					
13					
14					
<b>Total</b>		<b>\$35 850,00</b>	<b>Total</b>		<b>\$35 850,00</b>



➤ **Plan prévisionnel de Ventes** : Projection des ventes dans le terme planifié

❖ **Forme de ce tableau**

N°	Année	1	2	3	4	5
1						
2						
3						
4						
5						
6						
7						
8						
0						
10						
<b>Total projection ventes annuelles</b>						

➤ **Structure de Coûts** : Les principaux coûts à subir

❖ **Forme de ce tableau**

N°	Périodicité	Coût Mensuel	Coût Trimestriel	Coût Annuel
1				
2				
3				
4				
5				
6				
7				
8				
9				
10				
11				
12				
<b>Coûts totaux</b>				



➤ **Bilan d'Ouverture : Situation initiale en Bilan financier**

❖ **Forme de ce Bilan** (Situation initiale convertie en Bilan) :

Actif			Passif		
N°	Désignation	Montant	N°	Désignation	Montant
1			1		
2			2		
3			3		
4			4		
5			5		
6					
7					
8					
9					
10					
11					
12					
13					
14					
<b>Total</b>		<b>\$35 850,00</b>	<b>Total</b>		<b>\$35 850,00</b>



➤ **Comptes d'Exploitations prévisionnelles**

- **Compte d'Exploitation de résultat :**

❖ **Forme du tableau :**

	ANNEE 1	ANNEE 2	ANNEE 3
<b>PRODUITS (A): Somme des produits ou ventes</b>			
<b>TOTAL PRODUITS (A): Somme de toutes les ventes</b>			
<b>Coûts Directs</b>			
<b>TOTAL COUTS DIRECTS (B)</b>			
<b>MARGE BRUTE (C)=(A-B)</b>			
<b>TAUX DE MARGE BRUTE (D)=(C/A)*100</b>			
<b>CHARGES D'EXPLOITATION</b>			
<b>TOTAL CHARGES D'EXPLOITATION (E)</b>			
<b>EXCÉDENT BRUT D'EXPLOITATION (F)=C-E</b>			
<b>EXCÉDENT BRUT D'EXPLOITATION (F)=C-E EN %</b>			
<b>Amortissements (G)</b>			
<b>RÉSULTAT NET AVANT IMPOT (H)=F-G</b>			
<b>Impôt sur le Benefice (1% du CA car PE Comm)</b>			
<b>RÉSULTAT NET A PARTAGER (I)=H-Impôt</b>			
<b>TAUT DE RENTABILILITE/CA=(I/A)*100</b>			



TAUT DE RENTABILILITE/Investissement=(H/A)*100			
DELAIS DE REMBOURSEMENT DU CAP Inv (CI/I)			
POINT MORT CA			
SEUIL DE RENTABILITE			

- Compte d'exploitation de trésorerie

❖ **Forme du tableau**

	ANNEE 1	ANNEE 2	ANNEE 3
SOLDE INITIAL	-	-	-
Encaissement hors chiffre d'aff	-	-	-
Encaissements chiffre d'affaire	-	-	-
<b>TOTAL RECETTES (A)</b>	<b>-</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
DEPENSES D'EXPLOITATION ET INVESTISSEMENT			
<b>TOTAL DEPENSES D'EXPLOITATION (B)</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Solde de trésorerie (C)+(A-B)</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>



- **Bilan à la clôture** : Situation en fin d'exercice en termes de bilan financier. Si le Business plan est pour trois ans par exemple, cette situation les projections de Bilan doit être faite au début et à la fin de chaque période.

❖ **Forme du bilan Final**

Actif					Passif				
N°	Désignation	Montant SI	Montant Variation	Montant SF	N°	Désignation	Montant SI	Montant Variation	Montant SF
1					1				
2					2				
3					3				
4					4				
5					5				
6									
7									
8									
9									
10									
11									
12									
13									
14									
<b>Total</b>		<b>\$35 850,00</b>			<b>Total</b>		<b>\$35 850,00</b>		

- **Analyse se financière** : Taux de rentabilité, Seuil de rentabilité (Point Mort), Délais de remboursement du Capital Investi...

❖ **Forme du tableau** : Voir bas du compte d'exploitation de résultat



**10)Hypothèses** : Quelles sont les hypothèses pour que les données ci-dessus se réalisent.

**11) Les annexes** : il s'agit des éléments clés ayant intervenu dans la production de ce qui précède qu'il sied de présenter aux destinataires du business plan. C'est cas des certains tableaux statistiques ayant fournis les données de l'étude de marché, le cas des images pertinentes...



## Annexe : Business Model Canevas de l'Entreprise : (Compléter le nom de votre Entreprise)

<p><b>7. Activités clés :</b>  <i>Les activités récurrentes nécessaires au sein de votre entreprise pour mettre en œuvre la solution.</i></p> <p>-</p>	<p><b>8. Partenaires clés :</b>  <i>(Les besoins en ressources externes, sous-traitance, fournisseurs, partenaires, sponsors...)</i></p> <p>-</p>	<p><b>2. Proposition de valeur unique</b>  <i>(Quelle valeur nouvelle nous apportons au client, lequel des problèmes clés du client résolvons nous par notre valeur créée, quel besoin du client satisfaisons nous par notre valeur)</i></p>	<p><b>4. Relation clients</b>  <i>(Type de relation entretenue avec chaque segment de clientèle, la manière dont on répond à ses attentes)</i></p> <p>-</p>	<p><b>1 Segment client :</b>  <i>(Quels sont les principaux clients pour qui nous créons une nouvelle valeur ?)</i></p> <p>-</p>
	<p><b>6. Ressources clés</b>  <i>(Ressources financières, matérielles et humaines requises)</i></p> <p>-</p>		<p><b>3. Canaux de distribution</b>  <i>(Les circuits par lesquels le produit ou le service sera livré)</i></p> <p>-</p>	
<p><b>9. Structure des coûts :</b>  <i>(Ensemble des coûts générés par la mise en place du modèle décrit)</i></p> <p>-</p>			<p><b>5. Sources de revenus</b>  <i>(Revenus qui découlent de la proposition à la vente de votre solution au client)</i></p> <p>-</p>	



**CONCOURS DE PLANS D'AFFAIRES  
POUR L'ÉMERGENCE D'UNE NOUVELLE  
GÉNÉRATION D'ENTREPRENEURS**

