

PLAN D'AFFAIRE

PORTEUR DE PROJET

Nom :

Prénom :

Adresse :

Tel :

PROJET

Activité principale:

Nom commercial de l'entreprise :

Domiciliation :

Date prévue de démarrage :

Structure juridique :

SOMMAIRE

I- Executive Summary.....	4
II- Le Porteur de projet.....	5
2.1. situation personnelle:	5
2.2. Situation professionnelle et compétences:	5
III- Le Projet.....	5
IV- Analyse du marché visé :.....	5
4.1. environnement du marché visé	5
4.2. La réglementation du marché visé	6
4.3. La concurrence du marché visé	6
4.4. La zone de chalandise	6
4.5. Les clients / Les prescripteurs / Les consommateurs du marché visé.....	6
4.6. Les fournisseurs du marché visé	6
4.7. Positionnement de la future entreprise.....	6
V- La stratégie commerciale et marketing:.....	7
5.1. L'offre	7
5.2. Le mode de distribution	7
5.3. Le plan de communication	7
5.4. Le plan d'action commercial	7
VI- Le mode d'organisation :	7
6.1. L'équipe	8
6.2. L'implantation de l'entreprise.....	8
6.3. Descriptif du matériel et de l'organisation	8
VII- Calcul du CA prévisionnel	9
7.1. Méthode des référentiels.....	9
7.2. Méthode des intentions d'achat	9
7.3. Méthode des parts de marché	9
7.4. Rappel du CA minimum (seuil de rentabilité).....	9
VIII- Opportunités de développement dans les années à venir.....	9
IX- Choix juridiques, fiscaux et sociaux.....	10
9.1. Structure juridique envisagée.....	10

9.2. Répartition du capital	10
9.3. Régime fiscal envisagé	10
X- Liste des annexes :	10
Annexe 1 : statuts	10
Annexe 2 : CV	10
Annexe 3 :	10

I- Executive Summary

fiche de synthèse en 1 page maximum reprenant de façon succincte les points suivants :

A faire en fin de projet

Le projet :

Son nom, le secteur d'activité et le concept de l'entreprise

L'historique :

Le contexte, la genèse du projet, ses fondateurs et les références

L'offre :

Les produits ou services proposés

Le marché :

Les acheteurs potentiels, les avantages concurrentiels de l'offre de l'entreprise, la valeur ajoutée perçue et les facteurs clé de succès.

Les attentes du ou des créateurs vis à vis du lecteur :

Besoins financiers, techniques, commerciaux, partenariaux ...

Les résultats attendus :

Ce qui caractérisera le succès.

II- Le Porteur de projet

2.1. situation personnelle:

(Age, Situation de famille, Nombre d'enfants, Profession du conjoint, Salaire du conjoint, Salaire avant création, Revenu minimum nécessaire un fois la création effective, Revenu complémentaire une fois la création effective (Assedic, loyers, rente, salaire épouse, maintien Assedic ...))

2.2. Situation professionnelle et compétences:

(Fonction au sein du projet, Expérience professionnelle, Formation initiales /continue, activités extra ou para professionnelles, Compétences détenues en rapport avec le projet, Compétences à acquérir en rapport avec le projet)

III- Le Projet

(Descriptif succinct du projet, génèse du projet)

IV- Analyse du marché visé :

4.1. environnement du marché visé

(Historique - Réalités - Statistiques - homme clef - évolutions ...)

4.2. La réglementation du marché visé

(Contraintes et réglementation)

4.3. La concurrence du marché visé

(Description - Synthèse points forts/points faibles – Opportunités de positionnement identifiées – produit leader – prix – marge – délais de paiement – emplacement – notoriété, réalisation de fiches individuelles et d'un tableau comparatif ...)

4.4. La zone de chalandise

(Délimitation du territoire d'activité – analyse du territoire...)

4.5. Les clients / Les prescripteurs / Les consommateurs du marché visé

(Description des différents segments possibles – description des habitudes de consommation – analyse des résultats de l'enquête réalisée)

4.6. Les fournisseurs du marché visé

(Crédit court terme – Caution – délais de paiement – formation – services – partenariats ...)

4.7. Positionnement de la future entreprise

(Comment souhaitez vous que cette future activité soit perçu par les différents segments ciblés et quels sont les éléments différenciateurs avec l'offre existante)

V- La stratégie commerciale et marketing:

5.1. L'offre

(Description produit/prestation par segment - détail des différentes gammes - Prix de vente - Marge prévue - services associés)

5.2. Le mode de distribution

(Si local le paragraphe est déjà traité, sinon : expliquer l'organisation du réseau de distribution et ses avantages)

5.3. Le plan de communication

(Supports et messages de communication pour chaque type de client – réalisé par qui - à quel coût – répartition dans le temps : vous pouvez utiliser un tableau qui permet de mettre en colonne les mois et en abscisse le type d'action de communication, éventuellement également le coût annuel de chaque action de communication)

5.4. Le plan d'action commercial

(Actions commerciales envisagées par segment, coût, positionnement dans le temps, prestataire éventuel,...)

VI- Le mode d'organisation :

6.1. L'équipe

(Associés/Collaborateurs – fonctions dans la future entreprise)

6.2. L'implantation de l'entreprise

(Type et lieu de domiciliation – implantation géographique – carte d'implantation – plan des lieux - ...)

6.3. Descriptif du matériel et de l'organisation

(Détailier le matériel utilisé, les mode d'organisation logistique, administrative, ...)

VII- Calcul du CA prévisionnel

7.1. Méthode des référentiels

(par comparaison avec des activités similaires)

7.2. Méthode des intentions d'achat

(Possible si l'étude des clients s'est faite sur une volumétrie représentative)

7.3. Méthode des parts de marché

(Doit prendre en compte le marché global, son évolution dans le temps et le CA des acteurs présents sur ce marché)

7.4. Rappel du CA minimum (seuil de rentabilité)

VIII- Opportunités de développement dans les années à venir

IX- Choix juridiques, fiscaux et sociaux

9.1. Structure juridique envisagée

9.2. Répartition du capital

9.3. Régime fiscal envisagé

Régime simplifié de TVA

Imposition des sociétés.

X- Liste des annexes :

Annexe 1 : statuts

Annexe 2 : CV

Annexe 3 :