

Rédiger le **Business Plan** de son commerce



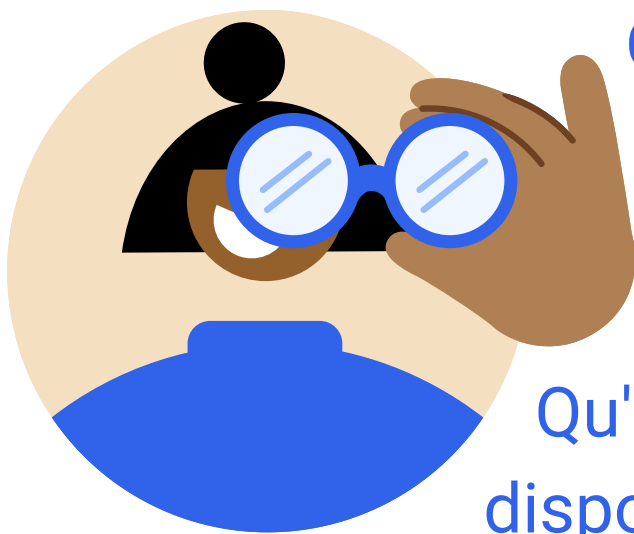
sumup®

Introduction

Le business plan de votre commerce (ou plan d'affaires) est le document de base à réaliser lors de la création de son entreprise ou bien lors d'une reprise.

Ce document concrétise par écrit la stratégie commerciale et financière que vous aurez choisie pour votre entreprise.

Il vous permettra ainsi de faire le point sur votre projet : votre stratégie, les moyens que vous avez à votre disposition, mais aussi avoir une vue d'ensemble sur le projet.



Où en êtes vous ?

Quelles sont les
prochaines étapes ?

Qu'avez-vous à votre
disposition ?

Attention : Ne pas confondre le business plan et le business model. Le business model, lui, vous permettra de définir la façon dont votre entreprise va générer du profit.

Une fois votre projet lancé, le business plan de votre entreprise pourra être un point de comparaison entre vos prévisions et vos réalisations.

Sommaire

Le rôle du business plan

- 1 Avez-vous vraiment besoin d'un business plan pour ouvrir votre commerce ?
- 2 À quoi sert un business plan d'entreprise ?

Rédiger son business plan en 4 étapes

- 1 L'executive Summary
- 2 Le projet
- 3 Votre entreprise
- 4 Prévisions financières

Et après ?

- 1 La forme du business plan
- 2 Le pitch de présentation



Le rôle du Business Plan

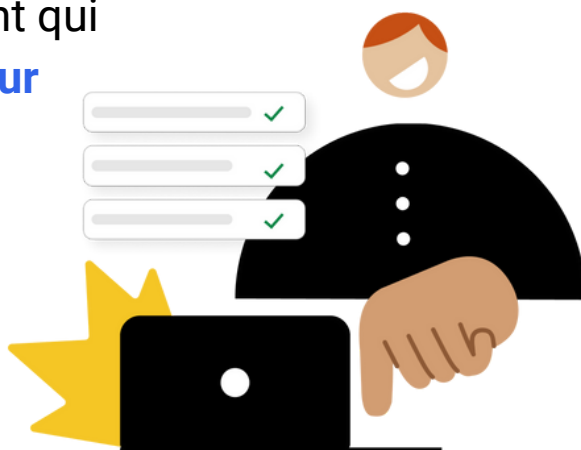
1 Avez-vous vraiment besoin d'un business plan pour ouvrir un commerce ?

Il n'est pas obligatoire de réaliser un business plan à la création de votre entreprise. En effet, rien ne vous oblige à en faire un, mais cela dépendra du besoin que cela nécessite pour votre projet.

Dans le cadre de l'**ouverture** de votre entreprise ou commerce de détail, nous vous conseillons tout de même d'en faire un, notamment si vous souhaitez convaincre des personnes tierces de participer à votre projet.

Dans le cadre d'une **reprise**, le business plan est, là aussi, nécessaire en fonction du type de commerce que vous souhaitez reprendre. L'arborescence de votre document sera différente s'il s'agit du rachat d'un fonds de commerce ou bien du rachat des titres d'une société existante.

Le business plan est un document qui démontre la **cohérence** et la **valeur ajoutée** de votre projet.



2 À quoi sert un business plan d'entreprise ?

Le business plan vous permet de :

- **Structurer votre projet** : est-ce que vos idées sont claires ?
- **Définir les points forts et les points faibles du projet** : comment pouvez-vous améliorer votre projet ?
- **Préciser votre stratégie** : est-ce le sens que vous voulez prendre pour votre projet ?
- **Mesurer les risques liés à votre projet.**

Ce business plan est aussi un moyen de convaincre vos potentiels partenaires et investisseurs qui seraient intéressés par votre projet.

Pour vos partenaires, cela est un moyen de gagner leur confiance. Vous pourrez confirmer le partenariat, négocier des délais de paiement ou encore négocier des tarifs sur vos futures commandes.

Le business plan a 3 objectifs :

1. Rassurer
2. Mettre en valeur le potentiel de votre projet
3. Convaincre

À quel moment constituer son business plan d'entreprise ?
Une fois votre idée façonnée et le marché étudié, il est temps de vous mettre à la confection de votre business plan. Il n'y a pas de délai quant à sa réalisation. Vous pouvez prendre le temps qu'il vous faut pour le réaliser.

Rédiger son Business Plan en 4 étapes



1

L'executive Summary

L'Executive Summary est la première étape dans la réalisation du business plan de votre commerce. Il s'agit plus simplement du sommaire. Mais pas n'importe quel sommaire !

Celui-ci, va donner un avant-goût à tous lecteurs de ce qui l'attend dans votre **business plan** et surtout, de votre projet. En gros, un bon Executive Summary donnera envie au lecteur de continuer ou non la lecture.

Il doit être composé des parties qui composent votre dossier. Dans chacune d'elle, vous devez apporter un très court résumé de ce qui va être abordé. Cependant, c'est la dernière partie que vous allez rédiger, car vous devez reprendre tous les éléments de votre business plan pour pouvoir le constituer.

Cette partie doit faire **2 pages**. N'hésitez pas à la soigner pour la rendre attractive et dynamique. Plus le rendu de cette partie sera clair et attrayant, plus vos potentiels lecteurs auront envie d'en savoir davantage sur votre projet.

2

Le projet

Présentation du projet

Il s'agira ici de poser par écrit votre idée. C'est le moment d'expliquer les tenants et aboutissants de votre projet de la manière la plus simple possible. N'importe qui doit pouvoir comprendre votre projet à la lecture de cette présentation.



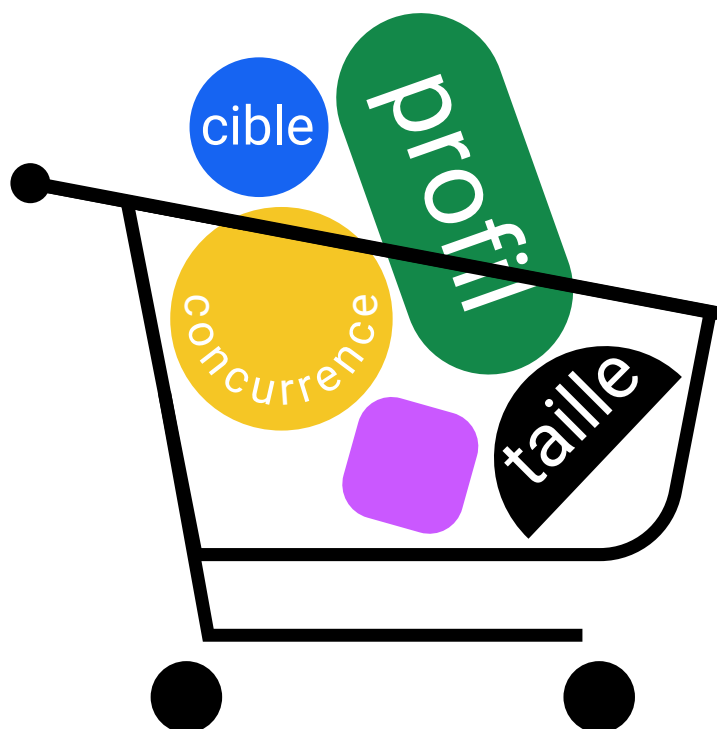
Qu'est-ce qui vous a amené à avoir cette idée ? Quel besoin avez-vous voulu combler sur le marché que vous souhaitez rejoindre ? Quelle est la valeur ajoutée de votre projet ?

N'oubliez aucun détail qui peut permettre au lecteur de comprendre ce que vous souhaitez apporter et surtout où vous souhaitez aller sur le marché en question. Par exemple, si vous ouvrez un food truck, n'hésitez pas à mentionner ce qui vous a donné envie d'en ouvrir un, quel besoin vous souhaitez combler avec l'ouverture d'un food truck ou encore le **type de cuisine** que vous souhaitez réaliser par exemple.

Il s'agit ici aussi de **présenter votre offre** : quel(s) produit(s) souhaitez-vous vendre ? Quelle est votre cible ? Avez-vous déjà trouvé un emplacement ? Si oui, où est-il, pourquoi avoir choisi cet emplacement ?

Étude de marché

L'étude de marché permet de légitimer la connaissance du marché sur lequel vous souhaitez entrer : taille du marché, profil de votre cible, profil de vos concurrents, etc.



Votre étude commence par une analyse sectorielle de votre marché. Il s'agit ici d'identifier les tendances de votre marché. Est-ce un marché porteur, en croissance, un marché qui s'affaiblit ? Combien d'entreprises approximativement comporte ce segment ? Vous pouvez vous aider en trouvant toutes ces informations sur le site de l'[INSEE](#) par exemple ou bien dans des cabinets spécialisés. À l'issue de cette analyse, vous pourrez déterminer l'attractivité de votre secteur.

Maintenant, il faut identifier vos concurrents. Qui sont-ils ? Que font-ils ? L'analyse concurrentielle permet de vous positionner par rapport à vos concurrents.

Avant dernière étape de votre étude de marché, l'Unique Selling Proposition (UPS) vous permet de définir votre positionnement commercial.

Qu'est-ce que cela veut dire ?

Votre positionnement doit être différent de celui de vos concurrents (Unique), correspondre à votre étude qualitative et donc ce qu'attendent vos potentiels consommateurs (Selling) et être attractif (Proposition).



Pour la dernière étape de votre étude, il s'agit de quantifier l'intérêt de vos **potentiels consommateurs** pour votre projet. Il faudra donc réaliser une étude quantitative.

Tout comme l'étude qualitative, il faudra vous adresser à un panel de consommateurs. Cela peut passer par des enquêtes, du démarchage téléphonique et à l'heure du digital, vous pouvez utiliser les réseaux sociaux et le mailing pour quantifier l'intérêt qu'ont ces consommateurs pour votre offre.

À cette étude, peut s'ajouter le PESTEL et le SWOT qui vont permettre d'aller en profondeur sur les opportunités qui s'offrent à vous sur le marché.

Le **PESTEL** permettra d'apporter une vision macro-économique par rapport à votre offre.

Ce PESTEL se compose d'une analyse du marché :

- Politique
- Economique
- Sociale
- Technologique
- Ecologique
- Légale

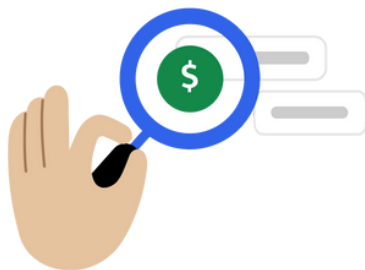
Le **SWOT** quant à lui, offre une vision micro-économique. Il vous permet de dégager les forces, faiblesses, opportunités et menaces qui se tiennent face à votre projet.

Stratégie

L'étude de marché faite, vous pouvez maintenant en dégager une analyse qui pourra vous permettre d'apporter votre vision du marché.

Cette analyse définira votre stratégie :

- **L'avantage concurrentiel** : finalement qu'est-ce qui vous différencie de vos concurrents ? Ici, vous devez simplement remettre en avant les éléments qui définissent votre positionnement et qui vous distinguent de vos concurrents.
- **Le prix** : quel est votre positionnement en termes de prix ? Pourquoi ? Savez-vous comment définir vos prix sur votre marché ?



- **Plan commercial** : il va s'agir d'exposer votre stratégie commerciale afin de démontrer la faisabilité de votre projet. Comment allez-vous vendre votre produit ? Et comment comptez-vous le promouvoir ?
- **Les étapes de développement** : comme son nom l'indique, cette partie consiste à présenter vos objectifs sur les prochains mois.

Préparez votre ouverture avec la caisse SumUp !

En savoir plus



3

Votre entreprise

Structure de votre entreprise

Une fois la partie projet et produit passée, il faut maintenant parler de votre entreprise en tant qu'entité juridique, fiscale et sociale.

Concernant le choix de votre statut juridique, ce ne sont pas les possibilités qui manquent ! Cela dépendra du nombre de fondateurs qui constituent le corps directionnel. Si vous êtes seul aux commandes de votre affaire, l'option d'une entreprise individuelle devient évidente ; tandis que si vous êtes plusieurs, différents choix s'offrent à vous (SARL, EURL, etc.). Pour cette dernière option, cela dépendra de la façon dont vous souhaitez partager vos responsabilités.

Présentation de l'équipe

Qui sont les membres qui constituent l'équipe au moment de la création de votre entreprise ?



Dans cette partie, vous pouvez vous présenter ainsi que vos associés et autres membres que vous avez déjà réussis à rassembler pour constituer votre entreprise.

Vous pouvez axer la présentation de l'équipe sur différents points : carrière, rôle au sein de l'entreprise, ce qu'ils apportent à votre projet...

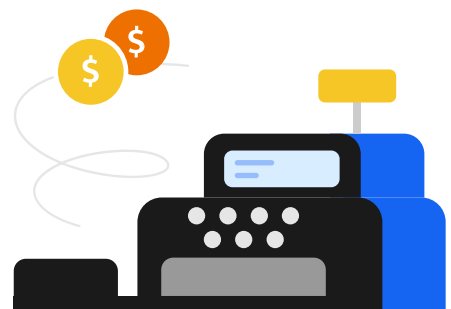
Ce plan personnel, vous permet aussi de présenter vos prévisions en terme d'équipe sur le long terme. Quelles sont vos attentes en termes de recrutement ? Quels seront les coûts alloués à chaque recrutement ?

4 Prévisions financières

C'est peut-être la partie la plus importante de votre business plan ! N'hésitez pas à vous entourer d'un comptable ou en tout cas, quelqu'un qui pourrait vous aider afin de ne manquer aucun point. Le plan financier permet de prouver la rentabilité et surtout de déterminer la viabilité de votre projet. Il se compose de 6 parties :

1. Le plan de financement initial

Il vous permet de définir les capitaux nécessaires au lancement de votre projet. Il va mettre en avant vos besoins d'investissement et ressources de financement.



2. Le compte de résultat prévisionnel

Il vous permet de définir le montant de recettes nécessaire à couvrir les charges entraînées par les charges humaines, matérielles et financières (salaires, équipement, marketing, site internet).

3. Le plan de trésorerie

Cette partie consiste à savoir si les recettes touchées sur votre première année pourront faire face en permanence aux dépenses faites sur cette même période. Il mettra en avant l'équilibre et déséquilibre entre vos encaissements et décaissements.

4. Le plan de financement à 3 ans

Ce plan vous permet d'anticiper vos besoins en financement, possibles en fonction d'hypothèses de croissance qui doivent être réalistes.

5. Le besoin en fond de roulement (ou BFR)

Représente le montant que vous devez financer pour couvrir le besoin résultant du décalage de votre flux de trésorerie (dépenses/recettes).

6. Le seuil de rentabilité et le point mort

Le seuil de rentabilité détermine le chiffre d'affaires optimal à réaliser sur votre première année pour atteindre votre point d'équilibre, le point mort (total des charges = total des produits).

Et après ?

Après avoir vu en détails ce qu'est un business plan, à quoi il sert et ce qu'il comporte, nous vous proposons quelques astuces pour apporter une valeur ajoutée au business plan de votre entreprise. Elle vous permettra de vous démarquer et de marquer les esprits au-delà même de votre projet.

1 La forme du business plan

Comme vous avez pu le voir dans notre deuxième partie sur la construction d'un business plan, ce document est plutôt conséquent. Votre but final est de réussir à convaincre de potentiels investisseurs de croire en votre projet. Alors pour le rendre la lecture plus dynamique, il peut être intéressant, d'ajouter une touche d'esthétisme à votre business plan.

Une fois, votre business plan rédigé, posez-vous la question suivante : est-ce qu'au premier regard, mon business plan donne envie d'être lu ?

Sur la forme, "le business plan idéal" devrait faire **20 à 30 pages**, grand maximum !



C'est plus agréable à la lecture et cela permet de délivrer les informations essentielles. Vous pouvez le styliser en utilisant différents outils qui pourront mettre en valeur votre business plan : PowerPoint, Canva par exemple.

N'hésitez pas à illustrer vos propos. Par exemple, si vous avez une idée de votre commerce idéal, vous pouvez très bien partager des maquettes présentant la disposition de vos produits, pour un commerce, vous pouvez mettre en avant des produits qui feront la spécificité de votre entreprise.

Plus votre business plan est illustré, plus cela peut permettre à vos potentiels investisseurs de se projeter dans quelque chose de concret.

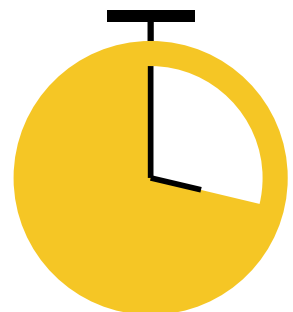
Utilisez des phrases accrocheuses et tournures de phrases dynamiques qui ne rendront pas la lecture monotone.

Enfin, si vous disposez déjà d'un logo et d'une charte graphique, pensez à les mettre en avant sur l'ensemble de votre document. Votre business plan doit être à l'image de votre entreprise.

2 Le pitch de présentation

Vous n'aviez tout de même pas cru que la construction d'un business plan s'arrêterait uniquement à la rédaction ! Bien au contraire ! Une fois le business plan de votre entreprise rédigé, mis en forme, imprimé et relié, il faut ensuite le présenter.

Le fameux "pitch" est un moment déterminant pour votre projet, voire capital. C'est un moment que vous devez préparer en amont avec beaucoup de rigueur car vous aurez très peu de temps pour convaincre vos futurs investisseurs !



En reprenant le business plan de votre commerce, vous devez en dégager les points essentiels. Présenter en quelques mots, l'objet de votre projet, le marché sur lequel vous souhaitez vous implanter et votre plan de financement ne s'improvise pas. Il faut que vous puissiez en sortir les points forts de chacun de ces aspects.

Lors de cette présentation, vous allez devoir revêtir le rôle de commercial car votre but est clairement de vendre votre projet et surtout un besoin. Il faut donc un discours clair, simple, dynamique, précis mais surtout mémorable. Montrez que vous connaissez les opportunités qui s'offrent à vous sur le marché en question, que vous avez une vision.

Transmettez votre passion.

Votre projet devient au fil de sa concrétisation comme un enfant que l'on fait grandir. Soyez fier de votre projet et montrer que vous savez ce que vous faites, comment vous le faites et où vous souhaitez aller.

Tout d'abord, posez le **problème** :

Quel est le ou les besoins de votre client ? Ensuite, expliquez à travers ce problème, l'opportunité qui s'est offerte à vous sur le marché.

Proposez votre **solution** :

Qu'est-ce que vous souhaitez apporter à ce marché, quelle est votre valeur ajoutée pour votre client ? Ensuite, vous pouvez entrer dans les détails en expliquant ce que vous souhaitez mettre en place, comment et quand.

Enfin, présentez-vous, votre entreprise et les étapes de votre construction : où en êtes-vous, pourquoi sollicitez-vous l'aide d'investisseurs ? De quel montant avez-vous besoin ? Quelle va en être le retour sur investissements pour eux ?

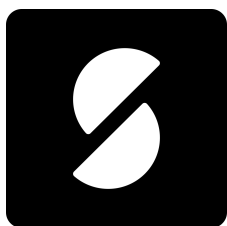
Ainsi, vous aurez abordé de manière efficace, les points essentiels de votre business plan, tout en étant succinct.

Les **30 premières secondes** de votre pitch sont importantes. Une bonne entrée en la matière permettra de positionner vos potentiels investisseurs sur ce qu'il les attend par la suite. Un discours qui commence par une voix tremblotante ne mettra pas les investisseurs en confiance tandis qu'un discours enjoué, une blague, une mise en situation, les mettra beaucoup plus à l'aise.



Enfin, pensez aussi à soigner la présentation que vous montrerez aux investisseurs. Elle doit être à l'image du business plan de votre commerce (couleurs, logo, police) : dynamique, esthétique et claire.

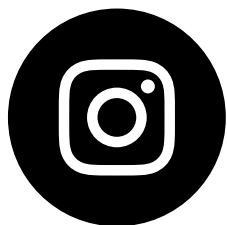
On reste en **contact** ?



[Sumup.fr](https://sumup.fr)



[Facebook](https://facebook.com)



[Instagram](https://instagram.com)



[Youtube](https://youtube.com)

