

Guide de planification des affaires



**Société d'aide au développement des collectivités
North Claybelt**

**50a, avenue McPherson, C.P. 24
Kapuskasing (Ontario) P5N 2Y1
705. 337. 1407
888. 289. 4233
www.northclaybelt.com**

PLAN D'AFFAIRES

Éléments de base de la planification d'affaires

Définition d'un plan d'affaires

Un plan d'affaires est un survol écrit de vos activités d'entreprise, de ce que vous souhaitez accomplir en étant en affaires et comment vous comptez organiser vos ressources pour atteindre ces objectifs.

Il s'agit d'une feuille de route qui indique la direction que vous voulez donner à votre entreprise, les étapes à franchir pour y parvenir et où vous en serez lorsque vous atteindrez vos objectifs de départ. Le plan d'affaires aide à éliminer la confusion et l'inconnu qui peuvent survenir lorsque vous ne mettez pas sur papier vos pensées, vos intentions et les fruits de vos recherches.

C'est aussi un aperçu de la disponibilité et de l'utilisation des fonds de l'entreprise, de son personnel de direction et des salariés, de ses produits ou services, de sa stratégie de marché, etc.

Que vous soyez déjà en activité ou que vous veniez de démarrer une petite entreprise, un plan d'affaires bien rédigé peut vous aider à atteindre vos objectifs de façon efficace.

Rédigez un plan d'affaires, utilisez-le et mettez-le à jour! À mesure que votre entreprise croît, l'environnement change et vous devez tenir compte de cette nouvelle réalité.

Objectifs du plan d'affaires

- Il vous oblige à bien réfléchir à votre idée d'entreprise.
- Il vous aide à juger et à évaluer une idée d'affaires (plus c'est planifié, moins c'est risqué).
- Il fait ressortir les aspects où vous aurez besoin d'aide ou d'être mieux renseigné.
- Il organise et présente les renseignements sur votre entreprise pour que vous puissiez progresser de façon logique, sans vous égarer.
- Il renforce le sentiment de confiance en soi.
- Il réduit les risques d'oublis et d'erreurs.
- Il organise les idées pour bien les communiquer aux autres.
- Il augmente les chances de réussite de votre entreprise une fois qu'elle est établie.
- Il vous aide à vous concentrer sur l'évolution que vous souhaitez pour votre entreprise.
- Il vous aide à obtenir le financement nécessaire.

PLAN D'AFFAIRES

Éléments de base de la planification d'affaires

Glossaire : plan d'affaires

Vous trouverez les termes suivants dans ce guide d'accompagnement. En voici les définitions.

- **Fonds propres**

Capital investi dans l'entreprise par ses propriétaires. Vous pouvez augmenter les fonds propres de votre entreprise en investissant davantage de votre propre argent, en trouvant des investisseurs qui sont prêts à risquer leur argent ou en réinvestissant les bénéfices de l'entreprise.

- **Fonds de roulement :**

Il s'agit de vos besoins monétaires réels ou prévus pour vos activités à court terme. Les besoins en fonds de roulement sont souvent couverts par des prêts d'exploitation ou des marges de crédit auprès des institutions financières.

- **Marché**

Ensemble de la clientèle potentielle qui partage un besoin ou un désir particulier. Ce marché pourrait être disposé à s'engager dans un échange pour combler à ce besoin ou ce désir ou en avoir la capacité.

- **Segmentation du marché**

Division d'un marché en groupe d'acheteurs potentiels avec des besoins, des caractéristiques ou des comportements distincts, qui pourraient nécessiter leurs propres produits ou publicités.

- **Marché cible**

Groupe d'acheteurs qui partage des besoins ou des caractéristiques et que l'entreprise décide de servir.

- **Marketing :**

Action de fixer un prix, de promouvoir et de vendre des produits ou services par le biais de la publicité.

- **Stratégie de marketing :**

« Plan de match » marketing par lequel l'entreprise espère atteindre ses objectifs de marketing.

PLAN D'AFFAIRES

Partie 1

Sommaire de l'entreprise

Nom de l'entreprise : _____

Nom(s) du (des) propriétaire(s) : _____

Adresse commerciale : _____

Téléphone : _____ Télécopieur : _____

Courriel : _____

L'entreprise est-elle nouvelle ou existe-t-elle déjà? Indiquez sa date de création, le cas échéant.

Nature : Décrivez brièvement les services ou les produits fournis par votre entreprise.

Besoins du marché : Décrivez les besoins du marché et comment votre entreprise y répondra.

Aperçu du projet : Décrivez brièvement le projet. Décrivez le matériel qui sera acheté, installé ou prêt pour démarrer le projet.

Contexte du projet : Expliquez pourquoi vous lancez ce projet.

Capacité de production : Quelle quantité de biens peut produire votre entreprise en une journée?

PLAN D'AFFAIRES

Partie 1

Sommaire de l'entreprise

Gestion : Avez-vous déjà été le propriétaire d'une entreprise? Précisez.

Gestion : Quelles sont vos compétences réelles?

Questions légales : Veuillez remplir celles qui s'appliquent.

	Numéro	Date (JJ/MM/AAAA)
<i>Principal permis d'entreprise</i>		
<i>Numéro de constitution en société</i>		
<i>Numéro d'entreprise (ARC)</i>		
<i>CSPAAT (WSIB)</i>		
<i>Fin d'année financière</i>		

Acteurs principaux : Énumérez les fournisseurs et les distributeurs, ainsi que tout partenaire.

	Fournisseur/Partenaire	Détails
1		
2		
3		
4		
5		

Conseillers professionnels : Veuillez les énumérer.

	Nom	Numéro de téléphone	Coût annuel estimé
<i>Comptable/ Tenue de livres</i>			\$
<i>Avocat</i>			\$
<i>Courtier d'assurances</i>			\$
<i>Banquier</i>			\$

PLAN D'AFFAIRES

Partie 2

Stratégie de marché

Type d'industrie : Décrivez le secteur d'activité dans lequel vous serez actif (p. ex. : commerce de détail, foresterie, tourisme).

État de l'industrie : L'industrie est-elle en croissance, stable, en déclin? Quels sont les tendances et les défis de cette industrie?

Croissance du marché : Comment pourriez-vous élargir votre marché cible?

Zone cible : Dans quelle région êtes-vous actif? Selon le plus récent recensement, quelle est la population de cette région? À quoi ressemble-t-elle?

Marché cible : Quelles sont les caractéristiques de votre client type? S'agit-il d'une personne (âge, éducation), d'une entreprise ou d'une organisation?

Profil de la clientèle : Que veut votre clientèle? Comment répondez-vous à ce besoin?

Fréquence d'achat : Quel est le total moyen d'une transaction? À quelle fréquence chacun des clients fera des achats (p. ex. : semaine, mois, saison)?

PLAN D'AFFAIRES

Partie 2

Stratégie de marché

Mode d'achat : Votre clientèle recherche-t-elle le meilleur prix ou achète-t-elle de manière impulsive? Paie-t-elle comptant ou par carte de crédit?

Raisonnement d'achat : S'agit-il d'un achat de base, impulsif ou de luxe?

Il est important d'observer attentivement votre concurrence. Tout le monde a des concurrents et il est important de ne pas les sous-estimer. Il vous sera très utile de vous tenir au courant : qui est en concurrence avec vous? Que fait votre concurrence? Cela vous encouragera à être proactif plutôt que réactif.

Liste de la concurrence : Qui constitue votre concurrence? Où se trouvent ces entreprises et depuis quand sont-elles en affaires?

Part du marché : Votre projet entrera-t-il en concurrence directe avec une entreprise existante de la région? Quelle est votre part de marché potentielle (%)?

PLAN D'AFFAIRES

Partie 2

Stratégie de marché

Effectuez une analyse de votre concurrence et de votre entreprise. D'abord, déterminez les forces et les faiblesses de votre entreprise et celles de votre concurrence en vous basant sur les critères suivants :

- capacité à satisfaire les besoins de la clientèle
- réputation et image de l'entreprise
- qualité des produits ou du service
- service à la clientèle
- emplacement
- personnel clé
- ressources financières
- prix
- technologie employée
- canaux de distribution

Comparaison : Veuillez remplir le formulaire suivant et identifier chacun de vos concurrents.

	Description	Forces	Faiblesses
<i>Votre entreprise</i>			
<i>Concurrent 1</i>			
<i>Concurrent 2</i>			
<i>Concurrent 3</i>			
<i>Concurrent 4</i>			

Opportunités et menaces : Après avoir comparé votre entreprise à sa concurrence, de quelles occasions pourriez-vous profiter? Quelles menaces pourraient peser sur votre entreprise?

PLAN D'AFFAIRES

Partie 3

Ventes et marketing

Position sur le marché : En quoi vous démarquerez-vous de votre concurrence (image, qualité, prix...)?

Sources de médias : Quelles activités promotionnelles entreprendrez-vous (p. ex. : radio, médias sociaux, commerce électronique, salons, brochures)?

Fréquence de la publicité : Quand et à quelle fréquence allez-vous mener des activités de marketing?

Budget promotionnel : Quel est votre budget mensuel pour la publicité (en \$)?

Stratégie de tarification : Comment comptez-vous fixer les prix, tout en restant compétitif?

Emplacement de l'entreprise : L'emplacement de votre entreprise vous donne-t-il de la visibilité?

Comptes clients : Fournirez-vous à votre clientèle des factures à payer dans un certain délai? Précisez ce délai, le cas échéant.

0 jour	<input type="text" value="0 %"/>	30 jours	<input type="text" value="0 %"/>	60 jours	<input type="text" value="0 %"/>
15 jours	<input type="text" value="0 %"/>	45 jours	<input type="text" value="0 %"/>	90 jours	<input type="text" value="0 %"/>

PLAN D'AFFAIRES

Partie 4

Exploitation

Emplacement : Pourquoi avez-vous choisi cet emplacement?

Location ou propriété : si vous êtes locataire, quelles sont les conditions du bail? Si vous êtes propriétaire, avez-vous une hypothèque sur la propriété? Veuillez fournir la documentation qui s'y rapporte.

Heures d'ouverture : Veuillez inscrire vos heures d'ouverture.

	Ouverture	Fermeture
<i>Lundi</i>		
<i>Mardi</i>		
<i>Mercredi</i>		
<i>Jeudi</i>		
<i>Vendredi</i>		
<i>Samedi</i>		
<i>Dimanche</i>		

Légalités : Identifiez les questions juridiques et réglementaires qui doivent être traitées. Quand et comment obtiendrez-vous les documents pertinents?

Obtenu	À obtenir	
		Licence d'exploitation spécifique au secteur
		Licence et permis municipaux
		Inspection sanitaire
		Marques commerciales, droits d'auteur, brevets
		Licence d'importation/d'exportation
		Numéro de TVH
		CSPAAT (WSIB)
		Ententes contractuelles (p. ex. : partenariats, sous-traitants, etc.)
		Bail
		Autre. Précisez.

PLAN D'AFFAIRES

Partie 4

Exploitation

Assurance : De quel type d'assurance votre entreprise a-t-elle besoin? Avez-vous déjà une police d'assurance? Veuillez en fournir la preuve, le cas échéant.

Environnement : Votre projet d'entreprise a-t-il fait l'objet de tests environnementaux? Veuillez fournir les rapports, le cas échéant.

Équipement existant : Veuillez énumérer tout l'équipement que vous possédez déjà.

Quantité	Description de l'article	Année de fabrication	Année d'achat	Valeur actuelle estimée

**Veuillez joindre les caractéristiques techniques fournies par le fabricant, dans la mesure du possible.*

PLAN D'AFFAIRES

Partie 5

Plan de ressources humaines

Création et maintien d'emplois : Combien d'emplois ce projet va-t-il créer ou maintenir?

	Création	Maintien
<i>Plein temps</i>		
<i>Temps partiel</i>		
<i>Saisonnier</i>		
<i>Contractuel</i>		

Personnel : Veuillez identifier le personnel en place et ses rôles.

Poste	Rôle/tâches	Formation requise	Salaire horaire	Heures par semaine	Salaires par semaine	Avantages sociaux par semaine
<i>Propriétaire</i>					\$	0 \$
<i>Propriétaire</i>					\$	0 \$
<i>Employé-e</i>					\$	\$
<i>Employé-e</i>					\$	\$
<i>Employé-e</i>					\$	\$
<i>Employé-e</i>					\$	\$
<i>Employé-e</i>					\$	\$
				TOTAL	\$	\$

**N'oubliez pas que les propriétaires d'entreprise peuvent recevoir une ristourne plutôt qu'un salaire et ne paient pas d'assurance-emploi, de CSPAAT ni de Régime de pensions du Canada toutes les deux semaines comme un salarié.*

PLAN D'AFFAIRES

Partie 6

Évaluation des risques

Risques externes potentiels : Sur quelles situations potentielles votre entreprise a peu ou pas de contrôle (p. ex. : augmentation des frais d'expédition, effondrement du marché)?

Risques internes potentiels : Au sein même de votre organisation, quelles situations pourraient survenir et avoir une incidence sur votre capacité à faire des affaires (p. ex. : ressources financières, matérielles, humaines et physiques)?

Minimiser les risques : Quels plans avez-vous établis au cas où ces risques deviendraient des problèmes réels pour votre entreprise?

Plan de contingence : Si votre entreprise est en situation d'échec, quel type de stratégie de sortie a été envisagé?

PLAN D'AFFAIRES

Partie 7

Plan d'action

Plan d'action : Déterminez un plan d'action pour les trois prochaines années.

Objectif	Action/Activité	Calendrier	Statut

Mesurabilité : Comment mesurerez-vous votre succès?

PLAN D'AFFAIRES

Partie 8

Informations financières

Coûts de démarrage : Veuillez énumérer les coûts de démarrage de votre projet.

Coûts fixes	Prix	Quantité
Terrain	- \$	
Bâtiment	- \$	
Inspections du bâtiment	- \$	
Véhicule	- \$	
Améliorations apportées à l'emplacement	- \$	
Publicité	- \$	
Applications informatiques	- \$	
Licences et permis	- \$	
Frais légaux	- \$	
Site Web	- \$	
Point de vente	- \$	
Installation de l'équipement	- \$	
Équipement (énumérez)	- \$	
	- \$	
	- \$	
	- \$	
	- \$	
	- \$	
	- \$	
	- \$	
	- \$	
	- \$	
	- \$	
	- \$	
	- \$	
	- \$	
	- \$	
	- \$	
	- \$	
	- \$	
	- \$	
	- \$	
	- \$	
TOTAL DES COÛTS DE DÉMARRAGE	- \$	

**Veuillez joindre des devis dans la mesure du possible.*

PLAN D'AFFAIRES

Partie 8

Informations financières

Sources de financement : Comment comptez-vous financer ce projet?

Source de financement	Montant
Institution financière	\$-
North Claybelt	\$-
Financement fédéral	\$-
Financement provincial	\$-
Investissement du propriétaire	\$-
Contribution en nature du propriétaire	\$-
Autre financement	\$-
TOTAL	\$-

*Il est essentiel que vous fournissiez des états financiers qui appuieront et justifieront les informations contenues dans votre plan d'affaires. Tous les demandeurs doivent soumettre **une projection de trésorerie sur trois ans, mois par mois**. Les entreprises existantes doivent en plus soumettre un historique des états, notamment les **états des résultats** et les **bilans pour les trois dernières années**.*

Projections des flux de trésorerie : qu'est-ce que c'est?

*Ce document permet de suivre les mouvements de trésorerie de l'entreprise au fil du temps. Ce document indique : les liquidités disponibles au début de la période (y compris les investissements personnels et les prêts utilisés pour les opérations transactionnelles), **plus** les liquidités reçues pendant cette période (p. ex. : les ventes de produits et services), **moins** l'argent dépensé, ce qui donne les liquidités disponibles à la fin de la période. N'oubliez pas que ce document ne reflète que les transactions opérationnelles quotidiennes, pas les coûts de démarrage, déjà énumérés dans ce plan d'affaires.*

Si l'entreprise débourse plus d'argent qu'elle n'en reçoit, elle risque de se retrouver à court de liquidités et de ne pas pouvoir payer les factures à échéance.

Pratiquement tous les coûts associés à votre entreprise entreront dans l'une de ces deux catégories :

Coûts fixes : *Ces coûts restent les mêmes, quel que soit le niveau d'activité (ventes en dollars ou unités vendues). Par exemple : le loyer, l'assurance, les communications, les taxes municipales, les permis municipaux, le remboursement d'un prêt...*

Coûts variables : *Ces coûts changent proportionnellement au niveau d'activité (ventes en dollars ou unités vendues). Par exemple : les salaires, les services publics, le coût des marchandises vendues, le carburant...*