

Comment réussir un plan d'affaire (business plan)

Ecrire un plan d'affaire est une étape stratégique de la création d'une entreprise. Il permet d'affirmer que le projet d'affaire a toutes les chances de réussir. Ainsi on peut convaincre partenaires, banquiers et soi-même du bien-fondé de son idée.

La plupart des entreprises échouent dès les premières années de leur activité. Plusieurs raisons expliquent l'échec : produit inadapté, pas de clientèle, personnel incompetent, pas de fond de roulement. Cependant la raison la plus commune est l'erreur sur la définition de l'objectif et sur les mesures destinées à l'atteindre. Définir avec précision l'objectif, planifier les différentes étapes pour le réaliser sont indispensables pour réussir. C'est l'objet du plan d'affaire (business plan).

Voici une série d'éléments à prendre en compte dans un plan d'affaire :

1 : Pourquoi créez-vous une entreprise ?

Vous êtes le seul à savoir pourquoi vous vous lancez dans cette aventure. Et tout simplement vous êtes le seul à savoir quel est votre projet. L'écriture permet de l'affiner, de le corriger, de l'adapter, et de le faire savoir aux employés et aux partenaires. Il permet surtout de l'avoir toujours en tête, de penser et d'agir en fonction de la mission que vous vous êtes fixée, et ainsi de l'atteindre.

2 : Fixez les objectifs

Quels seront les objectifs à court (moins d'un an), moyen (1 à 3) ans et long terme (plus de 3 ans) ? Combien de revenus l'affaire va-t-elle générer ? Quels seront les coûts ? Combien d'employés sont nécessaires ? Combien de clients avez-vous besoin ? Sur quelles zones les produits seront-ils produits puis vendus ? Les réponses à ces questions sont les objectifs à atteindre pour réussir le projet.

3 : Étudiez le marché

Est-ce que quelqu'un propose déjà le même produit ou service ? Le plan d'affaire dresse un tableau de la compétition, les offres, les prix, les tendances actuelles et futures du marché. Le marché va-t-il croître ou faiblir, dans quelle proportion ? L'étude de marché sert aussi à déterminer le chiffre d'affaire et la marge des concurrents. Ainsi la connaissance des autres permet de mieux se connaître et de fixer ses limites objectivement.

4 : Connaître les clients

Comprendre pourquoi le client achète est la clé du succès. Il existe beaucoup de facteurs expliquant la décision d'achat et beaucoup plus expliquant pourquoi le client n'achète pas. Les identifier permet de répondre à son attente et de le satisfaire. Cela permet aussi d'identifier ses forces et ses faiblesses.

5 : Quelle est la proposition unique de vente ?

Qu'est-ce que le produit ou service a de différent par rapport aux autres sur le marché ? Quelle est la raison pour laquelle le client va l'acheter ? C'est peut-être parce qu'il est moins cher, plus complet, plus facile à utiliser, plus robuste, etc. La réponse à ces deux questions constitue la proposition unique de vente. C'est le message qu'il faudra faire passer aux banquiers, aux partenaires et aux clients.

6 : Définir le plan marketing

Le plan marketing définit la forme du produit, son prix, l'endroit où il est vendu, les modalités de livraison, la façon dont il est vendu. Dans le plan marketing on retrouve également le nombre de produits vendus, la marge dégagée. Enfin, on présente la stratégie de développement du produit ou service afin d'atteindre les objectifs fixés.

7 : Définir le plan de communication

Il s'agit de détailler la façon dont vous allez faire connaître le produit ou service auprès de la clientèle cible. Utilisez-vous la

télévision, Internet, la presse écrite, le marketing direct ? ou une combinaison de ces supports.

8 : Passez à l'action

C'est évidemment l'étape décisive. La meilleure des préparations ne rapporte pas un centime si les actes ne concrétisent pas les idées. L'objectif ne sera pas atteint en un jour. Action après action, travail après travail, vente après vente, l'objectif se rapproche. Peut être, après une meilleure connaissance du marché, du produit ou de vous même, le plan d'affaire devra être actualisé. Il est toujours en évolution, tout comme votre entreprise.

Au sujet de l'auteur

[Webmaster-Gratuit](http://www.webmaster-gratuit.com) est un site proposant du contenu gratuit à utiliser sur tout site Web. Webmaster-Gratuit est un répertoire d'articles généralistes: <http://www.webmaster-gratuit.com>

Source: <http://www.webmaster-gratuit.com>