



Le Business Plan de ma mini-entreprise

Nom de la mini-Entreprise :

Pourquoi ce dossier ?

Quand on présente sa mini-entreprise aux actionnaires, il est très intéressant de leur expliquer votre projet en tant que tel et non de procéder à une suite d'allocutions des différents départements durant lesquelles vous récitez le contenu du guide du jeune entrepreneur.

Avec ce dossier, vous allez construire la présentation de votre mini-entreprise pas à pas et ainsi :

- Eviter de réciter le contenu du guide du jeune entrepreneur
- Eviter d'avoir le même discours que les autres mini-entreprises
- Vous permettre de rédiger un dossier de présentation de votre projet à vos actionnaires
- Vous donner une ligne de conduite claire pour votre Assemblée Générale
- Vous permettre de fixer vos objectifs

En gros..... VOUS DIFFERENCIER !

Comment procéder ?

Organisez une réunion spécifique sur l'Assemblée Générale avec les membres de votre mini-entreprise. Répartissez-vous le travail et essayez de compléter les différentes rubriques reprises ci-dessous.

I. L'équipe

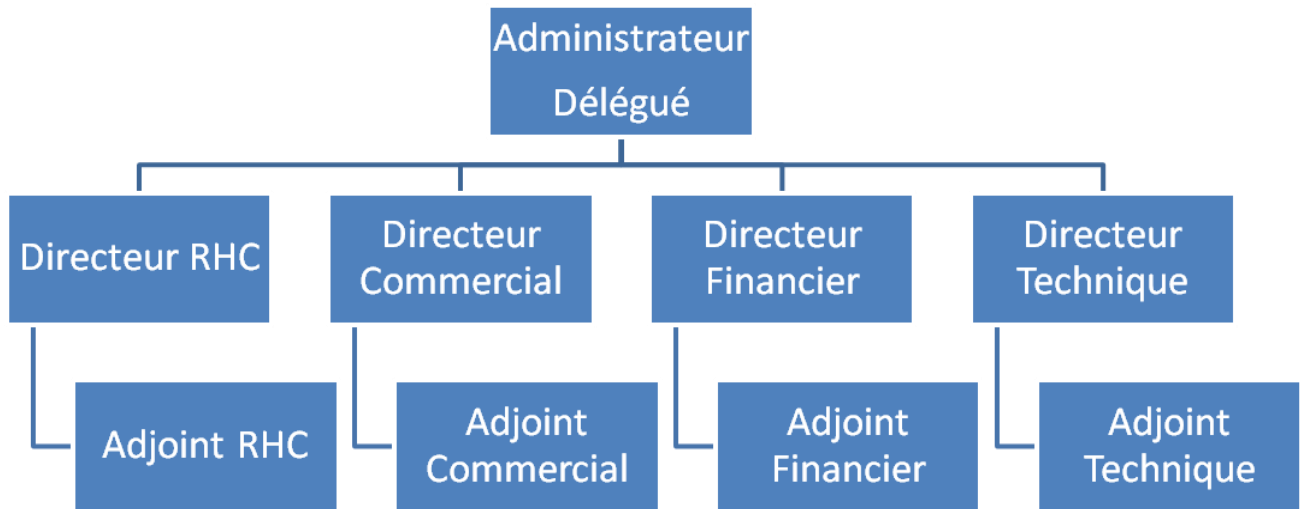
Afin de présenter aux actionnaires la manière dont vous vous êtes organisés, il est utile de présenter la structure de la mini-entreprise.

Présentez un organigramme lisible et clair à vos actionnaires ! Consultez à cet effet la **fiche n°8** du guide du jeune entrepreneur qui vous explique ce que c'est.

*Si vous souhaitez des exemples, consultez **la fiche ressource n° 103** sur le site www.lje.be:*

=> Boîtes à Outils Mini-Entreprises => 3. Les Outils en ligne / Fiches ressources.

Exemple :



II. Le projet

A) Décrivez la problématique, son origine, et pourquoi cette idée-ci plus particulièrement ?

.....

.....

.....

.....

Pour rappel, la problématique c'est le problème auquel on s'attaque. Par exemple : Les boissons en canettes perdent le pétillant et il est impossible de les reboucher une fois ouvertes

B) Le produit/le service

▪ **Décrivez le produit et/ou service**

.....

.....

.....

▪ **Justifiez le choix de votre produit et/ou service**

.....

.....

.....

C) Le Marché

▪ **S'agit-il d'un marché :**

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Local | <input type="checkbox"/> Existant |
| <input type="checkbox"/> Régional | <input type="checkbox"/> En développement |
| <input type="checkbox"/> National | <input type="checkbox"/> A créer |
| <input type="checkbox"/> International | |

▪ **La concurrence (directe et indirecte) ¹:**

Les concurrents directs	Description des concurrents directs	Les points faibles et points forts des concurrents directs

Les concurrents indirects	Description des concurrents indirects	Les points faibles et points forts des concurrents indirects

▪ **La clientèle**

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Particuliers | <input type="checkbox"/> Associations |
| <input type="checkbox"/> Entreprises | <input type="checkbox"/> Autres (à définir) |
| <input type="checkbox"/> Collectivités | |

¹ La concurrence directe est constituée de l'ensemble des entreprises proposant un produit ou service similaire au vôtre. Par exemple, pour une compagnie de taxis, la concurrence directe est celle constituée par les autres compagnies de taxi alors que la concurrence indirecte est constituée des autres solutions de transport (les transports en commun).

▪ **Description de la clientèle visée**

Si ce sont des particuliers (zone géographique, âge, catégorie socioprofessionnelle, etc.) :

.....
.....
.....

Si ce sont des entreprises (Type d'entreprise, secteur d'activité,...)

.....
.....
.....

▪ **Pourquoi cibler cette clientèle ?**

.....
.....
.....

D) Les moyens

La manière dont vous allez vous approvisionner intéresse généralement vos actionnaires ! Expliquez le choix de vos fournisseurs, la manière dont vous les avez sélectionnés et les raisons pour lesquelles vous les avez sélectionnés.

Le tableau ci-dessous vous permettra de préparer ces choix :

➤ **Les matières premières**

Les fournisseurs	Produit ou service fourni

➤ **Les moyens matériels**

Dénomination	Achat ou prêt ?

E) La stratégie /le positionnement de votre structure

- **Quels produits pour quel type de clientèle ?**

.....

.....

.....

- **Comment toucher les clients (Point de vente direct, revendeurs, vente par internet, plate-forme mobile, etc.) ?**

.....

.....

.....

- **Quel argumentaire de vente ? quel est votre « plus » ?**

.....

.....

.....

F) La stratégie de communication

- **Quelle est votre stratégie suivie en matière de communication (flyers, cartes de visite, sites internet ...) ?**

.....

.....

.....

- **Avez-vous déjà des pistes concernant votre identité visuelle (logo...)**

.....

.....

.....

III. Les aspects financiers

L'aspect financier n'est pas à négliger ! Vos actionnaires ont investi dans votre projet pour vous soutenir mais aussi dans l'espoir d'obtenir une partie des bénéfices.

Il est donc vivement conseillé de préciser les éléments suivants :

- Prix de revient
- Prix de vente
- Bénéfice net estimé
- Dividende de l'action
- Valeur finale de l'action
- Seuil de rentabilité

Conseils :

- Le fichier RENTAB sous Excel vous permet de calculer vos estimations
- Pour la présentation orale, ne détaillez pas les chiffres
- Pour le rapport écrit, mettez les détails chiffrés de vos estimations

IV. Les perspectives

Il s'agit de faire une analyse SWOT de votre projet et dont les lettres veulent dire :

- **S**trengths (Forces)
- **W**eakness (Faiblesses)
- **O**pportunities (Opportunités)
- **T**hreats (Menaces)

Des explications utiles sur cette analyse se trouvent dans la fiche n°21 du guide de la mini-entreprise.

Des exemples se trouvent dans la fiche ressource n°113 sur le site www.lje.be

=> Boîtes à Outils Mini-Entreprises => 3. Les Outils en ligne / Fiches Ressources

Points forts - - - - -	Faiblesses / Pistes d'amélioration - - - - -
Opportunités - - - - -	Menaces - - - - -

- **Pistes d'amélioration / Stratégies pour anticiper les menaces :**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

▪ Conclusion

Rappelez brièvement les points essentiels de votre projet afin que les actionnaires se souviennent bien de ceux-ci.

Si vous avez décidé de faire une mini-entreprise à finalité sociale, n'oubliez pas de présenter l'association que vous souhaitez soutenir, d'expliquer les raisons de ce choix et d'effectuer un vote après les questions/réponses des actionnaires.

Profitez –en pour remercier toutes les personnes qui vous aident durant cette magnifique aventure !

Conseils

1. Réalisez un dossier écrit de votre assemblée.
Cela permettra :
 - aux actionnaires : avoir une version écrite de votre projet
 - pour vous : un dossier reprenant vos objectifs de départ
2. Si vous vous souhaitez remettre un dossier écrit à vos actionnaires, ne vous contentez pas de leur remettre une copie du présent document car vous répondez simplement à des questions. Rédigez-en un qui sera agréable à lire pour votre public !
3. Ne négligez aucun aspect abordé dans ce document ! Cela nuirait à la cohérence de la présentation de votre projet.
4. Ce dossier vous sera très utile pour atteindre les critères requis des indices de qualité.
5. Ne lisez pas ce dossier en public !
Vous risquez :
 - d'être monotones lors de la présentation
 - de dépasser le temps de parole imparti : 10 minutes MAXIMUM

Ce document a été inspiré d'un dossier créé par EPA Nord-Pas de Calais.

