

Plan d'affaires

(modèle)

Dans le cadre du programme

Entreprise-École

[le nom de l'entreprise]

Préparé par :

[nom des membres des l'équipe JELR]

Suggestion : Mettre un logo ou une photo!

[date]

Table des matières

Table des matières	2
Sommaire exécutif	3
SECTION A	3
SECTION A	4
Présentation de l'entreprise	4
L'analyse de marché	6
SECTION B	7
1. Segments de marché	7
2. Proposition de valeur	8
3. Canaux de distribution	8
4. Relations client	9
5. Flux de revenus	11
6. Activités clés	12
7. Ressources clés	15
8. Partenaires	18
9. Structure de coûts	20
SECTION C	23
L'évaluation des impacts de votre projet	23

Sommaire exécutif

Dans cette section, vous devez résumer votre projet d'affaires! Il est important qu'un lecteur puisse comprendre votre projet avec quelques mots-clés.

Le nom de l'entreprise JELR	[Recyclage de vêtement ABC]
Le groupe promoteur	[Max, Véro, Charles et Claudie]
Le secteur d'activité	[Exemple : la récupération]
Les produits offerts	[Résumé des produits offerts]
Segments de marché (Voir section B-1)	[Résumé du marché qui sera ciblé et ses principales caractéristiques]
Structure de coûts (Voir section B-9)	Facturation JELR [x\$] Frais variables (Selon les objectifs) [x\$] Salaires [x\$] Publicité et promotion [x\$] Autres coûts [x\$] Total _____ \$
Flux de revenus (Voir section B-5)	Vente d'actions [x\$] Commandites [x\$] Total _____ \$
Les prévisions financières	Revenus de vente (Selon les objectifs) [x\$] Capitale [x\$] Autres revenus [x\$] Moins (frais fixes + frais variables) [x\$] Total _____ \$ (Surplus/déficit)
Évaluation des impacts de votre projet (Voir section C)	[expliquez sommairement les retombées de votre projet sur votre communauté ainsi que sur les membres de votre équipe]

PSST!

Le sommaire résume votre projet d'affaires. Certaines sections peuvent être difficiles à répondre au départ. N'hésitez pas à compléter votre plan d'affaires et à revenir au sommaire par la suite pour y ajouter les éléments manquants. Attention : il est important qu'une personne puisse comprendre votre projet d'affaires en lisant cette seule page. Clarté et concision sont de mise!

SECTION A

Présentation de l'entreprise

Information générale

Nom de l'entreprise :	
Courriel :	
Site Web/Facebook :	
Personne contact et fonction :	
Année de fondation :	
Nom de l'école :	

Le logo de l'entreprise

Numérisez votre logo et l'insérer ici!

La mission de l'entreprise

La mission d'entreprise est un court texte (deux ou trois lignes) définissant la raison d'être de l'entreprise ou ses objectifs fondamentaux. En d'autres termes, ce qu'elle fait et comment elle le fait.

Les valeurs de l'entreprise

Les valeurs d'entreprise sont le résultat de l'histoire de l'entreprise et fondent son identité, sa culture. Les valeurs promues par l'entreprise peuvent cependant évoluer afin de tendre vers la vision établie. Choisissez 5 valeurs qui seront mises de l'avant dans votre entreprise.

L'échéancier de réalisation

Présentez ici les grandes étapes qui mèneront votre projet vers le succès! Vous pouvez indiquer une date précise si c'est nécessaire ou une période de temps, pour la production ou la vente par exemple.

Étape	Échéancier (date de finalisation)
Remue-méninges (produits potentiels)	
Étude de marché	
Sélection finale du produit	
Statuts et règlements de l'entreprise	
Élections	
Financement	
Élaboration du plan d'affaires	Novembre
Production	
Ventes	
Liquidation	
Bilan	Début mai
Autre	
a.	
b.	
c.	

Dates importantes :

Période 1	Début de l'année au 31 décembre
Période 2	1 ^{er} janvier à la relâche
Période 3	Relâche au 1 ^{er} mai

L'analyse de marché

En début de processus, vous avez effectué une petite enquête afin de connaître les besoins des consommateurs et évaluer leur intérêt pour différents produits que vous souhaitez commercialiser. Si vous n'avez réalisé aucune étude de marché, il faut vous y mettre! Celle-ci vous permettra de répondre à plusieurs questions dans les autres sections du plan d'affaires.

Présentez votre démarche et les résultats obtenus.

SECTION B

Le Modèle d'affaires

Les sections suivantes vous permettront de bien décrire votre entreprise et ses différentes facettes. Il est important de répondre à chacune de ces sections avec soin.

« Un modèle d'affaires décrit les principes selon lesquels une organisation crée, délivre et capture de la valeur. »

- Osterwalter et Pigneur, Business Model Generation 2010

Psst!

Ça ira mieux en séparant la tâche entre les différents départements de votre entreprise étudiante. Par contre, il est primordial de communiquer entre vous afin de vous assurer de la cohérence de votre projet d'affaires.

1. Segments de marché

Les segments de marché rassemblent les personnes à qui vous souhaitez offrir vos produits. Mieux vous connaîtrez votre clientèle, plus il vous sera facile d'avoir un produit qui répondra à leurs besoins.

Décrivez les clients pour qui vous fabriquez vos produits. Qui sont-ils? Quelles sont leurs caractéristiques (démographie : âge, genre, lieu de résidence, habitudes de vie, loisirs, etc.)

Qui seront vos premiers clients?

Que recherchent-ils?

Quelles sont leurs valeurs?

2. Proposition de valeur

Qu'allez-vous offrir à votre clientèle ciblée?

Décrivez votre produit en détail : couleur, forme, taille, poids, emballage, ses éléments distinctifs, etc. Une personne qui ne connaît pas votre produit doit être capable de se le représenter.

À quel besoin votre produit répond-il?

Quels sont les bénéfices de votre produit?

Qu'est-ce qui pousse le client à choisir ce que vous lui offrez?

Psst!

Une photo de votre produit serait une bonne idée...!

3. Canaux de distribution

**Comment allez-vous distribuer vos produits? Avez-vous des distributeurs?
Participerez-vous à des foires? Avez-vous une fenêtre de vente en ligne?**

Quelles sont les étapes du processus d'achat de votre produit?

4. Relations client

Comment allez-vous attirer et fidéliser votre clientèle? Comment allez-vous la faire croître?

Pourquoi votre image de marque va attirer votre clientèle (Logo, nom d'entreprise)?

Quelles seront vos stratégies de communication et canaux de promotion?

La stratégie de mise en marché

La stratégie de mise en marché compte quatre grands éléments : le Produit, le Prix, la Place et la Promotion. Indiquez toutes les actions que vous souhaitez faire qui touchent à la publicité, aux relations publiques, à la force de vente, etc. Dans cette section, indiquez à quelle tranche du marché s'appliqueront les moyens que vous aurez retenus. Exemple : Le marché visé d'un kiosque à l'école sont les élèves de 12 à 16 ans.

	Moyens retenus	Marché visé
Activités de promotion (p.ex. : rabais, concours)		
Activités de publicité (p. ex : annonces dans le journal de l'école, affiches, dépliants)		
Relations publiques (p. ex. : conférences de presse, activité de lancement, site web)		
Force de vente (vendeurs, représentants, etc.)		
Réseau de distribution (amis, parents, détaillants)		

5. Flux de revenus

Pour avoir du succès, votre produit doit avoir un prix qui soit avantageux autant pour votre entreprise que pour les consommateurs. Prenez le temps de calculer les coûts découlant de la fabrication du produit avant d'établir un prix de vente.

Quelles sont toutes les formes de revenus possibles?

Combien vos clients sont-ils prêts à payer?

Quel sera le prix de votre produit et pourquoi?

Combien d'actionnaires investissent dans votre projet?

Quel est votre montant de capital de départ?

6. Activités clés

Rêver son entreprise c'est bien, la planifier, c'est mieux!

Quels sont vos projets pour réaliser ce modèle d'affaires? Comment les mettez-vous en place? Décrivez chaque projet en terme de livrables et d'échéanciers.

Psst!

Vos activités clés doivent être liées aux autres sections de votre plan!

La planification de la production

Vous devez présenter les étapes de la production, le temps nécessaire à l'accomplissement de chacune de celle-ci et les équipements de production nécessaires à la réalisation de votre projet. Finalement, vous devrez établir vos objectifs de production.

Psst!

N'oubliez pas d'inclure des photos des étapes de production!

Les étapes de production

Inscrivez chaque étape nécessaire à la production d'une unité. Il vous sera plus facile de diviser les tâches entre les membres de la production pour un déroulement plus rapide. Si vous avez plus d'un produit, vous devez donner les étapes de fabrication pour chacun.

Étapes	Temps (min.)
1.	_____
2.	_____
3.	_____
4.	_____
5.	_____
6.	_____
7.	_____
8.	_____
9.	_____
10.	_____

Temps total pour confectionner une unité :

Les objectifs de production

Vous devez vous doter d'un objectif annuel de production. Ainsi, vous pourrez répartir la production en fonction du temps dont vous disposez. Faites attention à prévoir suffisamment de matière première lors de vos moments de production et veillez aussi à disposer de suffisamment de produits pour les grands événements, sans tomber dans l'excès : p.ex. : Les Marchés de Noël et la vente aux Galeries!

Objectif annuel de production de l'entreprise : _____ unités

(Le total de l'objectif annuel doit correspondre au total des 3 périodes!)

	Objectifs
Période 1	
Période 2	
Période 3	

Objectifs individuels

Selon le nombre de membres de votre JE et votre réseau de vendeurs, vous pouvez estimer le nombre de ventes individuelles nécessaires à l'atteinte de vos objectifs annuels

Objectifs de ventes par vendeur durant l'année

Seuil de rentabilité (a) (Unité)	
Nombre de vendeurs (b)	
Objectifs de ventes parvendeur (a÷b) (Unité)	

Objectifs de ventes par vendeur par semaine

Objectifs de ventes par vendeur (a) (Unité)	
Nombre de semaine de ventes (b)	
Objectifs de ventes par vendeur par semaine (a÷b) (Unité)	

7. Ressources clés

De quelles ressources avez-vous besoin pour réaliser ce projet d'entreprise?

L'équipe JE

Les promoteurs d'un projet doivent établir leur crédibilité. Présenter ici les membres de votre équipe en parlant, par exemple, des qualités et des forces que chacun des membres apportera au projet. Indiquez également le poste de la personne. Vous pouvez aussi inclure des exemples de réalisations personnelles en lien avec l'entrepreneuriat. Inclure des photos des dirigeants ainsi que de l'équipe près des textes.

EXEMPLE :



Marguerite Lafleur

VP Ressources humaines

Marguerite est une jeune femme dynamique et créative. Elle sait mettre à profit sa persévérance et son leadership afin de mener à bien ses projets les plus fous. Impliquée sur le comité du bal et sur le conseil étudiant, elle a collaboré à la mise sur pied des danses de financement qui se tiennent maintenant dans son école secondaire. Plus tard, elle souhaite démarrer une entreprise dans le domaine de l'aménagement floral.

Les objectifs personnels des administrateurs

Chaque administrateur doit se fixer des objectifs. Ces objectifs devront aider l'entreprise à performer le mieux possible à long terme. N'oubliez pas que chacun doit avoir des objectifs qui sont propres au poste qu'il occupe... mais ces objectifs doivent former un tout!

Poste	Objectifs	Date de réalisation souhaitée
Président (Nom)	1. 2. 3.	
Responsable des finances (Nom)	1. 2. 3.	
Responsable des TI (Nom)	1. 2. 3.	
Responsable de la production (Nom)	1. 2. 3.	
Responsable du marketing (Nom)	1. 2. 3.	
Ressources humaines (Nom)	1. 2. 3.	
Autre : (Noms)	1. 2. 3.	

PSST !

Fixez des objectifs SMART.

- *Spécifiques* : Est-ce suffisamment précis?
- *Mesurables* : Pouvez-vous les quantifier?
- *Appropriés* : Est-ce que tout le monde comprend l'importance de l'objectif?
- *Réalistes* : Est-ce atteignable?
- *Temporels* : Dans combien de temps?

Gestion des ressources humaines

Indiquez ici le nombre de membres au sein de votre équipe. Indiquer aussi comment vous allez gérer l'horaire et le travail de chacun.

La gestion des conflits et la motivation des troupes

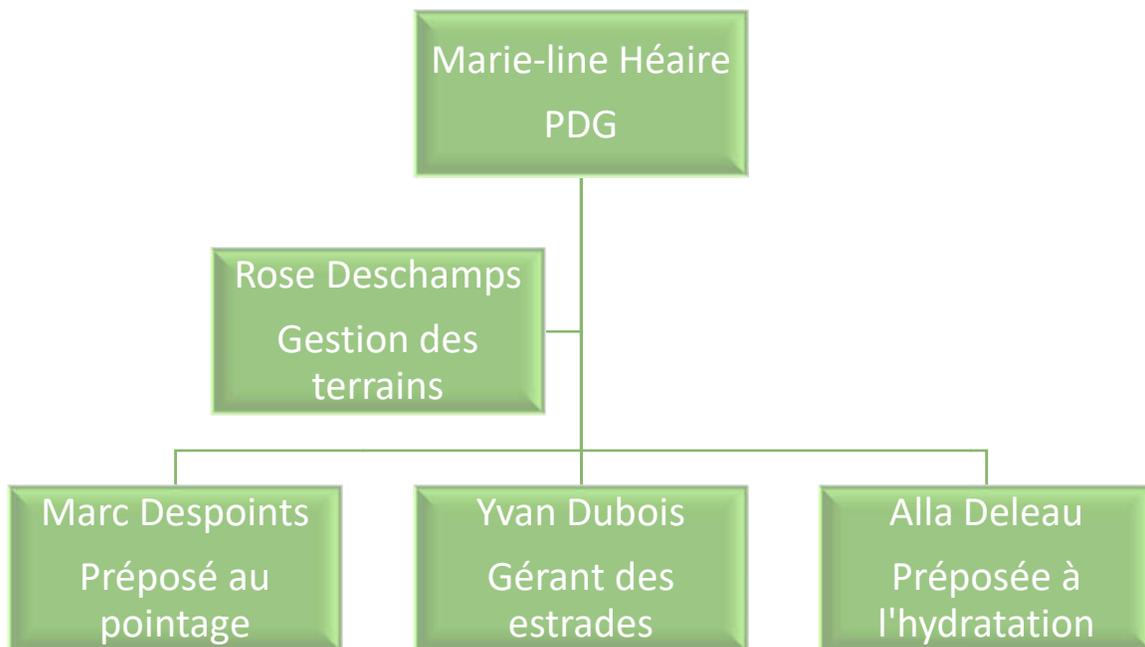
Indiquez de quelles façons vous allez vous y prendre afin de gérer les conflits et motiver l'équipe lors des moments plus difficiles. Identifiez ici les règlements qui guideront la conduite des membres de l'entreprise.

L'Organigramme

Faites un schéma complet de tous les employés et administrateurs avec leurs postes respectifs

Exemple :

Tournoi international de croquet Organigramme



8. Partenaires

Pour réussir en affaires, il est primordial de savoir bien s'entourer.

Qui sont les partenaires, fournisseurs, collaborateurs et autres ressources externes dont vous avez besoin et qui ont un impact direct sur votre capacité à réaliser votre projet d'affaires?

Qui sont vos compétiteurs?

Quelles sont les options alternatives pour le client?

Comment pouvez-vous tirer avantage de votre compétition?

9. Structure de coûts

Le calcul des frais fixes, des frais variables et du seuil de rentabilité sont des éléments ESSENTIELS au succès de toute entreprise. Il est important de prendre le temps de les calculer avec soin. N'oubliez pas de consulter les autres départements de l'entreprise pour vous assurer de prendre tous les coûts en compte. Cela vous permettra de maximiser vos chances d'avoir une entreprise profitable.

Quels sont les coûts les plus importants pour réaliser votre projet d'affaires?

Les coûts variables unitaires

Cette section a une importance majeure dans votre projet. Elle vous permettra de déterminer le prix de vente idéal de votre produit en plus de vous aider à planifier la production en établissant le nombre de produits qui seront nécessaires à l'atteinte de votre seuil de rentabilité. Listez chaque élément de matières premières qui entre dans la fabrication du produit (N'oubliez pas de compter l'emballage), ainsi que son coût unitaire correspondant. Utilisez (ou ajoutez) les autres colonnes si vous avez plus d'un produit ou si vous en avez différents formats.

Matériaux	Coûts		
	Produit 1	Produit 2	Produit 3
<i>a. Chandail</i>	10\$	10\$	
<i>b. Fermeture éclair</i>	2\$		
<i>c. Imprimé</i>		3,50\$	
d.			
e.			
Total partiel des coûts variables unitaires			
Multipliez ce coût par un pourcentage de perte (p.ex. : 10 %)			
Total des coûts variables unitaires			

Psst!

Si un matériel est utilisé seulement pour un produit, laissez libre la case associées au matériau pour les autres produits.

N'hésitez pas à ajouter des lignes au besoin! 😊

Les coûts fixes

En plus de la facturation Jeunes Entreprises, votre entreprise devra assumer certains frais fixes. Les frais fixes sont des frais qui ne dépendent pas du nombre d'unités que vous allez produire. Exemple : la publicité, etc. Si vous devez acheter de l'équipement qui sert à la confection de plusieurs unités de votre produit, vous pouvez l'inclure dans vos frais fixes. Pensez aussi à prévoir des frais de location d'équipement (ni nécessaire) et des frais de réparation d'équipement.

	Montant
Facturation Jeunes Entreprises	325\$
Salaires et commissions	
Publicité et promotion	
Frais bancaires	inclus
Autres coûts : a. b. c. d.	

Comment pouvez-vous optimiser les coûts?

Étude du seuil de rentabilité

Selon le prix de vente que vous aurez déterminé, calculez le seuil de rentabilité, c'est-à-dire le nombre d'unités à produire avant de commencer à faire du profit. Vous pouvez, si vous le souhaitez, calculer le seuil de rentabilité selon différents prix de vente.

		Prix d'essai 1	Prix d'essai 2
Prix de vente au détail par unité	a		
Taxe de vente JE (TVJE =15%)	b		
Salaire	c		
Coûts variables unitaires	d		
Bénéfice brut par unité (a - b - c - d = e)	e		
Coûts fixes totaux	f		
Seuil de rentabilité (f ÷ par e)	g		

Rémunération

Expliquez ici le plan de rémunération au sein de votre entreprise. (Pour plus d'information, consultez l'article VIII des Statuts de l'entreprise.)

Le conseil d'administration devra déterminer les salaires à être versés. Il est préférable de comptabiliser les heures travaillées en les inscrivant au bilan dans *salaires à payer*.

Il est à noter que les salaires sont calculés à chaque période, mais qu'ils seront versés à la fin de l'année, seulement si l'entreprise réalise un bénéfice.

Nom + titre	Nombre d'heures (ou semaines) prévues	Salaire	TOTAL

**N'oubliez pas de transmettre ces montants au VP Finances!

SECTION C

L'évaluation des impacts de votre projet

Il est de plus en plus important qu'une entreprise évalue les impacts de ses activités sur son milieu. Vous devez ici défendre les valeurs qui formeront le cœur de votre projet!

Quels sont les impacts de votre projet sur l'environnement (positifs et négatifs) ?

Quels sont les impacts de votre projet sur les gens qui vous entourent (amis, élèves, parents, voisins, etc.)?

Avez-vous pensé à intégrer la notion de développement durable au sein de votre projet? Si oui, comment? Si non, que pouvez-vous améliorer pour l'inclure?**

****Définition**

Développement durable : un développement qui répond aux besoins d'aujourd'hui sans compromettre la capacité des générations futures de répondre aux leurs. Il s'appuie sur une vision à long terme qui prend en compte le caractère indissociable des dimensions environnementale, sociale et économique des activités de développement.