

Contenu du business plan

- **Présentation du projet, genèse, les hommes**
 - genèse issue de la rencontre des hommes et d'une opportunité de marché.
 - Préciser les produits, services et technologies à développer qui répondent à une demande solvable bien formalisée
 - l'environnement économique du projet et les facteurs favorables
 - expérience et complémentarité des hommes
 - connaissance des métiers et des marchés
 - les premiers acquis
 - le mode opératoire souple et évolutif
 - le planning des opérations
- **L'offre : produits, services et technologies**
 - Présentation physique et fonctionnelle de l'offre
 - présenter la chaîne de valeur dans laquelle s'insère l'offre
 - Gamme de produits
 - présenter les bénéfiques utilisateurs et les avantages par rapport à la concurrence
 - présenter les technologies mises en œuvre
 - Faire un schéma modélisant l'offre
 - Premiers résultats obtenus, développements en cours et travaux restants à réaliser
 - Planning des développements, coûts, durée, objectifs...
 - la propriété industrielle: brevet, collaboration, transfert de technologie...
- **Le marché**
 - présenter l'environnement économique au sens large : le secteur dans lequel va évoluer l'entreprise: tendance, caractéristiques, taille, croissance, cycle, dynamique, barrière...
 - Le marché: qui est le client final, segmentation, taille, croissance, typologie des clients, clés d'accès au marché, habitudes commerciales, processus d'achats...

- L'environnement concurrentiel: identification des principaux clients au niveau France et international, forces/faiblesses. Faire un mapping. Identifier les groupes stratégiques.
 - Montre l'opportunité de marché dans ce contexte.
 - Identifier les avantages concurrentiels de l'entreprise
 - Mettre en évidence les éléments d'environnement ayant un impact majeur potentiel sur l'activité.
- **Éléments de segmentation stratégique :**
 - Rassembler les ressemblances et les différences entre les acteurs d'un même ensemble:
 - segmentation stratégique = ensemble d'acteurs ayant des caractéristiques communes en termes concurrentiels: position, cibles, savoir-faire, offre...: permet *segmentation de la concurrence*
 - segmentation marketing: ensemble d'acteurs ayant les mêmes comportements d'achat. Permet d'identifier les couples produit/marché et d'établir une *segmentation de la clientèle*.
- **Éléments d'analyse stratégique :**
 - Analyse interne: forces/faiblesses de l'entreprise par rapport aux exigences du marché
 - Analyse externe: opportunités/risques: caractéristiques de l'environnement actuelles ou prévisibles susceptibles de constituer une opportunité ou une menace pour le devenir de l'entreprise.
- **Faire tableau de synthèse pour chaque domaine d'activités stratégiques de l'entreprise. (produit, marché, process/savoir-faire)**
- **Évaluation des forces concurrentielles de l'entreprise (Porter) :**
 - Concurrence directe
 - Pouvoir de négociation des clients
 - Pouvoir de négociation des fournisseurs
 - Produits de substitution
 - Nouveaux entrants

- **Stratégie globale de l'entreprise :**
 - Le métier de l'entreprise: résumer la spécialité et les spécificités de l'entreprise en terme de savoir faire, de clientèle ...
 - Vocation et ambition: déclaration stratégique: objectifs en terme de CA, de parts de marché...
 - Vision de l'entreprise à 5 ans et positionnement dans l'univers précédemment décrit.
 - Modes de développement privilégiés et grandes étapes de la période. (milestones)
 - Nature et niveau de contribution de chaque segment ciblé au développement.

- **Stratégie opérationnelle de l'entreprise :**
 - Plan de R&D lié au développement de l'offre
 - Processus d'industrialisation, de production et de livraison (sous- traitance, investissement, fournisseurs...)
 - Plan marketing et commercial: couple produits/marché, nature de l'offre, pricing, modes de distribution, plan de communication, démarche commerciale, moyens à mettre en œuvre, partenariats...
 - Le business model: à décrire sous forme de schéma et commentaires.
 - Objectifs en terme de volume, de prix, de marge. (définition des unités d'œuvre pertinente)
 - Organisation: juridique, humaine, plan de recrutement...
 - Schématiser le timing de l'ensemble de ces opérations.