

BUSINESS PLAN PROFESSIONNEL

[NOM DE VOTRE ENTREPRISE]

[Mois et Année]

Préparé par :

[Votre Nom]

[Fonction]

[Adresse]

[Téléphone]

[Email]

[Site Web]

DOCUMENT CONFIDENTIEL

Ce document contient des informations confidentielles et exclusives concernant [Nom de l'entreprise]. Il est fourni uniquement à des fins d'information. Vous ne pouvez pas utiliser, reproduire ou divulguer tout ou partie de ce document sans le consentement écrit préalable de [Nom de l'entreprise].

Table des matières

1. Résumé exécutif
2. Présentation de l'entreprise
3. Analyse du secteur et du marché
4. Analyse de la clientèle
5. Analyse concurrentielle
6. Produits et services
7. Stratégie marketing et commerciale
8. Plan opérationnel
9. Organisation et équipe dirigeante
10. Plan financier
11. Demande de financement
12. Annexes

1. Résumé exécutif

Le résumé exécutif constitue la synthèse de votre business plan. Il doit être rédigé en dernier mais apparaître en premier, car il sera probablement la seule section lue par certains investisseurs ou partenaires[cite:1][cite:2].

Présentation du projet

Nom de l'entreprise : [À remplir]

Secteur d'activité : [À remplir]

Localisation : [À remplir]

Date de création : [À remplir]

Problème identifié et solution proposée

Problème : [Décrire le problème que rencontre votre clientèle cible]

Solution : [Expliquer comment votre produit ou service résout ce problème]

Proposition de valeur unique : [Ce qui vous différencie de la concurrence]

Opportunité de marché

Taille du marché : [Indiquer la taille du marché addressable]

Tendances du secteur : [Résumer les tendances favorables]

Segments cibles : [Identifier vos segments de clientèle prioritaires]

Objectifs stratégiques

Objectifs à 12 mois :

- [Objectif 1]
- [Objectif 2]
- [Objectif 3]

Objectifs à 3 ans :

- [Objectif 1]
- [Objectif 2]
- [Objectif 3]

Résumé financier

Chiffre d'affaires prévisionnel :

- Année 1 : [Montant]
- Année 2 : [Montant]
- Année 3 : [Montant]

Investissement initial nécessaire : [Montant total]

Financement recherché : [Montant demandé]

Utilisation des fonds :

- [Poste 1] : [Montant]
- [Poste 2] : [Montant]
- [Poste 3] : [Montant]

Seuil de rentabilité attendu : [Mois ou année]

Raisons du succès

- Raison 1 : Par exemple, équipe expérimentée dans le secteur
 - Raison 2 : Par exemple, technologie propriétaire ou innovation
 - Raison 3 : Par exemple, marché en forte croissance
 - Raison 4 : Par exemple, partenariats stratégiques confirmés
 - Raison 5 : Par exemple, positionnement unique sur le marché
-

2. Présentation de l'entreprise

Cette section présente l'identité de votre entreprise, sa mission, sa vision et son historique[cite:1][cite:2].

Profil de l'entreprise

Raison sociale : [Nom légal de l'entreprise]

Forme juridique : [SARL, SAS, SASU, auto-entrepreneur, etc.]

Capital social : [Montant]

Numéro SIRET : [À remplir si déjà enregistrée]

Adresse du siège social : [Adresse complète]

Date de création : [Date]

Gérant(s) / Président(s) : [Nom(s)]

Mission et vision

Mission : [Décrivez la raison d'être de votre entreprise, le problème qu'elle résout et pour qui]

Exemple : "Notre mission est d'offrir aux PME françaises des solutions de gestion comptable accessibles, automatisées et conformes à la réglementation, afin de leur faire gagner du temps et réduire leurs coûts administratifs."

Vision : [Décrivez où vous souhaitez voir votre entreprise dans 5 à 10 ans]

Exemple : "Devenir le leader européen des solutions comptables en ligne pour les TPE-PME d'ici 2030."

Valeurs : [Listez 3 à 5 valeurs fondamentales qui guident vos décisions]

Valeur 1 : Par exemple, transparence

Valeur 2 : Par exemple, innovation

Valeur 3 : Par exemple, service client

Valeur 4 : Par exemple, responsabilité environnementale

Historique et réalisations

Étapes clés :

Date : [Événement important, par exemple : création de l'entreprise]

Date : [Réalisation, par exemple : premier client signé]

Date : [Développement, par exemple : levée de fonds]

Date : [Expansion, par exemple : ouverture d'un second site]

Réalisations notables :

Réalisation 1

Réalisation 2

Réalisation 3

3. Analyse du secteur et du marché

Une analyse rigoureuse du marché démontre votre compréhension de l'environnement dans lequel vous opérez et renforce la crédibilité de votre projet[cite:1][cite:2].

Vue d'ensemble du secteur

- Secteur d'activité : [Définir précisément votre secteur]
- Taille du marché global : [Indiquer la valeur du marché en euros]
- Taux de croissance annuel : [Pourcentage de croissance]
- Stade de maturité : [Émergent, en croissance, mature, en déclin]

Tendances du marché

- Tendance 1 : [Décrire une tendance majeure et son impact sur votre activité]
- Tendance 2 : [Décrire une deuxième tendance]
- Tendance 3 : [Décrire une troisième tendance]

Segmentation du marché

Segment	Taille estimée	Caractéristiques
Segment 1	[Valeur]	[Description des caractéristiques du segment]
Segment 2	[Valeur]	[Description des caractéristiques du segment]
Segment 3	[Valeur]	[Description des caractéristiques du segment]

Table 1: Segmentation du marché cible

Opportunités et menaces

Opportunités :

- Opportunité 1 : Par exemple, demande croissante pour un produit innovant.
- Opportunité 2 : Par exemple, nouvelles réglementations favorables.
- Opportunité 3 : Par exemple, demande croissante pour des services personnalisés.

Menaces :

- Menace 1 : Par exemple, intensification de la concurrence.
- Menace 2 : Par exemple, ralentissement économique.
- Menace 3 : Par exemple, évolution réglementaire défavorable.

Barrières à l'entrée

- Barrière 1 : Par exemple, investissement initial élevé.
 - Barrière 2 : Par exemple, certifications requises.
 - Barrière 3 : Par exemple, notoriété des acteurs établis.
-

4. Analyse de la clientèle

Comprendre précisément qui sont vos clients, leurs besoins et leurs comportements d'achat est essentiel pour développer une stratégie efficace[cite:1][cite:2].

Profil du client cible

Client principal (Persona 1) :

Nom du persona : [Donner un nom fictif représentatif]

Caractéristiques démographiques :

- Âge : [Tranche d'âge]
- Sexe : [Répartition]
- Localisation : [Zone géographique]
- Niveau d'éducation : [Niveau]
- Profession : [Catégorie professionnelle]
- Revenu annuel : [Fourchette]

Caractéristiques comportementales :

- Habitudes d'achat : [Décrire]
- Canaux préférés : [Online, boutique physique, etc.]
- Sensibilité au prix : [Élevée, moyenne, faible]
- Fidélité à la marque : [Comportement]

Besoins et problématiques :

Besoin 1
Besoin 2
Besoin 3

Motivations d'achat :

Motivation 1
Motivation 2
Motivation 3

Client secondaire (Persona 2) :

[Répéter la structure ci-dessus pour un second profil client si pertinent]

Taille du marché adressable

Marché total adressable (TAM) : [Valeur totale du marché]

Marché disponible exploitable (SAM) : [Portion du marché que vous ciblez]

Marché réellement atteignable (SOM) : [Part de marché réaliste à court/moyen terme]

Processus de décision d'achat

1. **Prise de conscience :** [Comment le client identifie son besoin]
 2. **Recherche d'information :** [Où et comment le client recherche des solutions]
 3. **Évaluation des alternatives :** [Critères de comparaison utilisés]
 4. **Décision d'achat :** [Facteurs déclencheurs de l'achat]
 5. **Évaluation post-achat :** [Ce qui influence la satisfaction et la fidélité]
-

5. Analyse concurrentielle

L'analyse de la concurrence permet de positionner votre offre et d'identifier vos avantages distinctifs[cite:1][cite:2].

Concurrents directs

Concurrent	Forces	Faiblesses	Part de marché
[Nom 1]	[Forces principales]	[Faiblesses principales]	[Pourcentage]
[Nom 2]	[Forces principales]	[Faiblesses principales]	[Pourcentage]
[Nom 3]	[Forces principales]	[Faiblesses principales]	[Pourcentage]

Table 2: Analyse des concurrents directs

Concurrents indirects

- **[Nom concurrent indirect 1]** : [Description de la menace indirecte]
- **[Nom concurrent indirect 2]** : [Description de la menace indirecte]

Positionnement concurrentiel

Matrice de positionnement :

[Insérer une matrice positionnant votre entreprise et vos concurrents selon deux axes pertinents, par exemple : Prix (axe vertical) vs Qualité (axe horizontal)]

Avantages concurrentiels

Vos avantages concurrentiels doivent être défendables et difficiles à reproduire[cite:1][cite:2].

1. **[Avantage 1]** : [Décrire l'avantage et pourquoi il est durable]
2. **[Avantage 2]** : [Décrire l'avantage et pourquoi il est durable]
3. **[Avantage 3]** : [Décrire l'avantage et pourquoi il est durable]

Barrières à la reproduction :

Barrière 1 : Par exemple, brevet ou propriété intellectuelle
Barrière 2 : Par exemple, réseau de distribution exclusif
Barrière 3 : Par exemple, expertise technique rare

6. Produits et services

Cette section décrit en détail votre offre, ses caractéristiques, ses bénéfices et son évolution prévue[cite:1][cite:2].

Description de l'offre

Produit/Service principal :

Nom : [Nom du produit ou service]

Description : [Description détaillée de ce qu'il fait et comment il fonctionne]

Caractéristiques principales :

Caractéristique 1
Caractéristique 2
Caractéristique 3
Caractéristique 4

Bénéfices client :

Bénéfice 1 : Ce que le client gagne concrètement
Bénéfice 2
Bénéfice 3

Produits/Services complémentaires :

Produit/Service 2 : [Description courte]
Produit/Service 3 : [Description courte]

Cycle de vie du produit

Stade actuel : [Développement, lancement, croissance, maturité]

Durée de vie estimée : [Période]

Plan d'évolution :

Phase 1 : [Description des développements prévus]
Phase 2 : [Description des développements prévus]
Phase 3 : [Description des développements prévus]

Propriété intellectuelle

Brevets :

- [Brevet 1] : [Statut]
- [Brevet 2] : [Statut]

Marques déposées :

- [Marque 1] : [Statut]
- [Marque 2] : [Statut]

Autres protections :

- [Droits d'auteur, secrets commerciaux, etc.]

Fournisseurs et partenaires clés

Partenaire	Rôle	Termes du partenariat
[Nom 1]	[Description du rôle]	[Durée, conditions]
[Nom 2]	[Description du rôle]	[Durée, conditions]
[Nom 3]	[Description du rôle]	[Durée, conditions]

Table 3: Partenaires stratégiques

7. Stratégie marketing et commerciale

Votre stratégie marketing et commerciale détaille comment vous allez attirer, convertir et fidéliser vos clients[cite:1][cite:2].

Positionnement de marque

Promesse de marque : [Ce que votre marque promet à ses clients]

Personnalité de marque : [Adjectifs décrivant votre marque]

Territoire de marque : [Valeurs et univers de votre marque]

Stratégie de prix

Modèle de tarification : [Abonnement, prix fixe, freemium, prix variable, etc.]

Grille tarifaire :

Offre	Prix	Description
[Offre 1]	[Prix]	[Ce qui est inclus]
[Offre 2]	[Prix]	[Ce qui est inclus]
[Offre 3]	[Prix]	[Ce qui est inclus]

Table 4: Structure tarifaire

Positionnement prix : [Premium, milieu de gamme, entrée de gamme]

Justification : [Pourquoi ce niveau de prix est cohérent avec votre positionnement]

Stratégie d'acquisition

Canaux d'acquisition prioritaires :

- [Canal 1 : Par exemple, SEO et contenu organique]**
 - Budget alloué : [Montant]
 - Actions prévues : [Décrire]
 - Objectif : [KPI visé]
- [Canal 2 : Par exemple, publicité en ligne]**
 - Budget alloué : [Montant]
 - Plateformes : [Google Ads, Meta, LinkedIn, etc.]
 - Objectif : [KPI visé]
- [Canal 3 : Par exemple, partenariats et affiliation]**
 - Budget alloué : [Montant]
 - Actions prévues : [Décrire]
 - Objectif : [KPI visé]

Coût d'acquisition client (CAC) cible : [Montant]

Lifetime Value (LTV) estimée : [Montant]

Ratio LTV/CAC : [Ratio, idéalement > 3:1]

Stratégie de conversion

Tunnel de conversion :

- Prise de conscience** : [Actions pour générer l'intérêt]
- Considération** : [Actions pour nourrir les prospects]
- Décision** : [Actions pour déclencher l'achat]

4. **Action** : [Processus d'achat simplifié]

Outils de conversion :

- Outil 1 : Par exemple, landing pages optimisées
- Outil 2 : Par exemple, essai gratuit ou démo
- Outil 3 : Par exemple, contenu éducatif
- Outil 4 : Par exemple, témoignages et études de cas

Stratégie de fidélisation

Programme de fidélité : [Description du programme si applicable]

Actions de rétention :

- Action 1 : Par exemple, newsletter personnalisée
- Action 2 : Par exemple, service client premium
- Action 3 : Par exemple, offres exclusives pour clients existants
- Action 4 : Par exemple, programme de parrainage

Taux de rétention cible : [Pourcentage]

Stratégie d'upselling et cross-selling : [Description]

Communication et contenu

Ligne éditoriale : [Thèmes et ton de votre communication]

Canaux de communication :

- **Site web** : [Rôle et objectifs]
- **Réseaux sociaux** : [Plateformes prioritaires et stratégie]
- **Email marketing** : [Fréquence et contenu]
- **Relations presse** : [Approche et cibles]
- **Événements** : [Participation ou organisation]

Calendrier éditorial : [Fréquence de publication par canal]

8. Plan opérationnel

Le plan opérationnel décrit comment votre entreprise fonctionnera au quotidien pour délivrer ses produits ou services[cite:1][cite:2].

Processus opérationnels clés

Production/Développement :

- Processus 1 : Description du processus de production ou développement
- Processus 2 : Description du processus de développement
- Processus 3 : Description du processus de production

Gestion des commandes et logistique :

- Processus de réception des commandes
- Processus de préparation et expédition
- Gestion des stocks
- Retours et service après-vente

Service client :

- Canaux de support : [Email, téléphone, chat, etc.]

- Horaires de disponibilité : [Horaires]
- Temps de réponse cible : [Délai]
- Processus d'escalade : [Description]

Installations et équipements

Locaux :

- Type : [Bureau, atelier, entrepôt, etc.]
- Surface : [Superficie]
- Localisation : [Adresse]
- Statut : [Location, propriété]
- Loyer mensuel : [Montant si location]

Équipements nécessaires :

Équipement	Quantité	Coût unitaire
[Équipement 1]	[Nombre]	[Prix]
[Équipement 2]	[Nombre]	[Prix]
[Équipement 3]	[Nombre]	[Prix]

Table 5: Équipements nécessaires

Technologie et systèmes :

Logiciel 1 : Par exemple, CRM
Logiciel 2 : Par exemple, comptabilité
Logiciel 3 : Par exemple, gestion de projet
Infrastructure IT : Serveurs, cloud, etc.

Jalons et calendrier

Date cible	Jalon	Responsable
[Mois/Année]	[Description du jalon]	[Nom]
[Mois/Année]	[Description du jalon]	[Nom]
[Mois/Année]	[Description du jalon]	[Nom]
[Mois/Année]	[Description du jalon]	[Nom]
[Mois/Année]	[Description du jalon]	[Nom]

Table 6: Jalons opérationnels sur 12-18 mois

Indicateurs de performance (KPI)

KPI opérationnels :

- KPI 1 : [Métrique et cible]
- KPI 2 : [Métrique et cible]
- KPI 3 : [Métrique et cible]
- KPI 4 : [Métrique et cible]

Fréquence de suivi : [Hebdomadaire, mensuel, trimestriel]

9. Organisation et équipe dirigeante

La section organisation démontre que vous disposez de l'équipe et de la structure nécessaires pour exécuter votre plan[cite:1][cite:2].

Structure organisationnelle

Organigramme :

[Insérer un organigramme simple montrant la hiérarchie et les principaux départements]

Gouvernance :

- Forme de gouvernance : [Conseil d'administration, comité stratégique, etc.]
- Composition : [Membres et rôles]
- Fréquence des réunions : [Périodicité]

Équipe dirigeante

[Nom], [Fonction] :

Biographie :

[Parcours professionnel, formations, expériences pertinentes, réalisations notables]

Compétences clés :

- Compétence 1
- Compétence 2
- Compétence 3

Responsabilités :

[Description des responsabilités principales]

[Nom], [Fonction] :

[Répéter la structure ci-dessus pour chaque membre clé de l'équipe]

Besoins en recrutement

Postes à pourvoir à court terme (0-12 mois) :

Poste	Profil recherché	Date cible	Salaire annuel
[Poste 1]	[Description]	[Mois]	[Montant]
[Poste 2]	[Description]	[Mois]	[Montant]
[Poste 3]	[Description]	[Mois]	[Montant]

Table 7: Plan de recrutement

Postes à pourvoir à moyen terme (12-36 mois) :

- Poste 1 : [Description et timing]
- Poste 2 : [Description et timing]

Conseillers et partenaires

Conseil d'administration / Comité consultatif :

- **[Nom] :** [Fonction actuelle, expertise apportée]
- **[Nom] :** [Fonction actuelle, expertise apportée]
- **[Nom] :** [Fonction actuelle, expertise apportée]

Partenaires professionnels :

- **Expert-comptable :** [Nom du cabinet]
- **Avocat :** [Nom du cabinet]
- **Assureur :** [Nom de la compagnie]

- **Banque** : [Nom de l'établissement]

10. Plan financier

Le plan financier est crucial pour démontrer la viabilité économique de votre projet et votre capacité à générer de la rentabilité[cite:1][cite:2].

Hypothèses financières

Hypothèses de revenus :

- Prix moyen de vente : [Montant]
- Volume de ventes prévu :
 - Année 1 : [Nombre d'unités ou clients]
 - Année 2 : [Nombre d'unités ou clients]
 - Année 3 : [Nombre d'unités ou clients]
- Taux de croissance annuel : [Pourcentage]
- Saisonnalité : [Description si applicable]

Hypothèses de coûts :

- Coût de revient unitaire : [Montant]
- Marge brute cible : [Pourcentage]
- Charges fixes mensuelles : [Montant]
- Charges variables : [Pourcentage du CA]

Compte de résultat prévisionnel

	Année 1	Année 2	Année 3
Chiffre d'affaires	[Montant]	[Montant]	[Montant]
Coût des ventes	[Montant]	[Montant]	[Montant]
Marge brute	[Montant]	[Montant]	[Montant]
% marge brute	[XX%]	[XX%]	[XX%]
<i>Charges d'exploitation</i>			
Salaires et charges	[Montant]	[Montant]	[Montant]
Marketing et commercial	[Montant]	[Montant]	[Montant]
Loyers et charges	[Montant]	[Montant]	[Montant]
Autres charges	[Montant]	[Montant]	[Montant]
Total charges	[Montant]	[Montant]	[Montant]
EBITDA	[Montant]	[Montant]	[Montant]
Amortissements	[Montant]	[Montant]	[Montant]
Résultat d'exploitation	[Montant]	[Montant]	[Montant]
Charges financières	[Montant]	[Montant]	[Montant]
Résultat net	[Montant]	[Montant]	[Montant]

Table 8: Compte de résultat prévisionnel sur 3 ans (en euros)

Plan de trésorerie

	Année 1	Année 2	Année 3
Encaissements			
Ventes encaissées	[Montant]	[Montant]	[Montant]
Apports en capital	[Montant]	[Montant]	[Montant]
Emprunts	[Montant]	[Montant]	[Montant]
Total encaissements	[Montant]	[Montant]	[Montant]
Décaissements			
Achats et services	[Montant]	[Montant]	[Montant]
Salaires et charges	[Montant]	[Montant]	[Montant]
Investissements	[Montant]	[Montant]	[Montant]
Remboursements emprunts	[Montant]	[Montant]	[Montant]
Taxes et impôts	[Montant]	[Montant]	[Montant]
Total décaissements	[Montant]	[Montant]	[Montant]
Variation de trésorerie	[Montant]	[Montant]	[Montant]
Trésorerie début période	[Montant]	[Montant]	[Montant]
Trésorerie fin période	[Montant]	[Montant]	[Montant]

Table 9: Plan de trésorerie prévisionnel sur 3 ans (en euros)

Bilan prévisionnel

ACTIF	Année 1	Année 2	Année 3
<i>Actif immobilisé</i>			
Immobilisations	[Montant]	[Montant]	[Montant]
<i>Actif circulant</i>			
Stocks	[Montant]	[Montant]	[Montant]
Créances clients	[Montant]	[Montant]	[Montant]
Trésorerie	[Montant]	[Montant]	[Montant]
TOTAL ACTIF	[Montant]	[Montant]	[Montant]
PASSIF	Année 1	Année 2	Année 3
<i>Capitaux propres</i>			
Capital social	[Montant]	[Montant]	[Montant]
Résultat de l'exercice	[Montant]	[Montant]	[Montant]
<i>Dettes</i>			
Emprunts	[Montant]	[Montant]	[Montant]
Dettes fournisseurs	[Montant]	[Montant]	[Montant]
Autres dettes	[Montant]	[Montant]	[Montant]
TOTAL PASSIF	[Montant]	[Montant]	[Montant]

Table 10: Bilan prévisionnel simplifié sur 3 ans (en euros)

Analyse de rentabilité

Seuil de rentabilité :

- Chiffre d'affaires au point mort : [Montant]
- Mois d'atteinte du seuil : [Mois]
- Marge de sécurité (Année 3) : [Pourcentage]

Ratios financiers clés :

Ratio	Année 1	Année 2	Année 3
Taux de marge brute	[XX%]	[XX%]	[XX%]
Taux de marge nette	[XX%]	[XX%]	[XX%]
Ratio de liquidité	[Valeur]	[Valeur]	[Valeur]
Taux d'endettement	[XX%]	[XX%]	[XX%]
ROE (Return on Equity)	[XX%]	[XX%]	[XX%]

Table 11: Principaux ratios financiers

Analyse de sensibilité

Scénarios :

Scénario pessimiste :

- Hypothèse : [Par exemple, CA inférieur de 30%]
- Impact sur résultat net Année 1 : [Montant]
- Impact sur trésorerie : [Montant]

Scénario nominal :

- Hypothèses présentées dans les tableaux ci-dessus

Scénario optimiste :

- Hypothèse : [Par exemple, CA supérieur de 20%]
- Impact sur résultat net Année 1 : [Montant]
- Impact sur trésorerie : [Montant]

11. Demande de financement

Cette section précise vos besoins de financement et l'utilisation prévue des fonds[cite:1][cite:2].

Besoins de financement

Investissements initiaux :

Poste d'investissement	Montant
Locaux (aménagement, caution)	[Montant]
Équipements et matériel	[Montant]
Informatique et logiciels	[Montant]
Stock initial	[Montant]
Frais d'établissement	[Montant]
Communication et marketing de lancement	[Montant]
Frais juridiques et administratifs	[Montant]
Total investissements	[Montant]

Table 12: Détail des investissements initiaux

Besoin en fonds de roulement (BFR) :

- BFR initial : [Montant]
- Financement des premiers mois d'exploitation : [Montant]
- Trésorerie de sécurité : [Montant]

Total du besoin de financement : [Montant total]

Plan de financement

Sources de financement :

Source	Montant	Pourcentage
Apport personnel	[Montant]	[XX%]
Apports des associés	[Montant]	[XX%]
Emprunt bancaire demandé	[Montant]	[XX%]
Subventions et aides	[Montant]	[XX%]
Investisseurs / Business angels	[Montant]	[XX%]
Total financement	[Montant]	100%

Table 13: Plan de financement

Utilisation détaillée des fonds demandés

Financement demandé : [Montant]

Répartition :

- **Investissements productifs** ([XX%]) : [Montant]
Détail 1
Détail 2
- **Marketing et commercial** ([XX%]) : [Montant]
Détail 1
Détail 2
- **Recrutement et formation** ([XX%]) : [Montant]
- **Fonds de roulement** ([XX%]) : [Montant]
- **Autres** ([XX%]) : [Montant]

Conditions recherchées

Type de financement recherché : [Prêt bancaire, levée de fonds, mix]

Pour un emprunt bancaire :

- Montant souhaité : [Montant]
- Durée : [Nombre d'années]
- Taux souhaité : [Pourcentage]
- Garanties proposées : [Description]
- Différé de remboursement : [Durée si applicable]

Pour une levée de fonds :

- Montant recherché : [Montant]
- Part du capital cédée : [Pourcentage]
- Valorisation pré-money : [Montant]
- Type d'investisseurs recherchés : [Profil]

Stratégie de sortie ou de remboursement

Pour les investisseurs en capital :

- Horizon de sortie : [Nombre d'années]
- Options de sortie :
 - Option 1 : Par exemple, rachat par les fondateurs
 - Option 2 : Par exemple, revente à un groupe industriel
 - Option 3 : Par exemple, introduction en bourse
- Rendement attendu : [Multiple ou TRI cible]

Pour les prêteurs :

- Capacité de remboursement démontrée : [Référence aux projections]
- Sources de remboursement : [Cash-flow opérationnel, actifs, etc.]
- Garanties : [Description des garanties offertes]

12. Annexes

Les annexes contiennent tous les documents justificatifs et complémentaires qui appuient votre business plan[cite:1][cite:2].

Documents suggérés à inclure

1. **CV détaillés** des fondateurs et membres clés de l'équipe
2. **Études de marché** complètes ou extraits de rapports sectoriels
3. **Lettres d'intention** de clients potentiels ou partenaires
4. **Contrats** signés ou en négociation
5. **Devis** de fournisseurs pour les investissements
6. **Plans techniques** ou maquettes de produits
7. **Brevets** ou documents de propriété intellectuelle
8. **Prévisions financières détaillées** (mois par mois pour les 12-24 premiers mois)
9. **Tableaux de flux de trésorerie mensuels**
10. **Documents juridiques** : statuts, K-bis, registres, etc.
11. **Photographies** des produits, locaux, équipements
12. **Articles de presse** ou mentions médias
13. **Attestations** ou certifications
14. **Bail commercial** ou promesse de bail
15. **Organigramme détaillé**

Annexe A : CV de l'équipe dirigeante

[Insérer les CV détaillés]

Annexe B : Étude de marché détaillée

[Insérer l'étude de marché complète ou ses principaux extraits]

Annexe C : Lettres d'intention et témoignages

[Insérer les lettres d'intention de clients ou partenaires]

Annexe D : Documents financiers détaillés

[Insérer les tableaux financiers mensuels sur 24 mois]

Annexe E : Documents juridiques

[Insérer K-bis, statuts, contrats importants]

Annexe F : Documentation technique

[Insérer plans techniques, brevets, spécifications produits]

Annexe G : Visuels et supports marketing

[Insérer photos produits, mock-ups, brochures]

CONTACT

Pour toute question concernant ce business plan, merci de contacter :

[Nom]

[Fonction]

[Téléphone]

[Email]

Date de préparation : [Date]

Version : [Numéro de version]

FIN DU DOCUMENT