

Check-list: Ce que doit contenir un plan commercial professionnel

Le plan commercial est indispensable pour mener à bien un projet de création. Il aide à structurer l'idée commerciale, montre la direction à prendre pour l'entreprise et comment y parvenir, et constitue souvent la condition préalable au financement par les investisseuses et les investisseurs. La check-list suivante résume les éléments centraux d'un plan commercial professionnel:

Analyse

Concurrence	Quels sont nos principales concurrentes et nos principaux concurrents sur le marché (dont l'offre, la clientèle et le marché géographique concurrencent notre entreprise)?
SWOT (ou FFOM en français)	Quelles sont les forces (strengths) et les faiblesses (weaknesses) de notre projet? Quelles opportunités et possibilités (opportunities) et quels dangers et menaces (threats) le marché recèle-t-il?
Uniquement si vous avez déjà exercé une activité entrepreneuriale avec la même idée commerciale avant de monter votre projet (maximum trois années d'analyse):	
Investissements	Quels achats avons-nous effectués au cours des années d'analyse précédant la création et à quels coûts?
Rentabilité	Quels chiffres d'affaires avons-nous réalisés au cours des années d'analyse précédant la création?
Calcul d'analyse	Comment se présentent notre bilan et notre compte de résultat au cours des années d'analyse précédant la création?

Stratégie

Utilisatrices et utilisateurs du produit	Quels groupes cibles utiliseront notre produit ou notre prestation?
Marchés géographiques	Sur quels marchés géographiques opérons-nous?
Distribution	Par quels canaux de distribution commercialiserons-nous nos produits et nos prestations?

Mesures

Marketing	Quelles mesures de marketing prévoyons-nous pour les groupes de clientèle et les partenaires de marché définis?
Projets/Innovations	Quels projets et innovations prévoyons-nous dans le cadre du développement de l'entreprise?
Planification des ressources humaines	Quelle planification des ressources humaines prévoyons-nous sur la base des réflexions stratégiques?
Infrastructure	Quels investissements seront nécessaires dans les années à venir pour atteindre notre objectif stratégique?
Placements	Quels investissements à caractère d'amortissement sont nécessaires?

Comptes prévisionnels

Bilan/ Compte de résultat	Élaboration du bilan avec les actifs (actifs circulants, actifs immobilisés) et les passifs (fonds étrangers, fonds propres) et établissement du compte de résultat avec bénéfice net
Cash-flow prévisionnel	Présentation de la situation prévue en matière de liquidités pour les années de planification
Planification des liquidités 1 ^{re} année	Établissement de tous les paiements entrants et sortants planifiés au cours des 12 premiers mois (pour s'assurer que l'entreprise ne présente pas de problèmes de trésorerie et qu'elle puisse payer les factures à tout moment)
Chiffres clés	Extrait des principaux chiffres clés comme le chiffre d'affaires net, le cash-flow, l'état des liquidités, le degré d'indépendance sur la base du degré d'autofinancement ou du degré d'endettement, la rentabilité, le chiffre d'affaires par collaboratrice/collaborateur, le nombre de collaboratrices et de collaborateurs, etc. (Ces chiffres clés sont automatiquement tirés des chiffres saisis dans l'outil de plan commercial de l'IFJ et servent d'aperçu compact et de base de décision pour les investisseuses et les investisseurs.)
Évaluation de l'entreprise	Calcul de la valeur actuelle de l'entreprise selon la méthode d'évaluation choisie

Vous souhaitez connaître les erreurs à éviter en matière de planification financière?

Découvrez-les dans l'article de blog «[Élaborer un plan financier dans un plan commercial: comment éviter ces trois erreurs fréquentes](#)».

Management Summary

Idée commerciale	Quelle idée commerciale poursuivons-nous?
Vision/Position sur le marché	Quelle est notre vision et quelle position sur le marché visons-nous?
Prestations	Quelles prestations proposons-nous et comment nous positionnons-nous par rapport à la concurrence (brève description des produits/prestations)?
Avantages pour la clientèle	Quelle valeur ajoutée nos produits/prestations offrent-ils à la clientèle?
Protection / Barrières d'entrée pour la concurrence	Quelles mesures prenons-nous pour protéger notre propriété intellectuelle (p. ex. par le biais de brevets) et pour compliquer l'accès au marché pour la concurrence (p. ex. innovations en cours ou fidélisation élevée de la clientèle grâce à des prestations de service uniques)?
Forme juridique	Quelle forme juridique (p. ex. raison individuelle, Sàrl ou SA) choisissons-nous pour notre entreprise?
Réalisations	Quelles réalisations pertinentes pour le public cible du plan commercial (p. ex. les investisseuses et les investisseurs) avons-nous accomplies jusqu'à présent?
Jalons	Quels jalons voulons-nous atteindre et dans quel délai?
Demandes	Quelles demandes soumettons-nous p. ex. aux investisseuses et aux investisseurs?
Arguments	Quels sont les principaux arguments en faveur d'une collaboration avec nous ou d'un investissement dans notre entreprise (p. ex. mandats existants, garanties, etc.)?

Important: justifiez et étayez vos arguments dans le plan commercial de manière précise et compréhensible à l'aide de faits et de chiffres réalistes.

Un plan commercial convaincant grâce à l'outil de plan commercial de l'IFJ

Pour établir votre plan commercial dans les règles de l'art, pensez à l'outil de plan commercial de l'IFJ. Celui-ci vous guide pas à pas à travers tous les contenus pertinents, pose des questions appropriées, calcule automatiquement tous les chiffres clés et confère à votre plan une structure claire et compréhensible. Vous gagnez ainsi du temps, évitez les erreurs typiques et recevez un document qui convaincra également les investisseuses et les investisseurs.

→ [Accéder à l'outil de plan commercial de l'IFJ](#)