



**SOCIÉTÉ DE DÉVELOPPEMENT
PRESCOTT & RUSSELL
DEVELOPMENT CORPORATION**



GUIDE

PLAN D'AFFAIRES

Financé par :
Agence fédérale de développement
économique pour le Sud de l'Ontario



Table des matières

Bienvenue	03
Un plan de qualité	04
Être entrepreneur	05
Structure d'entreprise	06
Sommaire exécutif	08
Options d'affaires	09
Marché cible	11
Plan de marketing	12
Analyse de la concurrence	14
Exigences et lois	15
Plan de gestion et personnel	16
Demandez aux experts	17
Stratégie financière	18
Finances	19
Conseils	20
Notes	21



Bienvenue

Ce GUIDE DE PLAN D'AFFAIRES est conçu pour fournir un aperçu et un modèle des informations qui devraient être incluses dans votre plan d'affaires. Vous pouvez l'adapter à vos besoins. Vous voudrez peut-être ajouter des tableaux, des images et des graphiques pour illustrer et résumer les statistiques.

Le plan d'affaires est tout simplement un document qui contient des informations sur votre entreprise. L'information devrait être actualisée et correcte – étayée par des faits. Il devrait être facile à lire et à utiliser. Un plan d'affaires vous donne une image claire et réaliste de votre entreprise et/ou votre projet. C'est un récit qui décrit les activités passées, courantes et futures de votre entreprise et qui explique clairement vos objectifs et vos buts. C'est un élément vital au lancement de tout commerce. En réalité, le plan d'affaires permet de déterminer si votre idée, entreprise ou projet est financièrement et logiquement rentable. Prenez le temps de bien préparer votre plan d'affaires. Il vous fournira une carte de route ou une voie à suivre afin que vous ayez une direction et une concentration. Il sera utilisé également comme outil sur lequel vous pourrez baser vos décisions entrepreneuriales.

Donc, prenez votre temps pour préparer soigneusement votre plan d'affaires.

La performance d'une entreprise ... une conséquence de sa planification

Un plan d'affaires bien rédigé vous aidera à considérer tous les aspects d'une entreprise et sera la base pour l'établissement d'objectifs et la direction de l'entreprise. Un plan soigneusement étudié fournit également une méthode quantifiable de mesure du succès futur. Utilisez autant de ressources que possible pour préparer votre plan d'affaires. Une proposition entrepreneuriale complète améliorera considérablement votre présentation.

Bien préparé, votre plan d'affaires:

- sera un outil important pour guider votre entreprise;
- vous aidera à déterminer si l'entreprise est viable ou non;
- vous obligera à regarder chaque aspect sous une loupe;
- vous aidera à vous assurer que toutes les recherches ont été faites sur tous les domaines avant de partir une entreprise;
- aidera aux investisseurs à évaluer l'opportunité d'investissement;
- vous aidera à identifier ce que vous savez et rassembler des informations sur ce que vous ne savez pas;
- vous aidera à comprendre les implications juridiques et les réglementations pour votre entreprise et/ou votre projet;
- vous aidera à déterminer si c'est pour vous;
- vous guidera et montrera où vous voulez aller avec votre entreprise et/ou projet;
- vous montrera comment vous rendez où vous voulez être.



Un plan de qualité

Si vous êtes persuadé que votre idée se transformera en une affaire de succès, le plan d'affaires vous fournira un cadre organisé pour mener votre investigation.

- **Devenir un bon décideur.**
Les renseignements que vous rassemblez feront de vous un expert dans votre idée d'entreprise et vous permettront de prendre des décisions plus éclairées.
- **Êtes-vous prêt?**
La recherche d'un plan d'affaires vous aide à anticiper les éventuels problèmes et vous donne la possibilité de préparer des solutions avant même qu'une crise réelle n'ait lieu.
- **Prévision pour la mise en oeuvre d'un plan organisé.**
Le plan d'affaires fournit un calendrier pour atteindre vos objectifs fixés. Il vous permet de demeurer concentré et sur la bonne voie pour le démarrage de votre entreprise à la date prévue.
- **Élargir vos options d'affaires.**
Quand on sait, on peut. Plus vous apprenez sur votre domaine, sur la compétition et les opportunités qui s'offrent à vous, plus vous aurez de choix pour résoudre les problèmes.
- **Évènements inattendus.**
Apprendre à appréhender les "pires" et les "meilleurs" cas de figure concernant le flux de trésorerie avant même que cela n'arrive, vous donnant la possibilité de planifier les stratégies qui assurent la capacité de résister aux pressions engendrées par les changements inattendus dans l'économie, dans le milieu concurrentiel ou avec votre clientèle.
- **Outil de vente.**
Apprendre à appréhender les "pires" et les "meilleurs" cas de figure concernant le flux de trésorerie avant même que cela n'arrive, vous donnant la possibilité de planifier les stratégies qui assurent la capacité de résister aux pressions engendrées par les changements inattendus dans l'économie, dans le milieu concurrentiel ou avec votre clientèle.
- **Clarifier votre stratégie.**
Un bon plan d'affaires peut vous aider à identifier les obstacles potentiels, à déterminer les ressources nécessaires et à évaluer la viabilité de votre idée et de votre plan de croissance.

Être entrepreneur

Alors, vous avez décidé que l'entrepreneuriat pourrait être pour vous. L'idée d'être votre propre patron vous attire et vous êtes intéressé à joindre les milliers de Canadiens qui démarrent leurs propres entreprises chaque année. Ce **GUIDE DE PLAN D'AFFAIRES** détaille ce que vous devriez prendre en considération avant de vous lancer. En poursuivant votre rêve, vos compétences détermineront votre succès - votre capacité d'identifier une opportunité, de mettre en œuvre une idée ou de livrer un service.

Plusieurs études ont été effectuées concernant la personnalité d'un entrepreneur. Les résultats de ces études peuvent nous aider à obtenir le profil d'un entrepreneur prospère. Par exemple, ils étaient très probablement le premier né de leur famille, ils ont leur premier emploi avant l'âge de quinze ans; et bien qu'ils soient diplômés d'université, ils étaient des étudiants moyens.

Ce genre d'étude de la psyché entrepreneuriale peut se révéler intéressant, mais lorsque nous évaluons nos capacités entrepreneuriales, nous devons en savoir davantage. Après tout, être le deuxième né dans sa famille, ou être le meilleur de sa classe n'exclut pas la possibilité d'éprouver le succès comme entrepreneur.

Bien que plusieurs des caractéristiques et attitudes associées à l'entrepreneur prospère puissent être acquises ou apprises, l'importance des attributs innés tels que la santé physique, l'énergie, et la stabilité émotionnelle ne doivent pas être négligées. La vie d'un entrepreneur est très exigeante ayant très peu de distinction entre la vie professionnelle et personnelle. Afin d'assurer le succès de l'entreprise et la satisfaction individuelle, il s'agit de bien gérer ce rôle tout dévorant.

Dans ce **GUIDE DE PLAN D'AFFAIRES**, nous allons déterminer ce qu'on décrit comme éléments clés des attitudes associées à l'entrepreneur et les caractéristiques qui sont essentielles à un entrepreneur prospère. Il est important de s'évaluer aussi objectivement que possible.

Il n'y a pas de bonnes ni de mauvaises réponses; une évaluation honnête permettra à l'individu d'ébaucher ses caractéristiques selon celle de l'entrepreneur prospère.

La détermination, le dévouement, la persévérance, l'engagement - plusieurs considèrent celles-ci les plus importantes caractéristiques d'un entrepreneur. En fait, la force dans ces caractéristiques pourrait compenser pour de nombreux autres domaines de «faiblesses».

Démarrer une nouvelle entreprise n'est jamais facile. Ces caractéristiques sont des outils nécessaires pour ceux qui persèverent à travers les difficultés d'un démarrage - dont les implications pratiques peuvent mettre à l'épreuve le dévouement et la détermination de chacun.

“La logique vous mènera du point A au point B. L'imagination vous mènera partout.”

Albert Einstein



Structure d'entreprise

Lorsque vous décidez de créer votre propre entreprise, vous devez déterminer quel type de structure d'entreprise convient mieux à vos besoins. Les trois structures les plus courantes sont:

1

Entreprise individuelle

Avec ce type d'organisation d'entreprise, vous êtes l'unique propriétaire et vous conservez tous les bénéfices. Vous êtes également entièrement responsable de toutes les dettes et obligations liées à votre entreprise.

Avantages

- Facile et peu coûteux à enregistrer;
- Faibles coûts de démarrage (fonds de roulement minimal requis);
- Plus grande indépendance réglementaire;
- Contrôle direct du propriétaire;
- Quelques avantages fiscaux;
- Tous les profits vont directement au propriétaire.

Désavantages

- Responsabilité illimitée;
- Manque de continuité;
- Difficulté à trouver des capitaux;
- Moins de statut et crédibilité;
- Revenu est imposable à votre taux personnel;
- Si votre entreprise est rentable, cela pourrait vous placer dans une tranche d'imposition supérieure.

2

Partenariat (ou société de personnes)

Un partenariat est une entreprise non constituée en société qui est créée entre deux personnes ou plus. Dans un partenariat, vos ressources financières sont combinées avec celle de votre/ vos partenaire(s) d'affaires et investies dans l'entreprise. Si vous établissez un partenariat, assurez-vous de demander un avis juridique pour préparer un accord approprié. Cela pourrait aider à éviter des désaccords et des coûts juridiques considérables dans le futur.

Avantages

- Facilité de formation;
- Faibles coûts de démarrage partagés également entre vous et votre/vos partenaire(s);
- Réglementations limitées;
- Base de gestion plus vaste;
- Source d'investissement de base augmentée;
- Possibles avantages fiscaux;
- Part égale dans la gestion, les profits et les actifs.

Désavantages

- Responsabilité illimitée;
- Manque de continuité;
- Responsabilité des obligations d'entreprises des partenaires;
- Difficulté à trouver des capitaux;
- Possibles conflits entre partenaires;
- Autorité partagée.



3

Corporation

L'incorporation peut être faite au niveau fédéral ou provincial/territorial. Lorsque vous incorporez votre entreprise, celle-ci est considérée comme une entité juridique distincte de ses actionnaires. En tant qu'actionnaire d'une incorporation, vous ne serez pas personnellement responsable des dettes, obligations ou actes de l'incorporation.

Avantages

- Responsabilité limitée;
- Propriété transférable;
- Plus grande facilité de trouver des capitaux;
- Entité juridique distincte;
- Existence continue;
- Possibles avantages fiscaux.

Désavantages

- Étroitement réglementé;
- Coût de démarrage plus élevé;
- Pertes assumées par l'entreprise;
- Rapports annuels;
- Nécessite de garder des registres détaillés;
- Possibilité de restrictions au niveau de la charte.

La structure d'entreprise que vous choisissez influencera tout, des opérations quotidiennes au montant que vous payez en impôts, à votre capacité de lever de fonds, aux documents à présenter, à la proportion de vos actifs personnels qui sont à risque. Vous devez choisir une structure d'entreprise qui vous offre le bon équilibre entre protections juridiques et avantages.

Choisir soigneusement. Bien que vous puissiez convertir à une structure différente à l'avenir, il peut y avoir des restrictions en fonction de votre emplacement. Cela pourrait également entraîner des conséquences fiscales et une dissolution involontaire, ou autres complications.

Consulter avec un consultant d'affaires, un avocat et un comptable peuvent être utiles.

**VEUILLEZ VOUS RÉFÉRER
À LA PAGE # 5 DU MANUEL
"STRUCTURE D'ENTREPRISE"**

Pour plus de renseignements sur comment enregistrer votre entreprise, les coûts associés et ce qui vous convient, veuillez vous référer aux sites web suivants:

www.ontario.ca
www.bizpal.ca

Sommaire exécutif

Un sommaire exécutif se distingue du plan d'affaires. Il s'agit d'un outil de réflexion qui vous permettra de mettre vos idées sur papier, de les structurer afin d'être en mesure de présenter efficacement votre projet. Il s'agit d'un aperçu pour résumer les points clés du plan d'affaires pour ses lecteurs. Il met également en évidence les détails essentiels de votre plan d'affaires.

C'est pourquoi le sommaire exécutif est souvent considéré la partie la plus importante du plan d'affaires. S'il ne capte pas l'attention du lecteur, le plan sera mis de côté non lu. Cela peut signifier une tentative infructueuse d'obtenir du financement pour votre nouvelle entreprise.

Bien que le sommaire exécutif constitue un aperçu détaillé de l'ensemble de votre entreprise/projet, il ne doit pas contenir plus qu'une à deux pages. Il s'agit d'une introduction à votre plan d'affaires utilisé pour attirer l'attention du lecteur. L'objectif est de les inciter à lire l'intégralité de votre plan. Le résumé doit décrire les éléments suivants:

- Qui êtes-vous?
- Quels sont vos objectifs?
- Quels sont vos buts?
- Quelles sont les valeurs de votre entreprise?
- Quel est votre produit ou service?
- Où seriez-vous situé?
- Quels sont vos coûts?
- Quel est votre potentiel de revenu?
- Quelle est votre stratégie marketing?
- Qui sont vos clients?
- Qui sont vos fournisseurs?
- Quel est votre marché cible?
- Quel type de financement aurez-vous besoin, le cas échéant?

Un sommaire exécutif analytique bien pensé et rédigé peut être la clé pour réussir la vente de votre idée d'entreprise.

**VEUILLEZ VOUS RÉFÉRER
À LA PAGE # 6 DU MANUEL
"SOMMAIRE EXÉCUTIF"**



Options d'affaires

Vous avez peut-être déjà pensé plusieurs fois à démarrer une entreprise. Le fait d'être votre propre patron, prendre les décisions, d'être responsable pour vos propres récompenses financières, c'est très séduisant. Vous avez peut-être eu l'impulsion, l'expérience et les moyens financiers nécessaires à la réussite. La seule chose qui vous ait empêché à le faire était de prendre la décision du genre d'entreprise à commencer. La section suivante décrit les trois façons les plus populaires de devenir entrepreneur. Quelle option vous convient le mieux?

1

Partir à zéro

Avantages

- Vous êtes votre propre patron;
- Potentiel d'enrichissement illimité;
- Défi de mettre votre produit/service sur le marché;
- Opportunité de développer vos propres politiques et pratiques d'entreprise;
- Satisfaction personnelle d'accomplissement.

Désavantages

- Fluctuation des mouvements de trésorerie;
- Manque de soutien;
- Responsabilité unique;
- Ressources limitées et possibles lacunes entre votre entreprise et vos compétences techniques;
- Difficultés de financement.

2

Acheter une entreprise existante

Avantages

- Déjà opérationnel;
- Potentiel pour un salaire immédiat;
- Réputation d'entreprise établie et clientèle existante;
- Existence des facilités, d'équipements et présence de salariés formés;
- Historique établi sur lequel baser les projections.

Désavantages

- Recherche importante requise pour identifier et évaluer la viabilité de l'entreprise;
- Valeur de l'entreprise pourrait être difficile à évaluer;
- Actifs pourraient être surévalués;
- Difficulté de démarrer lentement ou de tester l'entreprise;
- Diminution du sentiment de satisfaction personnelle de la création et du développement d'une entreprise;
- Possibilités d'hériter des employés qui ne partagent pas votre vision;
- Changement des pratiques d'entreprise antérieures peut engendrer une résistance de la part des clients;
- Difficulté de financement.



3

Acheter une franchise

Avantages

- Accès plus facile au financement;
- Accès à une formation de qualité et de l'appui continu;
- Concept établi avec un risque de faillite réduit;
- Utilisation d'un nom de marque renommé;
- Accès à des prix plus bas et à la possibilité d'achat de fournitures centralisées;
- Moins de problèmes associés au démarrage de l'entreprise;
- Accès à une publicité extensive.

Désavantages

- Exigences contraignantes de rendre des comptes;
- Politiques de résiliation du franchiseur pourraient engendrer un manque de sécurité;
- Possible exagération des avantages du franchiseur;
- Franchiseur pourrait saturer votre territoire;
- Coût de la franchise et autres frais peuvent réduire vos marges de profit;
- Manque de flexibilité dû aux restrictions imposées par le franchiseur;
- Possibles coûts plus élevés pour les fournitures et les matériaux.

Créer une entreprise à partir de zéro peut être accablant pour un nouvel entrepreneur. Si vous avez un bon concept d'affaires et que vous êtes prêt à travailler fort pour le mettre sur pied, il vous serait peut-être bon de créer votre propre entreprise. Toutefois, si vous voulez prendre une longueur d'avance et éviter certaines des embûches courantes liées au démarrage d'une entreprise, alors acheter une entreprise existante ou une franchise prospère pourrait s'avérer un choix judicieux.

Si vous décidez de démarrer une nouvelle entreprise, vous devrez consacrer du temps à l'élaboration de votre projet. S'adonner au travail stimulant qui nous passionne, c'est l'un des principaux avantages de l'entrepreneuriat. Malheureusement, la passion n'est pas toujours source de profits.

Recherche, recherche, recherche! Plus vous recueillerez de renseignements sur la demande potentielle pour votre produit ou service, sur la concurrence et sur les besoins de vos futurs clients, plus vous aurez de chances de réussite.

Si vous optez pour acheter une entreprise existante ou une franchise, vous profitez du travail qui a déjà été accompli dans la création de la marque, l'établissement des relations avec les clients, et l'élaboration des processus opérationnels et l'acquisition d'actifs. Vous pouvez faire des profits plus rapidement et il est plus facile d'obtenir des fonds parce que le modèle d'entreprise a déjà fait ses preuves.

Par contre, l'investissement initial est souvent plus élevé que si vous lanciez votre propre entreprise. **Recherche, recherche, recherche!** Dans un premier temps, faites l'analyse économique. Évaluer ses atouts, ses points faibles, sa position par rapport au marché actuel et ses concurrents.



Marché cible

Vous devez être constamment conscient que tout ce qui vous entoure change. Votre produit ou service ne se vendra que si les gens pensent en avoir besoin et peuvent se permettre de l'acheter. Lorsque leurs besoins changent, vous devez déterminer s'ils sont toujours vos clients et si vous pouvez adapter votre produit ou service pour les satisfaire, avant que vos concurrents ne le fassent!

Un marché cible est défini comme un groupe relativement homogène de clients potentiels. Votre entreprise peut cibler des consommateurs ou d'autres entreprises. Quoi qu'il en soit, votre but est d'essayer d'atteindre des individus qui prennent une décision d'achat soit pour eux ou pour une organisation pour laquelle ils travaillent. Il est très important de savoir qui sont ces individus et quelles sont leurs motivations de décisions d'achat.

L'identification du marché cible est une étape essentielle pour votre entreprise dans l'élaboration d'un plan marketing. Ne pas savoir qui est le marché cible pourrait coûter beaucoup d'argent et de temps à un entrepreneur.

Les marchés cibles sont généralement classés par âges, emplacement, revenu et mode de vie. La définition d'un marché cible spécifique vous permet de vous familiariser avec des facteurs de marché spécifiques pour atteindre et vous connecter avec les clients grâce à des efforts de vente et de marketing.

Le test d'un marché cible a souvent lieu bien avant la sortie d'un produit. Pendant la phase de test, vous pouvez utiliser des déploiements de produits et des groupes de discussion limités, ce qui vous permet d'avoir une idée des aspects du produit ou du service qui sont les plus forts. Une fois que votre produit ou service est public, vous pouvez continuer à surveiller les données démographiques grâce au suivi des ventes, aux enquêtes auprès des clients et à diverses autres activités qui vous permettront de comprendre ce que veut le client.

Ne pas connaître votre marché cible peut être une grosse erreur. Définir votre marché signifie la différence entre vendre un produit ou un service et rester à l'écart pendant que la concurrence augmente ses revenus.

**VEUILLEZ VOUS RÉFÉRER
À LA PAGE # 8 DU MANUEL
"MARCHÉ CIBLE"**

“Le succès n'est pas la clé du bonheur. Le bonheur est la clé du succès”

Albert Schweitzer



Plan de marketing

Pour vous assurer que votre entreprise est sur la bonne voie, vous devez fixer des objectifs pour diriger vos efforts. Sur le plan de base, ces objectifs devront inclure une prévision des ventes pour la première année d'activité et la projection de croissance pour les années à venir. Ces prévisions seront basées sur les résultats de votre étude sur la demande du marché et la capacité que votre entreprise d'assurer cette demande.

Les éléments classiques de la stratégie marketing sont basés autour de ce que l'on appelle les

"4 P: PRODUIT, PRIX, PROMOTION ET PLACE"

ÉLÉMENT 1

PRODUIT

Définissez clairement votre produit ou service, incluant une description du besoin auquel il répond. Décrivez qui sera votre marché. Avez-vous créé le profil général de votre clientèle? Prévoyez-vous de vendre à des jeunes, des aînés. Votre produit/service vise-t-il principalement les femmes, les hommes, ou les deux? S'agit-il un produit/service de nécessité ou d'un article de prestige? Allez-vous vendre à des particuliers, à d'autres entreprises, à des organismes?

Décrivez

- votre produit/service;
- les caractéristiques qui rendent vos produits/services meilleurs que ceux proposés par vos concurrents;
- l'historique de vos ventes par produit/service;
- vos objectifs de ventes par produit/service;
- pourquoi votre produit/service est unique.

ÉLÉMENT 2

PRIX

Une fois votre produit/service est défini, il faut lui assigner un prix. Lorsque vous fixez votre prix, vous devez tenir compte de plusieurs facteurs. Vous devez surveiller le milieu concurrentiel et voir quels sont les prix de vos compétiteurs. De plus, vous devez connaître quel est le prix que le marché est prêt à offrir, d'après l'étude que vous avez effectuée. Par ailleurs, vous devez vous assurer que le prix que vous pratiquez est profitable pour vous. Pour ce faire, vous devez vous référer à vos prévisions de ventes pour voir si le prix que vous pratiquez couvre aussi bien vos frais généraux permanents que le coût.

Décrivez

- le prix de détail de votre produit/service;
- les coûts de production de chaque produit/service;
- vos profits pour la production de chaque produit/service;
- vos rabais et vos politiques de crédit;
- vos garanties et vos politiques de services après-vente.



ÉLÉMENT 3

PROMOTION

Cet élément de votre stratégie de marketing est la communication avec votre marché cible pour le sensibiliser au produit ou service que vous offrez. Tout comme pour les objectifs marketing, il est important de fixer des objectifs pour votre programme promotionnel. Par exemple, vous souhaitez peut-être générer une sensibilisation globale menant à une augmentation de trafic à votre emplacement.

Décrivez

- comment vous allez promouvoir votre produit/service (médias sociaux, brochures, affiches, cartes d'affaires, échantillons, salons et événements commerciaux, commandites, réseautage, programme de fidélité, etc.);
- comment vous allez mesurer le succès de vos projets promotionnels et plan publicitaire;
- comment vous allez attirer de nouveaux clients;
- comment vous allez encourager les gens à acheter vos produits/services;
- la fréquence à laquelle vous prévoyez d'exercer vos activités de marketing.

- Connaissez votre entreprise. Soyez au courant des tendances et des changements dans votre secteur d'activité.
- Toujours s'assurer de mettre à jour vos informations de ventes pour qu'ils soient dynamiques et frais.
- Travaillez votre image. Jetez un coup d'oeil à la perception de votre entreprise sur le marché. Assurez-vous de refléter cette image.
- Assurez-vous de minimiser vos dépenses et maximiser vos ventes. Chaque jour, de nouvelles opportunités s'offriront à vous. Ne les manquez pas.

ÉLÉMENT 4

PLACE

Place fait référence à votre stratégie de distribution, qui inclut l'emplacement de votre entreprise. Quelle que soit l'option appropriée pour votre entreprise, l'essentiel est de s'assurer que vos clients puissent facilement accéder à votre produit ou service. Soit par vente personnelle, grossiste, vente par correspondance, magasin de détail ou agent de ventes.

Décrivez

- pourquoi vous avez choisi cet endroit;
- pourquoi vous croyez que votre région peut soutenir votre projet proposé;
- les avantages et désavantages de cet endroit;
- si votre entreprise sera générée seulement au sein de votre communauté locale ou attirera des clients des communautés environnantes;
- votre proximité avec vos clients;
- votre proximité avec vos concurrents;
- votre proximité avec vos fournisseurs.

Analyse de la concurrence

Une analyse de la concurrence est un élément essentiel du plan de marketing de votre entreprise. Avec cette évaluation, vous pouvez déterminer ce qui rend votre produit ou service unique, et donc les attributs que vous jouez afin d'attirer votre cible. Mais il ne suffit pas de simplement savoir ce que vos concurrents ont à offrir. Il est important d'effectuer régulièrement une analyse concurrentielle approfondie pour garder une longueur d'avance.

Votre analyse doit clairement et honnêtement souligner les différences et les similitudes entre votre entreprise et vos concurrents, y compris leurs forces et leurs faiblesses.

L'honnêteté est la meilleure politique! Les investisseurs/prêteurs potentiels veulent savoir si d'autres entreprises sont déjà rentables et connaissent un succès sur votre marché.

Il existe différentes façons de mener une analyse compétitive. Ceux-ci peuvent inclure:

- Identifiez vos dix principaux concurrents;
- Identifiez les antécédents, les produits et les installations de vos concurrents;
- Analyser et comparer les prix des concurrents;
- Analyser et comparer l'emplacement des concurrents;
- Analyser et comparer la publicité, les promotions, les médias sociaux des concurrents;
- Identifiez les compétences où vous les surpasser;
- Identifiez les domaines à améliorer.

Évaluez vos concurrents en les plaçant dans des groupes stratégiques en fonction de leur concurrence directe pour une part du dollar du client. Pour chaque concurrent ou groupe stratégique, énumérez son produit ou service, sa rentabilité, son schéma de croissance, ses objectifs et hypothèses de marketing, ses stratégies actuelles et passées, sa structure organisationnelle et de coûts, ses forces et ses faiblesses, et la taille (en vente) de l'entreprise du concurrent.

**VEUILLEZ VOUS RÉFÉRER À LA
PAGE # 9 DU MANUEL "ANALYSE
DE LA CONCURRENCE**



Exigences et lois

Que ce soit pour le démarrage ou l'agrandissement de votre entreprise, vous devez connaître les réglementations, les exigences et les lois commerciales. La réglementation établit les normes et les règles qui garantissent la sécurité, la cohérence et l'équité du marché canadien pour tous.

En plus d'enregistrer votre entreprise, vous pourriez avoir besoin de licences et de permis d'entreprise municipaux, provinciaux et fédéraux. Commencez par contacter toutes les municipalités dans lesquelles vous opérerez pour savoir quels règlements, licences et permis s'appliquent à votre entreprise. Vérifiez ensuite les lois et règlements provinciaux et fédéraux.

Vous voudrez peut-être demander des conseils juridiques pour:

- vous aider à faire des recherches et à comprendre ce qui s'applique à vos activités commerciales;
- vous aider à faire des recherches et à comprendre différents domaines, tels que les normes d'emploi, la santé et la sécurité au travail, l'environnement, la fiscalité et la protection des consommateurs;
- vous aider à faire des recherches et à comprendre toutes les ressources disponibles pour vous assurer que votre entreprise est conforme aux normes de l'industrie.

Vous pouvez consulter les sites web suivants pour vos recherches sur les licences, permis et règlements qui pourraient s'appliquer à votre entreprise:

[Gouvernement du Canada - Permis et licences et règlements](#)
[Perle - Renseignements sur les permis et licences d'exploitation d'entreprise](#)

VEUILLEZ VOUS RÉFÉRER À
LA PAGE # 10 DU MANUEL
"EXIGENCES ET LOIS"

“Un leader est celui qui connaît le chemin, suit le chemin et montre le chemin.”

John C. Maxwell



Plan de gestion et personnel

Cette section est également importante, car les prêteurs sont souvent plus intéressés par le(s) demandeur(s) que par l'entreprise proposée. Une personne qui fait preuve de motivation et qui possède les compétences nécessaires a plus de chances de réussir dans toute entreprise. Il est donc important d'expliquer pourquoi vous pensez avoir les moyens de réussir.

Les prêteurs prennent également leurs décisions sur les expériences directes du personnel clé. Vous devez également démontrer que vous, et les membres de votre équipe avez ce qu'il faut pour réussir. Un bon plan d'affaires devrait inclure des informations sur les points suivants:

- Structure organisationnelle/principaux dirigeants;
- Salaires;
- Descriptions de poste, rôles et responsabilités;
- Contrat de service et employé;
- Détails des conseillers et associés;
- Temps plein versus temps partiel;
- Plan de ressource humaine future;
- Avantages sociaux.

VEUILLEZ VOUS RÉFÉRER À LA PAGE # 11 DU MANUEL "PLAN DE GESTION ET PERSONNEL"

VEUILLEZ VOUS RÉFÉRER À LA PAGE # 10 DU MANUEL "DEMANDEZ AUX EXPERTS"



Demandez aux experts

VOUS ET VOTRE AVOCAT

Il est possible que pour le moment, vous n'ayez pas besoin des services d'un avocat. Par contre, c'est une bonne idée de savoir comment faire affaire avec un avocat lorsqu'une situation d'affaires survient ou l'expertise légale est nécessaire. Avant de choisir un avocat, ce serait utile de commencer par demander des références et des recommandations à un ami ou collègue. Vous pouvez aussi faire une recherche sur l'internet, car la plupart des cabinets juridiques ont des sites.

Au fur et à mesure que votre entreprise s'accroît et change, devant répondre à de nouveaux défis, vos besoins d'avis et de services juridiques évolueront également. La liste suivante représente des situations régulières qui peuvent nécessiter l'avis juridique professionnel:

- obtenir un conseil concernant la structure juridique qui correspond mieux à votre entreprise;
- obtenir conseil avant d'acheter ou de vendre une entreprise;
- obtenir conseil concernant la structure de financement pour votre entreprise;
- obtenir conseil relatif aux contrats pour les employés ou les entrepreneurs indépendants;
- analyse et conseil en ce qui concerne les implications juridiques de la conclusion d'un contrat ou rédiger un contrat pour votre entreprise. Cela peut comprendre des contrats pour location/bail ou espace commerciale, contrat de franchise, contrat de distribution, contrat de sous-traitance et entre actionnaires, contrat de société, contrat de prêt et/ou pour représenter votre entreprise en litige.

VOUS ET VOTRE COMPTABLE

Outre le fait qu'un comptable est expert dans les taxes, il offre différents types d'expertise de valeur. Lorsque vous démarrez une entreprise, il est très important que vous commenciez l'activité ayant un système comptable mis au point et une compréhension de base des méthodes de la tenue des comptes.

La liste suivante souligne quelques situations dont vous aurez besoin des conseils de comptable:

- recommandation d'une stratégie pour maximiser les profits accumulés ou le profit net, tout en diminuant votre impôt à payer. Il est essentiel que vous compreniez les implications des différents impôts pour vous et votre entreprise, les différences entre l'entreprise individuelle, le partenariat et l'incorporation;
- compléter votre déclaration d'impôt sur le revenu annuel;
- conseil sur la valeur admissible de dépréciation de l'actif. L'Agence du revenu du Canada (ARC) met à jour et change continuellement le pourcentage de la dépréciation qu'il vous est permis de réclamer sur des biens divers. Cette déduction influence votre profit net et peut vous aider à prendre la bonne décision au bon moment pour faire une dépense de capital;
- assister afin de bien comprendre, analyser et remplir les déclarations de trésorerie complète, l'état des revenus et le bilan (trois documents essentiels pour garantir l'obtention du financement, pour rassurer les investisseurs et pour évaluer la santé générale de votre entreprise.



Stratégie financière

Effectuer une analyse financière approfondie de votre entreprise vous aidera à déterminer si celle-ci est viable. Pouvez-vous gagner assez d'argent dans cette entreprise pour vos besoins personnels, pour faire fonctionner l'entreprise et réaliser un profit? Connaître vos ventes et vos dépenses mensuelles vous aidera à prendre les bonnes décisions, telles que l'achat d'équipement, le recrutement de personnel ou l'utilisation de votre marge de crédit. Il y a six éléments clés à considérer dans cette section du plan:

Frais de démarrage

Combien coûtera la création de votre entreprise? Quelles dépenses faut-il tenir compte pour calculer le coût total de la création de votre entreprise? Dressez une liste de tous vos frais de démarrage, y compris les frais juridiques, les frais de marketing (site web, brochures, etc.), les ordinateurs, l'ameublement, l'équipement, le local commercial et l'inventaire, pour en nommer quelques-uns.

Projection sur les mouvements de trésorerie

Ceci est une estimation des entrées et des sorties de fonds auxquelles une entreprise doit s'attendre à l'avenir. Ils tiennent également compte de l'incidence de certains frais et investissements sur le net futur de l'entreprise. La projection sur les mouvements de trésorerie offre aux gestionnaires un aperçu clair de la faisabilité et de la viabilité financières de certaines activités et décisions de l'entreprise.

États des résultats prévisionnels

Ce tableau indique l'équilibre profit/perte projeté de votre entreprise pour une année donnée, ainsi que la "santé" de l'entreprise. C'est une estimation de tous les revenus des ventes, des dépenses directes, indirectes et administratives (ci-inclus la dépréciation, les frais financiers, les impôts à payer, etc.) et les pertes ou profits sous-jacents pour les premiers cinq ans.

Bilan prévisionnel

Votre bilan initial est une estimation de votre entreprise détenant et de ce qu'elle doit à un moment précis. Il consiste d'un bilan prévisionnel des actifs, passifs et capitaux propres pour les cinq premières années. Les actifs sont: l'argent liquide, l'inventaire, les comptes recevables, les bâtiments et les équipements. Les passifs sont: les dettes à court terme, les comptes payables, les taxes payables et les dettes à long terme.

Capitaux propres ou capital des actionnaires

Ceci représente le total des investissements fait par le propriétaire ou l'actionnaire de l'entreprise.

Analyse du risque

L'analyse du risque peut être effectuée en projetant des scénarios de meilleur/pire situation. Souvent, dans le plan d'affaires, on fait trois types de projections. Ainsi vous pouvez réaliser une projection pessimiste, une optimiste et une réaliste pour montrer comment votre entreprise s'adaptera à des conditions changeantes sur le marché. Assurez-vous de mentionner les informations ou les hypothèses que vous avez mises pour chaque scénario.

**VEUILLEZ TÉLÉCHARGER
LES GABARITS DE FINANCE
SUR LE SITE WEB.**



Finances

Trouver des moyens de financement pour une nouvelle entreprise n'est pas chose facile. Les nouvelles entreprises n'ont ni vente ni antécédents pour qui se baser. C'est pour cette raison qu'elles sont considérées avoir un degré de risque plus élevé que les entreprises déjà opérationnelles. Les entrepreneurs de nouvelle entreprise ont également de la difficulté à estimer le montant d'argent nécessaire pour démarrer. Il arrive souvent que les entrepreneurs sous-estiment la somme d'argent dont ils ont vraiment besoin. Ils ne laissent pas de la place pour des obstacles, imprévus ou opportunités.

Type de financement

Financement par action

Investissement dans l'entreprise en tant que propriétaire, partenaire ou acheter des actions dans une corporation.

Financement par emprunt

Fonds prêté à l'entreprise par une source externe, qui est remboursé au fil du temps.

Un mélange des deux types peut aider une entreprise. Un déséquilibre peut conduire à des problèmes. Vous devez tenir compte de tous les paiements de prêt que vous effectuez dans votre tableau de trésorerie. Démarrer une entreprise sans avoir de financement suffisant peut conduire très rapidement à de graves problèmes.

Recherche du financement - les dix meilleurs conseils

- Soyez préparé quand vous rencontrez un investisseur ou un banquier. Apportez le plan d'affaires complet, le rapport d'activité sommaire ou le prospectus et les états financiers. Démontrez vos connaissances dans le domaine. Connaissez les points forts et les points faibles de votre plan. Comprenez vos informations financières. Soyez clair et précis sur l'opportunité.
- Investissez une partie de votre propre capital pour démontrer votre implication et conviction dans l'entreprise.
- Trouvez du financement adéquat à votre entreprise. Soyez prêt à laisser une offre qui vous ne conviendra pas.
- Faites appel à vos contacts. L'établissement d'un réseau de contacts est la clé pour "faire passer le message". Dressez une liste de tous ceux qui vous connaissent. Ajouter une liste de tous ceux qu'ils connaissent. Vous serez étonnés de voir comment vous pouvez trouver quelqu'un qui connaît, ou qui connaît un investisseur clé que vous essayez de trouver. Cela fonctionne vraiment!
- Assurez-vous d'avoir la capacité de rembourser ou de retirer l'investissement.
- Accentuez les compétences de gestion et références; en particulier avec les investisseurs par actions, dont la décision d'investissement est guidée par leur confiance dans vos habiletés de développer la compagnie.
- Développez une stratégie de financement à long terme.
- Cherchez des alliances stratégiques ou des coparticipations avec des fournisseurs ou des clients pour équilibrer vos ressources financières.
- Révisez régulièrement la structure de capital de votre entreprise, pour être sûr qu'elle est adéquate. La proportion des financements par la banque ou par les investisseurs privés et par le capital du propriétaire peut changer en fonction des circonstances.
- Connaissez vos objectifs financiers. Voulez-vous le contrôle ou la croissance? Des fois, la croissance peut signifier une perte de contrôle.



Conseils

La section suivante inclut divers conseils offerts par des entrepreneurs d'expérience. Ils sont offerts comme "à y penser" pour vous aider avec vos décisions d'entreprise importantes.

- *Une formule centrée sur des principes comme "qualité supérieure" ou "meilleur produit" dans votre marketing n'est pas la meilleure démarche commerciale. Tout le monde affirme que leur produit est le meilleur. Développez plutôt une stratégie qui met l'accent sur les différences spécifiques de ce que vous offriez qui apporte un avantage significatif par rapport aux offres de la compétition. Distinguez-vous de vos concurrents.*
- *La plupart des entrepreneurs, lors de la recherche du premier espace de bureau, sont tentés de dépasser le budget prévu. Sachez vous abstenir. Vous aurez besoin de ce surplus d'argent pour surmonter les douleurs de croissance inhérente à la période critique de la première année d'activité.*
- *Il est crucial pour les entrepreneurs de distinguer entre les tâches très pressantes et les tâches qui ont un impact majeur sur le succès de l'entreprise. La plupart du temps, les tâches urgentes ne sont pas les plus importantes. Pour assurer la croissance de votre entreprise, vous devez dédier assez de temps aux tâches importantes, même si c'est au détriment des tâches plus importantes.*
- *Définissez votre code d'éthique avant de démarrer votre entreprise. Ne laissez jamais le mirage du profit ou d'une transaction dont vous ne serez pas fier, vous entraîner à abandonner vos principes. Soyez toujours juste avec vos clients, votre personnel, votre famille et vous-même.*
- *Les entrepreneurs doivent maîtriser, en tout temps, leur flux de trésorerie. Faites tout votre possible pour éviter les achats contingents. Le flux monétaire peut changer vite et pour le pire. Vous devez vous assurer que vous êtes capable de surmonter n'importe quelle surprise.*
- *Cultivez toujours une attitude positive. Un jugement négatif ne t'apporte rien. L'attitude est l'un des déterminants les plus importants pour le succès de ton entreprise.*
- *Il est non seulement important pour l'entrepreneur d'avoir une vision claire sur une opportunité d'entreprise, mais il est tout aussi important que les employés partagent cette vision. Ne gardez pas votre stratégie secrète! Soyez absolument sûr que tous vos employés ont le sentiment d'en faire partie et comprennent clairement comment ils y contribuent.*
- *Ne jamais signer un contrat que vous ne comprenez pas. Consultez un avocat pour vous assurer que vous comprenez clairement tous les termes et passages. Souvenez-vous que chaque transaction aura des conséquences pour votre entreprise.*

Le conseil le plus important pour atteindre un objectif est le mot unique "Commencez". Travaillez plus fort, travaillez mieux, travaillez plus longtemps que la concurrence, et vous gagnerez.



Notes



Notes



Notes





**SOCIÉTÉ DE DÉVELOPPEMENT
PRESCOTT & RUSSELL
DEVELOPMENT CORPORATION**



GUIDE

PLAN D'AFFAIRES

Financé par :
Agence fédérale de développement
économique pour le Sud de l'Ontario

Canada 