



institut universitaire
international luxembourg



businessplan.lu

SÉMINAIRE CRÉATION D'ENTREPRISE FUSE 11/02/2011

DIANE DURINCK
INSTITUT UNIVERSITAIRE INTERNATIONAL
LUXEMBOURG



institut universitaire
international luxembourg

LE BUSINESS PLAN: DÉFINITION

- C'est quoi un Business plan ?
 - Méthode pour préparer les grandes étapes de la vie d'une entreprise
 - Outil de structuration
 - Identifie les potentialités et les obstacles ainsi que les solutions envisagées
 - Fixe la stratégie
 - Outil de présentation
 - Permet de solliciter les partenaires économiques: investisseurs, banques, instances publiques, ...
 - Outil de gestion

MUTUALITE D'AIDE AUX ARTISANS



2

iüii
institut universitaire
international luxembourg

UTILITÉ DU BUSINESS PLAN

- Quelle est sa finalité?
 - Présenter la stratégie de l'entreprise
 - Fixer des objectifs clairs et précis
 - Mesurer les risques
 - Constituer un plan d'action et une référence
 - Réunir les moyens financiers, techniques et autres, nécessaires pour réussir

■ MUTUALITE D'AIDE AUX ARTISANS 

3

iüii
institut universitaire
international luxembourg


LES GRANDES ETAPES DU BUSINESS PLAN



```

graph TD
    A[Présentation du projet] --> B[L'idée]
    B --> C[L'analyse stratégique]
    C --> D[Le plan marketing]
    D --> E[La planification des RH]
    E --> F[La planification financière]
  
```


4



LE PROJET: CARTE D'IDENTITÉ

- Trouver un nom :
 - Idéalement en relation avec votre projet
 - Vérifiez que le nom choisi n'est pas encore utilisé
- Déterminer votre localisation
 - Fort impact sur votre activité
- Déterminer la forme juridique
 - Recourir à la documentation disponible voire à un expert

5



L'IDÉE

- Quel est l'atout de votre projet?
- En quoi est-ce différent?
- Quel sera l'avantage que vous procurerez à vos futurs clients?
- En quoi ce projet est-il prometteur et viable?
- Mon idée peut-elle être protégée? (brevets, etc)

6



L'ANALYSE STRATÉGIQUE (1)

- Cette partie vous permet d'approfondir les questions essentielles à la viabilité de votre projet:
 - Analyse de votre environnement:
 - Réglementations en vigueur pouvant impacter le projet
 - Tendances socio-économiques
 - Comportement des consommateurs
 - Environnement technologique

➔ Pensez à l'ensemble des facteurs qui peuvent impacter votre projet de façon positive ou négative

7



L'ANALYSE STRATÉGIQUE (2)

- Faire une analyse SWOT
 - Forces
 - Identifiez les forces de votre projet
 - Mettez en avant vos facteurs clés de succès
 - Faiblesses
 - Quelles sont les faiblesses de votre projet?
 - Soyez réaliste! Et n'hésitez pas à recourir à des opinions externes
 - Opportunités
 - Le marché présente des opportunités qu'il faudra identifier et lister
 - Menaces
 - Quels sont les menaces/ les risques auxquels il faudra faire face?

8



L'ANALYSE STRATÉGIQUE

- Identifier les concurrents!
 - Concurrents directs
 - Concurrents indirects
 - Produits ou services de substitution
- Les connaître et initier une démarche de veille permanente
 - Quels sont leurs atouts?
 - Quelle est leur image de marque?


9



LE PLAN MARKETING (1)

- Le « marketing mix » : votre projet vis-à-vis du client
 - Produit ou service: définir votre offre (votre cœur d'activité mais aussi les services annexes) et son utilité pour le client
 - Prix : déterminer un prix en fonction du marché et de la rentabilité attendue
 - Place: Comment vos clients accéderont à votre produit ou service?
 - Promotion: Comment allez-vous communiquer? Bouche à oreille, médias,...


10



LE PLAN MARKETING (2)

- Qui seront vos clients?
 - Déterminer leurs principales caractéristiques à partir de plusieurs critères: géographiques, socio-démographiques,...
 - Les connaître afin d'adapter au mieux votre offre et votre façon de communiquer

11



PLANIFICATION DU PERSONNEL

- Prévoir vos besoins en ressources humaines et les charges salariales
- Quels profils doivent m'appuyer dans le développement de mon projet?
- Combien d'employés doivent être engagés afin d'assurer la production de mon produit ou de mon service?
- Comment les recruter? Quels types de contrat?
- Ne pas oublier la rémunération du dirigeant!

12



iüii
institut universitaire
international luxembourg

LA PLANIFICATION FINANCIÈRE

- Le besoin en financement va au-delà du capital de départ et des investissements initiaux
- Listez l'ensemble des dépenses indispensables à votre activité
- Anticipez les flux de trésorerie

13



iüii
institut universitaire
international luxembourg

EN SAVOIR PLUS

- www.businessplan.lu
- www.business-start.lu

14

iüii
institut universitaire
international luxembourg

BUSINESS PLAN TOOLBOX

- Outil d'aide à la création d'entreprise au Grand-Duché de Luxembourg
- En ligne, public, gratuit
 - www.businessplan.lu
- Spécificités
 - orientation locale
 - orientation pédagogique
 - orientation grand public
- Disponible en 4 langues

15

Businessplan Toolbox

expert: coachulco2010 Online Coaching Mon projet Formulaire Unique Download Forum News Liens

Bp of ulco101

- ✓ 1. Entreprise
- ✓ 2. Projet d'entreprise
- 3. Analyse Stratégique
 - ✓ 1. Attractivité
 - ✓ 2. Analyse PEST
 - ✓ 3. Marché
 - ✓ 4. concurrence
 - ✓ 5. SWOT
- ✓ 4. Marketing
- ✓ 5. Personnel
- 6. Plan de financement
- 7. Annexe
- ✓ 8. Résumé

Coaching Zone

My messages: 0

Dossier

- ▶ Boite de reception
- ▶ Messages envoyés
- ▶ Nouveau message

Option

- ▶ Modifier profil
- ▶ Générer le businessplan
- ▶ Formulaire unique
- ▶ Guide virtuel
- ▶ Fermer Session

Etape 3: Analyse Stratégique info

3.1 Attractivité de la branche info

Pouvoir de négociation des clients info

De quel degré de pouvoir de négociation vos clients disposent-ils?

Notre pouvoir de négociation réside sur le fait qu'on est les seuls à proposer ce produit sur le marché (Nouveau produit). D'autre part, le pouvoir de négociation du client est important du fait qu'il s'agit de SFR, et qui se chargera de la promotion et de la distribution du produit.

Pouvoir de négociation des fournisseurs info

De quel degré de pouvoir de négociation vos fournisseurs disposent-ils? Etes-vous dépendant de votre fournisseur?

Nos fournisseurs disposent d'un faible pouvoir de négociation du fait que :
- Il existe plusieurs fournisseurs de pièces électroniques sur le marché
- Il existe plusieurs Entreprises d'assemblage électronique sur

Menace liée aux nouveaux entrants info

Quelles sont les barrières à l'entrée du marché (réglementations, coûts, concurrence, savoir spécifique)?

- Présence de concurrents capables d'imiter et commercialiser le produit facilement (fournisseurs de télévision numériques, ou industriels)

Menace liée aux produits ou services de substitution / Substituts info

16

iuili
institut universitaire
international Luxembourg

OUTIL BUSINESS LEARNING

- Libre accès sur www.business-start.lu dès janvier 2011
- Une formation en ligne aux fondamentaux de la création d'entreprise:
 - Le projet (de l'idée à sa mise en place)
 - L'analyse et la gestion financière
 - La comptabilité générale
- En complément des formations en présentiel

17

iuili
institut universitaire
international Luxembourg

UN APPRENTISSAGE GUIDÉ

iuili Business-Learning LE GOUVERNEMENT DU GRAND-DUCHÉ DE LUXEMBOURG
Ministère de l'Éducation nationale et de la Formation professionnelle

Parcours du créateur d'entreprise

Processus de création d'une société

- Idée de départ
- Choix organisationnel
- Analyse stratégique
- Besoins en financement

Gestion d'une société (point de vue chiffres)

- Gestion financière
- Gestion comptable

© 2010 - Projet Business-Learning - Crédits - Plan du site - Contact

18

iuii
institut universitaire
international luxembourg

DES CONTENUS ANIMÉS

iuii Démarche entrepreneuriale -
Chapitre 2 : le choix organisationnel
Auteur : Pascal Schaack

LE GOUVERNEMENT
DU GRAND-DUCHÉ DE LUXEMBOURG
Ministère de l'Éducation nationale
et de la Formation professionnelle

Objectifs Paragraphe 1 Paragraphe 2 Paragraphe 3 Paragraphe 4

CRITERES DE CHOIX

ILLUSTRATION DES
DIFFERENTES FORMES

LA FORME JURIDIQUE DE
VOTRE PROJET

DONNEES CHIFFREES

EVALUATION

Glossaire
Webographie
Bibliographie
Aide

2. Illustration des différentes formes

Depuis des années Paul Zeimes s' imagine créer
sa propre entreprise dans le domaine
du commerce des jouets pour enfants.

Paul Zeimes hésite à créer son entreprise seul ou plutôt avec un ami, Benja Becker

choisir... choisir...

Mise à part l'entreprise individuelle, les 4 autres formes juridiques présentées ci-dessus peuvent être classées en 3 types de sociétés :

Société de personnes : la SENC fait partie des sociétés de personnes et elle doit avoir un minimum de deux associés. Ce sont normalement des personnes qui se connaissent et qui se font confiance avant la création de l'entreprise. La confiance et le savoir-faire de chaque associé jouent un rôle primordial car, en cas de faillite de l'entreprise, la responsabilité des associés est illimitée et solidaire.

19

iuii
institut universitaire
international luxembourg

MERCI DE VOTRE ATTENTION

Contact:

Diane Durinck
IUIL
Château de Munsbach
31 rue du parc-L-5374 Munsbach
diane.durinck@iuil.lu
www.iuil.lu

20