

# CREER UNE ENTREPRISE A JERSEY

**Avant toute autre démarche, il faut avoir un « business plan » (projet professionnel) solide et bien conçu. Pour cela, il vous suffit de suivre les instructions ci-dessous :**

## • Le sommaire :

Bien que ce soit la dernière section à être écrite, c'est certainement la plus importante puisque c'est ce qui se trouve en première page. Elle résume 7 domaines : le but de votre projet ; le produit et ses avantages ; l'opportunité du marché ; l'équipe de direction ; le passé professionnel de chacun ( CVs ) ; les estimations financières et les besoins de financement.

Si le projet est très court, le sommaire n'est pas forcément nécessaire.

Le sommaire est très important puisqu'il permettra à un banquier de se faire une idée immédiate sur l'ensemble du projet. Ce n'est qu'ensuite que son idée sera confirmée ou non par le texte principal. Les appendices - qui contiennent les informations détaillées- ne seront pas toujours lus.

## • Votre produit :

1. Expliquez l'histoire de votre entreprise.

- A qui appartient-elle, quand a-t-elle commencé à commercer et quels progrès peut-on constater ?
- Pour les nouvelles entreprises, depuis combien de temps développez-vous l'idée et qu'avez-vous fait jusqu'ici ?

2. Expliquez, en anglais simple, quel est votre produit.

- Qu'a-t-il de différent par rapport aux autres produits ?
- Quels avantages et bénéfices offre-t-il aux consommateurs ?
- Quels inconvénients ou points faibles a le produit ? Soyez honnêtes.

Expliquez aussi, s'il y en a, les caractéristiques spéciales de votre industrie. Par exemple, des réglementations spécifiques.

## • Le marché et la concurrence :

1. Quel est le marché dans lequel vous allez vendre ?

Concentrez-vous sur les segments du marché que vous prévoyez de fournir ; par exemple, les consommateurs locaux ou des groupes particuliers de consommateurs.

- De quelle largeur est chaque segment du marché ?
- Est-ce que chaque segment augmente ou décline ?
- Quelles sont les tendances importantes ? Expliquez les raisons de ces tendances.
- Quelles sont les caractéristiques des clients potentiels dans chaque segment ? (âge, sexe, etc...)

Donnez les détails sur des clients existants et comment vous avez réussi à leur vendre votre produit par avance.

2. Quelle est la concurrence ?

Quels sont les produits concurrents et qui les fournit ?

- Donnez les avantages et inconvénients de chaque produit.
- Expliquez pourquoi les consommateurs changeront de fournisseurs pour acheter votre produit à la place.

A moins qu'il y ait un marché viable et que vous sachiez comment battre la concurrence, votre entreprise sera vulnérable.

Faites attention à ne pas transformer un hobby en commerce avant d'avoir testé votre produit sur le marché.

### • **Ventes et Marketing :**

Cette section est très importante. Elle donne une bonne indication du succès ou non de votre entreprise.

1. Comment allez-vous positionner votre produit ?

Par exemple, vos prix, votre qualité, votre temps de réponse et votre service après-vente vont-ils être comparables à ceux des concurrents ? Quelle sera la taille de la commande minimale ?

2. Quelle sera votre méthode de vente ?

Par exemple, par téléphone, en vente directe ou par un intermédiaire. Combien de temps prendra chaque vente ?

- Beaucoup de nouveaux entrepreneurs sous-estiment le temps qu'il faut pour gagner chaque commande. La première année, vous pouvez passer jusqu'à 80% de votre temps à établir des contacts et à vendre.

- Ferez-vous des ventes répétées ? Si vous n'en faites pas, il sera beaucoup plus difficile d'augmenter le volume de ventes.

3. Qui seront vos premiers clients ?

A moins que vous puissiez nommer une douzaine de clients potentiels, démarrer votre entreprise sera un long combat.

- Quels clients ont exprimé un intérêt ou pris l'engagement d'acheter votre produit ? Quelle est la valeur totale de ventes que représentent ces clients ?

- Comment allez-vous identifier d'autres clients potentiels ?

4. Comment allez-vous promouvoir votre produit ?

Par exemple, par marketing direct, publicité ou relations publiques ?

5. Quelle est la contribution à apporter pour faire du profit sur chaque partie de votre affaire ?

La plupart des entreprises ont plus d'un produit, plus d'un type de client et parfois plus d'une chaîne de distribution.

- étudier chacune tour à tour. Examinez les ventes, les marges de profit brutes et les coûts.

- Repérez où vous faites du profit et où on peut augmenter les marges ou les ventes.

- Repérez toute activité déficitaire.

### • **Prévisions de ventes :**

Soyez réalistes ! Les prévisions de ventes des nouvelles entreprises sont souvent largement surestimées.

1. Quand serez-vous prêts à commencer à vendre ?

Est-ce que les clients potentiels attendront que vous ayez votre affaire depuis un an avant de vous prendre au sérieux et de passer commande ?

2. A quel rythme serez-vous capables de vendre ?

Combien de jours dans l'année pouvez-vous consacrer à la vente ? Combien de temps cela prendra pour produire chaque demande ? Quel pourcentage de demandes se concrétisera en ventes ?

3. Combien serez-vous capables de vendre ?

Quelle sera la valeur moyenne de chaque vente ?

Est-ce que les clients vous passeront des commandes répétées ou faudra-t-il trouver un nouveau client à chaque vente ?

4. Combien de temps cela prendra-t-il pour être payé ?

En prenant tous ces points en considération et de façon réaliste, quel revenu pouvez-vous attendre chaque mois ?

• **Management :**

1. Quelle compétence en management avez-vous, vous ou une personne clé de votre personnel ?

- Quels sont vos rôles dans l'affaire ?  
- Quelles sont vos points forts ? Comment ferez-vous face à vos faiblesses ? Couvrirez-vous les secteurs clé des ventes, du marketing, de la production, de la finance et le secteur administratif ?

2. A quel point êtes-vous engagé dans l'affaire ?

- Combien de temps et d'argent avez-vous chacun investi ? Quelle part de l'affaire chacun détient-t-il ?  
- Quels seront vos salaires et vos bénéfices ?

• **Opérations :**

Quelles facilités l'entreprise a-t-elle et comment la production est-elle organisée ?

1. Où l'entreprise est-elle située ?

Quels sont les avantages et inconvénients de la situation géographique ?

2. Quelles facilités de production y a-t-il à cet endroit ?

- Utilisez-vous un équipement spécial ? Certaines petites entreprises ont seulement besoin d'un bureau et d'un téléphone.

- Quel volume de production et de ventes pouvez-vous traiter ?

3. Combien d'employés avez-vous ? Quels sont leurs emplois et leurs compétences ?

4. Quels sont vos fournisseurs et comment les avez-vous choisis ?

5. Quels sont les systèmes d'information en place ?

Par exemple, les systèmes de ventes, les comptes fournisseurs et comptes clients, le contrôle du stock et de la qualité.

• **Prévisions de budget :**

Vos prévisions budgétaires traduisent ce que vous avez dit sur votre entreprise en chiffres. La sophistication de vos prévisions budgétaires devrait refléter la sophistication de votre entreprise. Une petite et simple entreprise n'aura besoin que d'un simple organigramme de prévisions. Une compagnie avec 20 employés aura besoin d'un organigramme complet, comme ceci :

1. Prévisions de ventes.

Décomposez les totaux de ventes pour détailler les composantes. Par exemple, des ventes de types différents de produits ou différents types de consommateurs.

2. Prévisions de marge brute d'autofinancement.

Ces prévisions montrent combien de sorties et de rentrées d'argent vous prévoyez et quand. Vous devez montrer que votre affaire aura assez d'argent pour survivre.

Résumez les points importants :

- Quels facteurs ont un impact majeur sur la marge brute d'autofinancement ? (ex : quantité et fréquence des revenus sur la vente, coûts salariaux, loyer)

- A quelle étape l'entreprise deviendra-t-elle bénéficiaire ?

### 3. Prévisions de profits et pertes

Résumez les prévisions de profits et pertes pour chacune des trois premières années.

Calculez combien de ventes vous avez besoin de réaliser pour commencer à faire des profits (indice de rentabilité) :

$$\text{Indice de rentabilité} = \frac{\text{frais généraux}}{\text{Marge brute}} \times 100$$

Si votre marge brute est de 25%, les ventes doivent être 4 fois plus élevées que les frais généraux pour faire des bénéfices.

- Comparez l'indice de rentabilité des ventes avec les ventes que vous avez prévues.
- Commentez les marges de profit.

Etablissez si ces marges peuvent être améliorées, par exemple en se concentrant sur les activités qui génèrent le plus de bénéfices.

### 4. Prévisions de bilans

Si vous prévoyez une entreprise plus importante, vous devrez aussi inclure des prévisions de bilan sur les trois premières années.

Pour chaque prévision, listez vos entrées (prix, quantité, fréquence). Des conseillers en commerce dans les banques et au JBV vous aideront à mettre en forme vos prévisions gratuitement.

#### • **Financement :**

Votre prévision budgétaire doit montrer de combien d'argent votre affaire a besoin, maintenant et plus tard. Votre estimation des risques montrera si vous avez besoin de financements extérieurs ou pas.

1. Etablissez combien d'argent vous voulez, quand et sous quelle forme. Par exemple, vous pourriez vouloir un prêt à intérêt fixe et une possibilité de découvert.
2. Etablissez à quoi va servir cet argent. Montrez combien servira aux dépenses pour le capital (équipement) et combien servira aux dépenses courantes (gestion du stock, dettes fournisseurs).
3. Confirmez que vous pouvez prendre en charge le financement. Par exemple, si vous demandez un prêt, est-ce que votre affaire générera assez de marge pour payer les traites et les frais liés au capital ?
4. Etablissez quel capital actif sera disponible comme sécurité.

#### • **Evaluez les risques :**

1. En regardant votre projet, quels sont les domaines qui pourraient poser problème ?
  - Par exemple, des problèmes techniques pour développer le produit. Comment pouvez-vous minimiser les risques ?
2. Discutez les scénarii « et si »  
Comment pourraient évoluer vos prévisions budgétaires ? Par exemple, qu'arrive t-il si votre marge brute est 25% plus faible que les prévisions ?

S'il y a des risques sérieux, vous pouvez :

- prévoir d'éventuels fonds pour couvrir un dépassement de financement dont vous pourriez avoir besoin.
- décider que votre projet est trop risqué et abandonner à ce moment.

Evaluer les risques vous aide clairement à minimiser des problèmes éventuels, et établira votre crédibilité auprès des banques qui sont intéressées par votre projet.

- **Appendices :**

Un projet court n'aura pas nécessairement besoin d'appendices. Tout peut être inclus dans la partie principale du projet. Un projet plus compliqué peut seulement résumer l'information dans le développement et mettre l'information détaillée dans les appendices – surtout les chiffres- à la fin. Par exemple :

1. Les prévisions budgétaires détaillées (ventes mensuelles, marges mensuelles, pertes et profits, les bilans, etc...)

Inclure une liste détaillée d'hypothèses, par exemple : la marge de profit sur chaque produit, le roulement de stock, etc...

2. Autres informations :

- CVs du personnel clé.
- une étude de marché
- spécifications techniques
- les noms des clients visés.

- **Présentation :**

Plus d'informations vous récolterez, plus votre plan sera convaincant. Cependant, rappelez-vous qu'un banquier ou autre ne lira jamais tous les détails, cela ne doit pas vous empêcher d'être consciencieux et de présenter un projet complet.