****

[Nom de l’entreprise]

[Logo]

**Business plan pour salon de coiffure**

**Fournit par Zarla**

Table des matières

[Pitch de présentation 1](#_Toc17292125)

[Produit ou service 1](#_Toc17292126)

[Clientèle potentielle 1](#_Toc17292127)

[Propriétaires de l’entreprise 1](#_Toc17292128)

Entreprise et projection à futur [1](#_Toc17292129)

[Besoins financiers 1](#_Toc17292130)

[DESCRIPTION de l’entreprise 1](#_Toc17292131)

Philosophie de l'entreprise [2](#_Toc17292132)

[Objectifs 2](#_Toc17292133)

[Marché](#_Toc17292134)-cible

[Concurrence 2](#_Toc17292135)

[Résultats à ce jour 3](#_Toc17292136)

[Produits et services 3](#_Toc17292137)

[Produit ou service principal 3](#_Toc17292138)

[Tarifs 3](#_Toc17292139)

Plan [MARKETING 3](#_Toc17292140)

[Etude de marché-cible 3](#_Toc17292141)

[Analyse SWOT (forces et faiblesses) 4](#_Toc17292142)

[Stratégie marketing 4](#_Toc17292143)

Supports marketing à utiliser [4](#_Toc17292144)

[Budget marketing 5](#_Toc17292145)

Plan opérationnel [5](#_Toc17292146)

[Besoins en matière de locaux 5](#_Toc17292147)

Besoins légaux et comptables [5](#_Toc17292148)

Besoins de personnel [5](#_Toc17292149)

Gestion d'inventaire [5](#_Toc17292150)

Besoins technologiques et d'e[quipement 6](#_Toc17292151)

Logistique et [distribution 6](#_Toc17292152)

[Fournisseurs 6](#_Toc17292153)

[Politiques de crédits 6](#_Toc17292154)

[MANAGEMENT 6](#_Toc17292155)

[Fondateurs et équipe éxecutive 6](#_Toc17292156)

Propriétaires et actionistes [7](#_Toc17292157)

[Conseil d’administration 7](#_Toc17292158)

[Consultants et conseillers 7](#_Toc17292159)

[Plan Financier 7](#_Toc17292160)

[Bilan prévisionnel 7](#_Toc17292161)

[Projections](#_Toc17292162) financières pour 12 mois.

[Analyse de rentabilité 8](#_Toc17292163)

[Financement requis 8](#_Toc17292164)

[Annexes 8](#_Toc17292165)

# Pitch de présentation

Votre pitch de présentation doit expliquer brièvement l'objectif de votre entreprise. Le reste du business plan entrera dans les détails, mais le résumé doit donner une idée brève de la raison pour laquelle vous créez l'entreprise et de ce qu'elle fera. Cela peut se faire en quelques paragraphes seulement. Vous pouvez même diviser votre pitch en sous-sections, comme celles qui suivent.

Produit ou service

Vous pouvez ici expliquer les principaux produits/services que votre entreprise proposera. Même si d'autres entreprises proposent déjà les mêmes produits ou services dans votre région, vous devez être en mesure d'expliquer pourquoi votre entreprise est unique ou meilleure que les autres.

Clientèle potentielle

En général, les entreprises ciblent un certain groupe démographique qui correspond à leur spécialité. Par exemple, si vous ouvrez un salon de beauté de luxe dans une zone métropolitaine très fréquentée, votre clientèle potentielle sera probablement des femmes actives âgées de 20 à 50 ans.

Propriétaires de l’entreprise

Les investisseurs seront très curieux de savoir qui est à la tête de votre entreprise. Indiquez le nom et une brève biographie de chaque dirigeant. La biographie doit contenir des détails qui montrent pourquoi le propriétaire est un atout pour l'entreprise.

La section sur le ou les propriétaires de l'entreprise peut également inclure la répartition de celle-ci, c'est-à-dire la part qui sera détenue par les fondateurs, celle qui appartiendra aux investisseurs privés, etc.

Entreprise et projection à futur

Mentionnez brièvement les plans à long terme et les étapes prévues pour l'entreprise.

Besoins financiers

Plus de détails financiers seront fournis dans la section financière, mais pour le résumé, vous pouvez indiquer brièvement les fonds nécessaires à l'ouverture de votre entreprise. Si vous utilisez votre plan d'affaires comme pièce justificative pour une demande de prêt, une brève explication de la finalité du prêt peut s'avérer utile.

Description de l’entreprise  
  
Déclaration de mission

Votre déclaration de mission doit expliquer en une ou deux phrases la mission de votre entreprise. En voici un exemple :

*“inspirer et enrichir l'esprit au gré des rencontres, café après café, dans chacun des quartiers où nous sommes implantés.*” — Starbucks

Philosophie de l’entreprise

Une philosophie de l’entreprise est une déclaration ou un ensemble de déclarations qui mettent en évidence vos valeurs fondamentales. Voici, par exemple, la philosophie de l’entreprise Google :

1. *Concentrez-vous sur l'utilisateur et le reste suivra*
2. *Mieux vaut faire une seule chose et la faire bien*
3. *Toujours plus vite*
4. *La démocratie sur le Web fonctionne*
5. *Vous n'êtes pas toujours devant votre ordinateur lorsque vous vous posez une question*
6. *Il est possible de gagner de l'argent sans vendre son âme au diable*
7. *La masse d'informations continue de croître*
8. *Le besoin d'informations ne connaît aucune frontière*
9. *On peut être sérieux sans porter de cravate*
10. *On peut toujours faire mieux*

Objectifs

Dressez la liste de vos principaux buts et objectifs. Il peut s'agir d'objectifs de revenus annuels, d'un certain nombre de clients, etc. Incluez tous les chiffres qui pourront être utilisés ultérieurement comme indicateurs de votre réussite.

Fondateurs, historique et statut légal

Donnez des informations sur les fondateurs de l'entreprise, y compris leur parcours professionnel. Vous pouvez également rédiger un bref historique de l'entreprise si elle est déjà en activité ou expliquer ce qui a conduit à sa création.

Au moment où vous rédigez votre plan d'affaires, vous devez avoir créé un statut légal pour votre entreprise. Expliquez s'il s'agit d'une entreprise individuelle, d'une SARL, ou d'une SAS et donnez des détails supplémentaires tels que la raison sociale de l'entreprise.

Si votre entreprise a déjà réalisé des profits, incluez un bref bilan trimestriel ou annuel.

Marché cible

Votre entreprise peut s'adresser à un public très varié, mais vous devez définir un marché cible, c'est-à-dire un groupe de personnes susceptibles d'être intéressées par votre produit ou service en fonction de leur âge, de leurs centres d'intérêt, de leur profession, etc.

Concurrence

Décrivez votre concurrence de manière générale et spécifique. Tout d'abord, expliquez quels types d'entreprises seront en concurrence directe avec la vôtre. Ensuite, notez les entreprises spécifiques de votre région qui sont susceptibles d'attirer l'attention de votre clientèle.

Enfin, décrivez l'avantage concurrentiel de votre entreprise et la manière dont vous envisagez de conserver une longueur d'avance sur la concurrence.

Résultats à ce jour

C'est l'occasion de dresser la liste des résultats obtenus par l'entreprise, tels que les records de vente, les prix décernés, les acquisitions importantes, etc. Ces éléments peuvent être énumérés sous forme de liste et contribueront à renforcer votre argumentation auprès des investisseurs.

Produits et services

Produit ou service principal

Expliquez votre produit ou service en plusieurs paragraphes. Cette explication doit comprendre les raisons pour lesquelles votre entreprise est la seule à pouvoir proposer cette offre. Vous pouvez parler en termes généraux et même définir la manière dont votre produit ou service sera fourni à la clientèle.

Tarifs

Décrivez votre structure de prix en indiquant les tarifs des services ou les prix des articles. Vous devez également expliquer votre modèle de tarification en définissant la différence entre vos coûts et votre marge.

# Plan Marketing

Étude du marché-cible

Que vous ayez engagé un consultant pour étudier votre marché cible à votre place ou que vous fassiez vous-même les recherches, vous devez résumer vos conclusions ici. Incluez des statistiques pertinentes qui permettent de mieux comprendre le besoin d'une entreprise comme la vôtre.

Analyse SWOT (Strength, Weaknesses, Opportunities Threats)

|  |  |
| --- | --- |
| Forces | Faiblesses |
| Opportunitées | Menaces |

Stratégie marketing

Résumez votre stratégie marketing en disant quelque chose comme : "Les éléments de notre stratégie marketing sont les suivants : (1) Établir des relations d'affaires, (2) ..."

Vous pouvez entrer dans les détails dans cette section, si nécessaire, mais l'objectif est de communiquer votre stratégie globale en termes généraux.

Supports marketing

Il est important de définir les supports marketing que votre entreprise utilisera pour atteindre sa clientèle. Un support marketing est un mode de diffusion qui vous permet de faire connaître votre entreprise à un plus grand nombre de personnes. Les supports marketing possibles sont les suivants :

* Réseaux sociaux (X, Facebook, Instagram, etc.)
* Site web d’entreprise
* Campagnes d’email
* Optimisation pour les moteurs de recherche (SEO)
* Publicités au coût-par-clic

Budget Marketing

Vous pouvez y déclarer une valeur totale en euros qui sera budgétisée pour tous vos efforts de marketing au cours de la première année. Vous pouvez également partager une feuille de calcul du budget marketing qui montre comment l'argent sera réparti.

Plan opérationnel

Besoins en matière de locaux

|  |  |
| --- | --- |
| Mètres carrés |  |
| Location (urbaine, suburbaine, industrielle) |  |
| Stationnement |  |
| Chauffage/climatisation |  |
| Zonage |  |
| Autres caractéristiques |  |

Besoins légaux et comptables

Besoins de personnel

Dressez une liste exhaustive de tous les employés que vous devrez embaucher pour faire fonctionner votre entreprise, y compris les cadres ou gérants.

Gestion d’inventaire

Expliquez comment vous allez gérer votre stock, que vous prévoyiez une méthode manuelle ou que vous utilisiez un logiciel de gestion d'inventaire. Cette section peut inclure des détails sur la fréquence des nouvelles commandes, sur la manière dont vous envisagez de déplacer les vieux articles et sur les politiques en matière de documentation de l'inventaire.

Vous aurez besoin de moins d'informations si votre entreprise offre un service plutôt qu'un produit.

Besoins technologiques et d’équipement

|  |  |
| --- | --- |
| **Description de l’objet** | **Prix** |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
| **Total** | € |

Logistique et distribution

Cette section s'applique si vous vendez des marchandises qui doivent être distribuées à des points de vente au détail ou directement à la clientèle. Vous devez répondre à des questions telles que :

* Utiliserez-vous un grossiste ?
* Travaillerez-vous avec un seul transporteur ou plusieurs ?
* Quelle sera la taille de votre zone de distribution ? (locale, régionale, nationale, internationale)
* Quels seront les coûts de la distribution ?

Fournisseurs

Toute entreprise a besoin de travailler avec des fournisseurs pour acheter les matières premières nécessaires à la fabrication de ses produits, pour acquérir de nouveaux stocks ou pour acheter des articles/équipements qui lui permettront de fournir un service.

Si vous avez conclu des accords contractuels avec des fournisseurs, vous pouvez en faire brièvement mention et même les joindre à vos documents justificatifs si des investisseurs ou des créditeurs en font la demande.

Politiques de crédit

Votre politique de crédit définit les limites d'acceptation des paiements pour les biens vendus ou les services rendus par votre entreprise. En d'autres termes, la politique stipule le délai dont disposent les bénéficiaires avant que vous ne commenciez à prélever des intérêts, et le montant du taux d'intérêt.

MANAGEMENT

Fondateurs et équipe exécutive

Dressez la liste des fondateurs de votre entreprise et donnez une brève biographie de chacun d'entre eux. Vous devez également inclure une liste des membres de votre équipe directive. Vous pouvez présenter votre équipe de direction à l'aide d'un diagramme tel que celui ci-dessous. Les titres et l'organisation de la hiérarchie peuvent être modifiés pour refléter la structure de votre entreprise.

Propriétaires et actionnaires

Si vous ne l'avez pas encore fait, dressez la liste de tous les propriétaires de l'entreprise et des actionnaires actuels, en indiquant le pourcentage de la société qu'ils détiennent.

Conseil d’administration

Si votre entreprise a formé un conseil d'administration, indiquez les noms et les fonctions de ses membres.  
  
Management

Votre équipe directive supervise l'ensemble des activités de votre entreprise, mais l'échelon suivant, la gestion, s'occupe des activités quotidiennes de l'entreprise et de la gestion de l'ensemble des employés.

Indiquez le nom et le titre de chacun de vos gérants. Si possible, décrivez brièvement leur rôle et expliquez pourquoi ils sont qualifiés pour l'assumer.

Si vous n'avez pas encore engagé de gérants, décrivez le type de personnes que vous recherchez et les rôles qu'elles doivent remplir.

Conseillers et consultants

De nombreuses entreprises naissantes font appel à des conseillers et à des consultants afin de les aider à entrer avec succès sur le marché. Si votre entreprise travaille avec un conseiller ou un consultant, notez qui il est et pourquoi il a été engagé. L'expertise professionnelle d'un tiers indique aux investisseurs que vous faites preuve de diligence et que vous planifiez minutieusement afin d'atteindre vos objectifs.

Prévisionnel financier

Bilan prévisionnel

Le bilan prévisionnel énumère tous les actifs et passifs courants de l'entreprise.

Utilisez notre [modèle de bilan](file:///C:\Users\Marianne%20Izurieta\Downloads\Télécharger-modèle-tableau-bilan-prévisionnel-20200819.xlsx) pour créer votre bilan prévisionnel.

Projections financières sur 1 an

Il est impossible de savoir avec certitude où en sera votre entreprise dans 12 mois, mais vous pouvez établir des projections financières sur la base d'un ensemble d'hypothèses. Pour ce faire, on utilise souvent un compte de résultat pro forma. C'est la même chose qu'un compte de résultat normal, sauf qu'il s'agit d'une projection et non d'une analyse d'une période fiscale antérieure.

Utilisez notre modèle de compte de résultat pro forma pour créer un tableau de votre projection financière

Plan de trésorerie pour un an

Un tableau décrivant votre plan de trésorerie vous aidera à fixer des limites raisonnables à vos dépenses.

Utilisez notre [modèle de plan de trésorerie](file:///C:\Users\Marianne%20Izurieta\Downloads\Télécharger-modèle-de-budget-de-trésorerie-20200819.xlsx) pour commencer.

Analyse de rentabilité

L'analyse de rentabilité utilise une formule simple pour déterminer le point auquel votre entreprise couvrira toutes ses dépenses et réalisera un bénéfice net ou une perte nette de 0,00 €.

Faites une analyse de rentabilité en utilisant [notre modèle](file:///C:\Users\Marianne%20Izurieta\Downloads\Modèle-d-analyse-de-rentabilité.xlsx).

Plan de financement

Afin de résumer le financement dont vous avez besoin, l'objet de ce financement et la manière dont il sera dépensé, vous devez disposer d'un plan de financement. Ce tableau indique les montants totaux pour chaque catégorie de votre budget, ainsi que les sources correspondantes.

Utilisez notre modèle pour créer votre propre tableau de besoins de financement.

# Annexes

Des informations supplémentaires peuvent être incluses dans les annexes si nécessaire, comme des documents qui vérifient le contenu du plan d'affaires, ou des notes supplémentaires sur l'une des sections ci-dessus.