



# RÉUSSIR VOTRE BUSINESS PLAN : les incontournables

PAR STÉPHANE ALVARES  
FONDATEUR D'AUDIT CONSULTING GROUP

Dans ce nouvel article, nous vous proposons d'étudier quelques questions très importantes que vous devez vous poser sur votre business plan.

**P**our rappel, un business plan doit être établi par tout entrepreneur et n'est pas seulement réservé aux créateurs de start-up. Un business plan vous pousse à la réflexion sur chaque détail et améliore ainsi vos capacités de réaction face à la réalité. Il montre également où votre entreprise se trouvait dans le passé et de quelle manière elle souhaite évoluer. Prendre du recul et regarder où vous en êtes, voilà ce que nous vous proposons... D'autant que c'est la rentrée ! Il est temps de se mettre au travail pour envisager un magnifique avenir. Voici donc, selon nous, les principales questions à vous poser :

## Vos objectifs sont-ils en adéquation avec votre mission ?

Examinez vos objectifs. Ces objectifs sont des résultats que vous voulez par-dessus tout obtenir et ils déterminent vos priorités et le pilotage de votre entreprise. Vos objectifs doivent être cohérents les uns par rapport aux autres pour vous éviter de vous disperser. Enfin, vous devez rattacher vos objectifs à la mission de votre entreprise pour aller dans la direction où vous voulez vraiment aller.

## Devez-vous mettre en avant vos opportunités ?

Si vous voulez que votre entreprise croisse régulièrement et sur le long-terme, vous devez exploiter les opportunités lorsqu'elles se présentent. Votre business plan doit indiquer les opportunités majeures que vous apercevez sur votre route et démontrer comment vous allez être en mesure d'en tirer parti en cours de route.

## Etes-vous préparé aux menaces ?

Le créateur d'entreprise ou le repreneur tombent souvent dans la facilité d'une vie en rose avec une idée extraordinaire (que ses amis aussi trouvent souvent fantastique) mais le rose ne sera pas forcément la réalité. Etre objectif est une qualité : je vous propose d'inscrire le même scénario mais teinté d'un brin de difficultés potentielles. Vous serez ainsi parés au danger qui surviendra. Votre business plan doit mettre en exergue les menaces les plus importantes qui s'annoncent comme une tempête... et offrir des solutions pour s'en

protéger. Anticiper les menaces avant les autres c'est les transformer en opportunités.

## Avez-vous analysé vos clients ?

Plus vous en apprenez sur vos clients : qui ils sont, comment ils agissent, ce qu'ils veulent, sont-ils solvables ? Mieux vous connaîtrez votre entreprise. Vos clients vous indiquent comment pénétrer votre marché. Ils ont une si grande importance que vous ne pouvez-vous permettre de les laisser en dehors de votre business plan.

## Répondez à ces questions :

- ▲ Qui achète ?
- ▲ Qu'est ce qui est acheté ?
- ▲ Pourquoi achètent-ils ?

Vos prévisions doivent expliquer comment votre entreprise prévoit de mieux servir ces clients que vos concurrents.

## Qui sont vos concurrents ?

Nous vous renvoyons à notre article sur la concurrence du numéro 4 de START avril/mai 2019. N'oubliez jamais que vos concurrents sont là pour vous rendre la vie intéressante. La concurrence, c'est une partie conséquente de l'environnement de votre entreprise. Le business plan doit être très complet sur ce sujet et sur la manière dont vous vous informerez sur eux, sur leur évolution... Enfin, vous devez montrer comment vous allez les contrer pour remporter la bataille haut la main.

## Avez-vous listé vos forces et vos faiblesses ?

Proposez à vos connaissances de réaliser une estimation optimale et transparente de ce que votre entreprise fait bien et de ce qu'elle pourrait faire mieux. Les forces et les faiblesses déterminent vos chances de réussite dans l'avenir. Elles doivent être comparées aux capacités et aux ressources dont votre entreprise a besoin pour réussir.

## Votre stratégie est-elle pertinente ?

Votre stratégie liste ce que vous allez faire pour que votre business plan soit un succès. Au début, vous devez dresser l'inventaire de vos atouts, de vos faiblesses, de vos opportunités, de vos menaces et de vos buts. Ensuite, compte tenu de tous ces éléments, vous allez trouver le meilleur chemin en utilisant les pièces de ce puzzle pour aller là où vous voulez être et ce en dépit de tous les obstacles qui sont sur ce chemin. Ce chemin doit être clair et précis du début à la fin. Votre stratégie sera ainsi globalement cohérente. Votre entreprise doit tendre vers une stratégie qui repose sur

la réalité et sur des hypothèses raisonnables, sur ce qui va arriver. Tout cela doit être logique, rationnel en précisant ce qui peut être accompli et le timing précis du déroulé des opérations.

## Etes-vous certain de vos données financières ?

Votre bilan et votre compte de résultat actuels reflètent votre degré de réussite. Mais ce qui compte au fond, ce sont vos prévisions financières qui montrent votre avenir... En établissez-vous ? Préférez-vous jouer sur le passé comme plus de 80 % des TPE qui raisonnent sur un bilan qu'ils ont en main 14 ou 16 mois après la guerre ? Nous vous invitons à peindre votre futur plutôt qu'à dépendre votre passé. Pour cela, entourez-vous d'un conseiller capable de travailler sur l'avenir.

## Savez-vous gérer le changement ?

Un certain Monsieur disait : « le changement, c'est maintenant ! », nous avons constaté le résultat... Sans planification du changement, toute entreprise va droit dans le mur. Ce qui est certain c'est qu'autour de vous et quelle que soit votre activité, tout sera différent demain. L'impermanence est la règle : votre marché, les technologies, vos clients, vos prospects, votre trésorerie. Nous vous invitons alors à penser et jouer deux ou trois coups d'avance en examinant attentivement environ une fois tous les trois mois ce qui se passe dans votre secteur d'activité et comment cela peut l'affecter significativement. Certes, vous n'êtes pas voyant astrologue mais dans ce cas votre business plan doit être présenté avec différentes options. Rédigez des scénarios du type : « et si... » et répondez à ce scénario. Voici donc les quelques clés pour mener votre business plan et donc votre entreprise à bon port.

Si vous mettez en œuvre un business plan avec un conseil hautement qualifié et non avec un conseil « low-cost » voire « gratuit », votre entreprise réussira et avancera à pas de géant. Nous vous encourageons à respecter la démarche conseil explicitée pour vous éviter bien des surprises.

Pour le reste, nous restons à votre disposition pour vous accompagner sur ce chemin sinueux mais tellement enrichissant et passionnant. ■

# AUDIT

• Consulting Group •

Expert-Comptable  
Conseil en stratégie de développement  
Cannes Vallauris Sophia-Antipolis

www.audit-consulting-group.com  
Tél. 04 93 38 26 26