



Réaliser un Business Plan réaliste et convaincant

Réaliser un Business Plan réaliste et convaincant

durée : 2 jour(s)

code formation : BPL

Description :

Cette formation Réaliser un Business Plan réaliste et convaincant de 2 jours vous permettra de disposer de toutes les bases nécessaires pour comprendre et vous approprier les méthodes et outils d'élaboration d'un Business Plan, comment le bâtir, le formaliser, appréhender les facteurs clés de succès et valider sa fiabilité pour mieux savoir le défendre et le présenter, tout en gardant un regard critique.

Pré-requis :

Programme :

BUSINESS PLAN : QUAND ET POURQUOI ?

Circonstances nécessitant l'élaboration d'un business plan (création, évaluation, cession, recherche de capitaux, négociation avec les organismes bancaires…)

Objectifs : concevoir, convaincre, changer?

Présenter un projet de développement et/ou d'investissement

Traduire en chiffres les perspectives d'activité et de rentabilité

Démontrer la viabilité commerciale et financière d'un projet

Formaliser les scénarios possibles et mettre en exergue les points de rupture

Valider le positionnement du projet

Obtenir des financements au niveau des investissements, de l'exploitation?

Trouver des associés, des partenaires industriels, commerciaux...

Disposer d'un outil pour monitorer et piloter le projet

INTERACTIONS DU BUSINESS PLAN AVEC LA STRATEGIE GLOBALE DE L'ENTREPRISE

Relier le projet à la mission, au métier et objectifs stratégiques de l'entreprise?

Rassurer sur la pertinence du projet en relation avec la stratégie, l'équipe de direction….

Positionner les forces et faiblesses, le marché, la clientèle, les concurrents… pour évaluer le potentiel

Exploiter les outils d'analyse stratégique : segmentation, courbe de vie du produit, matrice attraits - atouts, chaîne de valeurs, business model et matrice EMOFF (Swot) relative aux opportunités et menaces, aux forces et faiblesses.

STRUCTURATION ET CONSTRUCTION DU BUSINESS PLAN

Le plan type

L'ordonnement de la rédaction : déclinaison du projet en plans opérationnels

Plan Marketing : Offre, positionnement et dimensionnement des segments visés, détermination de la tarification, estimation des ventes, des stocks,

des achats et des immobilisations selon différentes méthodes et scénarios de montage en charge.

Plan technique : Dimensionnement des investissements, de l'organisation, des ressources humaines, besoins en termes d'approvisionnements.

Plan financier : bilan prévisionnel (actifs et passif), compte de résultat prévisionnel, seuil de rentabilité, retour sur investissement (ROI), plans de financement et de trésorerie (dépenses et recettes), flux de trésorerie d'investissement et d'activité (free cash-flow), flux normatif et valeur finale.

EVALUATION DE LA RENTABILITE PREVISIONNELLE DU PROJET

Les 3 méthodes permettant d'élaborer des prévisions d'activité : partir du marché, de l'entreprise, de ses clients et produits ou de l'exigence de rentabilité.

Sélection d'un taux d'actualisation cohérent avec le risque du projet, coût moyen pondéré des capitaux (CMPC)

Mise en place de critères de sélection cohérents : délai de retour (Pay-back), Délai de récupération (DR), valeur actualisée nette (VAN), flux de trésorerie d'investissement (FTI), d'exploitation (FTE), taux de rentabilité interne (TRI), indice de profitabilité (IP)

Création de solides règles d'arbitrage entre les différents critères et entre risque et rentabilité

Evaluation et modélisation des risques (détermination des points morts comptable et de trésorerie, intégration des variables externes, d'action, de décision)

Analyse de la sensibilité et de réversibilité, définition d'un plan de repli en cas de scénario catastrophe (crash case)

FINANCEMENT DU PROJET

Présentation du plan de financement sous la forme du tableau de flux

Les bases de la prévision financière : compte de résultat, plan de financement, bilan, fonds de roulement normatif et ratios de structure financière, de trésorerie et d'endettement

Les 4 ratios clés d'endettement

Les choix de financement : capital, dette bancaire, financement sur actif.

ANALYSE CRITIQUE DU BUSINESS PLAN

Contrôle de cohérence des hypothèses retenues

Identification des facteurs clés de succès et des facteurs de risques (analyse de sensibilité)

Diagnostic de faisabilité, de pérennité

Mise en oeuvre de simulations, évaluation de leur impact

Définition des plans de repli et création de solutions alternatives

Chiffrage du coût d'abandon du projet

SAVOIR PRESENTER ET « VENDRE » SON BUSINESS PLAN

Rédiger un document de synthèse impactant et communiquant en utilisant les règles de fond et de forme d'un "executive summary"

Identifier les 3 points clés du projet, mettre en avant les éléments distinctifs et la valeur intrinsèque du projet, mentionner les incidences du projet sur les autres activités de l'entreprise

Présenter le bon scénario, ainsi que différentes alternatives