



SADC

Société
d'aide au développement
de la collectivité

ACHIGAN-MONTCALM

Guide pratique pour le démarrage d'entreprise

Guide pratique pour le démarrage d'entreprise

Le rôle de la SADC est de stimuler la prise en charge et la participation de la collectivité dans son développement socio-économique par des activités de concertation et de partenariat. Ses principaux mandats sont de fournir une aide financière et des services-conseils aux entrepreneurs et de soutenir la concrétisation de projets de développement pour la collectivité.

À cet égard, la SADC a conçu un guide pratique qui a pour but de fournir des renseignements et des conseils pratiques pour vous accompagner dans vos démarches de démarrage. Chaque sujet abordé dans le guide, vous offre de l'information générale et des références qui vous permettront d'approfondir vos connaissances.

En espérant que ce guide pourra contribuer à la concrétisation de votre projet et à la réussite de votre entreprise.

Si vous avez des questions, n'hésitez pas à communiquer avec l'un de nos conseillers. Il nous fera plaisir de vous aider.

Les étapes du démarrage

Il y a certaines étapes à suivre pour démarrer une entreprise. Tout d'abord il faut s'interroger sur VOUS, en tant qu'entrepreneur. Est-ce que vous possédez les connaissances et les aptitudes pour devenir entrepreneur ? Si vous ne pensez pas avoir le profil, le cheminement se termine là. Si vous croyez avoir ce qu'il faut pour être entrepreneur, il faut développer votre idée, par la suite élaborer un plan d'affaires et l'étape ultime sera le démarrage de l'entreprise.

Vous → Votre idée → Votre plan d'affaires → Votre entreprise

Vous

Partons du début et évaluons si vous possédez les aptitudes pour être un entrepreneur.

Avant de se lancer en affaires il est important de se connaître

1. Quelles sont vos compétences ?
2. Quelles sont vos connaissances ?
3. Quelles sont vos ressources réseau ?

Il est bon de valider si vous avez le profil d'un entrepreneur. Pour le savoir, vous pouvez compléter certains [tests](#) pour déterminer quel type d'entrepreneur vous êtes. Voici quelques questions supplémentaires pour évaluer si vous possédez les traits de caractère attribués habituellement à un gestionnaire d'entreprise et pour amorcer votre réflexion. Si vous obtenez beaucoup de **non** en réponse aux questions, il vous reste encore un travail à faire pour développer votre potentiel entrepreneurial.

D'autres tests sont disponibles: [réseau](#)
[entreprendre](#)

[Carrefour jeunesse](#)
[emploi](#)

	oui	non
1. Aimez-vous prendre vos propres décisions ?		
2. Aimez-vous la concurrence ?		
3. Avez-vous de la volonté et de la discipline ?		
4. Est-ce que vous planifiez ?		
5. Terminez-vous votre travail à temps ?		
6. Acceptez-vous les conseils des autres ?		
7. Pouvez-vous vous adapter aux changements ?		
8. Comprenez-vous que le fait de posséder votre propre entreprise peut se traduire par 10 à 12 heures de travail par jour, probablement 6 jours par semaine et les jours de congé ?		
9. Avez-vous l'endurance physique vous permettant de gérer une entreprise ?		
10. Avez-vous la force émotionnelle vous permettant d'endurer la pression ?		
11. Êtes-vous disposé à subir une baisse de votre niveau de vie pendant plusieurs mois ou plusieurs années ?		

12. Avez-vous réfléchi à la possibilité de perdre vos économies ?		
13. Êtes-vous disposé à renoncer à certains aspects de votre vie personnelle ou familiale pour votre travail ?		
14. Savez-vous quelles sont les compétences et les connaissances spécialisées essentielles à la réussite de votre projet ?		
15. Possédez-vous ces compétences ?		
16. Votre idée fait-elle effectivement appel à vos compétences, à vos intérêts et vos habiletés ?		
17. Pouvez-vous trouver du personnel ayant les connaissances qui vous manquent ?		
18. Connaissez-vous les raisons pour lesquelles vous envisagez ce projet ?		
19. Votre projet correspond-il réellement à vos aspirations de carrière ?		

Le profil personnel est un critère important que les institutions financières prennent en considération. Il est donc important de bien se connaître et de faire ressortir vos points forts lors des entretiens avec les créanciers.

Votre idée

Maintenant que vous savez que vous êtes fait pour être entrepreneur et vous avez une idée, qu'allez vous en faire ? Il est important de tenter de l'améliorer le plus possible pour que votre projet puisse se réaliser concrètement.

Lorsqu'il vous vient une idée pour créer votre propre entreprise, posez vous les questions suivantes avant de vous lancer aveuglément dans le projet de démarrage:

1. D'où provient l'idée ? Y croyez vous suffisamment pour investir votre temps et vos ressources financières ?
2. Pensez-vous que vous aurez du plaisir à mettre sur pied ce projet d'entreprise ?
3. Ce projet vous intéresse-t-il suffisamment pour investir le temps nécessaire à l'élaboration d'un bon plan d'affaires ?
4. Est-ce que vous croyez que votre produit/service va répondre à un besoin ?
5. Est-ce qu'il y a un marché pour votre produit/service ?
6. Comment se distingue votre produit/service de ceux de vos concurrents ?

Beaucoup d'entrepreneurs échouent lors du lancement de leur entreprise parce qu'ils sont persuadés que leur idée est extraordinaire et omettent de l'évaluer. Il y a très peu d'idées qui se transforment en entreprise prospère. Pour vous assurer du succès de votre entreprise, il est important de ne pas vouloir aller trop vite et suivre les étapes. Lorsque vous avez validé votre idée et que celle-ci demeure intéressante et offre un potentiel financièrement acceptable, il faut passer à l'étape suivante : la rédaction de votre plan d'affaires.

Votre plan d'affaires

Certains entrepreneurs rédigent un plan d'affaires pour satisfaire aux exigences des institutions financières ou aux critères de programmes d'aide (SADC, DEC, BDC). La rédaction d'un plan d'affaires est d'abord et avant tout pour vous! Il permet de faire une réflexion sur tous les aspects de l'entreprise et par le fait même, les analyser. C'est un outil qui vous suivra tout au long de l'évolution de votre entreprise et qui favorisera vos chances de réussite.

Il permet à l'entrepreneur d'envisager différents moyens pour répondre aux pressions de l'environnement externe et interne. La réflexion, les recherches et le sérieux accordés à la rédaction de votre plan d'affaires influenceront grandement le succès de votre entreprise.

Le plan d'affaires est un outil qui sera utile tout au long de l'existence de votre entreprise. Étant donné que le monde des affaires est dynamique et en perpétuel changement, le plan d'affaires doit être revu et corrigé selon les besoins. Vous devez vous adapter à votre environnement tant interne qu'externe. C'est un outil qui est essentiel pour le démarrage de votre organisation. De plus, il peut être utile également pour la planification de vos objectifs, pour entrevoir l'avenir et pour anticiper les embûches. Il fournit une orientation et des directives pour l'avenir de votre entreprise.

Lors de l'étape de démarrage, le plan d'affaires démontre le sérieux des démarches entreprises par le promoteur auprès des différents investisseurs. Il permet d'avoir une image de vous (compétences, connaissances) en plus de prouver la rentabilité et la solvabilité de votre projet. Vous devez accorder une importance particulière à la planification. Il vaut mieux faire vos erreurs sur papier qu'une fois le projet lancé.

La rédaction d'un plan d'affaires comporte trois défis, soient:

1. Imaginer, de façon réaliste et complète, le projet que vous voulez réaliser ;
2. Convaincre les différents partenaires (institutions financières, organismes gouvernementaux, investisseurs, etc.) que le projet est intéressant et viable ;
3. Décider si oui ou non vous allez de l'avant dans le projet.

L'important est d'approfondir vos connaissances sur les différentes fonctions de l'entreprise. Vous devez bien maîtriser le sujet et aller chercher de l'aide au besoin. Il est tout à fait normal de moins bien maîtriser certaines fonctions de l'entreprise.

N'hésitez pas à aller chercher l'aide dont vous avez besoin !

21 questions pour partir du bon pied

1. En quoi votre idée se distingue-t-elle de ce qui est offert actuellement sur le marché ? Décrivez-là brièvement.
2. Où en est votre projet ? Est-ce simplement encore une idée abstraite ou certains aspects se sont-ils concrétisés ? Avez-vous fait des recherches à ce sujet ? Votre projet a-t-il mûri ?
3. Avez-vous pris des mesures pour protéger votre idée ?
4. Qui sont les principaux acteurs de votre projet et quel est l'apport particulier de chacun (expérience, capital, contact, etc.) ?
5. Pourquoi pensez-vous que vous arriverez à réaliser avec succès votre projet mieux que quiconque ? À cause de l'expérience ? De votre originalité ou celle de votre produit/service ? Du prix ? De la localisation ? Du service ?
6. Avez-vous déjà repéré un local, de l'équipement ? Est-ce qu'il y a des possibilités d'expansion ? Vous êtes-vous compromis par un bail par exemple, avez-vous déjà signé des contrats d'achat d'équipements ?
7. Avez-vous choisi vos fournisseurs ? Si oui, êtes-vous satisfait des conditions de crédit, de livraison ? de prix ? et de qualité ? Comment les avez-vous choisis : par hasard, par obligation, par commodité ?
8. Avez-vous vraiment évalué les risques que comporte votre projet ? Quelles sorties de secours vous êtes-vous réservées ?
9. Pour quelle forme juridique avez-vous opté ? Avez-vous choisi la forme juridique appropriée ?
10. Quel besoin votre produit satisfait-il véritablement et pour quel segment de marché précis est-il destiné ? Pourquoi croyez-vous pouvoir attirer cette clientèle ?
11. Comment vous attaquerez-vous à ce marché ? Avez-vous déterminé un plan marketing et une approche publicitaire ? Votre budget de marketing est-il adéquat et réaliste ?
12. Connaissez-vous bien vos concurrents et êtes-vous en mesure de déterminer leur réaction à votre arrivée sur le terrain ?
13. Avez-vous une idée réaliste de la part de marché que vous pourrez gagner ? Est-ce suffisant pour vous accorder une rentabilité acceptable ?
14. Êtes-vous bien au courant des tendances, des innovations et des règles du jeu qui caractérisent votre marché ?
15. Avez-vous une idée assez précise des sommes d'argent que votre projet exigera ? Avez-vous déterminé quelles seront les sources potentielles de fonds ? Comment et pourquoi croyez-vous pouvoir les convaincre d'investir ou de prêter des fonds à votre projet ?
16. Jusqu'à ce jour, combien de temps et d'argent avez-vous consacré à votre projet ? Avez-vous encore une marge de manœuvre financière ?
17. Quel est le potentiel à long terme de votre projet ?
18. Avez-vous bien étudié votre structure de prix ? Votre marge de profit ? Votre structure de coûts ?

19. Si vous avez plusieurs associés, qui fera quoi ? Avez vous discuté à fond de vos rôles et de vos responsabilités ? Êtes-vous prêt à inscrire ceci dans une convention entre associés ? Si la réponse est non, retournez à la case départ vous êtes en danger !
20. Que pensent vos proches de votre projet et de vos capacités ?
21. Savez-vous compter ? Il n'est pas donné à tout le monde d'être à l'aise avec les rudiments des mathématiques financières ni avec les bases de la comptabilité.

Questions tirés du livre «Un plan d'affaires gagnant» de Paul Dell'Aniello.

Structure du plan d'affaires

1. Sommaire

Il est préférable de remplir la section *Sommaire* à la fin de la rédaction de votre plan d'affaires. Cette section permet de mettre l'emphase sur les points importants de votre projet.

Vous devez faire un résumé qui sera accrocheur pour les investisseurs. Ce sont eux qu'il faut convaincre et intéresser à lire votre plan jusqu'à la fin.

Dans cette section, on retrouve les informations de l'entreprise (Nom, adresse, téléphone, courriel), le but de l'entreprise et en quoi consiste le projet. Vous devez également inclure dans cette partie une brève description des promoteurs. Pour terminer cette section, vous devez inscrire les prévisions de ventes et de profits pour les trois prochaines années. Pour piquer leur curiosité, inscrire également les besoins financiers à court et long terme de votre projet.

2. Le projet

2.1. Historique du projet

- ❖ Expliquer d'où provient l'idée (motivations, intérêts personnels, opportunités d'affaires, etc.)
- ❖ Expliquer les différentes phases de l'évolution de votre idée. Qu'avez-vous fait comme démarches jusqu'à présent ?

2.2. Description du projet

- ❖ Décrivez sommairement votre projet d'entreprise.
- ❖ Quels sont vos champs d'intervention et pour chaque champs d'intervention énumérer les activités, produits et services offerts.
- ❖ Qui sont les principaux acteurs du projet ? Si jamais vous avez des ententes soit avec des fournisseurs ou des partenaires, il est important de les mentionner dans cette section.
- ❖ Où et quand se réalisera votre projet ?
- ❖ À quels besoins votre projet répond-il ?

2.3. Objectifs

- ❖ Déterminer vos objectifs à court terme (0-1 an), moyen terme (1-3 ans) et long terme (3 ans et plus). Les objectifs peuvent viser la rentabilité, les ventes, le nombre de clients, la productivité.
- ❖ Comment voyez-vous votre entreprise dans le futur ? L'objectif que vous vous fixez doit être spécifique, mesurable, acceptable (doit pouvoir être atteint), réaliste et temporelle (inscrit dans le temps, avec une date de fin). Ceci est valide pour les

objectifs quantitatifs. Il se peut que les objectifs soient également qualitatifs, par exemple: développer la reconnaissance au travail au sein de mes équipes, mobiliser les gens au développement durable. Ce type d'objectif est difficilement mesurable mais nécessaire pour permettre à l'entrepreneur de se diriger.

2.4. Calendrier des réalisations

- ❖ Énumérer les principales étapes de réalisation de votre projet et indiquez l'échéance de réalisation. Les activités déjà réalisées devraient également y apparaître, de façon à montrer l'évolution des démarches depuis les débuts.

3. Management

3.1. Profil de l'entrepreneur

- ❖ Est-ce que vous croyez posséder les qualités entrepreneuriales nécessaires afin que votre entreprise connaisse du succès ? (Autonomie, ténacité, persévérance, passion, créativité, tolérance au stress et au risque, énergie et confiance en soi).
- ❖ En plus des qualités entrepreneuriales, est-ce que vous avez des connaissances en gestion ? Sinon, est-ce que vous êtes entouré de personnes qui sont aptes à vous aider ? Vous devez avoir un minimum de connaissances afin de suivre l'évolution et le rendement de votre entreprise. Allez chercher les outils nécessaires pour bonifier vos connaissances.
- ❖ Faites un court résumé de vos forces (niveau technique et administratif) et de votre profil qui exprime que vous êtes en mesure de gérer et de développer votre organisation.
- ❖ Mettre en annexe une copie du curriculum vitae et du [bilan personnel](#) de chaque associé/actionnaire de l'entreprise.

3.2. Structure de la propriété

- ❖ Choix du type d'entreprise (entreprise individuelle, société de personnes, société de capitaux, coopérative). Il est important de prendre le temps de bien choisir car chaque type d'entreprise a des [avantages et des inconvénients](#). Expliquez les raisons de votre choix.
- ❖ Il faut prévoir une convention des actionnaires. Cette convention sert à prévoir ce que vous et vos actionnaires ferez lors de mésentente. Il vaut mieux envisager les conflits possibles lors du démarrage que de devoir les régler devant les tribunaux.
- ❖ Indiquez la mise de fonds de chacun des associés ou des actionnaires tout dépendant de la forme juridique choisie.
- ❖ Indiquez la répartition de la propriété entre les associés/actionnaires de l'entreprise.

3.3. Mission, vision, valeurs du projet

- ❖ **Mission:** Elle doit exprimer exactement ce que vous voulez faire, comment vous voulez le faire et pourquoi, et ce, en quelques lignes seulement (C'est la raison d'être de votre projet). L'entreprise fait quoi ? Pour qui ? Comment ? Sur quel territoire ? Le choix des mots est très important. Ceci demande un effort de réflexion.

Voici la mission de Loblaws: Être le meilleur détaillant de produits alimentaires, de santé ainsi que d'articles pour la maison au Canada en dépassant les attentes de la clientèle grâce à une offre de produits novateurs à très bons prix.

- ❖ **Vision:** Ce à quoi l'entreprise aspire à long terme (ex: avoir la plus grande part de marché de l'industrie au Québec).
- ❖ **Valeurs partagées par l'entreprise:** Ce qui se reflète chez les employés, les clients, les fournisseurs, etc. (ex: respect, travail d'équipe, communication etc.).

3.4. Forces, faiblesses (facteurs internes de l'entreprise, ce sont les facteurs sur lesquels vous avez une emprise)

- ❖ Les **Forces:** Quelles sont vos forces aux yeux des clients ? Quelles sont vos meilleures ressources ? Qu'est-ce qui vous distingue de la concurrence ? Que faites-vous qui vous permet de vous distinguer ?
- ❖ Les **Faiblesses:** Qu'est-ce que vous pouvez améliorer ? Quelles sont les principales critiques que vous font vos clients, employés, fournisseurs, etc. ? Quelles sont les ressources qui manquent à votre entreprise ?

3.5. Opportunités et menaces (facteurs externes de l'entreprise ce sont les facteurs sur lesquels vous n'avez aucune emprise. Vous pouvez consulter les différentes variables de l'environnement externe en consultant le [PESTEL](#))

- ❖ Les **opportunités** : Ce sont des facteurs externes qui peuvent avoir une **influence positive** sur votre projet et sur lesquels vous n'avez aucun contrôle. Les opportunités sont des occasions d'affaires à saisir. (ex : changements climatiques pour un fabricant de climatiseurs).
- ❖ Les **menaces** : Ce sont des facteurs externes limitatifs qui peuvent avoir une **influence négative** sur votre projet et sur lesquels vous n'avez aucun contrôle. Ce sont des facteurs qui peuvent nuire à la performance du projet et même à sa survie.

4. Marketing

4.1. Description du produit/service offert

- ❖ Faire une description détaillée des produits/services offerts
- ❖ Indiquez le prix de vente de vos produits/services
- ❖ Élaborez une liste des avantages de vos produits/services versus ceux de la concurrence
- ❖ Faites la présentation des produits/services (Nom du produit/service, la marque, la gamme, la durée de vie, la qualité, le service après vente, les garanties, etc.)

4.2. Analyse du marché

Il faut évaluer votre marché potentiel. Une analyse de cette information permettra de déterminer votre client cible (client potentiel). L'analyse de données socio-démographiques peut vous aider à dresser un portrait de votre client potentiel (âge, sexe, niveau de revenu, lieu de résidence). Une entreprise qui débute n'a pas les ressources nécessaires pour répondre à tous les besoins de son marché. Pour cette raison, il faut sélectionner un segment de marché à qui votre produit/service s'adresse. Cependant, il faut s'assurer que cette clientèle ciblée soit assez nombreuse pour assurer la survie de l'entreprise.

- ❖ Quel est votre secteur d'activité ?
- ❖ Quelles sont les forces et les faiblesses du secteur d'activité ciblé (croissance, maturité, déclin, évolution du marché, etc.) ?
- ❖ Quels sont les comportements et les habitudes d'achat des consommateurs ?
- ❖ Quels sont les besoins à satisfaire des consommateurs ?
- ❖ Quelles sont les tendances et les perspectives d'avenir de ce secteur ?

Il est important d'appuyer ces affirmations par des données statistiques. Lors de la collecte de données, il faut faire attention aux dates de publication. S'assurer que les données soient à jour.

La SADC possède des banques de données qui peuvent vous donner un coup de main dans l'analyse du marché. Cependant il est conseillé que vous fassiez vous même les recherches pour avoir une meilleure connaissance de

4.3. Concurrence

Qui sont vos concurrents (Dressez la liste de vos concurrents)? Quelles sont leurs forces et leurs faiblesses ? Quels sont **leurs** avantages concurrentiels ?

4.4. Avantages concurrentiels

En se basant sur la stratégie des 5 «P» (voir section 4.6), décrivez quels sont **vos** avantages par rapport à vos concurrents

- ❖ Qu'est ce qui vous démarque des autres concurrents ?
- ❖ Pourquoi les gens achèteraient-ils votre produit (ou utiliseraient votre service) ?

4.5. Objectifs marketing

Décrivez et précisez les objectifs que vous voulez atteindre par votre stratégie marketing

- ❖ Quels sont vos objectifs marketing à court terme (0-1 an) et moyen terme (1-3 ans) en nombre d'unités vendues, en pourcentage de part de marché, en nombre de clients, en nombre de points de distribution, etc.) ?

4.6. Stratégie marketing (les «5 P»)

Déterminez votre stratégie de commercialisation ou de mise en marché (Comment allez-vous vendre votre produit ou votre service ?)

Produit ou service :

- ❖ Quelles sont les caractéristiques de votre produit ?
- ❖ Comment votre produit se compare-t-il avec celui de vos concurrents ?
- ❖ Est-ce un produit bas de gamme ou haut de gamme ?

Prix : (Attention, ne pas fixer le prix sous le Coût de revient)

- ❖ À quel prix vendrez-vous votre produit ? Pourquoi ? (le prix doit refléter le niveau de gamme choisi) Quels sont les prix des concurrents ? Est-ce que vos prix sont influencés par la quantité ?

Place :

- ❖ Sur quels territoires allez-vous distribuer votre produit/service ?
- ❖ Est-ce que le produit ou service sera vendu en ligne ou chez un grossiste ?
- ❖ Quels seront les points de vente ?

Promotion :

- ❖ Où allez-vous distribuer la publicité ? (médias traditionnels, médias sociaux, dans des événements, etc.)
- ❖ Comment allez-vous distribuer la publicité ? (campagne de publicité, relations publiques, etc.)
- ❖ À quelle fréquence allez-vous distribuer la publicité ? (sur une base annuelle, mensuelle, hebdomadaire, ponctuelle)
- ❖ Quel est le montant que vous allez attribuer aux promotions ?
- ❖ Quelles seront vos dépenses promotionnelles annuellement ?

Voici quelques exemples d'outils promotionnels : cartes d'affaires, annonces dans les journaux, articles promotionnels, annonces à la radio, annonces à la télévision, publicités dans les revues spécialisées, enseigne publicitaire, télémarketing, publipostage, internet, expositions, pages jaunes, dépliants, concours, échantillons, panneaux publicitaires, etc.

Personnel : (Service à la clientèle et service après-vente)

- ❖ Comment allez-vous procéder pour répondre à une plainte ?
- ❖ Avez-vous une politique de service après-vente ?

5. Opérations

5.1. Analyse des besoins d'emplacements physiques

Décrivez les caractéristiques d'un bon emplacement physique pour votre projet

- ❖ Quelles sont les spécifications recherchées pour l'emplacement de votre bâtiment ? (près de la clientèle, évaluez les besoins présents et futurs en superficie, en entreposage, en stationnement, axe routier, présence des fournisseurs à proximité, l'environnement, etc.)
- ❖ Est-ce qu'il y a des risques associés à l'emplacement (ex: difficulté d'accès, manque de stationnement, etc.) ?
- ❖ Est-ce que le lieu géographique aura un impact sur vos ventes ?
- ❖ Est-ce que vous achetez un terrain et bâtissez un bâtiment neuf ? Est-ce que vous louez ?
- ❖ Au contraire est-ce juste de la distribution en ligne (boutique en ligne) qui ne nécessite aucune installation outre que de l'équipement informatique ?

5.2. Analyse des besoins d'équipements

Décrivez les équipements qui seront nécessaires à la production et/ou à la réalisation de votre produit/service

- ❖ Quels sont les équipements nécessaires pour le fonctionnement de votre entreprise ?
- ❖ Quel est le coût de ces équipements ?
- ❖ Est-ce que vous allez acheter des équipements neufs ou usagés ? Pourquoi ?
- ❖ Est-ce que vous allez louer ces équipements ? Pourquoi ?

5.3. Aménagement interne du bâtiment

Déterminez l'aménagement intérieur optimal de votre bâtisse (Faire un plan pour maximiser l'efficacité)

- ❖ Où allez-vous disposer vos équipements à l'intérieur de la bâtisse ?

5.4. Approvisionnement et fournisseurs

Faites une description détaillée de vos fournisseurs potentiels

- ❖ Qui seront vos fournisseurs ?
- ❖ Quels seront vos critères pour la sélection des fournisseurs (coût, la qualité, le service, les délais de livraison) ?
- ❖ Est-ce que vous êtes dépendant d'un seul fournisseur ou faites-vous affaires avec plusieurs ?

5.5. Capacité de production

Démontrez que vous avez la capacité à produire le nombre d'unités que vous estimez vendre.

- ❖ Combien d'unités allez-vous être en mesure de produire par jour, par mois, par année ?
- ❖ Est-ce qu'il est possible de produire davantage (sous-traitants, nouveau quart de travail) ?
- ❖ Avez-vous suffisamment, d'employés, de machines, d'espace d'entreposage et d'argent pour acheter les matières premières ?

6. Ressources humaines

6.1. Évaluation des besoins

Décrivez et estimez vos besoins en ressources humaines

- ❖ Combien d'employés estimez-vous avoir besoin ?
- ❖ Quelles sont les qualifications professionnelles et personnelles que vous recherchez ?
- ❖ Quels sont les différents postes que vous aurez à combler ?
- ❖ Aurez-vous besoin de former vos employés ?

6.2. Description de postes

Pour chaque poste au sein de votre équipe, indiquez quelles sont les tâches et les responsabilités

- ❖ Quels sont les postes offerts au sein de votre entreprise ?
- ❖ Quelles sont les exigences que vous recherchez pour combler les postes (ex: doit posséder un secondaire 5, doit avoir de l'expérience dans le domaine, doit avoir un bon esprit d'équipe, etc.) ?

6.3. Rémunération

Décrivez le processus complet de rémunération de votre main-d'œuvre

- ❖ Comment allez-vous fixer vos salaires ?
- ❖ Allez-vous utiliser d'autres sources de rémunération (bonis, à la commission, rémunération à la pièce) ?
- ❖ Qu'allez-vous offrir sur le plan salarial, avantages sociaux, vacances, congés ?

6.4. Organigramme

Décrivez l'organisation hiérarchique dans votre entreprise. Faites un organigramme.

- ❖ Quels seront les rapports hiérarchiques entre les employés ?
- ❖ Quelle personne relève de qui ?
- ❖ Qui aller voir quand il y a un problème dans les équipes de travail ?

7. Finance

7.1. Coût de projet

Précisez les coûts associés à votre projet et les sources de financement que vous envisagez utiliser pour financer votre projet.

Coût du projet	Sources de financement
\$Total	\$Total

Le total des 2 colonnes doit donner le même résultat.

7.2. Coût de revient

La survie de l'entreprise dépend du coût de revient, donc il faut y accorder une attention particulière. Le coût de revient d'un produit ou d'un service correspond à la somme de tous les coûts supportés pour sa production. Le prix de vente doit tenir compte du coût de revient, le prix de la concurrence et le prix que la clientèle est prêt à payer. Le prix de vente doit prendre en considération les aspects marketing et de rentabilité.

- ❖ Combien vous coûte la production du produit/service ? (coût de main-d'œuvre + coût de matières premières + frais fixes)

7.3. Plan financier

Pour vous aidez à élaborer votre plan financier vous pouvez télécharger la [Trousse de la BDC](#). Vous y retrouverez entre autres, un modèle en blanc d'états financiers prévisionnels

Quelques pièges à éviter lors de la rédaction de votre plan d'affaires¹

- Être trop ambitieux ! Vous devez être capable de justifier vos hypothèses et vos prévisions.
- Dissimuler vos difficultés financières ! Informez-en votre prêteur si, par exemple, vos ventes fluctuent. Un calendrier de remboursement souple pourrait peut-être vous convenir davantage. Un plan d'affaires transparent augmentera vos chances de gagner la confiance des banquiers et des investisseurs, qu'il s'agisse d'associés ou de tiers.
- Fournir de l'information erronée ! Appuyer vos explications sur des informations fiables et vérifiables. Évitez de rédiger à la hâte votre plan marketing, de fournir des prévisions financières irréalistes ou des exposés incomplets.

Pour obtenir des informations supplémentaires telles que le choix du nom d'entreprise, les assurances et la convention d'actionnaires vous pouvez consulter le [document suivant](#). Pour obtenir toutes autres informations pertinentes à l'élaboration de votre projet, référez-vous à nos différents [partenaires](#)

¹ <http://www.bdc.ca/FR/articles-outils/demarrer-acheter-entreprise/demarrer-entreprise/Pages/comment-faire-plan-affaires.aspx>
[Sites de références pour l'élaboration de ce document.](#)