

Sommaire

Plan d'affaires 101

Fiche 3	<u>Plan d'affaires 101</u>	p2
Fiche 3.1	<u>Parties du plan d'affaires + sommaire</u>	p4
Fiche 3.2	<u>Profil de l'entreprise</u>	p6
Fiche 3.3	<u>Étude de marché</u>	p9
Fiche 3.4	<u>Ventes et marketing</u>	p10
Fiche 3.5	<u>Exploitation</u>	p11
Fiche 3.6	<u>Finances</u>	p13
Fiche 3.7	<u>Annexe + Sondage exemplaire</u>	p15

Fiche 3 : Plan d'affaires 101

Rédiger un plan d'affaires

Objectif du plan d'affaires

- Décrit la trajectoire future d'une entreprise
- Différentes façons de rédiger un plan, mais toutes comprennent des éléments fondamentaux
- Le secret est de commencer

Approche de rédaction

- Ne cherchez pas la perfection, elle n'existe pas dans le monde des affaires
- Engagez-vous à remplir chaque section en établissant des objectifs pour vous-même
- Un plan d'affaires est toujours en évolution et doit être régulièrement mis à jour

Acquisition de connaissances

- Les connaissances acquises lors de la rédaction d'une section se reflètent ailleurs dans le document
- L'acquisition de connaissances sur votre idée d'entreprise est l'une des meilleures raisons de produire un plan d'affaires
- Permet d'anticiper ou d'éviter des erreurs qui pourraient être coûteuses

Objectif pratique

- Les plans d'affaires visent à expliquer pourquoi l'idée d'entreprise fonctionnera
- Un plan efficace vise à montrer comment l'activité fonctionnera
- Méthode plus pratique et bénéfique à long terme

Précision et compréhension

- Soyez précis dans la description de vos activités de marketing
- Approfondissez votre compréhension de vos prévisions de ventes
- Principal défi pour la plupart des entrepreneurs : recruter des clients

Étude de marché

- **Commencez toujours par une étude de marché**
 - Une idée ne devient concrète qu'après avoir exploré le marché
 - Discutez avec vos clients ou vendez votre produit ou service pour valider l'idée
- **Ressources et outils**
 - Les fiches du deuxième chapitre de nos ressources vous guideront sur la façon de procéder
 - **Consultez les fiches 2, 2.1, 2.2 et les outils de recherche dans la fiche 2.13 pour plus d'informations**

Fiche 3 : Plan d'affaires 101

Sections clés

- | | |
|----------------------------------|---|
| 1. Sommaire exécutif | • Fournit un bref aperçu de ce que comprend le plan d'affaires |
| 2. Profil de l'entreprise | • Décrit votre offre, en quoi consiste l'entreprise, et qui sont les personnes derrière l'entreprise |
| 3. Étude de marché | • Explique le fonctionnement de votre marché, qui sont vos concurrents et vos meilleurs clients |
| 4. Ventes et marketing | • Détaille comment vous allez recruter des clients
• Décrit les activités de marketing spécifiques identifiées pour attirer des clients |
| 5. Exploitation | • Précise comment vous retiendrez vos clients
• Décrit le fonctionnement journalier de l'entreprise |
| 6. Finances | • Indique le montant d'argent nécessaire pour lancer votre entreprise
• Inclut les prévisions de ventes et les flux de trésorerie de l'entreprise |

Conseils de rédaction

- **Utilisation de la troisième personne**
 - Privilégiez la troisième personne plutôt que le « je » ou le « nous »
 - Utilisez le nom de l'entreprise pour une approche plus professionnelle
 - Exemple : Remplacez « Je vendrai directement à... » par « L'entreprise ABC vendra directement à... »
- **Sommaire exécutif**
 - Rédigez cette partie en dernier, bien qu'elle vienne en premier
- **Structure**
 - Structurez votre plan d'affaires en paragraphes
 - Utilisez des listes à puces et des encadrés pour les points succincts
- **Clarté et concision**
 - Soyez concis et allez droit au but
 - Évitez les répétitions, même si un point se retrouve dans différentes sections
- **Langage**
 - Évitez le jargon technique qui pourrait être incompris par le lecteur
 - Indiquez toujours la signification des acronymes lors de leur première utilisation
- **Importance d'un plan bien rédigé**
 - Un plan d'affaires bien rédigé augmente vos chances de succès
 - Renforce la confiance en votre idée
 - Permet de développer des stratégies applicables et réalisables

Des questions ? Contactez-nous !

Vous voulez discuter de votre idée d'entreprise avec un expert ? Planifiez une rencontre avec l'un de nos conseillers aux entreprises. Ce service est gratuit, et peut se faire en ligne ou en personne. [Prenez rendez-vous !](#)



Fiche 3.1 : Parties du plan d'affaires + sommaire

Parties du plan d'affaires

1.0 Sommaire exécutif

- 1.1 Aperçu du profil de l'entreprise
- 1.2 Aperçu de l'étude de marché
- 1.3 Aperçu de la stratégie de marketing
- 1.4 Aperçu financier

2.0 Profil de l'entreprise

- 2.1 Vue d'ensemble de l'entreprise
 - 2.1.1 Description de l'entreprise
 - 2.1.2 Proposition de valeur unique
 - 2.1.3 Description du produit/service
- 2.2 Historique de l'entreprise
- 2.3 Gestion
- 2.4 Emplacement
- 2.5 Structure juridique
- 2.6 Vision et mission (section facultative, mais recommandée)
- 2.7 Conseillers professionnels (section facultative)
- 2.8 Objectifs et buts (section facultative si incluse dans les Objectifs de marketing)

3.0 Étude de marché

- 3.1 Profil et aperçu de l'industrie
- 3.2 Analyse du marché local
- 3.3 Analyse des principaux concurrents - SWOT/FFOM (Forces, Faiblesses, Opportunités, Menaces)
- 3.4 Définition du groupe cible
- 3.5 Facteurs clés de succès
- 3.6 Résumé du sondage client (section facultative, mais recommandée)

4.0 Ventes et marketing

- 4.1 Stratégie tarifaire
- 4.2 Stratégie de marketing
 - 4.2.1 Approche marketing
 - 4.2.2 Activités marketing
 - 4.2.3 Objectifs marketing (section facultative, mais recommandée)
- 4.3 Énoncé de positionnement (section facultative)
- 4.4 Processus de vente (section facultative, mais recommandée)
- 4.5 Partenariats stratégiques (section facultative)

5.0 Exploitation

- 5.1 Emplacement(s)
 - 5.1.1 Emplacement physique
 - 5.1.2 Emplacement virtuel
- 5.2 Aspects juridiques
- 5.3 Assurance
- 5.4 Gestion des ressources humaines
- 5.5 Processus de production
- 5.6 Analyse des risques

Fiche 3.1 : Parties du plan d'affaires + sommaire

Parties du plan d'affaires - cont.

6.0 Finances

- 6.1 Coûts de démarrage et seuil de rentabilité
 - 6.1.1 Achats antérieurs
 - 6.1.2 Frais de démarrage
 - 6.1.3 Analyse du seuil de rentabilité (section facultative, mais utile pour les entreprises de produits)
- 6.2 Prévisions de ventes
 - 6.2.1 Hypothèses des prévisions de ventes
 - 6.2.2 Prévisions des ventes de la première année
 - 6.2.3 Prévisions des ventes de la première année, avec hypothèses
 - 6.2.4 Prévisions des ventes pour la deuxième année
- 6.3 Flux de trésorerie
- 6.4 Comptes de résultats

1.0 Sommaire exécutif

Vue d'ensemble

- **Présentation** : Section écrite en dernier, mais présentée en premier. Résumez chaque section du plan d'affaires avec des paragraphes courts et concis.
- **Longueur** : Idéalement une page ou une page et demie.
- **Objectif** : Donne un aperçu succinct du plan d'affaires, souvent la seule section lue. Doit être captivante mais pas trop promotionnelle.
- **Contenu** : Répétition pertinente et concise des informations clés du plan d'affaires.

1.1 Aperçu du profil de l'entreprise

- **Description** : Indiquez ce que vous vendez et présentez la personne derrière le projet.

1.2 Aperçu de l'étude de marché

- **Aperçu du marché** : Fournissez un bref aperçu du marché, identifiez vos principaux concurrents et décrivez votre marché cible.

1.3 Aperçu de la stratégie de marketing

- **Acquisition de clients** : Expliquez comment vous recruterez des clients, quelles stratégies spécifiques seront mises en place, les nécessités de base pour démarrer et comment vous créerez une expérience client exceptionnelle.

1.4 Aperçu financier

- **Besoins financiers** : Indiquez le montant nécessaire pour démarrer, les sources de financement envisagées, les prévisions de ventes pour les première et deuxième années, ainsi que les dépenses estimées.

Fiche 3.2 : Profil de l'entreprise

Contenu : Décrivez votre offre, l'entreprise, et les personnes derrière celle-ci.

2.0 Profil de l'entreprise

2.1 Vue d'ensemble de l'entreprise

- **État actuel** : Décrivez l'état actuel de votre entreprise.
- **Aperçu** : Fournissez un aperçu avec des détails supplémentaires à venir dans d'autres sections.

2.1.1 Description de l'entreprise

- **Explication concise** : Présentez votre entreprise en une minute.

2.1.2 Proposition de valeur unique

- **Avantage clé pour le client** : Décrivez l'avantage principal pour le client (exemples : économie de temps, meilleure qualité, convivialité, commodité, atténuation des risques, atténuation de la douleur, grande crédibilité, responsabilité sociale, plaisir accru, économie d'argent).

2.1.3 Description du produit/service

- **Détails des produits/services** : Présentez brièvement vos produits ou services.

2.2 Historique de l'entreprise

- **Progrès réalisés** : Énumérez les progrès réalisés à ce jour, y compris les ventes, les contacts clients, les développements de l'entreprise, et les leçons apprises.

2.3 Gestion

- **Équipe** : Décrivez l'équipe ou les personnes cruciales au succès de l'entreprise, en mettant en avant leurs compétences, expériences, passions, talents, motivation, et détermination.
- **Biographies** : Fournissez une courte biographie pour chaque associé décrivant leur contribution à l'entreprise.
- **Conseillers professionnels** : Mentionnez sous « Profil de l'entreprise/Conseillers professionnels ».
- **Les domaines à prendre en considération** : incluent l'expérience professionnelle, les contacts clients et industriels, les récompenses, l'expérience de vie, le travail bénévole, l'éducation, les réalisations, les talents, les projets réalisés, les succès et échecs, les motivations, les passions, les leçons tirées des échecs passés et les compétences.

2.4 Emplacement

- **Localisation** : Indiquez l'emplacement de votre entreprise et pourquoi il est le meilleur choix. Justifiez la location d'un bureau/studio si nécessaire.

Fiche 3.2 : Profil de l'entreprise

2.0 Profil de l'entreprise - cont.

2.5 Structure juridique (Plus d'informations au chapitre 5 de cette série)

- **Type d'entreprise** : Présentez la structure de votre entreprise (entreprise individuelle, société en nom collectif, compagnie constituée en personne morale).
- **Justification** : Expliquez pourquoi cette structure est la plus appropriée pour le moment.
- **Assurance et accords** : Considérez l'importance de l'assurance pour la protection juridique et l'importance des accords écrits pour les partenariats.

2.6 Vision et mission (facultative mais souhaitable)

- **Vision** : Décrivez comment vous voyez votre entreprise dans 5 à 10 ans.
- **Mission** : Décrivez comment vous servirez vos clients au quotidien pour atteindre votre vision. La mission doit être mesurable.

2.7 Conseillers professionnels (facultative)

- **Conseillers** : Indiquez les personnes sur qui vous comptez pour des conseils d'experts (comptable, conseiller juridique, experts de l'industrie, etc.).

2.8 Objectifs et buts (facultative si déjà dans les Objectifs de marketing)

- **Objectifs** : Établissez des étapes marquantes mesurables et assorties d'un calendrier (exemples : objectif de ventes mensuel, nombre de clients, date de lancement du site Web, lancement d'un nouveau produit/service).

Des questions ? Contactez-nous !

Vous voulez discuter de votre idée d'entreprise avec un expert ? Planifiez une rencontre avec l'un de nos conseillers aux entreprises. Ce service est gratuit, et peut se faire en ligne ou en personne. [Prenez rendez-vous !](#)



Fiche 3.2 : Profil de l'entreprise

2.0 Profil de l'entreprise - cont.

2.5 Structure juridique (Plus d'informations au chapitre 5 de cette série)

- **Type d'entreprise** : Présentez la structure de votre entreprise (entreprise individuelle, société en nom collectif, compagnie constituée en personne morale).
- **Justification** : Expliquez pourquoi cette structure est la plus appropriée pour le moment.
- **Assurance et accords** : Considérez l'importance de l'assurance pour la protection juridique et l'importance des accords écrits pour les partenariats.

2.6 Vision et mission (facultative mais souhaitable)

- **Vision** : Décrivez comment vous voyez votre entreprise dans 5 à 10 ans.
- **Mission** : Décrivez comment vous servirez vos clients au quotidien pour atteindre votre vision. La mission doit être mesurable.

2.7 Conseillers professionnels (facultative)

- **Conseillers** : Indiquez les personnes sur qui vous comptez pour des conseils d'experts (comptable, conseiller juridique, experts de l'industrie, etc.).

2.8 Objectifs et buts (facultative si déjà dans les Objectifs de marketing)

- **Objectifs** : Établissez des étapes marquantes mesurables et assorties d'un calendrier (exemples : objectif de ventes mensuel, nombre de clients, date de lancement du site Web, lancement d'un nouveau produit/service).

Des questions ? Contactez-nous !

Vous voulez discuter de votre idée d'entreprise avec un expert ? Planifiez une rencontre avec l'un de nos conseillers aux entreprises. Ce service est gratuit, et peut se faire en ligne ou en personne. [Prenez rendez-vous !](#)



Fiche 3.3 : Étude de marché

3.0 Étude de marché

3.0 Étude de marché (Plus d'informations dans le chapitre 2 de cette série)

3.1 Profil et aperçu de l'industrie

- **Options pour les consommateurs** : Quelles options ont les consommateurs? Le marché est-il dominé par de gros acteurs ou de petites entreprises? Clés du succès? Principaux défis? Changements dans l'industrie? Tendances futures impactant le produit/service? Il y a toujours des concurrents, même pour un « nouveau » produit.

3.2 Analyse du marché local

- **Changements et tendances** : Décrivez les changements dans l'industrie et leur impact. Présentez des prédictions sur l'évolution possible. Tenez compte de l'influence des tendances socioculturelles, technologiques, politiques, géographiques, démographiques, économiques.
- **Impact sur l'entreprise** : Influence de la recherche sur l'entreprise. Hypothèses initiales et nouvelles découvertes.
- **Zone desservie** : Marché immédiat. Zone géographique des efforts de marketing initiaux. Composition du marché et concurrents. Ciblez une zone géographique ou un marché spécifique, même pour les entreprises en ligne.

3.3 Analyse SWOT/FFPM (Forces, Faiblesses, Opportunités, Menaces)

- **Analyse SWOT/FFOM** : Identifier 4-5 concurrents proches et analyser leurs forces, faiblesses, opportunités, menaces. Remplir le tableau pour mieux positionner les offres.
 - **Forces** : Points forts du point de vue du client.
 - **Faiblesses** : Points faibles spécifiques.
 - **Opportunités** : Lacunes à exploiter.
 - **Menaces** : Actions des concurrents ou changements industriels affectant l'entreprise.
- **Concurrence** : Il y a toujours des concurrents, même pour un produit unique. Catégorisation par consommateurs et entreprises.

3.4 Définition du groupe cible

- **Meilleur client** : Identifier le client payant idéal. Utiliser des caractéristiques démographiques, style de vie/psychographiques, comportementales et géographiques. Pour les clients interentreprises, considérer l'industrie, la taille, la culture organisationnelle, l'emplacement géographique, les décideurs.

3.5 Facteurs clés de succès

- **Facteurs de réussite** : Priorités clés pour le succès. La section marketing explique le recrutement des clients, la section « Exploitation » traite de l'établissement de la réputation.

3.6 Résumé du sondage client (facultative, mais recommandée)

- **Rétroaction des clients** : Résumez les éléments clés des sondages consommateurs pour améliorer l'entreprise. Pour les entreprises-consommateurs, il faut compléter au moins 30 sondages; pour les interentreprises, au moins 10. Utilisez des outils comme SurveyMonkey pour les enquêtes en ligne. Les résultats complets et les détails sont à inclure en annexe.

Fiche 3.4 : Ventas et marketing

4.0 Ventas et marketing

4.0 Ventas et marketing

- **Recrutement de clients** : Décrivez comment vous envisagez de recruter des clients et les activités de marketing identifiées.

4.1 Stratégie tarifaire

- **Prix des concurrents** : Comparez les prix de vos concurrents pour des produits/services similaires.
- **Justification des prix** : Justifiez vos prix, qui doivent être cohérents avec vos messages clés. Les prix doivent refléter la qualité de votre entreprise.

4.2.1 Stratégie de marketing

- **Activités de marketing** : Commencez par vous concentrer sur 3-5 activités de marketing pour débiter. Présentez un plan détaillé pour chaque activité.

4.2.2 Activités marketing

- **Principales activités** : Identifiez les 3 à 5 activités de marketing principales et détaillez leur mise en œuvre.
- **Détails de mise en œuvre** : Répondez à comment, où, qui, coût, matériel nécessaire, suivi, fréquence, résultats attendus pour chaque activité.

4.2.3 Objectifs marketing (facultative si déjà dans les Objectifs et buts)

- **Objectifs spécifiques et mesurables** : Déterminez 3 objectifs principaux de marketing sur un à deux ans, tels que chiffres de vente, nombre de clients, consultations du site Web. Objectifs hebdomadaires/mensuels, à moyen terme et à long terme, tous mesurables.

4.3 Énoncé de positionnement (facultative)

- **Perception du produit/service** : Présentez comment vous voulez que votre produit/service soit perçu et le message clé pour les clients.

4.4 Processus de vente (facultative, mais souhaitable)

- **Cycle de vente** : Décrivez le processus de vente, du contact initial à la vente. Aidez à comprendre le temps requis pour une vente et les étapes nécessaires.

4.5 Partenariats stratégiques (facultative)

- **Recommandations et valorisation** : Identifiez des personnes ou entreprises pour des recommandations mutuelles. Concluez des alliances stratégiques avec des personnes d'influence dans l'industrie.

Des questions ? Contactez-nous !

Vous voulez discuter de votre idée d'entreprise avec un expert ? Planifiez une rencontre avec l'un de nos conseillers aux entreprises. Ce service est gratuit, et peut se faire en ligne ou en personne. [Prenez rendez-vous !](#)



Fiche 3.5 : Exploitation

Cette section du plan d'affaires décrit les choix d'emplacement physique et virtuel, les aspects juridiques et réglementaires, les assurances nécessaires, la gestion des ressources humaines, les processus de production et l'analyse des risques pour assurer le succès de l'exploitation de l'entreprise.

5.0 Exploitation

5.1.1 Emplacement physique

- **Choix de l'emplacement** : Pourquoi cet endroit? Ouvrir un magasin ou un bureau? Louer un local?
- **Marché local** : Décrivez le marché local, donnez vos heures d'ouverture, types de clientèle et achalandage attendu.
- **Location** : Considérez les conditions du bail, les besoins de financement et le loyer. Indiquez les secteurs géographiques envisagés pour la location et justifiez ces choix.

5.1.2 Emplacement virtuel

- **Site Web** : Description et principales caractéristiques du site Web, calendrier de lancement, facilité de navigation, et conception.
- **Concepteur de site Web** : Exigez un devis détaillé, demandez à voir des exemples de travaux antérieurs, demandez des références et vérifiez l'expérience et les qualifications.

5.2 Aspects juridiques

- **Propriété intellectuelle** : Protection des brevets, marques de commerce, droits d'auteur après avoir développé un marché. Consulter l'Office de la propriété intellectuelle du Canada ou un conseiller juridique.
- **Permis et réglementation** : Identifiez et obtenez les permis nécessaires (exploitation commerciale, zonage, inspection sanitaire, licences spécifiques, import/export, enregistrement des employés, accords contractuels).

5.3 Assurance

- **Risques** : Évaluez les risques et déterminez les assurances nécessaires, telles que l'assurance-responsabilité civile, en se basant sur les normes de l'industrie.

5.4 Gestion des ressources humaines

- **Effectifs** : Nombre d'employés à temps plein et à temps partiel, titres et fonctions.
- **Embauche** : Il faut être prudent dans l'embauche initiale; justifiez l'embauche par le volume des ventes, obligations juridiques pour les employés et travailleurs autonomes. Vous avez aussi la possibilité de recourir aux travailleurs autonomes.

Fiche 3.5 : Exploitation

5.0 Exploitation - cont.

5.5 Processus de production

- **Processus** : Décrivez les processus de commande à la livraison, la capacité de traitement des commandes. Analyser les fournisseurs et leurs délais de production. Prévoyez des solutions de rechange pour les fournisseurs principaux.
- **Expérience client** : Identifiez les écarts et anticipez les problèmes potentiels pour créer une expérience client favorable.

5.6 Analyse des risques

- **Marketing et opérations** : Identifiez les causes possibles d'inefficacité dans les efforts de marketing, les risques opérationnels et les plans pour les atténuer. Imaginez le pire scénario et les conditions de fermeture.
- **Plan de gestion des risques** : Il faut convaincre le lecteur du plan d'affaires que vous avez réfléchi aux risques et élaborer des stratégies pour les minimiser.

Des questions ? Contactez-nous !

Vous voulez discuter de votre idée d'entreprise avec un expert ? Planifiez une rencontre avec l'un de nos conseillers aux entreprises. Ce service est gratuit, et peut se faire en ligne ou en personne. [Prenez rendez-vous !](#)



Fiche 3.6 : Finances

La section Finances aborde les coûts de démarrage et le seuil de rentabilité, les prévisions de ventes sur deux ans, la gestion des flux de trésorerie, ainsi que les comptes de résultats annuels, en détaillant les éléments nécessaires pour établir une base financière solide pour l'entreprise.

6.0 Finances

6.1 Coûts de démarrage et seuil de rentabilité

6.1.1 Achats antérieurs

- **Liste des articles achetés** : À mentionner dans le profil de l'entreprise ou la section exploitation.

6.1.2 Frais de démarrage

- **Budget de lancement** : Listez tous les articles nécessaires et leurs coûts associés.
- **Sources de financement** : Listez toutes les sources de financement disponibles et répartissez les coûts en conséquence.
- **Utilisation des fonds** : Financement de l'équipement, le marketing, les améliorations locatives; évitez de financer la R-D ou les salaires.

6.1.3 Analyse du seuil de rentabilité (facultative)

- **Calcul du seuil de rentabilité** : Déterminez le volume de ventes nécessaire pour couvrir les dépenses ou générer des bénéfices.
- **Formule** : $(CI) / (P - C)$
 - **CI** : Coûts indirects totaux (frais fixes)
 - **P** : Prix moyen des produits
 - **C** : Coût moyen des produits
- **Exemple** : Vendre 1200 unités pour commencer à générer des bénéfices.

6.2 Prévisions de ventes

6.2.1 Hypothèses pour les prévisions de ventes

- **Hypothèses de base** : Estimez la moyenne des dépenses des clients et le nombre de clients par mois. Simplifiez tout en produisant des estimations réalistes.

6.2.2 Prévisions des ventes de la première année

- **Calcul des prévisions** : Calculez le montant et le coût moyen de la vente, listez les ventes prévues par mois.
- **Justification des ventes** : Expliquez les raisons des prévisions de ventes mensuelles en fonction des activités de marketing précédentes.

6.2.3 Prévisions des ventes de la première année (hypothèses)

- **Prévisions détaillées** : Justifiez chaque mois en fonction des efforts marketing et autres facteurs.

6.2.4 Prévisions des ventes pour la deuxième année

- **Calcul des prévisions** : Même méthode que pour la première année, sans nécessiter de justification des ventes.

Fiche 3.6 : Finances

6.0 Finances - cont.

6.3 Flux de trésorerie

- **Rentrées de fonds** : Incluez les ventes et les revenus mois par mois, ainsi que les sources de financement.
- **Sorties de fonds** : Coût des ventes, dépenses générales, coûts de démarrage, remboursements, etc.
- **Flux nets de trésorerie** : Différence entre les rentrées et sorties de fonds, à maintenir positif ou à zéro.
- **Impôts** : Prévoir 20-25 % des bénéfices pour les impôts.
- **Importance** : Les flux de trésorerie sont l'outil financier le plus crucial.

6.4 Comptes de résultats

- **Bénéfice/perte annuel** : Indiquez le bénéfice ou la perte générée(e) par l'entreprise en un an. Vous pouvez déduire ce montant à partir des flux de trésorerie.

Des questions ? Contactez-nous !

Vous voulez discuter de votre idée d'entreprise avec un expert ? Planifiez une rencontre avec l'un de nos conseillers aux entreprises. Ce service est gratuit, et peut se faire en ligne ou en personne. [Prenez rendez-vous !](#)



Fiche 3.7 : Annexe + Sondage exemplaire

7.0 Annexe

Illustrations de vos produits

- Incluez des photos haute résolution ou des rendus numériques de vos produits.
- Assurez-vous que chaque illustration est accompagnée d'une brève description.

Plan de votre magasin et son aménagement

- Ajoutez des plans détaillés de votre magasin ou bureau.
- Montrez l'agencement des espaces, l'emplacement des étagères, des bureaux, des zones de service, etc.

Curriculum vitae

- Fournissez les CV détaillés des membres clés de votre équipe de direction et d'autres employés importants.
- Chaque CV doit inclure les expériences professionnelles pertinentes, les compétences, les qualifications académiques, et toute autre information pertinente.

Illustrations de vos produits

- Incluez des photos haute résolution ou des rendus numériques de vos produits.
- Assurez-vous que chaque illustration est accompagnée d'une brève description.

Détails du sondage

- Incluez tous les résultats de sondages menés pour comprendre votre marché cible.
- Présentez les données de manière claire et concise, avec des graphiques et des tableaux si nécessaire.
- Expliquez comment les résultats de ces sondages ont influencé vos décisions stratégiques et opérationnelles.

Tout autre renseignement ou document supplémentaire

- Lettres d'intention ou de soutien de partenaires commerciaux, de clients potentiels ou d'investisseurs.
- Études de marché détaillées ou rapports d'analyse de l'industrie.
- Prototypes ou échantillons de produits (ou leurs descriptions détaillées).
- Contrats ou accords existants avec des fournisseurs, des partenaires ou des distributeurs.
- Plans de marketing détaillés, y compris les calendriers de lancement de campagne et les budgets associés.
- Politiques et procédures internes importantes, comme les manuels de l'employé ou les plans de gestion des risques.
- Prévisions financières détaillées et autres documents financiers, tels que les bilans prévisionnels, les comptes de résultats et les budgets de trésorerie.

Fiche 3.7 : Annexe + Sondage exemplaire

Échantillons de questions pertinentes pour un service de boulangerie :

Quels éléments prenez-vous en considération lors du choix d'une boulangerie ?

Attribuez une note par ordre d'importance de 1 à 5 :

- La proximité du lieu
- Le prix
- La qualité des produits
- La variété des produits
- La réputation de la boulangerie
- Le service client
- Les promotions et offres spéciales
- La possibilité de passer commande en ligne
- Autre

Comment souhaiteriez-vous que vos produits de boulangerie soient livrés ?

- À emporter en boutique
- Livraison à domicile
- Sans importance
- Point de retrait spécifique
- Une combinaison des propositions mentionnées plus haut
- Autre

À quelle fréquence prévoyez-vous acheter des produits de boulangerie ?

- Tous les jours
- Plusieurs fois par semaine
- Une fois par semaine
- Moins souvent
- Autre

Pour quelles occasions achetez-vous généralement des produits de boulangerie ?

- Consommation quotidienne
- Occasions spéciales (anniversaires, fêtes, etc.)
- Réceptions et événements
- Cadeaux
- Autre

Où cherchez-vous habituellement des recommandations pour une bonne boulangerie ?

- Recommandations d'amis ou de la famille
- Recherches sur Internet
- Annonces locales (journaux, affiches)
- Réseaux sociaux
- Autre

Quel est le montant maximal que vous accepteriez de payer pour un gâteau ou un produit de boulangerie spécialisé ?

- 10-20 \$
- 20-30 \$
- 30-40 \$
- 40-50 \$
- 50 \$ et plus, selon la qualité

Fiche 3.7 : Annexe + Sondage exemplaire

Échantillons de questions pertinentes pour un service de boulangerie - cont.

Questions sur le style de vie (données psychographiques)

- **Valeurs** : Quels sont les éléments qui comptent dans votre vie ? (ex. : la famille, la santé, la qualité des aliments, etc.)
- **Passe-temps/loisirs** : Qu'est-ce que vous aimez faire ? Où aimez-vous aller ?
- **Préférences alimentaires** : Avez-vous des préférences ou des restrictions alimentaires ? (ex. : végétarien, sans gluten, etc.)

**Questions démographiques
(posées en dernier; indiquez une
échelle)** Il est préférable de
proposer des échelles. Par ex., pour
l'âge : entre 35 et 40 ans

- Sexe
- Âge
- Revenu
- Scolarité
- Situation familiale
- Ethnicité
- Religion
- Race

Des questions ? Contactez-nous !

Vous voulez discuter de votre idée d'entreprise avec un expert ? Planifiez une rencontre avec l'un de nos conseillers aux entreprises. Ce service est gratuit, et peut se faire en ligne ou en personne. [Prenez rendez-vous !](#)

