



PRÉ-DÉMARRAGE D'ENTREPRISE - ÉTAPES D'UN PLAN D'AFFAIRES

1- SOMMAIRE DU PROJET.....	00
<ul style="list-style-type: none"> • Nom et coordonnées de l'entreprise • Date de démarrage prévue • Noms des promoteurs • Secteur d'activité de l'entreprise • Bref historique de l'entreprise • Résumé du projet • Impacts du projet sur l'emploi et autres avantages pour la région • Échéancier des réalisations (grandes étapes avant le démarrage) 	
2- LES PROMOTEURS.....	00
<ul style="list-style-type: none"> • Propriété et participation financière • Objectifs des promoteurs • Relation avec les partenaires (partage des tâches, salaire, etc.) • Curriculum vitae (formation, expérience, réalisations pertinentes) • Bilan personnel (actif - passif) • Besoins financiers personnels 	
3- FORME JURIDIQUE ENVISAGÉE DE L'ENTREPRISE.....	00
<ul style="list-style-type: none"> • Forme juridique et raison du choix 	
4- DÉTAILS DU PROJET.....	00
<ul style="list-style-type: none"> • Caractéristiques de vos produits ou services • Forces et faiblesses de vos produits et services • Services après-vente et/ou garanties s'il y a lieu • Services à la clientèle offerts • Procédés de fabrication (étapes et difficultés à prévoir) • Sous-traitance s'il y a lieu (pour quels types de travaux) • Liste des équipements dont vous aurez besoin 	
5- LE MARCHÉ.....	00
<ul style="list-style-type: none"> • Secteur • Connaissance du secteur (forces et faiblesses) • Perspectives d'avenir dans le secteur • Marché cible et potentiel • Limites géographiques du marché visé • Description de la clientèle cible • Démontrez qu'il existe une clientèle suffisante intéressée à acheter vos produits ou services (indiquez vos sources d'information) • Population totale du marché-cible • Votre clientèle représenterait quel pourcentage de cette population 	

<ul style="list-style-type: none"> • Conclusion de l'étude de marché • Contacts établis avec les clients potentiels 	
6- LA CONCURRENCE.....	00
<ul style="list-style-type: none"> • Liste des concurrents directs • Liste des concurrents indirects • Tableau comparatif et analyse du tableau 	
7- STRATÉGIE DE MARKETING.....	00
<ul style="list-style-type: none"> • Moyens de publicité et promotion qui seront utilisés • Budget promotionnel • Planification de la promotion (échancier, activités, coûts) • Comment seront effectuées les ventes • Comment avez-vous établi vos prix ? • Prix de revient pour les produits fabriqués s'il y a lieu • Marge de profit • Conditions de paiements, politique de crédit, politique d'escompte • Réseau de distribution • Délais de livraison • Recours à un agent manufacturier ou distributeur (conditions d'entente) • Moyen de transport retenu 	
8- RESSOURCES HUMAINES.....	00
<ul style="list-style-type: none"> • Équipe dirigeante (tâches et responsabilités de chacun) • Forces et faiblesses des dirigeants • Moyens utilisés pour palier aux faiblesses • Description des employés (description des tâches et responsabilités, salaire, nombre d'heures de travail par semaine) • Formation pour les dirigeants ou les employés (besoins et formation) • Organigramme • Aide externe • Composition du comité de gestion ou du conseil d'administration s'il y a lieu 	
9- ENVIRONNEMENT.....	00
<ul style="list-style-type: none"> • Effets du projet sur l'environnement 	
10- SECTEUR TOURISME.....	00
<ul style="list-style-type: none"> • Complémentarité du projet avec les autres attraits de la région • Intérêt et importance du projet pour le développement du tourisme dans votre région ou MRC 	
11- FRAIS DE DÉMARRAGE.....	00
12- COÛT ET FINANCEMENT DU PROJET.....	00