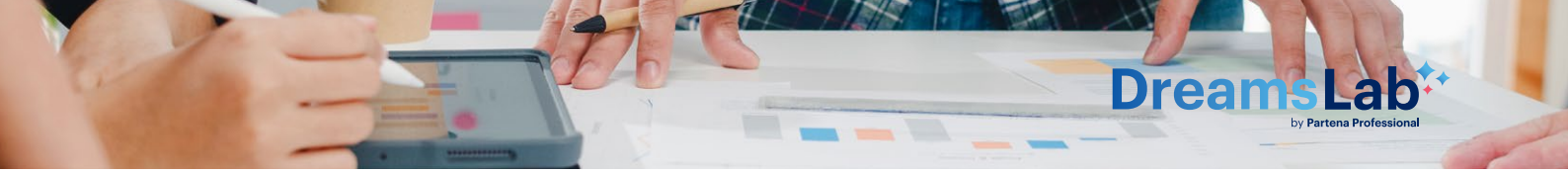
Partena
PROFESSIONAL

DreamsLab
by Partena Professional



BUSINESS PLAN

Nom :	Prénom :
Date de naissance :	Registre national :
Email :	Tél. :
Adresse :	



DREAMS LAB

Le **Dreams Lab de Partena Professional** donne un coup d'accélérateur aux entreprises de demain, grâce à l'accompagnement de professionnels à chaque étape du développement du projet.



DREAMS WORK

3 ateliers collectifs pour peaufiner votre projet d'entreprise. Apprenez à vous approprier les bons outils pour piloter votre projet de A à Z.



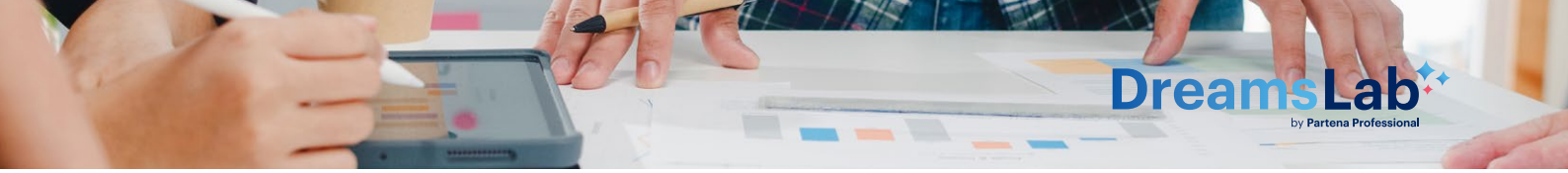
BUSINESS PLAN

Envie de rédiger votre business plan ?
Vous n'êtes pas seul·e!
Le Dreams Lab vous aide à préparer votre business plan.



POP-UP STORES

Partena Professional vous offre l'opportunité unique de tester votre concept gratuitement dans des espaces incroyables en Belgique.



L'ENTREPRENEUR

1. informations personnelles

Statut actuel : .....

Accès à la profession : .....

2. Raison d'être

2.1. Comment avez-vous eu l'idée de faire ce projet ?

2.2. Pouvez-vous décrire votre parcours de formations et vos expériences professionnelles, en mettant en avant les éléments qui sont en relation avec votre projet entrepreneurial?
Ajouter en annexe le CV

2.3. Quelles sont vos compétences ? Quelles compétences vous manque-t-il ?

LE PROJET

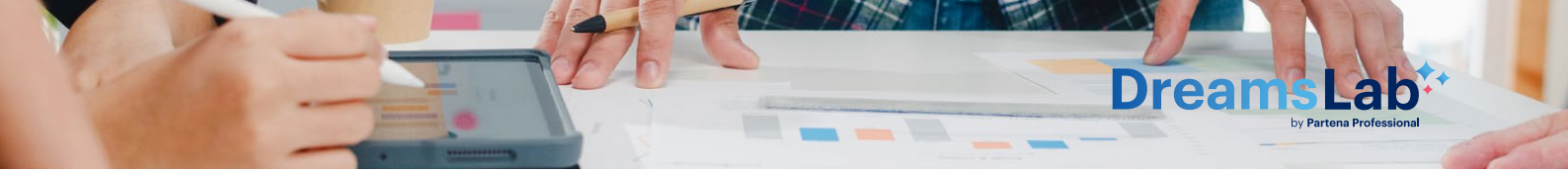
1. Description du projet

2. Données de l'entreprise

2.1. Nom de l'entreprise

Quel est le nom de l'entreprise ? .....

2.3. Date de création : .....



3. Votre offre

3.1. Liste complète des produits/services

3.2. Proposition de valeur ?

Quel(s) besoin(s) ou problème(s) votre offre comble-t-il chez vos clients ?

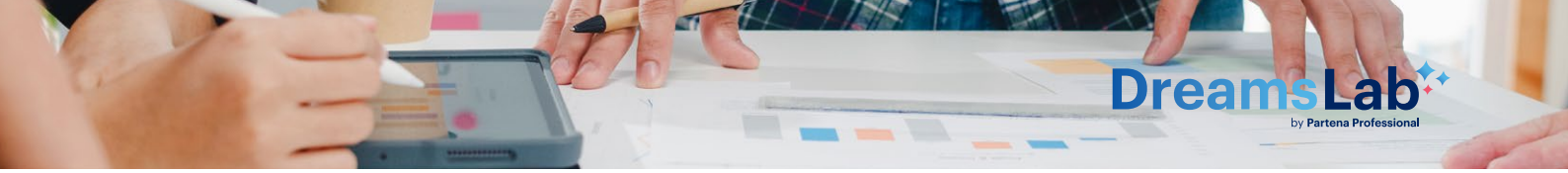
Comment avez-vous validé votre proposition de valeur ?

Avez-vous déjà proposé votre produits/services à des clients potentiels ? Quels ont été leurs retours ?

4. Activités clés

4.1. Quelles sont les activités indispensables au fonctionnement de mon entreprise ?

Comment fonctionne votre activité ?



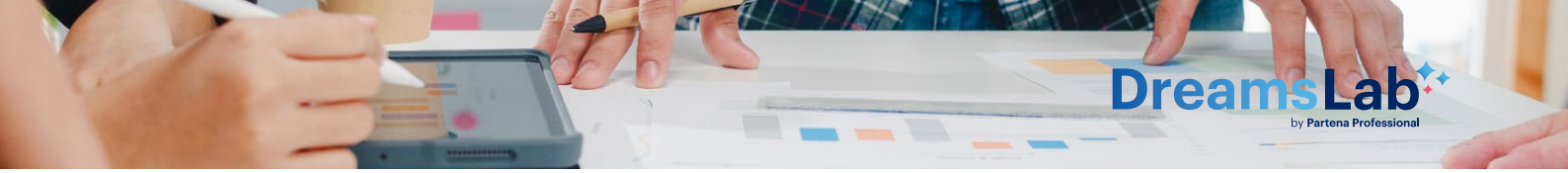
ANALYSE DE MARCHÉ

1. Contraintes du secteur

Quelles sont les spécificités de votre secteur ?

Quelles sont les contraintes de votre secteur ? (Réglementation, horaires, accès, barrières à l'entrée, etc.)

Quelles évolutions majeures ont récemment transformé, ou sont susceptibles de transformer, le secteur dans les années à venir ?



2. SWOT : analyse de votre environnement

L'analyse SWOT est un outil stratégique qui aide à faire le point sur son projet en identifiant les éléments internes (forces et faiblesses), sur lesquels vous avez une maitrise directe, et les éléments externes (opportunités et menaces), qui dépendent de l'environnement et sur lesquels vous n'avez pas de contrôle.

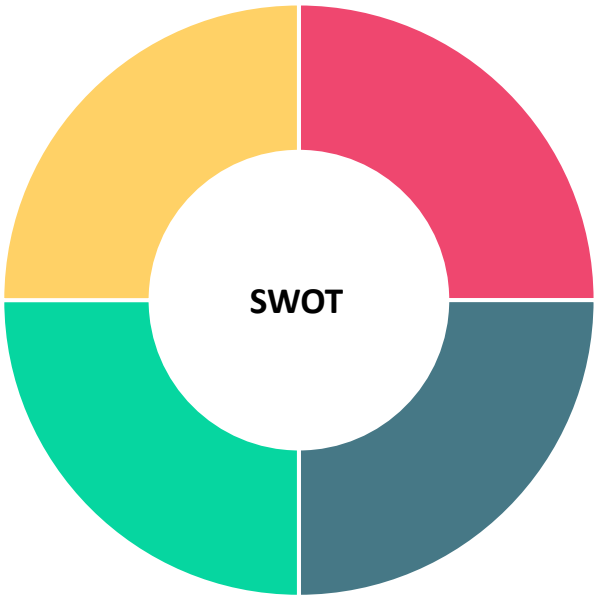
En tant qu'entrepreneur, cette analyse vous permet de mieux connaitre vos atouts, de repérer ce qui peut freiner votre développement, et de prendre des décisions stratégiques et assurer la pérennité de votre activité.

FORCES

- Avantages
- Capacités
- Biens, personnes
- Expérience
- Réserves financières
- Proposition de valeur
- Prix, valeur, qualité

FAIBLESSES

- Désavantages
- Lacune dans les capacités
- Flux de trésorerie
- Fournisseurs
- Expérience
- Domaines à améliorer
- Causes de perte de ventes

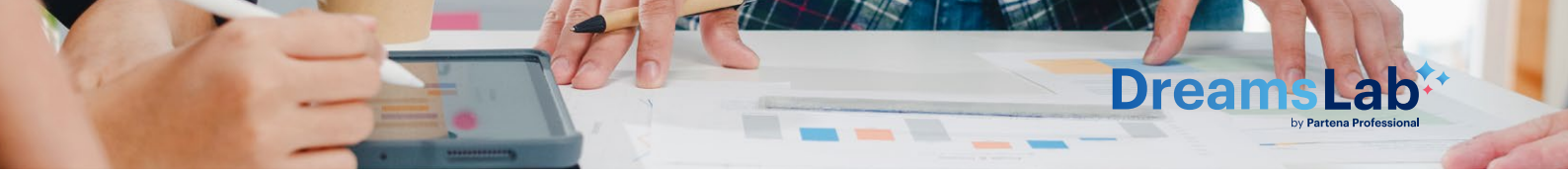


OPPORTUNITÉS

- Domaines à améliorer
- Nouveaux segments
- Tendances industrielles
- Nouveaux produits
- Nouvelles innovations
- Partenariat principal

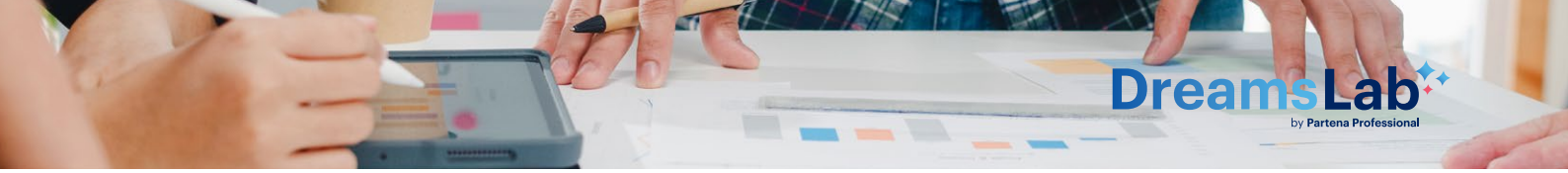
MENACES

- Mouvement de l'économie
- Obstacles rencontrés
- Actions des concurrents
- Impacts politiques
- Effets environnementaux
- Perte de personnel clé
- Demande du marché



	FORCES	FAIBLESSES
INTERNE		

	OPPORTUNITÉS	MENACES
EXTERNES		



SEGMENTS CLIENTS

Élaborez un questionnaire et distribuez-le à des clients potentiels pour connaître leur profil, leurs attentes, leurs habitudes et intentions d'achat, la désirabilité de votre produit, faites tester votre produit afin de connaitre le prix maximal que les clients sont prêts à payer pour votre produit, ...

Insérez votre questionnaire et les résultats obtenus (ne pas oublier d'indiquer l'échantillon).

1. Qui sont vos principaux clients?

Pour qui est-ce que vous créez de la valeur ?

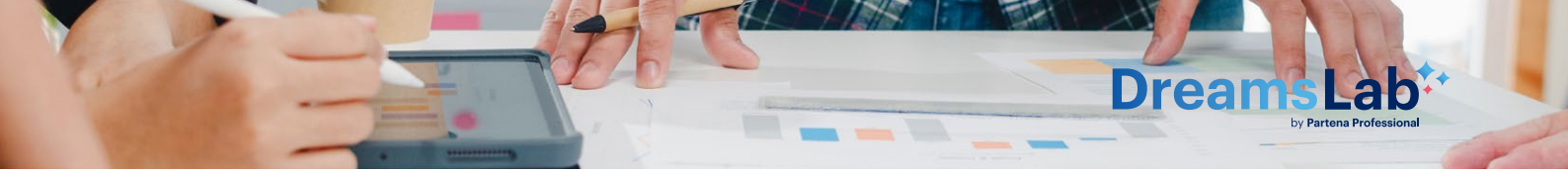
Quel est votre client idéal ?

Qui sont vos non-clients ?

Vos clients sont en B2B ou en B2C ?

2. Décrivez votre client-type en utilisant le principe du persona

Un persona est une représentation fictive de votre client idéal. Ce personnage représente un groupe de clients ayant des besoins, des comportements et des motivations similaires. Créer un persona permet de mieux comprendre qui sont vos clients, ce qu'ils veulent, et comment leur proposer une offre qui leur correspond.



RELATION CLIENT

Comment établir la relation avec vos clients ?

Comment maintenir et développer la relation avec mes clients ?

CANAUX

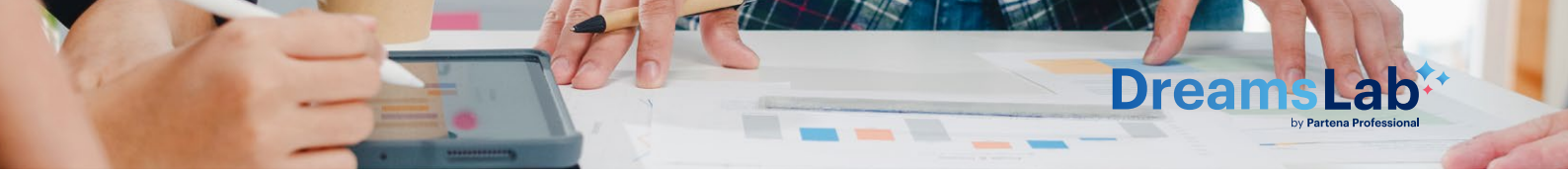
1. Canaux de distribution : Canal utilisé

Comment allez-vous distribuez vos produits/services ?

Quel est votre zone de chalandise - ?

Pour votre projet, avez-vous besoin d'un local ? ☐ Oui ☐ Non

Quels sont les atouts de ce local ? Donnez un maximum d'informations sur le local.



2. Canaux de communication

2.1. Stratégie de communication

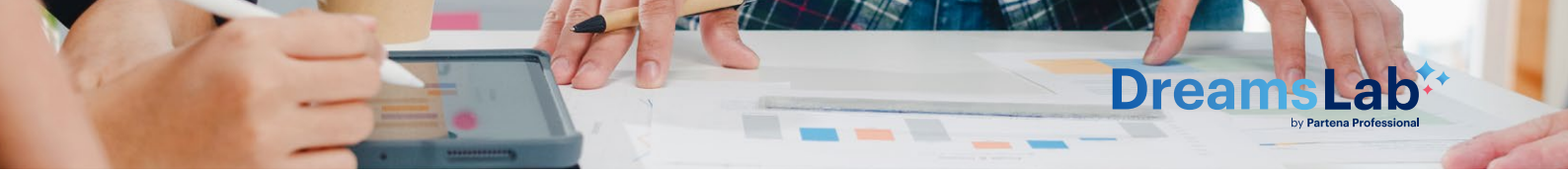
Comment allez-vous vous faire connaître ?

Quels outils de communication allez-vous utiliser ?

Avez-vous un logo ? ☐ Oui ☐ Non

Quelle est votre stratégie de communication ?

Avez-vous un budget pour la communication ?

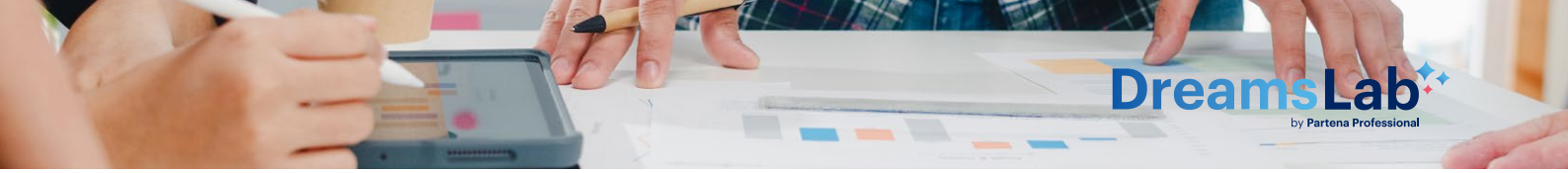


SOLUTIONS EXISTANTES

1. Analyse des concurrents

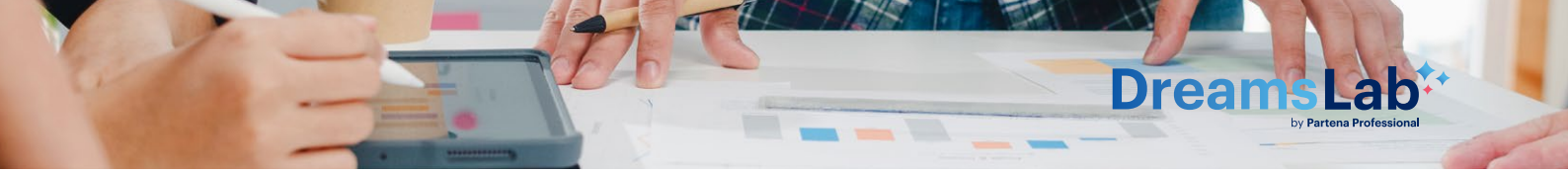
1.1. Qui sont les acteurs déjà présents sur votre secteur d'activité ?

CONCURRENCE DIRECTE			
	Concurrent 1	Concurrent 2	Concurrent 3
Qui			
Où			
Prix			
Qualité			
Publicité			
Type de clientèle			
Réputation			
Avantages			
Forces			
Faiblesses			



1.2. Que pouvez-vous dire sur la concurrence indirecte ?

1.3. Comment vous allez-vous vous différencier de vos concurrents ?



PARTENAIRES ET RESSOURCES CLÉS

1. Quelles sont vos ressources matérielles ?

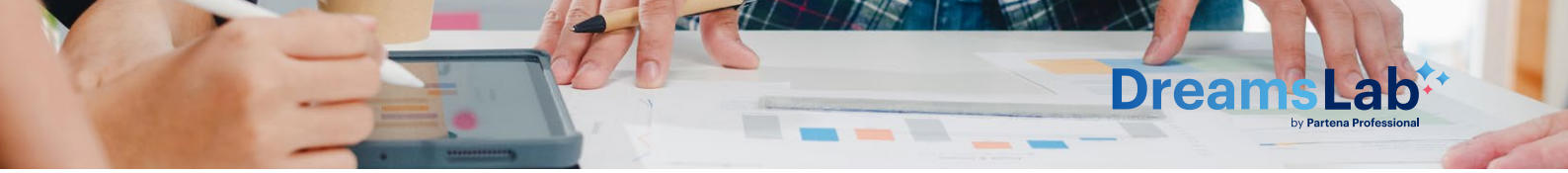
2. L'équipe

Avez-vous un comptable ? ☐ Oui ☐ Non

Nom : .....

Avez-vous un avocat ? ☐ Oui ☐ Non

Nom : .....



3. Quelles sont vos ressources organisationnelles ?

Quel est votre capacité de production ou plafond d'activité ?

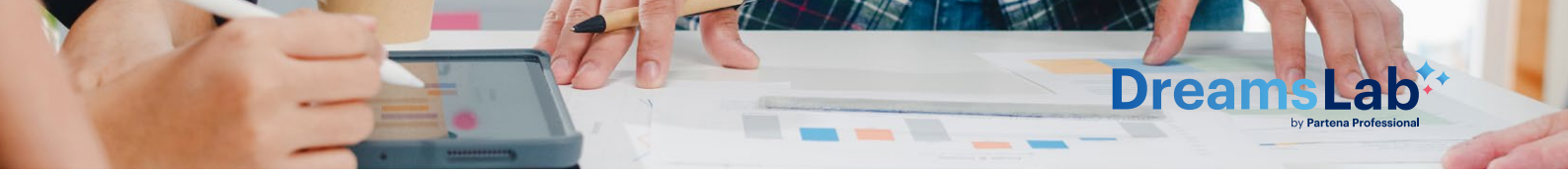
Combien de clients puis-je recevoir par jour ? Par semaine ?

Quelle est votre semaine ou mois type ?

Quelle est la saisonnalité dans votre activité ? Quelles sont les périodes de forte activité et les périodes creuses ?

Quels sont vos jours et heures d'ouverture ? Avez-vous prévu une période de fermeture annuelle ?

Quand prévoyez-vous des congés ?



STRATÉGIE

1. Quelles sont vos ambitions à court terme (moins d'un an)?

2. Quelles sont vos ambitions à long terme (plus d'un an)?

Merci !



Il n'y a pas d'évolution sans liberté d'essayer.
Françoise Dalle

Guichet d'Entreprises PARTENA asbl (agréé par A.R. du 11/06/2003)
Siège social : Rue Ravenstein 36, 1000 Bruxelles – Adresse de correspondance : boîte postal 22000, 1000 Bruxelles
Tél. : 02/549.74.70 – www.partena-professional.be
N° ENTR : 408.661.790 – N° compte bancaire : 732-0048143-82 – IBAN : BE25 7320 0481 4382 – BIC : CREGBEBB