ProFormal

L'étude de marché
Le business plan
Pour la création d'une société

www.proformal.fr

Sommaire

L'idée

Le business model

Le marché

L'offre

L'implantation

Le financement

Le business plan

L'aspect juridique et fiscal

Introduction

Proformal accompagne les professionnels du droit et du chiffre qui souhaitent déléguer le traitement de leurs formalités légales. Ainsi, ces professionnels peuvent se concentrer sur leurs activités ayant une plus forte valeur ajoutée et compter sur l'expertise des formalistes de Proformal pour un accompagnement de qualité, disponibilité, réactivité, rigueur, rapidité. En notre qualité de support, nous mettons également en place des guides de formalités juridiques, vous permettant ainsi de constituer vos dossiers en bonne et due forme.

Votre satisfaction est notre première ambition, nous bâtissons une relation privilégiée avec vous, dans la confiance, transparence et la bienveillance.

«On ne s'appuie que sur ce qui résiste.»
François Andrieux, Artiste, Avocat, Ecrivain, Homme de loi, Poête
(1759 - 1833)

L’idée

L’idée est le déclencheur à l’origine du processus. Cette idée va germer et murir au fil du temps mais également au fil de votre investigation et questionnement. L’idée doit vous ressembler, vous plaire, vous convaincre et doit être respectueuse de vos valeurs et de vos envies. Enfin, l’idée doit répondre à un besoin.

Voici les principales questions qui vont se confronter à vous :

Quelle activité vais-je exercer ?

Se renseigner sur l’activité
Se renseigner sur le potentiel (offre existante, demande, consommateurs)
Se renseigner sur la règlementation en vigueur

Quelles sont mes compétences ?

Evaluer de manière objective, ses acquis et ses faiblesses

Quelles sont mes ressources ?

Repérer les éléments déclencheurs qui sont sources de motivation
Evaluer ses capacités (environnement, ressources financières, temps…)

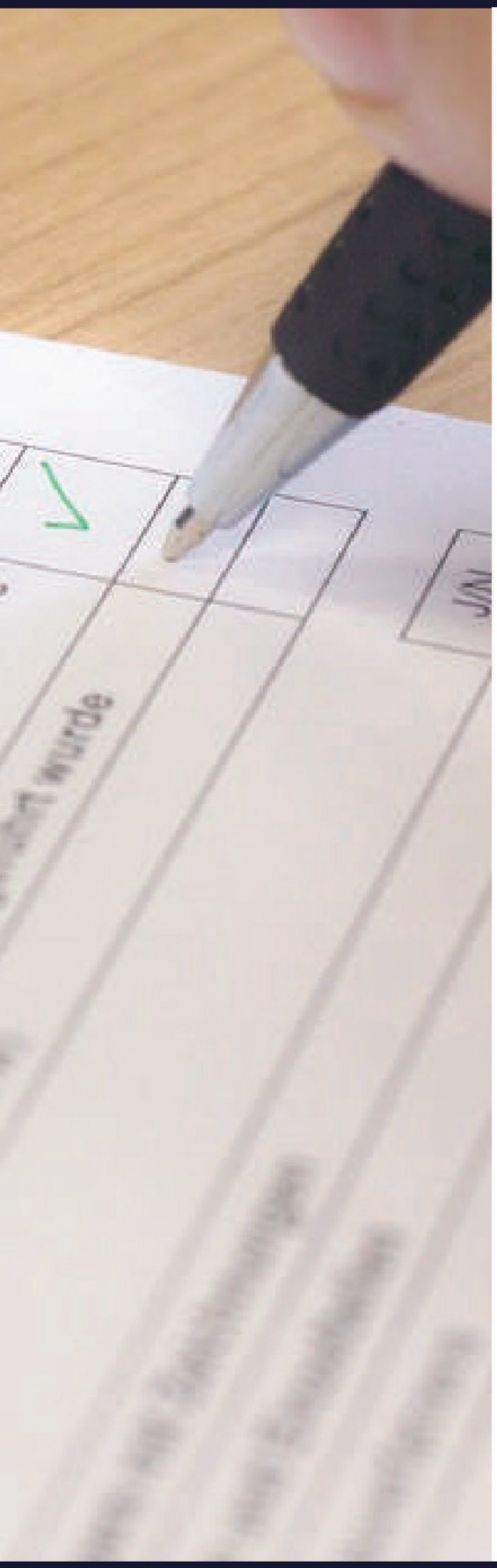
Le business model

Le business model va vous permettre de mettre en place la stratégie de rentabilité en déterminant :

L'offre
L'activité
Les partenaires
La relation client
Les ressources nécessaires
Les canaux de distribution
Les segments clients
La structure des coûts
Les sources de revenus

En réalité le business model, c'est essentiellement de l'observation. A ce stade, votre rôle est d'observer vos futurs concurrents, leur offre globale, et les produits et/ ou services qu'ils proposent. Qui sont leurs partenaires, leurs clients ? Où et comment communiquent-ils ? Quels sont les prix pratiqués ? Et enfin, on peut ajouter, la notion du temps. Depuis combien de temps sont-ils implantés sur ce marché ? Car s'ils sont connus, reconnus, et toujours en activité voir en développementt perpetuel, cela signifie que la stratégie employée est rentable.

Le marché



L'étude de marché va être votre outil le plus concret. En effet, une fois que vous avez déterminé le business model, vous allez devoir confronter votre potentielle offre, à votre potentielle clientèle. L'étude de marché, ou encore l'enquête va vous permettre de concrètement :

Cibler la clientèle potentielle (entreprises / particuliers / autres)

Analyser les besoins et les attentes

Analyser la concurrence

Analyser l'offre fournisseur

Déterminer le « juste prix » du/des produits / services

L'étude de marché est également un outil servant à la prise de décision afin de vous permettre de :

Déterminer le positionnement (gamme de produits/ services, clientèle, notoriété, prix, force, qualité … le petit « plus »)

Etablir une stratégie commerciale (politique de prix, de produit, de distribution et de communication)

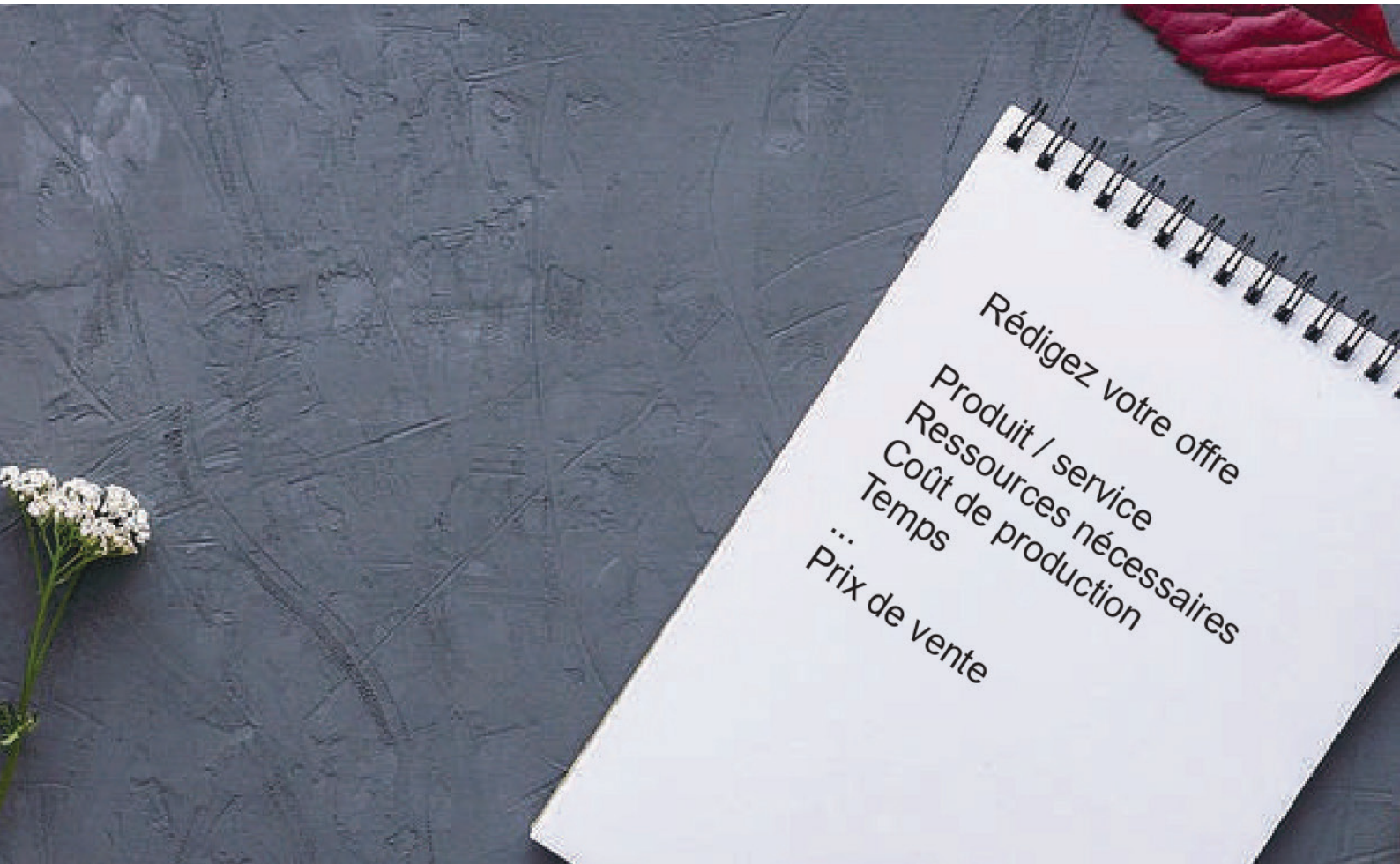
L’offre

Etablir l’offre c’est déterminer **combien coûte la mise en œuvre de la prestation**

Mettre en place l’offre :

A partir de l’étude de marché
Prise de contact
Analyse du besoin du client
Livraison du/des produits / services
Frais liés à la livraison
Ressources mobilisés (salariés / fournitures / matières premières…)
Temps consacré à la prestation, avant, pendant et après

L’offre s’établie grâce à tout le travail que vous aurez entrepris en amont. C’est le résultat de votre idée, nourrie et approfondie par la mise en place du business model, confrontée à l’étude de marché. A ce stade, votre offre est désormais viable et répond aux besoins de votre panel de futurs clients qui ont manifesté de l’intérêt pour votre enquête.



L’implantation

Etablir l’implantation de l’offre c’est déterminer comment vous allez mettre sur le marché vos produits, vos services et comment il vont s’intégrer sur le marché.

Votre stratégie d’implantation s’articule autour :

- Du produit / Le service
- Du positionnement
- De la politique tarifaire
- De la politique de communication
- De la politique de distribution
- De la politique de fidélisation

La majeure partie de l’implantation est conditionnée par la stratégie de communication. En effet, la stratégie de communication est à mettre en place, en amont. Comment allez-vous préparer le terrain, préparer l’arrivée de votre produit / service sur le marché. Mais également, comment faire adhérer vos potentiels clients, comment mobiliser, fédérer. Toute cette stratégie permet de porter votre projet, votre image, votre marque.

Le financement

L'offre étant établie, les différentes stratégies établies, il convient désormais de trouver les finances nécessaires à la réalisation du projet. Il existe plusieurs moyens de financer son projets (fonds propres, prêts, love money, crowdfounding...)

Deux outils à prendre en considération :

Le plan de financement qui permet de :

- Définir les prévisions financières
- Evaluer les besoins au démarrage
- Evaluer les ressources d'autofinancement et financements externes
- Analyser la rentabilité de l'entreprise

La règle pour déterminer la rentabilité du projet :

chiffre d'affaires prévisionnel - charges supportées par l'entreprise

Le plan de trésorerie qui permet de :

- Déterminer la trésorerie mensuelle nécessaire au fonctionnement
- Aider à la gestion (règlement clients, fournisseurs, anticipation d'activité)
- Aider à la gestion de la TVA

Le business plan

Le business plan est à considérer comme une feuille de route, un outil qui permet :

La mise à plat de toute la réflexion
L'analyse de l'activité
L'étude du marché (clientèle, concurrence, offre existante, zone de chalandise, réseaux de distribution…)
La présentation d'une stratégie de communication
La présentation des modes de financement pour engranger la trésorerie nécessaire
La présentation de stratégie d'implantation

Le business plan va reprendre l'ensemble des éléments étudiés et devenir votre base de travail pour développer votre projet. Il sera également votre moyen de communication auprès des banques et des potentiels investisseurs.
Cependant, si les investisseurs voient en votre projet un réel potentiel et clairement un retour sur investissement non négligeable, il n'est pas garanti, qu'il soit de même pour la banque. Il est donc nécessaire d'adapter ses éléments de langage, en fonction de l'interloccuteur.

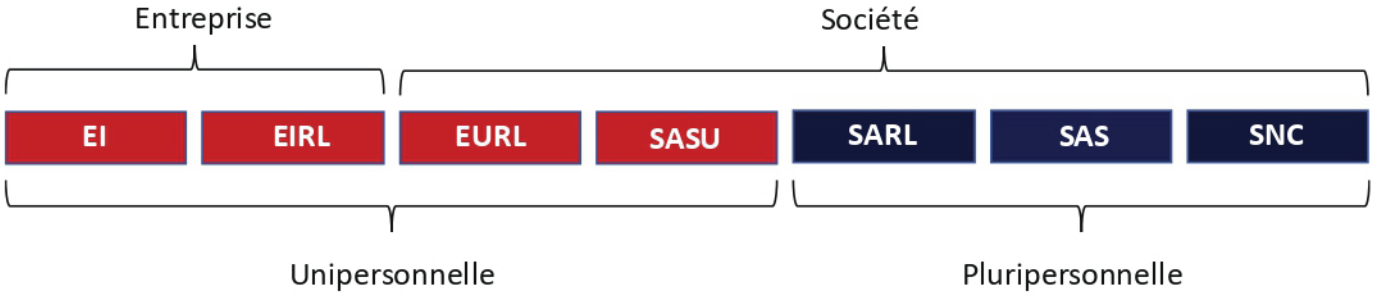
Juridique et fiscalité

Dernier élément de votre projet, l'aspect juridique et fiscal. C'est la clé de voûte du projet en terme de sécurisation. Vous allez devoir, selon votre configuration en terme de vie personnelle et d'attentes professionnelles, choisir la forme juridique la plus appropriée.

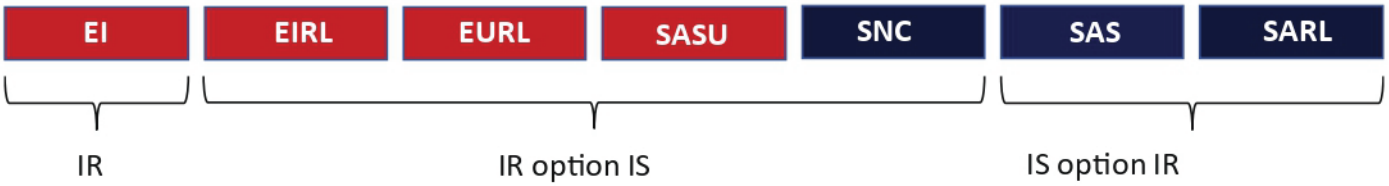
La réflexion va porter sur les aspects suivants :

J'entreprends seul ou avec des associés ?
Quelle est l'envergure du projet ?
Quel sont les gains que l'on peut espérer ?
Quel est le montant des apports nécessaires ?

Le schéma ci-dessous présente les formes juridiques les plus couranttes en France, ainsi que la différence entre une entreprise et une société.

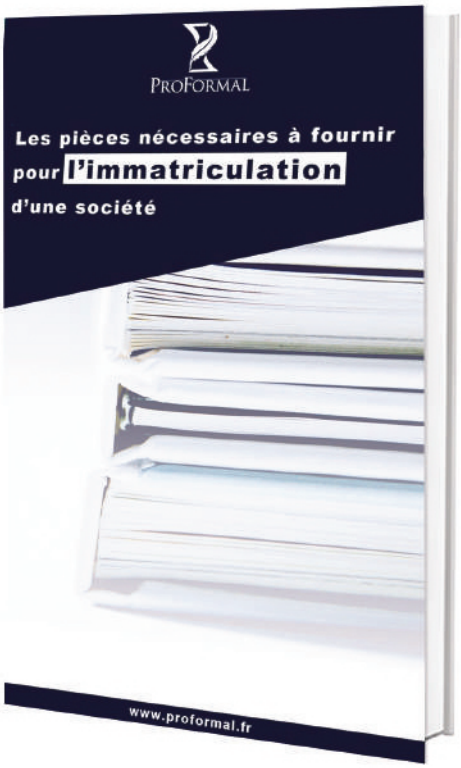


Le schéma ci-dessous présente le régime fiscal applicable de fait, et le régime pour lequel il est possible d'opter, sur option.



Année	CA Vente	CA Prestation de service	Régime TVA
N	< 82 200 € (CA proratisé la première années d'activité pour correspondra à une année pleine)	< 33 200 € (CA proratisé la première années d'activité pour correspondra à une année pleine)	Franchise
N+1	>82 800 € mais < 91 000 €	>33 200 € mais < 35 200 €	Franchise
N+2	<91 000 €	<35 200 €	Franchise
	> 91 000 €	> 35 200 €	Régime réel (à compter du 1er jour du mois au cours duquel le CA limite est dépssé

Votre partenaire pour le traitement de vos formalités légales

Dans votre exercice quotidien, le temps est précieux. Vos clients attendent de vous une grande disponibilité et réactivité, conscients que vous ayez à cœur de cultiver une qualité de service optimale, Proformal, en vous libérant des formalités légales, vous conforte dans votre travail.

Retrouvez-nous sur www.proformal.fr