



26-27 JAN 2020 / BRUSSELS
KART EXPO

START-UP BATTLE

looks // business // marketing

QUESTIONNAIRE BUSINESS PLAN

En collaboration avec



UBK/UCB vzw-asbl
Martelaarslaan 27
9000 Gent

tel: +32/9/223.71.24
fax: +32/9/233.42.19
email: info@thehairgames.be

coiffure.org
by coiffure.org

world skills
Belgium



ECHOS
COIFFURE

TRIBUTE

more info on
www.thehairgames.be

SEMINARS / CONGRESS / EXHIBITION
/ COMPETITION / SHOWS & PARTY

Le business plan comme base de votre entreprise

Créer une entreprise dans le monde de la coiffure va bien plus loin que les coupes et les colorations. Une gestion efficace est tout aussi essentielle. Et cela commence bien avant le lancement de votre entreprise. Grâce à un business plan bien fondé, vous pourrez vous lancer comme indépendant de façon réfléchi. Depuis la nouvelle législation sur les sociétés, le business plan a encore gagné en importance.

Basez-vous sur le **questionnaire** pour dresser un business plan d'une entreprise fictive dans le secteur de la coiffure. Celle-ci ne doit pas nécessairement être un salon de coiffure, il peut aussi s'agir d'une activité mobile, d'un salon éphémère, etc. Vous présenterez votre business plan aux visiteurs au cours de l'événement The Hair Games, le 27 janvier 2020. Le présent questionnaire doit être rempli en guise de préparation à cette présentation.

1. Votre entreprise

Afin de rendre votre business plan le plus réaliste possible, vous devez obligatoirement choisir un cadre.

CADRE 1

Montant de départ	75 000 €
Espace disponible	50 m ²
Location	dépend de l'emplacement choisi

CADRE 2

Montant de départ	100 000 €
Espace disponible	100 m ²
Location	dépend de l'emplacement choisi

1.1 Une bonne idée

Décrivez votre idée et précisez quelle forme prendra votre entreprise (il peut s'agir d'un salon, d'une activité mobile, d'un salon éphémère ou autre), quelle ambiance y régnera et quelles influences seront suivies. Formulez votre idée de façon claire afin qu'une personne qui n'est pas familière avec votre idée la comprenne rapidement.

Votre idée de projet existe-t-elle déjà dans la pratique ?

Oui Non

Votre projet répond-il à un manque ou un besoin sur le marché ?

Oui Non

Comment votre idée de projet a-t-elle germé ?

2.1 Coordonnées de votre entreprise

Dénomination de l'entreprise :

(Est-ce que cette dénomination est encore disponible ? Avez-vous le droit de l'utiliser ?)

Adresse du siège d'exploitation

Code postal :	Commune :
Forme de la société :	
Nom du dirigeant :	
Nombre d'associés/de partenaires (si d'application) :	
Nombre de collaborateurs (si d'application) :	
Motivation pour lancer votre propre société :	

2.2 Mission, vision et objectifs

Mission : Que voulez-vous représenter à travers votre entreprise ? Quelle est la raison d'être de votre entreprise ?

Vision : Pour déterminer votre stratégie d'entreprise, vous devez d'abord formuler votre vision. Vers quoi voulez-vous évoluer ? Que voulez-vous atteindre dans un, trois ou cinq ans ?

2. ANALYSE DE MARCHÉ

2.1 Marché

Décrivez le marché dans lequel vous vous lancez.

Quelles sont les évolutions et tendances qu'a connu votre marché ou secteur ces dernières années ?

Comment allez-vous répondre à ces tendances et évolutions ?

Quelles sont les perspectives d'avenir ?

2.2 Concurrents

Quels sont vos principaux concurrents ?

Quels sont leurs points forts ?

Quels sont leurs points faibles ?

Comment vous différenciez-vous de la concurrence ?

--

2.3 Clients

Qui sont vos clients (âge, répartition géographique, besoins, attentes, habitudes...) ?

--

Quelles évolutions le secteur connaît-il et quel en est l'effet sur le pouvoir d'achat de vos clients ?

--

Votre entreprise est-elle facilement accessible ? Vos clients sont-ils prêts à se déplacer pour se rendre dans votre entreprise ?

--

À quelle fréquence les clients feront-ils usage de vos services et achèteront-ils vos produits ?

--

2.4 Fournisseurs

Qui sont vos fournisseurs ? Surfez sur Internet, prenez contact et vérifiez leurs conditions. Notez ci-après le nom de fournisseurs potentiels et ce qu'ils vous livreront (cette liste peut être plus longue et jointe séparément à ce dossier).

3. ANALYSE SWOT

	Positif	Négatif
Interne	<u>Forces</u>	<u>Faiblesses</u>
Externe	<u>Opportunités</u>	<u>Menaces</u>

4. MARKETING

4.1 Produit

Quels services ou produits allez-vous vendre ? Décrivez votre offre, ses caractéristiques, ses avantages, ses possibilités d'évolution, ...

Dans quel délai votre offre sera-t-elle tout à fait au point ?

Devez-vous tenir compte de normes spécifiques (lois, prescriptions de santé et de sécurité...) ?

Décrivez comment vos services peuvent représenter une plus-value.

Offrez-vous des services supplémentaires à vos clients ? Cela peut constituer un moyen de les fidéliser.

4.2 Prix

Le prix de vos services et/ou produits forge l'image que l'on se fait de votre entreprise. Le prix est souvent considéré comme un signe de qualité. Lorsque vous fixez vos prix, il est important de tenir compte du rapport qualité-prix et de la rentabilité de votre entreprise. Pour faire un calcul correct des tarifs, vous devez vous baser sur les coûts de votre entreprise. Tenez également compte de ce que vous voulez gagner. Vous pouvez utiliser l'outil en ligne [Tarifcoiff](#) (dont les conditions d'utilisation figurent au règlement).

Quel sera le prix de vos services et/ou produits ? Notez si les produits sont compris dans le prix du service ou s'il s'agit d'une formule de menu au choix.

Comment le prix a-t-il été fixé ? Le prix correspond-il à celui que votre clientèle est prête à payer ? Des réductions sont-elles prévues ? Si vous avez utilisé Tarifcoiff, imprimez vos résultats.

Comment vos prix évolueront-ils dans les deux ou trois ans à venir ?

Quels sont vos pourcentages bénéficiaires (marges) sur vos produits et vos services ?

4.3 Promotion

Comment allez-vous promouvoir votre activité (spots publicitaires, sponsoring, annonces, média sociaux, site Internet, ...) ?

Notez ci-dessous quelle est l'image de votre entreprise. L'image est la vision que les gens se font de quelque chose, le cas échéant votre entreprise, vos services et/ou produits.

Présentez votre charte graphique dans le champ ci-dessous et motivez comment elle appuie votre mission d'entreprise, vos valeurs d'entreprise et l'identité de votre entreprise. Attention : cette charte graphique doit s'appliquer à l'ensemble de votre entreprise.

4.4 Personnel

Si vous travaillez avec des collaborateurs, donnez ci-dessous un emploi du temps détaillé en énumérant toutes les tâches à effectuer et le nombre d'heures par semaine qui y sont consacrées. Cependant, vous ne devez pas tenir compte des services dont il sera question plus tard dans ce plan.

TACHES	ESTIMATION DU NOMBRE D'HEURES/SEMAINE	NOTE
NOMBRE D'HEURES TOTAL PAR SEMAINE =		

Comment allez-vous rétribuer votre personnel, gagner leur engagement, le motiver et l'évaluer ?

5. PARTIE QUANTITATIVE : LES FRAIS

ATTENTION : pour cette partie, vous devez tenir compte du montant de départ et du cadre que vous avez choisi.

5.1 Aperçu du cash-flow

Investissements	Année 1
Frais d'établissement	
Immobilisations incorporelles	
Terrains	
Bâtiment et aménagement	
Matériel roulant	
Machines et appareils	
Mobilier et équipement	
Outillage et petit matériel	
Matériel informatique et logiciels	
Garantie locative	
Autre	

Frais relatifs aux bâtiments	Année 1
Loyers et charges locatives ou de copropriété	
Assurances	
Frais d'entretien et de réparation	
Électricité, gaz, eau, chauffage	
Autres frais	

Frais d'exploitation et de production	Année 1
Approvisionnement en matières premières	
Approvisionnement en marchandises	
Approvisionnement en services, travaux, études	
Autorisations spécifiques	
Frais d'entretien et de réparation	
Autres frais	

Frais généraux d'administration	Année 1
Fournitures et autres frais de bureau	
Postes, téléphone, GSM, fax	
Petit matériel informatique	
Cotisations et abonnements	
Litiges	
Secrétariat social	
Expert-comptable	
Autres frais	

Frais de vente et de marketing	Année 1
Commission fixe sur ventes	
Frais liés aux canaux de distribution	
Foires et salons	
Publicité, charte graphique	
Site Internet	

Sponsoring	
Relations publiques, frais de représentation	
Étalage, showroom	
Conditionnement	
Échantillons, cadeaux d'affaires, cadeaux publicitaires	
SABAM, rémunération équitable	
Autres frais de vente	

Dépenses financières	Année 1
Frais bancaires	
Intérêts des crédits	
Frais de leasing	
Systèmes de paiement	
Amortissements en capital de crédits	
Autres frais	

Frais de personnel	Année 1
Rémunération de l'entrepreneur	
Cotisations sociales des indépendants	
Assurances de l'entrepreneur	
Coût salarial total du personnel	
Assurances du personnel	
Service médical	
Cours et formation	

Autres	
--------	--

Frais de déplacement	Année 1
Carburant	
Entretien et réparations	
Assurances	
Taxes	
Cotisations de dépannage	
Contrôles techniques	
Parking, transports en commun, taxi	
Carwash	
Autres frais	

Impôts	Année 1
Impôt sur le résultat (y compris les versements anticipés)	
Taxes communales	
Taxe sur la force motrice	
Autres	

Autres	Année 1