**MODÈLE DE BARÈME DE PLANS D’AFFAIRES **

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **TITRE DU PLAN** |  |  |  | **DATE** |
|  |  |  |  |   |
| **NOM DE L’ÉVALUATEUR** |  |  |  |  |  |
|   |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
| **BARÈME** | **SCORE** |  | **ÉCHELLE DE NOTATION** | **TOTAL** |
| Attentes dépassées | **4** |  | **EXEMPLAIRE** | **25 – 28** |
| Attentes satisfaites | **3** |  | **ACCEPTABLE** | **21 – 24** |
| Directives respectées | **2** |  | **AMÉLIORATIONS NÉCESSAIRES** | **16 – 20** |
| Directives plus ou moins respectées | **1** |  | **INSUFFISANT** | **0 – 15** |
| Incomplète ; informations non disponibles | **0** |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
| **CRITÈRES** | **4** | **3** | **2** | **1** | **0** |
| **RÉSUMÉ** |  |  |  |  |  |
| Cela fournit une vue d’ensemble concise et approfondie et décrit efficacement les principaux points du plan. |  |  |  |  |  |
| **DESCRIPTION DE L’ENTREPRISE** |  |  |  |  |  |
| Cela véhicule clairement l’idée d’entreprise. Il comprend une raison détaillée du lancement ainsi qu’une description détaillée du service/du produit proposé. Il décrit la vision, la mission, la concentration et la proposition de valeur de l’entreprise.  |  |  |  |  |  |
| **ANALYSE DE L’INDUSTRIE** |  |  |  |  |  |
| Il identifie la taille du secteur, les segments, la maturité, les tendances et les perspectives ; il détaille les possibilités, les menaces et les obstacles potentiels à l’entrée. Il fournit une analyse concurrentielle complète. Il définit le marché cible et les données démographiques des consommateurs. Il offre également les avantages concurrentiels et uniques.  |  |  |  |  |  |
| **PLAN DE GESTION** |  |  |  |  |  |
| Cela définit la forme de propriété de l’entreprise et fournit le raisonnement de la forme choisie. Il fournit également un organigramme avec les noms, les rôles et les qualifications des membres. Il définit les parties prenantes supplémentaires et les services professionnels sollicités.  |  |  |  |  |  |
| **PLAN MARKETING** |  |  |  |  |  |
| Cela transmet clairement la stratégie de marketing globale et fournit le budget. Il fournit également les plans pour les domaines suivants : la tarification, la distribution, la promotion, la publicité, les médias, les relations publiques, les ventes et la gestion des ventes.  |  |  |  |  |  |
| **PLAN D’EXPLOITATION** |  |  |  |  |  |
| Cela décrit et répond aux besoins en ressources humaines, en installations et en infrastructures technologiques. Il identifie tous les besoins logistiques et de distribution. Il fournit également des calendriers de mise en œuvre et des processus de suivi de l’avancement.  |  |  |  |  |  |
| **PLAN FINANCIER** |  |  |  |  |  |
| Cela comprend un rapport complet sur les coûts de démarrage. Il identifie également les sources possibles de financement initial. Il fournit les prévisions de ventes, les prévisions de revenus, les états financiers pro forma, l’analyse du seuil de répartition et le budget d’immobilisation. |  |  |  |  |  |
| **TOTAUX DES COLONNES** |  |  |  |  |  |
| **SCORE TOTAL** |  |   |   |   |   |

|  |
| --- |
| **EXCLUSION DE RESPONSABILITÉ**Tous les articles, modèles ou informations proposés par Smartsheet sur le site web sont fournis à titre de référence uniquement. Bien que nous nous efforcions de maintenir les informations à jour et exactes, nous ne faisons aucune déclaration, ni n’offrons aucune garantie, de quelque nature que ce soit, expresse ou implicite, quant à l’exhaustivité, l’exactitude, la fiabilité, la pertinence ou la disponibilité du site web, ou des informations, articles, modèles ou graphiques liés, contenus sur le site. Toute la confiance que vous accordez à ces informations relève de votre propre responsabilité, à vos propres risques. |