



STRATEGIE D'ELABORATION D'UN PLAN DE DEVELOPPEMENT D'UNE PME

Objectifs de la communication

Renforcer les capacités des dirigeants de PME/PMI sur l'importance et les stratégies d'élaboration d'un plan de développement de leur entreprise.

Objectifs de la communication

A la fin de cette communication, les dirigeants de PME/PMI :

- verront leurs capacités renforcées sur l'importance et les stratégies d'élaboration d'un plan de développement ;
- disposeront d'outils devant leur permettre d'élaborer le plan de développement de leurs entreprises ;
- seront outillés sur les différentes techniques d'évaluation et d'actualisation d'un plan de développement, susceptible de s'adapter à la conjoncture économique.

Plan de la communication

- I. Importance d'une planification continue des affaires
- II. Contenu d'un plan d'affaires
- III. Planification et allocation efficaces des ressources
- IV. Utilisation de cibles pour mettre en oeuvre votre plan d'affaires
- V. Quand et comment réviser votre plan d'affaires

Importance d'une planification continue des affaires

Planification : le fait d'organiser avec rigueur suivant un plan, en catégorisant les tâches au programme, sans laisser de place au hasard ou à l'imprévu.

Importance d'une planification continue des affaires

La planification continue des affaires est un processus d'amélioration continue qui couvre 12 à 24 mois. C'est une planification stratégique du développement de son entreprise.

Importance d'une planification continue des affaires

Un bon plan indique la voie à suivre par l'entreprise tout au long de son existence dans le sens de la croissance et du développement.

Importance d'une planification continue des affaires

Les objectifs d'un plan d'affaires :

- Permet la bonne allocation des ressources,
- Permet d'évaluer l'atteinte des objectifs de l'entreprise,
- Permet de maximiser les chances de succès.

Le contenu d'un plan d'affaires

Votre plan d'affaires doit comprendre :

- les buts et objectifs en matière de marketing,
- les informations opérationnelles,
- les informations financières.
- Eventuellement, un plan de sortie.

Le contenu d'un plan d'affaires

Si c'est pour une banque ou des investisseurs :

- vos buts et objectifs pour chaque domaine de l'entreprise,
- les détails de son historique,
- les détails financiers des trois dernières années (détails concernant les échanges commerciaux),
- les compétences et qualifications de l'équipe dirigeante,
- le produit ou service, son caractère distinctif et sa place sur le marché.

Le contenu d'un plan d'affaires

Canevas d'un plan d'affaires :

- 1- Description du projet ou de l'entreprise
- 2- Plan Marketing
- 3- Plan de production, opération, commercialisation
- 4- Plan financier
- 5- Ressources humaines et matérielles
- 6- Echéanciers : calendrier des réalisations
- 7- Partenaires
- 8- Annexes : Etudes, statistique, articles, photos, etc.

Planification et allocation efficace des ressources

Un plan d'affaires précise clairement comment doit se faire l'allocation des ressources pour le bon fonctionnement de la stratégie de l'entreprise.

Planification et allocation efficace des ressources

Quand une unité fonctionnelle ou un service particulier se voit assigné un objectif, le plan d'affaires doit lui allouer des ressources (humaines, financières, matérielles) suffisantes pour l'atteindre. Ces ressources peuvent déjà être disponibles au sein de l'entreprise ou peuvent être générées par une activité future.

Utilisation de cibles pour mettre en oeuvre votre plan d'affaires

Les cibles permettent aux employés individuels de voir plus clairement où ils se situent au sein d'une organisation et ce qu'ils doivent faire pour que l'entreprise atteigne ses objectifs.

Utilisation de cibles pour mettre en oeuvre votre plan d'affaires

Les cibles ou objectifs doivent être stratégiques, mesurables, réalistes, réalisables, limités dans le temps.

Quoi réussir et quand?

Utilisation de cibles pour mettre en oeuvre votre plan d'affaires

Les cibles et les objectifs doivent également constituer une partie clé des évaluations des employés, représentant un moyen de fixer objectivement leur prime de résultat et d'aborder leur avancement.

Utilisation de cibles pour mettre en oeuvre votre plan d'affaires

Les plans d'affaires par service, ou par division, ou encore par unité fonctionnelle, chacun possédant ses cibles et ses objectifs devant être intégrés pour avoir le plan global de toute l'entreprise est plus efficace à l'exécution.

Utilisation de cibles pour mettre en oeuvre votre plan d'affaires

La stratégie de chaque unité fonctionnelle doit être cohérente avec celle de l'entreprise.

Le budget et les priorités de chaque service ou unité fonctionnelle doivent correspondre à ceux de toute l'entreprise.

Quand et comment réviser votre plan d'affaires

Au cours de son exécution, un plan d'affaire doit être suivi et évalué afin de s'assurer que les objectifs soient atteints.

C'est le cycle du plan d'affaire.

Quand et comment réviser votre plan d'affaires

Le plan peut être à révision hebdomadaire, mensuelle, trimestrielle, annuelle ou continue.

Des événements majeurs sur le marché (arrivée d'un nouveau concurrent, un nouveau client, une nouvelle loi, etc.) doivent déclencher automatiquement une révision des objectifs stratégiques.

Quand et comment réviser votre plan d'affaires

Même si tout semble aller bien, il faut toujours planifier. Vous devez périodiquement revoir votre avancement, identifier la façon dont vous pouvez tirer le maximum de la position que vous avez sur le marché avec de nouvelles stratégies.

Quand et comment réviser votre plan d'affaires

Les questions à se poser pour réviser son plan d'affaires peuvent porter sur la vie de l'entreprise, les produits ou services, l'efficacité de l'entreprise, les locaux, les installations, les technologies de l'information, les personnes et leurs compétences, la situation financière (flux de trésorerie, fonds de roulement, emprunts, croissance).

Quand et comment réviser votre plan d'affaires

Des questions qu'on peut se poser pour réviser son plan d'affaire :

- Quels sont les marchés actuels et futurs?
- Comment l'entreprise peut-elle avoir un rendement meilleur par rapport à la concurrence?
- De quelles ressources avons-nous besoin pour réussir?

La réponse à ces questions peut nécessiter la mise en place d'une équipe.

Quelques outils indispensables

SWOT (Forces, Faiblesses, Opportunités, Menaces)

| | POSITIF | NEGATIF |
|----------|---------------------|-------------------|
| | <i>FORCES</i> | <i>FAIBLESSES</i> |
| INTERNES | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | <i>OPPORTUNITES</i> | <i>MENACES</i> |
| EXTERNES | | |
| | | |
| | | |
| | | |

Quelques outils indispensables

Le Plan d'Action Annuel

| Phase de planification | | | | | | | | Phase de Suivi / Evaluation périodique (Date :) | | | |
|------------------------|-----------------------|---------------------|-------------|-------------------|----------------------|----------------|--------------------|--|-----------------------------|-------------------------|---------------------|
| Objectifs généraux | Objectifs spécifiques | Actions / Activités | Responsable | Forces Favorables | Périodes / Echéances | Coût estimatif | Résultats attendus | Etat de réalisation | Résultats obtenus (Oui-Non) | Explications des écarts | Actions correctives |
| Objectif 1 | OS1.1 | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | |
| | OS1.2 | | | | | | | | | | |
| Objectif 2 | OS2.1 | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | |
| | OS2.2 | | | | | | | | | | |
| | OS2.3 | | | | | | | | | | |

Plan de développement / Plan Stratégique

Un plan de développement (plan stratégique) répond à la question «Que devons-nous faire pour évoluer? », il fournit la feuille de route détaillée à suivre au cours des prochaines années pour atteindre vos objectifs.

Du Plan Stratégique ou plan de développement au plan d'action annuel

A partir du Plan Stratégique, on crée un Plan d'Action Annuel dont la réalisation conduit année par année à la réalisation des objectifs du Plan Stratégique.


Même sans un Plan Stratégique, on peut faire un Plan Annuel d'Action.

Il s'agit de mettre dans un tableau les réponses aux

Quoi ? Qui ? Où ? Comment ? Quand ? Pourquoi ? Combien ?

Ce qui fait le succès d'un plan d'action

- Impliquer dans sa préparation ceux qui vont travailler à l'exécution
- Informer régulièrement les parties prenantes de l'avancée du plan
- Ne pas oublier d'actions
- Prévoir des délais réalistes
- Elaborer un document simple, clair et opérationnel
- Faire le Suivi par des revues périodiques (mensuelle, trimestre ou semestre)



« La planification est un processus de contrôle et d'influence de facteurs hasardeux ou non, et ce, en vue d'atteindre un objectif défini »

Alexandre Grégoire



Materne K. Bossou

Tél. +228 99 46 07 31 / +228 90 06 33 40

maternebossou@yahoo.fr