**MODÈLE DE RUBRIQUE DE PLAN D'AFFAIRES **

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **TITRE DU PLAN** |  |  |  | **DATE** |
|  |  |  |  |   |
| **NOM DE L'ÉVALUATEUR** |  |  |  |  |  |
|   |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
| **RUBRIQUE** | **SCORE** |  | **ÉCHELLE DE NOTATION** | **TOTAL** |
| Attentes dépassées | **4** |  | **EXEMPLAIRE** | **25 – 28** |
| Attentes satisfaites | **3** |  | **ACCEPTABLE** | **21 – 24** |
| Lignes directrices respectées | **2** |  | **BESOIN D'AMÉLIORATION** | **16 – 20** |
| Lignes directrices quelque peu respectées | **1** |  | **INADÉQUAT** | **0 – 15** |
| Incomplet; Informations non disponibles | **0** |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
| **CRITÈRES** | **4** | **3** | **2** | **1** | **0** |
| **RÉSUMÉ** |  |  |  |  |  |
| Cela fournit un aperçu concis et complet et décrit efficacement les principaux points du plan. |  |  |  |  |  |
| **DESCRIPTION DE L'ENTREPRISE** |  |  |  |  |  |
| Cela transmet clairement l'idée d'entreprise. Il comprend une raison détaillée pour le lancement ainsi qu'une description détaillée du service / du produit offert. Il décrit la vision, la mission, l'orientation et la proposition de valeur de l'entreprise.  |  |  |  |  |  |
| **ANALYSE DE L'INDUSTRIE** |  |  |  |  |  |
| Cela permet d'identifier la taille de l'industrie, les segments, la maturité, les tendances et les perspectives; il détaille les possibilités, les menaces et les barrières potentielles à l'entrée. Il fournit une analyse concurrentielle complète. Il définit le marché cible et la démographie des consommateurs. Il offre également des 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. |  |  |  |  |  |
| **MARKETING PLAN** |  |  |  |  |  |
| Cela traduit clairement la stratégie marketing globale et fournit le budget. Il fournit également les plans pour les domaines suivants: tarification, distribution, promotion, publicité, médias, relations publiques, ventes et gestion des ventes. |  |  |  |  |  |
| **PLAN OPÉRATIONNEL** |  |  |  |  |  |
| Cela décrit et répond à tous les 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 des progrès. |  |  |  |  |  |
| **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 projections de revenus, les états financiers pro forma, l'analyse du seuil de rentabilité et le budget d'investissement. |  |  |  |  |  |
| **TOTAUX DES COLONNES** |  |  |  |  |  |
| **TOTAL SCORE** |  |   |   |   |   |

|  |
| --- |
| **DÉMENTI**Tous les articles, modèles ou informations fournis 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 correctes, nous ne faisons aucune déclaration ou garantie d'aucune sorte, expresse ou implicite, quant à l'exhaustivité, l'exactitude, la fiabilité, la pertinence ou la disponibilité en ce qui concerne le site Web ou les informations, articles, modèles ou graphiques connexes contenus sur le site Web. Toute confiance que vous accordez à ces informations est donc strictement à vos propres risques. |