



LES SOLUTIONS
FORMATION & CONSEIL DE
L'ECOLE SUPERIEURE DES
AFFAIRES

Formation Expert Management

***« Créer un business plan
efficace »***

*Dates : mercredi 3, jeudi 4 et vendredi 5 décembre 2008
Intervenant : Stéphan BOURCIEU*

CONTENU

NNN

OBJECTIFS

- Identifier et planifier les différentes actions à réaliser dans le cadre d'un projet de création d'entreprise ou de développement d'une nouvelle activité (dans une entreprise existante)
- Définir l'organisation et les ressources nécessaires à la mise en œuvre du projet ;
- Formaliser ces actions et les présenter dans le cadre d'un Business Plan.

METHODES PEDAGOGIQUES

- Présentation des concepts fondamentaux
- Etude de cas
- Analyse de business plan concret
- Document de synthèse sur les principales questions à poser lors de la rédaction

CIBLE

Managers, cadres de tout secteur, porteur de projets.

DATES

3-4-5 décembre 2008

HORAIRES

9h-13h30

LIEU Campus de l'ESA,
289, rue Clemenceau, Beyrouth (attention, pas de parking sur le campus).

LANGUE Française

INTERVENANT : Stéphan BOURCIEU

Titulaire d'un Doctorat en Sciences de Gestion de l'Université Jean Moulin Lyon et récipiendaire du Prix de Thèse Jean Moulin 2005 (avec subvention de publication). Professeur de Management stratégique et de Doyen associé en charge des MBA et masters internationaux à Audencia Nantes École de Management, puis, depuis 2006 Directeur général du Groupe ESC Dijon-Bourgogne (le plus jeune directeur d'école de management de France). Il intervient régulièrement auprès d'entreprises en formation continue et conseil en stratégie. Ses domaines de recherche concernent l'entrepreneur institutionnel et les stratégies de développement des PME dans les pays émergents. Il a publié plusieurs articles dans des revues académiques référencées et a communiqué ses travaux dans plus d'une trentaine de conférences académiques internationales.

PROGRAMME

Partie 1. Présentation des fondamentaux du Business Plan

1. Le Business Plan : un outil de conduite d'un projet d'activité
2. Les objectifs et les destinataires du Business Plan
3. La formalisation de l'idée en projet
4. Le lien entre stratégie, marketing et Business Plan
 - a. Identifier et analyser les marchés (analyser l'offre et la demande)
 - b. Définir l'organisation et les ressources nécessaires, ainsi que les moyens pour les obtenir
 - c. Déterminer le *business model*
 - d. Choisir la stratégie de développement
5. La mobilisation des ressources financières
 - a. Moyens de financement du développement
 - b. Détermination des charges et des produits
 - c. Notions fondamentales : point mort et *cash flow*
 - d. Budgets et états financiers prévisionnels
6. La rédaction du Business Plan :
 - a. Plan général pour ne rien omettre
 - b. Points clés à intégrer
 - c. Préparer les arguments
 - d. Éviter les pièges

Partie 2. Etude de cas

Cette étude de cas est réalisée sur la base de Business plans réels.

Les participants ont pour objectif d'analyser la structure et la pertinence du business plan proposé pour en dégager les principaux enseignements en vue de la rédaction de leur propre business plan.

Conclusion du séminaire (avec remise de certificats).