

**Logo**

**Nom de l'entreprise**

## Le Chapô

Une phrase percutante, un slogan, un chiffre important,... écrivez LA phrase qui retiendra l'attention de votre interlocuteur.

A l'image d'une carte d'identité, présentez le statut de l'entreprise, sa date de création et de lancement, son chiffre d'affaires et son état d'avancement. N'hésitez pas à présenter ces éléments sous forme de tableau pour apporter du visuel à votre contenu.

## La définition du marché et votre solution

Quelles sont les tendances du marché ? Quels sont les chiffres principaux ? Qui sont vos concurrents ? Quelle est votre différence ? Quelle est votre cible de clients ? Leurs habitudes ? Leurs besoins ? Comment faisaient-ils pour y répondre avant ? Quelle est votre solution ? Pourquoi répond-elle aux attentes du marché ?...

Dans cette partie, vous allez piocher les informations importantes de votre étude de marché et les mettre en valeur dans votre Executive Summary.

C'est ici également que vous énoncerez la solution proposée suite aux problématiques définies, en démontrant sa parfaite insertion dans le marché.

## Le business model

Comment allez-vous créer de la valeur avec votre entreprise ? Quelle est votre structure de coûts ? Avez-vous choisi un modèle Freemium ? Par abonnement ? Par le biais de la publicité ?...

Cette partie résume la façon dont vous allez gagner de l'argent, mais également votre mode de distribution.

## La stratégie définie

Comment faites-vous connaître votre produit/service ? Quel est votre plan d'actions ? Quel est votre plan d'acquisition de clients ? Quels sont les outils mis en place ? Quelle est votre stratégie sur les réseaux sociaux ?...

Détaillez les différentes étapes de votre plan d'actions opérationnel, autrement dit votre stratégie marketing et les actions commerciales, sans oublier à chaque fois de mentionner vos objectifs. N'hésitez pas à informer votre interlocuteur de votre future présence à des événements.

## Le besoin de financement et son utilisation

Quelle est trésorerie actuelle ? Votre capital social ? Comment est-il divisé ? Avez-vous bénéficié d'un prêt, d'une aide ou d'une subvention ? Quel est le financement demandé ? Comment sera-t-il réparti ? Quelles sont vos prévisions financières dans 3-5 ans ?...

Il s'agit ici de présenter votre démarche de levée de fonds. Votre interlocuteur doit connaître l'état actuel de vos finances pour connaître l'enjeu de sa participation. Détaillez le budget alloué pour chaque domaine : marketing, développement web, prospection commerciale, acquisition clients,...

Vos prévisions financières peuvent être regroupées sous la forme d'un tableau, pour aérer votre document et donner un aspect visuel plus agréable.

## En option : L'Exit

Comment envisagez-vous la sortie des investisseurs ? Est-ce par le biais d'une introduction en bourse ? Par le rachat de la société ? Si oui, quel serait le profil de la société acheteuse ?...

Dans le cas par exemple où vous vous adressez à un fond d'investissement, vous pouvez parler de votre stratégie d'exit, mais cette section reste optionnelle.

## L'équipe

Qui sont les membres de votre équipe ? Quel est leur parcours ? Leurs compétences ? Qu'est-ce qui fait votre complémentarité ? Pourquoi sont-ils indispensables à votre entreprise ?...

L'équipe est certainement la partie la plus importante. C'est ici que vous faites honneur à vos collaborateurs en les mettant en valeur. Toutes ces personnes qui travaillent dans l'ombre et sans qui vous n'en seriez pas ici aujourd'hui.