Programme de formation

Indicateurs RNQ 2 & 3

INTITULÉ DE LA FORMATION

Construire son Business Plan en cohérence avec son marché

DURÉE

35 heures, dont 1 h 45 de visios et 33 h 15 d'autres activités

MODALITÉS

Distanciel (plateforme e-learning dédiée)
Possibilité de modalités hybrides selon les projets et contextes spécifiques

OBJECTIF GÉNÉRAL

Permettre au stagiaire de structurer un projet entrepreneurial ou professionnel viable à travers un Business Plan clair, cohérent, argumenté et exploitable, fondé sur la réalité du marché, la validation terrain et la compréhension des mécanismes économiques et financiers essentiels.

DÉCOUPAGE PÉDAGOGIQUE

BLOC 1 — PORTEUR, VISION & LÉGITIMITÉ

Objectif pédagogique

Permettre au stagiaire de valider la cohérence entre le porteur, le projet et son environnement, afin de sécuriser l'engagement entrepreneurial dès le départ.

Contenus intégrés

- Motivation et raisons d'entreprendre
- Parcours, légitimité et expériences mobilisables
- Actifs disponibles et ressources existantes
- Identité, valeurs et différenciation personnelle
- Profil entrepreneurial et posture
- Ancrage territorial et impact potentiel
- Points de vigilance personnels et plan de mitigation
- Éligibilité aux dispositifs d'aides et d'accompagnement

Livrables attendus

- Dossier porteur & projet
- Note de positionnement stratégique

BLOC 2 — MARCHÉ, CLIENTS & DEMANDE RÉELLE

Objectif pédagogique

Permettre au stagiaire de valider l'existence d'un marché solvable, priorisé et réaliste, fondé sur des preuves terrain et non sur des hypothèses abstraites.

Contenus intégrés

- Hypothèses de départ et croyances initiales
- Définition du client cible prioritaire (persona cœur)
- Critères d'achat et comportements clients
- Analyse de la concurrence et des alternatives existantes
- Validation terrain par échanges et tentatives de vente
- Identification des problèmes clients et des gains attendus
- Validation de la demande réelle
- Notions de PMF (Product–Market Fit) et seuils de décision

Livrables attendus

- Étude de marché terrain documentée
- Synthèse de validation marché

BLOC 3 — OFFRE, POSITIONNEMENT & MODÈLE ÉCONOMIQUE

Objectif pédagogique

Construire une offre claire, vendable et différenciante, économiquement viable et adaptée au client cible identifié.

Contenus intégrés

- Inventaire des produits, services et savoir-faire monétisables
- Proposition de valeur orientée résultats
- Structuration du catalogue d'offres
- Positionnement stratégique et différenciation
- Politique de prix et logique de valeur
- Garanties, preuves et éléments de réassurance
- Roadmap d'évolution de l'offre
- Définition des garde-fous (ce que l'on ne fait pas)

Livrables attendus

- Offre structurée et argumentée
- Modèle économique validé

BLOC 4 — GO-TO-MARKET & TRACTION

Objectif pédagogique

Permettre un lancement structuré, orienté action, mesurable et pilotable, afin d'obtenir des premiers signaux de traction réels.

Contenus intégrés

- Définition des messages par cible
- Choix des canaux d'acquisition prioritaires
- Construction d'un funnel simple et efficace
- Élaboration d'un playbook commercial de base
- Budget de lancement et logique de coût d'acquisition client
- Plan d'actions sur 30 / 60 / 90 jours
- Définition des indicateurs de performance (KPI)

Livrables attendus

- Plan de mise sur le marché
- Tableau de pilotage des KPI

BLOC 5 — OPÉRATIONS, QUALITÉ & EXÉCUTION

Objectif pédagogique

Sécuriser la capacité du stagiaire à livrer ses clients, tenir la charge et monter en puissance, sans dégrader la qualité ni s'épuiser.

Contenus intégrés

- Parcours client de bout en bout
- Définition de processus opérationnels (SOP)
- Capacité réelle de production et planification
- Qualité, fiabilité et gestion des incidents
- Outils et systèmes nécessaires à l'exécution
- Indicateurs opérationnels
- Risques opérationnels et parades

Livrables attendus

- Process opérationnels documentés
- Plan de montée en puissance

BLOC 6 — ORGANISATION, IMPACT & SÉCURISATION

Objectif pédagogique

Structurer une entreprise durable, bancable et responsable, prête à évoluer dans un cadre réel et réglementé.

Contenus intégrés

- Organisation interne et gouvernance
- Répartition des rôles et responsabilités (RACI)
- Continuité d'activité et risques humains
- Impact social, territorial et environnemental
- Responsabilité sociétale (RSE)
- Cadre légal, administratif et réglementaire
- Conformité et sécurisation du projet

Livrables attendus

- Business Plan final complet
- Check-list conformité & impact

ÉVALUATION DES ACQUIS

- Évaluation continue tout au long de la formation
- Analyse des livrables produits pour chaque bloc
- Évaluation finale reposant sur la validation du Business Plan complet, structuré et argumenté
- Appréciation de la cohérence globale, de la compréhension économique et de la capacité de mise en œuvre