



ALLUMENS

Des conseils éclairés pour votre entreprise

POUR VOS FINANCEMENTS, SACHEZ PERSUADER VOTRE BANQUIER

Vous tenez une bonne affaire à fort potentiel commercial et vous voulez la développer rapidement et dans les meilleures conditions.

Vous souhaitez augmenter votre capacité de production en achetant un local et en l'équipant des machines adaptées.

Il vous reste à franchir le principal obstacle qui est celui du banquier. Vous devez le convaincre du bien-fondé de votre projet et de l'intérêt qu'il a de vous prêter les capitaux nécessaires.

Contrairement à l'idée reçue, il est encore tout à fait possible d'obtenir des crédits d'investissement auprès d'un établissement financier.

En effet, selon une enquête de la Banque de France sur l'accès au crédit des PME réalisée au troisième trimestre 2014, neuf PME sur dix obtiennent les crédits d'investissement demandés en France.

En revanche, la crise économique a bel et bien conduit les banques à être de plus en plus exigeantes. Convaincre son banquier, ce n'est pas toujours gagné d'avance, mais il existe des règles pour maximiser le succès.

Donnez confiance à votre conseiller dès la première rencontre

Tout d'abord, vous avez pris rendez-vous avec le conseiller qui doit se prononcer sur votre projet, en respectant un délai qui vous permet d'effectuer une préparation suffisante.

Ensuite quand vous vous présentez pour votre entretien, votre dossier est donc complet. Il expose tous les aspects de votre entreprise future ou actuelle au travers de plusieurs documents essentiels, notamment un business plan sur trois ans, avec une analyse de l'environnement concurrentiel et un tableau prévisionnel de

ALLUMENS CONSULTANTS - SAS au capital de 5000 € - Siège social : 5 Allée de la Boursaudière. 89000 AUXERRE

Tél. : 03.86.41.43.42 - Fax : 03.86.51.06.21 - Email : contact@allumens.fr - Site web : www.allumens.fr

SIRET : 801 890 427 00017 - RCS : 801 890 427 AUXERRE - Code APE : 7022Z - N° de TVA Intracommunautaire : FR 55 801 890 427

trésorerie (encaissements, loyers, achats, salaires, etc.). Vous n'avez aucune raison d'être inquiet.

Lorsque vous pénétrez dans le bureau du banquier, votre poignée de mains est franche, vous regardez votre interlocuteur dans les yeux et vous prenez le temps de vous installer confortablement.

Quand il vous demande d'exposer votre projet, déployez tranquillement votre dossier et présentez d'une voix ferme et décidée les éléments que vous avez préparés. Concernant les besoins de financements et le retour sur investissement attendu, soyez honnête et transparent en veillant à être synthétique afin de le laisser mener l'entretien à partir de son plan habituel. Et puis, proposez-lui une visite de votre entreprise, qu'il finira de toute manière par vous demander. Il est indispensable de présenter de manière attractive et concrète votre projet.

Souriez, répondez aux questions avec calme et précision. Les signes de nervosité ne sont pas un bon point pour vous et peuvent éroder sa confiance. Et cette confiance est essentielle, à la fois pour votre première opération mais aussi pour les futures, qui se nourriront d'un dialogue transparent et régulier.

Soignez la présentation de votre projet

Pour parfaire l'équilibre financier et commercial de votre projet, mais aussi pour convaincre banquiers et investisseurs de vous prêter de l'argent, votre business plan sera votre meilleur atout.

Bien entendu, c'est beaucoup plus qu'une simple accumulation de chiffres, c'est le résumé de votre réflexion qui témoigne de votre préparation et de votre capacité à relever le défi.

Déterminez d'abord le marché sur lequel vous allez intervenir. Puis analysez votre offre, estimez votre environnement concurrentiel et évaluez les ressources dont vous aurez besoin pour atteindre les objectifs fixés dans le cadre de votre plan stratégique.

1. Le marché

L'étude de marché dans un business plan est très importante. Vous devez démontrer qu'un marché solvable existe et que vous connaissez vos segments et sous segments.

La première chose à faire est de vous documenter sur le marché que vous voulez pénétrer. Il va falloir répondre à plusieurs questions sur le marché lui-même, la concurrence directe et indirecte, les fournisseurs, la distribution et la réglementation

Pour trouver toutes ces informations, référez-vous à la presse spécialisée, aux bases de données professionnelles, aux articles et sites web qui traitent du sujet... L'idée est de comprendre les rouages et les clés du marché ciblé. Une fois que vous aurez répondu à toutes ces questions vous aurez déjà une autre vision...

Vous devez être incollable sur les enjeux du marché sur lequel vous voulez vous implanter. Vous comprenez bien que si c'est un marché de niche, la stratégie à mettre en place ne sera pas la même que si c'est un marché large...avec énormément de prospects et de concurrents. Rien ne doit vous échapper.

La seconde étape est de rencontrer votre future clientèle et de mener des études terrain aussi bien qualitatives que quantitatives. C'est le moyen le plus efficace de tester votre offre et de connaître les attentes des consommateurs. L'objectif est de recueillir un maximum de feedbacks, pour adapter votre

offre ou votre stratégie de Mix Marketing à la cible.

Dans la dernière partie vous devrez, faire une synthèse de toutes les informations recueillies dans les deux parties précédentes. Il s'agit de faire ressortir les chiffres clés de votre étude et de montrer que vous vous êtes imprégné du marché et de ses enjeux

2. La stratégie marketing et commerciale au sein de l'environnement

Le marketing représente un élément clé de la réussite de l'entreprise. Vous devez décider quels clients cibler. Vous devez étudier de quelle façon vous atteindrez et gagnerez de nouveaux clients. Vous devez vous assurer que les clients existants restent satisfaits. Et vous devez continuer à examiner et améliorer tout ce que vous faites afin de conserver une avance sur la concurrence.

Votre plan marketing doit constituer le document de référence que vous utilisez comme base pour exécuter votre stratégie marketing. Il expose des objectifs clairs et explique de quelle façon vous les atteindrez. Et surtout, il étudie de quelle façon vous pouvez garantir que votre plan va devenir réalité.

Souvenez-vous que le marketing en soi ne garantira pas les ventes, mais en adoptant un plan bien documenté et cohérent, vous avez plus de chances d'établir des relations rentables à long terme.

3. Les ressources

Enfin ! Le banquier va avoir quelques chiffres à se mettre sous la dent. Si la partie rédactionnelle compte, le prévisionnel financier lui, doit être parfait au risque de détruire tous vos atouts.

Vos réserves financières personnelles rassurent. La banque veut s'assurer ici de votre capacité à rebondir financièrement si l'entreprise venait à connaître des difficultés.

Votre capacité d'apport est indispensable. La règle du partage des risques vous oblige à autofinancer vous-même une partie de vos besoins professionnels.

Par ailleurs, les banques n'assurent que très peu le financement des besoins en fonds de roulement.

Etablissez aussi votre compte de résultat prévisionnel sur trois ans. Il doit montrer un chiffre d'affaires ambitieux, mais surtout justifié.

Quant aux soldes intermédiaires de gestion, ils doivent se situer dans la moyenne de votre secteur d'activité.

N'oubliez pas que votre rémunération de dirigeant doit apparaître dans le prévisionnel financier

Enfin, calculez votre capacité d'autofinancement. Ce ratio clé est le point capital de l'analyse bancaire. La CAF montre les ressources, la richesse créée par l'entreprise à la fin de l'exercice comptable. Dans un compte de résultat prévisionnel, elle se calcule pour chaque année analysée, à savoir sur trois ans.

4. Le volet juridique et financier

Les aspects juridiques ne sont pas à négliger.

Ajoutez un modèle de statuts si vous optez pour la forme sociétaire. Précisez le régime social des dirigeants et la répartition des parts. Nommez les experts qui travailleront à vos côtés (expert-comptable, juriste...). Vous montrez ainsi votre capacité à vous entourer des bonnes personnes. Le banquier verra que vous ne

négligerez ni votre comptabilité ni les règles juridiques et fiscales.

Démontrez votre crédibilité

Pour être convaincant, il faut d'abord être convaincu... Faites donc en premier lieu un exercice d'introspection.

Quels sont vos objectifs personnels et ceux de votre entreprise? Sont-ils concordants? Quels pourraient être vos points faibles? Êtes-vous un meneur d'hommes? Avez-vous le soutien de votre entourage? Autant de questions que vous vous poserez d'entrée de jeu et auxquelles vous répondrez sans complaisance ensuite devant vos interlocuteurs et notamment devant votre banquier.

Si le projet risque d'être trop important pour vous, le banquier le verra d'emblée. Le projet que vous lui soumettez doit donc être cohérent avec ce que vous êtes réellement. Vous devez démontrer que vous disposez des compétences requises dans le domaine qui vous intéresse. Un diplôme obtenu en formation initiale ou par le biais d'une VAE, une expérience professionnelle antérieure en cohérence avec votre projet seront toujours un avantage déterminant.

Par ailleurs, faites valoir le prêt d'honneur que vous avez décroché auprès d'un réseau comme, par exemple, le réseau Entreprendre, Initiative France, France Active. Il prouve la qualité de votre projet et le pré-agrément de sociétés de caution peut infléchir la décision en votre faveur.

Puis, faites rêver votre banquier en lui montrant les plans de votre future installation, les maquettes des produits que vous allez vendre, la liste des fournisseurs avec qui vous allez travailler, celle des clients qui seront les vôtres

Enfin, démontrez-lui que votre réflexion s'inscrit dans le cadre d'une stratégie générale.

La stratégie vous permet d'éviter le pilotage à vue et d'assurer le devenir de votre entreprise. Elle correspond à une combinaison d'objectifs qu'elle s'efforce d'atteindre et à des moyens par lesquels elle cherche à les atteindre.

Les actions stratégiques se situent donc toujours dans le M T ou le L T. Elles représentent souvent un défi face à la concurrence, elles permettent de voir sur quels types de marchés vous allez vous engager et de quels moyens financiers, humains, techniques vous aurez besoin.

En résumé, mener une démarche stratégique prouve que vous vous êtes interrogé sur votre avenir, que vous vous situez dans le M et L T, que vous faites preuve d'une grande cohérence d'ensemble et que vous saurez réagir face à l'environnement.

Sollicitez un montant de financement cohérent

Soyez vigilant, le montant de votre prêt doit être proportionnel à vos fonds propres.

Votre amortissement annuel ne doit pas excéder la moitié de la capacité d'autofinancement de votre entreprise. Ne braquez pas votre interlocuteur en lui demandant de financer votre fonds de roulement ou des investissements immatériels tels qu'une campagne de publicité. Il préférera financer des biens corporels

sur lesquels il pourra faire un nantissement.

Et n'hésitez pas à préciser que vous avez vu d'autres banquiers, sinon vous risquez de perdre en crédibilité.

Finalisez la relation

Vous avez obtenu l'accord de principe de votre banquier ? Tant mieux !

Mais ne vous réjouissez pas trop tôt. Il faut souvent que le comité de crédit de l'établissement bancaire ait donné le feu vert. Demandez à votre conseiller si votre projet entre dans sa délégation, dans combien de temps vous aurez une réponse officielle, ...

Par ailleurs, n'oubliez pas de négocier le taux, la durée du prêt, les assurances, les frais de dossier, les commissions, etc... Et surtout les garanties ! Ne vous portez pas garant par exemple à titre personnel pour votre entreprise. D'autres solutions existent, meilleures pour le banquier et pour vous.

Si vous n'avez pas rencontré votre conseiller habituel, il pourra vous demander également l'ouverture d'un compte dans sa banque et sera intéressé par la gestion de votre patrimoine, y compris votre patrimoine personnel.

Vous vous engagez sur une relation à long terme. C'est aussi une bonne raison pour choisir le banquier (ou la banquière) avec qui vous vous sentez en confiance