

Les 10 points clés financiers du business plan gagnant pour votre banquier !

- 1. Ne pas perdre de vue l'objectif de la banque** : votre business plan doit prouver votre fiabilité à répondre à un marché, et à générer de la rentabilité, avec une équipe cohérente en termes de compétences
- 2. N'oubliez pas que par principe, une banque ne prend pas de risques plus importants que les actionnaires de l'entreprise.** :
Conséquence => Montant des capitaux propres > Emprunts + 1 an
- 3. Le propre d'un découvert prévisionnel est de n'être que temporaire** et donc d'être remboursé rapidement, A défaut il faut plutôt demander une ligne de crédit permanente
- 4. Le BFR doit être calculé précisément, et optimisé à la baisse, sachant qu'il doit être financé de manière durable.**
- 5. Montrer votre capacité à générer du cash à partir de votre activité** pour honorer vos remboursements d'emprunts, et de lignes de crédit
- 6. Faites ressortir le nombre d'années prévues pour procéder au remboursement du banquier-** environ 3 ans
- 7. Au delà de votre BP, délimitez les éventuelles garanties** que vous pouvez proposer
- 8. Montrez que vos objectifs** sont clairs et présenter **vos calendrier d'actions** avec ses retombées financières
- 9. Donnez à votre banquier les arguments pour défendre votre projet à sa hiérarchie,** ou à son comité de crédit
- 10. Demandez conseils et aide à votre banque** qui notamment, peut vous faire rencontrer des tiers nécessaires dans la réussite de votre business plan (investisseurs, des acheteurs potentiels de votre entreprise, des vendeurs de leur entreprise, des partenaires financiers, industriels, commerciaux,...)

INFORMATIONS SUR LES AUTEURS :

Jean-Christophe Pic, est responsable du contrôle de gestion et financier en entreprise, et maître de conférences associé au Celsa-Paris IV Sorbonne en Mastères et MBA. Il est l'auteur dans la même collection, de "A chaque enjeu, son Business Plan".

Crédit Manager, Jean Michel ERAULT exerce au sein de groupes internationaux. Formé à l'Essec, il intervient lors de formations MBA et entrepreneuriales sur la prévention du risque client