

Comment élaborer un budget prévisionnel

Le budget prévisionnel est la clé de la réussite pour développer son entreprise. Son élaboration mérite du temps et de l'attention. Pour ceux qui en ont fait une règle de gestion, c'est un excellent outil de gestion et de management, qui permet de fixer des objectifs, de planifier les moyens et de mobiliser les salariés. Voici la recette.

Trésorerie, fonds de roulement, business plan, plan de financement, calcul du point mort... Que signifient ces expressions ?

Le budget prévisionnel permet à partir d'hypothèses de chiffre d'affaires (sans oublier les saisonnalités) et de charges fixes et variables, de déterminer le résultat ainsi que les besoins de trésorerie. Le point mort est crucial car il représente le chiffre d'affaires minimum pour supporter les charges. Le fonds de roulement quant à lui permet de financer les besoins en fonds de roulement : par exemple les stocks, les créances clients... Quant à l'appellation business plan, c'est tout simplement la traduction en anglais du budget prévisionnel !

Comment utiliser votre budget prévisionnel ?

Pas la peine de faire un budget prévisionnel si c'est pour ne pas s'en servir ! Comparez régulièrement vos performances avec celles prévues. Mais n'hésitez pas non plus à modifier votre prévisionnel s'il s'avère trop éloigné de la réalité.

Anticipez les évolutions de coûts dans votre budget !

Pour établir un bon budget prévisionnel, il est impératif d'identifier les variables clés qui influent sur l'évolution des recettes et des achats. Côté coûts, anticipez les hausses des matières premières et les futurs recrutements.

Impliquez vos managers dans le budget

Les managers doivent être consultés au moment de l'élaboration du budget prévisionnel. Cela évite les « guéguerres » entre chefs et cela motive vos cadres à tenir leurs objectifs. Le budget doit être un contrat plus qu'une contrainte.

Budget prévisionnel : ayez des objectifs précis

Règle numéro un pour réussir son budget prévisionnel : définir les objectifs de vente avec précision. Idéalement eux-ci doivent être établis pour chaque marché et secteur d'activité, mais aussi chaque ligne de produit et chaque segment de clientèle.