**[](https://fr.smartsheet.com/try-it?trp=17350&utm_language=FR&utm_source=integrated+content&utm_campaign=/free-marketing-plan-templates-excel&utm_medium=ic+business+marketing+plan+17350+word+fr&lpa=ic+business+marketing+plan+17350+word+fr&lx=aYf7K2kMaKALvWovhVtmDgBAgeTPLDIL8TQRu558b7w)**

**MODÈLE DE PLAN DE MARKETING D'ENTREPRISE**

MARKETING PLAN

NOM DE L'ENTREPRISE

Adresse municipale

Ville, État et Zip

webaddress.com

Version 0.0.0

00/00/0000

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| PRÉPARÉ PAR | TITRE | DATE |
|  |  |  |
| MESSAGERIE ÉLECTRONIQUE | | TÉLÉPHONE |
|  | |  |
| APPROUVÉ PAR | TITRE | DATE |
|  |  |  |

table des matières

[1.RÉSUMÉ DES ACTIVITÉS3](#_Toc22552680)

[1.1NOTRE ENTREPRISE3](#_Toc22552681)

[1.2ÉCLARATION DE MISSION3](#_Toc22552682)

[1.3 ÉNONCÉ DE LA VISION3](#_Toc22552683)

[2.LE DÉFI3](#_Toc22552684)

[2.1PROBLÈME3](#_Toc22552685)

[2.2OPPORTUNITÉ3](#_Toc22552686)

[3.ANALYSE SITUATIONNELLE3](#_Toc22552687)

[3.15C ANALYSE3](#_Toc22552688)

[3.1.1ENTREPRISE3](#_Toc22552689)

[3.1.2COLLABORATEURS3](#_Toc22552690)

[3.1.3CLIENTS3](#_Toc22552691)

[3.1.4CONCURRENTS3](#_Toc22552692)

[3.1.5CLIMAT3](#_Toc22552693)

[3.2ANALYSE DE L'AVC3](#_Toc22552694)

[4.CAPACITÉS DE BASE3](#_Toc22552695)

[4.1CAPIBILITÉ ONE3](#_Toc22552696)

[4.2CAPIBILITÉ DEUX3](#_Toc22552697)

[4.3CAPIBILITÉ TROIS3](#_Toc22552698)

[5.CAPACITÉS DE COMMERCIALISATION3](#_Toc22552699)

[5.1CAPIBILITÉ ONE3](#_Toc22552700)

[5.2CAPIBILITÉ DEUX3](#_Toc22552701)

[5.3CAPIBILITÉ TROIS3](#_Toc22552702)

[6.OBJECTIFS3](#_Toc22552703)

[6.1OBJECTIFS COMMERCIAUX3](#_Toc22552704)

[6.2OBJECTIFS COMMERCIAUX3](#_Toc22552705)

[6.3OBJECTIFS FINANCIERS3](#_Toc22552706)

[6.4OBJECTIFS DE COMMUNICATION3](#_Toc22552707)

[7.MARCHÉ CIBLE3](#_Toc22552708)

[7.1COLLECTE D'INFORMATIONS3](#_Toc22552709)

[7.2POINTS DE DISCUSSION3](#_Toc22552710)

[7.3SOLUTIONS3](#_Toc22552711)

[7.4PERSONNE D'ACHETEUR3](#_Toc22552712)

[8.STRATÉGIE DE MARKETING3](#_Toc22552713)

[8.1CYCLE D'ACHAT DE L'ACHETEUR3](#_Toc22552714)

[8.2 PROPOSITION DE VENTE UNIQUE (USP) 3](#_Toc22552715)

[8.3 MIX MARKETING – 4Ps3](#_Toc22552716)

[8.3.1PRODUIT3](#_Toc22552717)

[8.3.2PRIX3](#_Toc22552718)

[8.3.3PLACE3](#_Toc22552719)

[8.3.4PROMOTION3](#_Toc22552720)

[8.4CANAUX DE MARKETING3](#_Toc22552721)

[8.5BUDGET3](#_Toc22552722)

[9.NORMES DE PERFORMANCE ET MÉTHODES DE MESURE3](#_Toc22552723)

[9.1NORMES DE PERFORMANCE3](#_Toc22552724)

[9.2BENCHMARKS3](#_Toc22552725)

[9.3MESINFORMATIONS MARKETING POUR MESURER LE SUCCÈS3](#_Toc22552726)

[9.4MÉTHODES DE MESURE3](#_Toc22552727)

[10.RÉSUMÉ FINANCIER3](#_Toc22552728)

[10.1VISIONS FINANCIÈRES3](#_Toc22552729)

[10.2ANALYSE D'ÉQUILIBRE3](#_Toc22552730)

[10.3ÉTATS FINANCIERS3](#_Toc22552731)

[10.3.1ÉCLARATION D'INVESTISSEMENT3](#_Toc22552732)

[10.3.2 PROJECTION DE FLUX DE TRÉSORERIE3](#_Toc22552733)

[10.3.3ÉQUIPEMENT3](#_Toc22552734)

[11.ANNEXE3](#_Toc22552735)

[11.1ULTATS DE LA RECHERCHE3](#_Toc22552736)

[11.2 SPÉCIFICATIONS ET IMAGES DU PRODUIT3](#_Toc22552737)

# RÉSUMÉ DE L'ENTREPRISE

## NOTRE ENTREPRISE

|  |
| --- |
|  |

## COMPTE RENDU DE MISSION

|  |
| --- |
|  |

## ÉNONCÉ DE VISION

|  |
| --- |
|  |

# LE DÉFI

## PROBLÈME

|  |
| --- |
|  |

## OCCASION

|  |
| --- |
|  |

# ANALYSE SITUATIONNELLE

## ANALYSE 5C

### COMPAGNIE

|  |
| --- |
|  |

### COLLABORATEURS

|  |
| --- |
|  |

### CLIENTÈLE

|  |
| --- |
|  |

### CONCURRENTS

|  |
| --- |
|  |

### CLIMAT

|  |
| --- |
|  |

## ANALYSE SWOT

|  |  |
| --- | --- |
| FACTEURS INTERNES | |
| POINTS FORTS (+) | FAIBLESSES (-) |
|  |  |
| FACTEURS EXTERNES | |
| OPPORTUNITÉS (+) | MENACES (-) |
|  |  |

# CAPACITÉS DE BASE

### CAPACITÉ UN

|  |
| --- |
|  |

### CAPACITÉ DEUX

|  |
| --- |
|  |

### CAPACITÉ TROIS

|  |
| --- |
|  |

# CAPACITÉS DE MARKETING

## CAPACITÉ UN

|  |
| --- |
|  |

## CAPACITÉ DEUX

|  |
| --- |
|  |

## CAPACITÉ TROIS

|  |
| --- |
|  |

# BUTS

## OBJECTIFS COMMERCIAUX

|  |
| --- |
|  |

## OBJECTIFS DE VENTE

|  |
| --- |
|  |

## OBJECTIFS FINANCIERS

|  |
| --- |
|  |

## OBJECTIFS DE COMMUNICATION

|  |
| --- |
|  |

# MARCHÉ CIBLE

## COLLECTE D'INFORMATIONS

|  |
| --- |
|  |

## POINTS DOULOUREUX

|  |
| --- |
|  |

## SOLUTIONS

|  |
| --- |
|  |

## PERSONA DE L'ACHETEUR

|  |
| --- |
|  |

# STRATÉGIE MARKETING

## CYCLE D'ACHAT DE L'ACHETEUR

|  |
| --- |
|  |

## PROPOSITION DE VENTE UNIQUE (USP)

|  |
| --- |
|  |

## MARKETING MIX – 4P

### PRODUIT

|  |
| --- |
|  |

### PRIX

|  |
| --- |
|  |

### LIEU

|  |
| --- |
|  |

### PROMOTION

|  |
| --- |
|  |

## CANAUX DE COMMERCIALISATION

|  |
| --- |
|  |

## BUDGET

|  |
| --- |
|  |

# NORMES DE PERFORMANCE ET MÉTHODES DE MESURE

## NORMES DE PERFORMANCE

|  |
| --- |
|  |

## REPÈRES

|  |
| --- |
|  |

## MESURES MARKETING POUR MESURER LE SUCCÈS

|  |
| --- |
|  |

## MÉTHODES DE MESURE

|  |
| --- |
|  |

# SOMMAIRE FINANCIER

## PRÉVISIONS FINANCIÈRES

|  |
| --- |
|  |

## ANALYSE DU SEUIL DE RENTABILITÉ

|  |
| --- |
|  |

## ÉTATS FINANCIERS

### ÉTAT DES RÉSULTATS

|  |
| --- |
|  |

### PROJECTION DES FLUX DE TRÉSORERIE

|  |
| --- |
|  |

### BILAN

|  |
| --- |
|  |

# APPENDICE

## RÉSULTATS DE LA RECHERCHE

|  |
| --- |
|  |

## SPÉCIFICATIONS ET IMAGES DU PRODUIT

|  |
| --- |
|  |

|  |
| --- |
| **DÉMENTI**  Tous les articles, modèles ou informations fournis par Smartsheet sur le site Web sont fournis à titre de référence uniquement. Bien que nous nous efforcions de maintenir les informations à jour et correctes, nous ne faisons aucune déclaration ou garantie d'aucune sorte, expresse ou implicite, quant à l'exhaustivité, l'exactitude, la fiabilité, la pertinence ou la disponibilité en ce qui concerne le site Web ou les informations, articles, modèles ou graphiques connexes contenus sur le site Web. Toute confiance que vous accordez à ces informations est donc strictement à vos propres risques. |