****

**PLAN DE MARKETING IMMOBILIER**

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](#_Toc22644039)

[1.1EN ARRIÈRE-PLAN3](#_Toc22644040)

[1.2MISSION3](#_Toc22644041)

[1.3VISION3](#_Toc22644042)

[1.4NOTRE ÉQUIPE3](#_Toc22644043)

[2.ANALYSE SITUATIONNELLE3](#_Toc22644044)

[2.1ANALYSE DE L'IT3](#_Toc22644045)

[2.2ANALYSE SWOT DU CONCURRENT3](#_Toc22644046)

[2.3FORMATION DU CONCURRENT3](#_Toc22644047)

[2.4STRATÉGIE MARKETING DU CONCURRENT3](#_Toc22644048)

 [3.OBJECTIFS3](#_Toc22644049)

[3.1OBJECTIFS COMMERCIAUX3](#_Toc22644050)

[3.2OBJECTIFS STRATÉGIQUES3](#_Toc22644051)

[3.3OBJECTIFS TACTIQUES3](#_Toc22644052)

[3.4OBJECTIFS DE COMMUNICATION3](#_Toc22644053)

[4.CLIENT CIBLE3](#_Toc22644054)

[4.1TYPE DE CLIENT3](#_Toc22644055)

 [4.2DÉMOGRAPHIQUE3](#_Toc22644056)

[4.3PSYCHOGRAPHIQUES3](#_Toc22644057)

[4.4SAIS DE LA HAYE3](#_Toc22644058)

[4.5PERSONNE D'ACHETEUR3](#_Toc22644059)

[5.STRATÉGIE MARKETING3](#_Toc22644060)

[5.1CONSION DE VENTE UNIQUE (USP) 3](#_Toc22644061)

[5.2AVANTAGE CONCURRENTIEL DURABLE3](#_Toc22644062)

[5.3CANAUX DE MARKETING3](#_Toc22644063)

[5.4BUDGET3](#_Toc22644064)

[6.PLAN D'ACTION3](#_Toc22644065)

[7.NORMES DE PERFORMANCE ET MÉTHODES DE MESURE3](#_Toc22644066)

[7.1NORMES DE PERFORMANCE3](#_Toc22644067)

 [7.2BÂTELAGES3](#_Toc22644068)

[7.3MÉTHODES DE MESURE3](#_Toc22644069)

[8.RÉSUMÉ FINANCIER3](#_Toc22644070)

[8.1VISIONS FINANCIÈRES3](#_Toc22644071)

[8.2ÉTATS FINANCIERS3](#_Toc22644072)

[8.2.1ÉCLARATION DE REVENU3](#_Toc22644073)

[8.2.2PROJECTION DE FLUX DE TRÉSORERIE3](#_Toc22644074)

[8.2.3ÉQUIPEMENT3](#_Toc22644075)

[9.ANNEXE3](#_Toc22644076)

[9.1ULTATS DE LA RECHERCHE3](#_Toc22644077)

[9.2 SPÉCIFICATIONS ET IMAGES DU PRODUIT3](#_Toc22644078)

# RÉSUMÉ DE L'ENTREPRISE

## ARRIÈRE-PLAN

|  |
| --- |
|  |

## MISSION

|  |
| --- |
|  |

## VISION

|  |
| --- |
|  |

## NOTRE ÉQUIPE

|  |  |
| --- | --- |
| NOM | FONCTION |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

# ANALYSE SITUATIONNELLE

## ANALYSE SWOT

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

## ANALYSE SWOT DES CONCURRENTS

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

## PERFORMANCE DU CONCURRENT

|  |
| --- |
|  |

## STRATÉGIE MARKETING DU CONCURRENT

|  |
| --- |
|  |

# BUTS

## OBJECTIFS COMMERCIAUX

|  |
| --- |
|  |

## OBJECTIFS STRATÉGIQUES

|  |
| --- |
|  |

## OBJECTIFS TACTIQUES

|  |
| --- |
|  |

## OBJECTIFS DE COMMUNICATION

|  |
| --- |
|  |

# CLIENT CIBLE

## CLIENT TYPE

|  |  |
| --- | --- |
|  | Acheteur d'une première maison |
|  | Accueil Vendeur |
|  | Locataire |
|  | Autres (p. ex., immeubles de placement) |

## DÉMOGRAPHIE

|  |
| --- |
|  |

## PSYCHOGRAPHIQUES

|  |
| --- |
|  |

## POINTS DOULOUREUX

|  |
| --- |
|  |

## PERSONA DE L'ACHETEUR

|  |
| --- |
|  |

# STRATÉGIE MARKETING

## PROPOSITION DE VENTE UNIQUE (USP)

|  |
| --- |
|  |

## AVANTAGE CONCURRENTIEL DURABLE

|  |
| --- |
|  |

## CANAUX DE COMMERCIALISATION

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| CANAL | ACTION | AFFECTÉ À | COÛT |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

## 5.4BUDGET

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| CATÉGORIE | DESCRIPTION | AFFECTÉ À | COÛT |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

# PLAN D'ACTION

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| CATÉGORIE | ACTION | AFFECTÉ À | DATE |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

# NORMES DE PERFORMANCE ET MÉTHODES DE MESURE

## NORMES DE PERFORMANCE

|  |
| --- |
|  |

## REPÈRES

|  |
| --- |
|  |

## MÉTHODES DE MESURE

|  |
| --- |
|  |

# SOMMAIRE FINANCIER

## PRÉVISIONS FINANCIÈRES

|  |
| --- |
|  |

## 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. |