****

**MARKETING DES PETITES ENTREPRISES**

**PLAN DU PROJET**

PLAN DE PROJET MARKETING

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](#_Toc22640375)

[1.1NOTRE ENTREPRISE3](#_Toc22640376)

[1.2ÉCLARATION DE MISSION3](#_Toc22640377)

[1.3 ÉNONCÉ DE LA VISION3](#_Toc22640378)

[2.LE DÉFI4](#_Toc22640379)

[2.1PROBLÈME4](#_Toc22640380)

[2.2OPPORTUNITÉ4](#_Toc22640381)

[3.ANALYSE SITUATIONNELLE5](#_Toc22640382)

[3.15C ANALYSE5](#_Toc22640383)

 [3.1.1ENTREPRISE5](#_Toc22640384)

[3.1.2COLLABORATEURS5](#_Toc22640385)

[3.1.3CLIENTS5](#_Toc22640386)

[3.1.4CONCURRENTS5](#_Toc22640387)

[3.1.5CLIMAT5](#_Toc22640388)

[3.2ANALYSE DEWOT6](#_Toc22640389)

[4.CAPACITÉS DE BASE7](#_Toc22640390)

[4.1CAPIBILITÉ ONE7](#_Toc22640391)

[4.2CAPIBILITÉ DEUX7](#_Toc22640392)

[4.3CAPIBILITÉ TROIS7](#_Toc22640393)

[5.OBJECTIFS MARKETING8](#_Toc22640394)

[5.1OBJECTIFS À COURT TERME ET PLAN D'ACTION8](#_Toc22640395)

[5.1.1ENDUIT DE LA CLIENTÈLE EXISTANTE8](#_Toc22640396)

[5.1.2EXTENDRE LA PORTÉE8](#_Toc22640397)

[5.2OBJECTIFS À LONG TERME ET PLAN D'ACTION9](#_Toc22640398)

[5.2.1 NOTORIÉTÉ DE LA MARQUE / AUTORITÉ9](#_Toc22640399)

[5.2.2CLASSEMENT AMÉLIORÉ DE LA RECHERCHE9](#_Toc22640400)

[6.MARCHÉ CIBLE10](#_Toc22640401)

 [6.1DÉMOGRAPHIQUE10](#_Toc22640402)

 [6.2PSYCHOGRAPHIQUES10](#_Toc22640403)

[7.STRATÉGIE MARKETING11](#_Toc22640404)

[7.1CONSION DE VENTE UNIQUE (USP) 11](#_Toc22640405)

[7.2 MIX MARKETING – 4Ps11](#_Toc22640406)

[7.2.1PRODUIT11](#_Toc22640407)

[7.2.2PRIX11](#_Toc22640408)

[7.2.3PLACE12](#_Toc22640409)

[7.2.4PROMOTION12](#_Toc22640410)

[7.3CANAUX DE MARKETING12](#_Toc22640411)

[7.4BUDGET13](#_Toc22640412)

[8.NORMES DE PERFORMANCE ET MÉTHODES DE MESURE14](#_Toc22640413)

[8.1NORMES DE PERFORMANCE14](#_Toc22640414)

[8.2INDICATEURS CLÉS DE PERFORMANCE (IRC) 14](#_Toc22640415)

[8.3MÉTHODES DE MESURE14](#_Toc22640416)

[9.RÉSUMÉ FINANCIER15](#_Toc22640417)

[9.1EXIGENCES FINANCIÈRES15](#_Toc22640418)

[9.2 HYPOTHÈSES / PROJECTIONS15](#_Toc22640419)

 [9.3ÉTATS FINANCIERS16](#_Toc22640420)

[9.3.1ÉCLARATION DE REVENU16](#_Toc22640421)

[9.3.2PROJECTION DE FLUX DE TRÉSORERIE16](#_Toc22640422)

[9.3.3ÉQUIPEMENT16](#_Toc22640423)

[10.ANNEXE17](#_Toc22640424)

[10.1ULTATS DE LA RECHERCHE17](#_Toc22640425)

[10.2 SPÉCIFICATIONS ET IMAGES DU PRODUIT17](#_Toc22640426)

# 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

|  |
| --- |
|  |

# OBJECTIFS MARKETING

## OBJECTIFS À COURT TERME ET PLAN D'ACTION

### TIREZ PARTI DE LA CLIENTÈLE EXISTANTE

|  |
| --- |
|  |

### ÉTENDRE LA PORTÉE

|  |
| --- |
|  |

## OBJECTIFS À LONG TERME ET PLAN D'ACTION

### NOTORIÉTÉ DE LA MARQUE / AUTORITÉ

|  |
| --- |
|  |

### AMÉLIORATION DU CLASSEMENT DANS LA RECHERCHE

|  |
| --- |
|  |

# MARCHÉ CIBLE

## DÉMOGRAPHIE

|  |
| --- |
|  |

## PSYCHOGRAPHIQUES

|  |
| --- |
|  |

# STRATÉGIE MARKETING

## 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

|  |
| --- |
|  |

## INDICATEURS CLÉS DE PERFORMANCE (KPI)

|  |
| --- |
|  |

## MÉTHODES DE MESURE

|  |
| --- |
|  |

# SOMMAIRE FINANCIER

## EXIGENCES FINANCIÈRES

|  |
| --- |
|  |

## HYPOTHÈSES / PROJECTIONS

|  |
| --- |
|  |

## 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. |