**MODÈLE DE BARÈME DE PLAN MARKETING [A blue background with white text

Description automatically generated](https://fr.smartsheet.com/try-it?trp=17962&utm_language=FR&utm_source=template-word&utm_medium=content&utm_campaign=ic-Marketing+Plan+Rubric-word-17962-fr&lpa=ic+Marketing+Plan+Rubric+word+17962+fr)**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **NOM DU PLAN MARKETING** |  |  | **DATE** | |
|  |  |  |  | |
| **NOM DE L’ÉVALUATEUR** |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
| **BARÈME** | **SCORE** | **ÉCHELLE DE NOTATION** | | **TOTAL** |
| EXCEPTIONNEL ; Attentes dépassées | **4** | **EXCEPTIONNEL** | | **82 – 88** |
| SATISFAISANT : Attentes satisfaites | **3** | **SATISFAISANT** | | **71 – 81** |
| AMÉLIORATIONS NÉCESSAIRES ; Attentes en partie satisfaites | **2** | **AMÉLIORATIONS NÉCESSAIRES** | | **60 – 70** |
| NON SATISFAISANT : Attentes non satisfaites | **1** | **INSATISFAISANT** | | **0 – 59** |
|  |  |  |  |  |
| **STATUT DU PRODUIT/DU CLIENT** | **4** | **3** | **2** | **1** |
| Fournit des informations détaillées sur les produits et les services |  |  |  |  |
| Expose clairement le point de vue du client |  |  |  |  |
| Offre une position concurrentielle en matière de produits/services ; nomme les principaux concurrents |  |  |  |  |
| **SCORE TOTAL DU STATUT DU PRODUIT/CLIENT** |  | **POIDS** | **1** |  |
|  |  |  |  |  |
| **ANALYSE DU MARCHÉ** | **4** | **3** | **2** | **1** |
| Les efforts de marketing actuels et la connaissance des concurrents et des clients définissent le statut du client sur le marché actuel. |  |  |  |  |
| Les principales tendances du secteur sont décrites afin d’informer et d’identifier les opportunités immédiates de l’offre. |  |  |  |  |
| Inclut des profils complets de clients et une description des rôles d’achat, des comportements et du processus de prise de décision des clients. |  |  |  |  |
| Complète l’analyse SWOT : concurrence |  |  |  |  |
| Complète l’analyse SWOT : produit/client |  |  |  |  |
| Fournit les résultats de la recherche primaire (enquêtes, groupes de discussion, entretiens, etc.) ; justifie le plan de collecte des données/fournit des faits |  |  |  |  |
| **SCORE TOTAL DE L’ANALYSE DU MARCHÉ** |  | **POIDS** | **1** |  |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  |  |
| **PROPOSITION COMMERCIALE** | **4** | **3** | **2** | **1** |
| Fournit un énoncé de mission efficace pertinent pour l’entreprise |  |  |  |  |
| La stratégie identifie et valide les principales hypothèses |  |  |  |  |
| Les objectifs à court et à long terme sont atteignables et limités dans le temps |  |  |  |  |
| Les données démographiques identifient clairement le marché cible, répondent aux désirs et aux besoins |  |  |  |  |
| **SCORE TOTAL DE LA PROPOSITION D’ENTREPRISE** |  | **POIDS** | **1** |  |
|  |  |  |  |  |
| **STRATÉGIES ET PLAN D’ACTION** | **4** | **3** | **2** | **1** |
| Fournit une preuve claire de la fourniture d’un produit ou d’un service |  |  |  |  |
| Fournit une structure tarifaire et une méthode de détermination |  |  |  |  |
| Fournit l’emplacement du marché cible avec des explications probantes |  |  |  |  |
| Le matériel promotionnel indique clairement quoi, où, quand et pourquoi |  |  |  |  |
| Fournit une position de vente unique clairement déterminée sur le marché |  |  |  |  |
| **SCORE TOTAL DES STRATÉGIES ET DU PLAN D’ACTION** |  | **POIDS** | **1** |  |
|  |  |  |  |  |
| **BUDGET** | **4** | **3** | **2** | **1** |
| Fournit un compte de résultat complet ; démontre un retour sur investissement (RSI) raisonnable ; les calculs sont précis et correctement organisés, |  |  |  |  |
| **SCORE TOTAL DU BUDGET** |  | **POIDS** | **2** |  |
|  |  |  |  |  |
| **ÉVALUATION** | **4** | **3** | **2** | **1** |
| Les évaluations des données et des critères démontrent une compréhension globale du produit/service offert |  |  |  |  |
| **SCORE TOTAL DE L’ÉVALUATION** |  | **POIDS** | **1** |  |
|  |  |  |  |  |
| **RÉDACTION TECHNIQUE COMMERCIALE** | **4** | **3** | **2** | **1** |
| Emploie une grammaire et une orthographe correctes ; cite correctement les références des sources ; formule le plan de manière correcte et agréable |  |  |  |  |
| **SCORE TOTAL DE LA RÉDACTION COMMERCIALE TECHNIQUE** |  | **POIDS** | **1** |  |
|  |  |  |  |  |
| **SCORE TOTAL DU PLAN MARKETING GLOBAL** |  |  |  |  |

|  |
| --- |
| **EXCLUSION DE RESPONSABILITÉ**  Tous les articles, modèles ou informations proposés 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 exactes, nous ne faisons aucune déclaration, ni n’offrons aucune garantie, de quelque nature que ce soit, expresse ou implicite, quant à l’exhaustivité, l’exactitude, la fiabilité, la pertinence ou la disponibilité du site web, ou des informations, articles, modèles ou graphiques liés, contenus sur le site. Toute la confiance que vous accordez à ces informations relève de votre propre responsabilité, à vos propres risques. |