****

**MODÈLE DE
PLANIFICATION
STRATÉGIQUE DE MARKETING
pour Microsoft Word**

PLAN MARKETING

NOM DE L’ENTREPRISE

Adresse

Ville, état et code postal

siteweb.com

Version 0.0.0

JJ/MM/20XX

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| PRÉPARÉ PAR | FONCTION | DATE |
| Nom | Fonction | JJ/MM/AA |
| E-MAIL | TÉLÉPHONE |
| Adresse e-mail |  |
| APPROUVÉ PAR | FONCTION | DATE |
| Nom | Fonction | JJ/MM/AA |

table des matières

[1. RÉCAPITULATIF DE L’ACTIVITÉ 4](#_Toc182397870)

[1.1 NOTRE ENTREPRISE 4](#_Toc182397871)

[1.2 ÉNONCÉ DE MISSION 4](#_Toc182397872)

[1.3 ÉNONCÉ DE VISION 4](#_Toc182397873)

[2. LE DÉFI 5](#_Toc182397874)

[2.1 PROBLÈME 5](#_Toc182397875)

[2.2 OPPORTUNITÉ 5](#_Toc182397876)

[3. ANALYSE DE LA SITUATION 6](#_Toc182397877)

[3.1 ANALYSE DES 5 C 6](#_Toc182397878)

[3.1.1 COMPANY (ENTREPRISE) 6](#_Toc182397879)

[3.1.2 COLLABORATORS (COLLABORATEURS) 6](#_Toc182397880)

[3.1.3 CUSTOMERS (CLIENTS) 6](#_Toc182397881)

[3.1.4 COMPETITORS (CONCURRENTS) 6](#_Toc182397882)

[3.1.5 CLIMATE (CLIMAT) 6](#_Toc182397883)

[3.2 ANALYSE SWOT 7](#_Toc182397884)

[4. CARACTÉRISTIQUES DE BASE 8](#_Toc182397885)

[4.1 CARACTÉRISTIQUE 1 8](#_Toc182397886)

[4.2 CARACTÉRISTIQUE 2 8](#_Toc182397887)

[4.3 CARACTÉRISTIQUE 3 8](#_Toc182397888)

[5. CARACTÉRISTIQUES MARKETING 9](#_Toc182397889)

[5.1 CARACTÉRISTIQUE 1 9](#_Toc182397890)

[5.2 CARACTÉRISTIQUE 2 9](#_Toc182397891)

[5.3 CARACTÉRISTIQUE 3 9](#_Toc182397892)

[6. OBJECTIFS 10](#_Toc182397893)

[6.1 OBJECTIFS MÉTIER 10](#_Toc182397894)

[6.2 OBJECTIFS COMMERCIAUX 10](#_Toc182397895)

[6.3 OBJECTIFS FINANCIERS 11](#_Toc182397896)

[6.4 OBJECTIFS DE COMMUNICATION 11](#_Toc182397897)

[7. MARCHÉ VISÉ 12](#_Toc182397898)

[7.1 COLLECTE D'INFORMATIONS 12](#_Toc182397899)

[7.2 DIFFICULTÉS 12](#_Toc182397900)

[7.3 SOLUTIONS 13](#_Toc182397901)

[7.4 PROFIL TYPE D'ACHETEUR 13](#_Toc182397902)

[8. STRATÉGIE MARKETING 14](#_Toc182397903)

[8.1 CYCLE D'ACHAT DES ACHETEURS 14](#_Toc182397904)

[8.2 PROPOSITION DE VENTE UNIQUE (USP) 14](#_Toc182397905)

[8.3 MARKETING MIX - 4 P 15](#_Toc182397906)

[8.3.1 PRODUCT (PRODUIT) 15](#_Toc182397907)

[8.3.2 PRICE (PRIX) 15](#_Toc182397908)

[8.3.3 PLACE (LIEU) 15](#_Toc182397909)

[8.3.4 PROMOTION 15](#_Toc182397910)

[8.4 CANAUX MARKETING 16](#_Toc182397911)

[8.5 BUDGET 17](#_Toc182397912)

[9. NORMES DE PERFORMANCE ET MÉTHODES DE MESURE 18](#_Toc182397913)

[9.1 NORMES DE PERFORMANCE 18](#_Toc182397914)

[9.2 CRITÈRES DE RÉFÉRENCE 18](#_Toc182397915)

[9.3 MÉTRIQUES MARKETING POUR MESURER LE SUCCÈS 19](#_Toc182397916)

[9.4 MÉTHODES DE MESURE 19](#_Toc182397917)

[10. SYNTHÈSE FINANCIÈRE 20](#_Toc182397918)

[10.1 PRÉVISIONS FINANCIÈRES 20](#_Toc182397919)

[10.2 ANALYSE DU SEUIL DE RENTABILITÉ 20](#_Toc182397920)

[10.3 ÉTATS FINANCIERS 21](#_Toc182397921)

[10.3.1 COMPTE DE RÉSULTAT 21](#_Toc182397922)

[10.3.2 PROJECTION DES FLUX DE TRÉSORERIE 21](#_Toc182397923)

[10.3.3 BILAN 21](#_Toc182397924)

[11. ANNEXE 22](#_Toc182397925)

[11.1 RÉSULTATS DE LA RECHERCHE 22](#_Toc182397926)

[11.2 SPÉCIFICATIONS ET IMAGES DES PRODUITS 22](#_Toc182397927)

# RÉCAPITULATIF DE L’ACTIVITÉ

## NOTRE ENTREPRISE

|  |
| --- |
|  |

## ÉNONCÉ DE MISSION

|  |
| --- |
|  |

## ÉNONCÉ DE VISION

|  |
| --- |
|  |

# LE DÉFI

## PROBLÈME

|  |
| --- |
|  |

## OPPORTUNITÉ

|  |
| --- |
|  |

# ANALYSE DE LA SITUATION

## ANALYSE DES 5 C

### *COMPANY (ENTREPRISE)*

|  |
| --- |
|  |

### *COLLABORATORS (COLLABORATEURS)*

|  |
| --- |
|  |

### *CUSTOMERS (CLIENTS)*

|  |
| --- |
|  |

### *COMPETITORS (CONCURRENTS)*

|  |
| --- |
|  |

### *CLIMATE (CLIMAT)*

|  |
| --- |
|  |

## ANALYSE SWOT

|  |
| --- |
| FACTEURS INTERNES |
| FORCES (+) | FAIBLESSES (-) |
|  |  |
| FACTEURS EXTERNES |
| OPPORTUNITÉS (+) | MENACES (-) |
|  |  |

# CARACTÉRISTIQUES DE BASE

### CARACTÉRISTIQUE 1

|  |
| --- |
|  |

### CARACTÉRISTIQUE 2

|  |
| --- |
|  |

### CARACTÉRISTIQUE 3

|  |
| --- |
|  |

# CARACTÉRISTIQUES MARKETING

## CARACTÉRISTIQUE 1

|  |
| --- |
|  |

## CARACTÉRISTIQUE 2

|  |
| --- |
|  |

## CARACTÉRISTIQUE 3

|  |
| --- |
|  |

# OBJECTIFS

## OBJECTIFS MÉTIER

|  |
| --- |
|  |

## OBJECTIFS COMMERCIAUX

|  |
| --- |
|  |

## OBJECTIFS FINANCIERS

|  |
| --- |
|  |

## OBJECTIFS DE COMMUNICATION

|  |
| --- |
|  |

# MARCHÉ VISÉ

## COLLECTE D'INFORMATIONS

|  |
| --- |
|  |

## DIFFICULTÉS

|  |
| --- |
|  |

## SOLUTIONS

|  |
| --- |
|  |

## PROFIL TYPE D'ACHETEUR

|  |
| --- |
|  |

# STRATÉGIE MARKETING

## CYCLE D'ACHAT DES ACHETEURS

|  |
| --- |
|  |

## PROPOSITION DE VENTE UNIQUE (USP)

|  |
| --- |
|  |

## MARKETING MIX - 4 P

### *PRODUCT (PRODUIT)*

|  |
| --- |
|  |

### *PRICE (PRIX)*

|  |
| --- |
|  |

### *PLACE (LIEU)*

|  |
| --- |
|  |

### *PROMOTION*

|  |
| --- |
|  |

## CANAUX MARKETING

|  |
| --- |
|  |

## BUDGET

|  |
| --- |
|  |

# NORMES DE PERFORMANCE ET MÉTHODES DE MESURE

## NORMES DE PERFORMANCE

|  |
| --- |
|  |

## CRITÈRES DE RÉFÉRENCE

|  |
| --- |
|  |

## MÉTRIQUES MARKETING POUR MESURER LE SUCCÈS

|  |
| --- |
|  |

## MÉTHODES DE MESURE

|  |
| --- |
|  |

# SYNTHÈSE FINANCIÈRE

## PRÉVISIONS FINANCIÈRES

|  |
| --- |
|  |

## ANALYSE DU SEUIL DE RENTABILITÉ

|  |
| --- |
|  |

## ÉTATS FINANCIERS

### *COMPTE DE RÉSULTAT*

|  |
| --- |
|  |

### *PROJECTION DES FLUX DE TRÉSORERIE*

|  |
| --- |
|  |

### *BILAN*

|  |
| --- |
|  |

# ANNEXE

## RÉSULTATS DE LA RECHERCHE

|  |
| --- |
|  |

## SPÉCIFICATIONS ET IMAGES DES PRODUITS

|  |
| --- |
|  |

|  |
| --- |
| **EXCLUSION DE RESPONSABILITÉ**Tous les articles, modèles ou informations fournis par Smartsheet sur le site Web sont uniquement communiqués à titre de référence. Bien que nous nous efforcions de veiller à ce que les informations communiquées soient toujours correctes et à jour, nous ne faisons aucune déclaration ni ne donnons aucune garantie de quelque nature que ce soit, expresse ou implicite, quant à l'exhaustivité, l'exactitude, la fiabilité, l'adéquation ou la disponibilité du site Web ou des informations, articles, modèles ou graphiques connexes contenus sur le site Web. La confiance que vous accordez à ces informations relève donc strictement de votre propre responsabilité. |