**[](https://fr.smartsheet.com/try-it?trp=17300&utm_language=FR&utm_source=integrated+content&utm_campaign=/go-to-market-plan-template&utm_medium=ic+go+to+market+marketing+plan+17300+word+fr&lpa=ic+go+to+market+marketing+plan+17300+word+fr&lx=aYf7K2kMaKALvWovhVtmDgBAgeTPLDIL8TQRu558b7w)**

**PLAN DE MARKETING DE MISE SUR LE MARCHÉ**

MARKETING PLAN

NOM DE L'ENTREPRISE

Forme, motif d'arrière-plan

Description générée automatiquementAdresse 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.RÉSUMÉ3](#_Toc22670101)

[2.ÉNONCÉ DE MISSION4](#_Toc22670102)

[3.ÉNONCÉ DE VISION4](#_Toc22670103)

[4.ANALYSE SITUATIONNELLE5](#_Toc22670104)

[ANALYSE 4.15C5](#_Toc22670105)

[4.1.1ENTREPRISE5](#_Toc22670106)

[4.1.2COLLABORATEURS5](#_Toc22670107)

[4.1.3CLIENTS5](#_Toc22670108)

[4.1.4CONCURRENTS5](#_Toc22670109)

[4.1.5CLIMAT5](#_Toc22670110)

[4.2ANALYSE DE L'ESSUJET6](#_Toc22670111)

[5.CAPACITÉS DE BASE7](#_Toc22670112)

[6.OBJECTIFS8](#_Toc22670113)

[6.1OBJECTIFS COMMERCIAUX8](#_Toc22670114)

[6.2OBJECTIFS COMMERCIAUX8](#_Toc22670115)

[6.3OBJECTIFS FINANCIERS9](#_Toc22670116)

[6.4OBJECTIFS MARKETING9](#_Toc22670117)

[7.MARCHÉ CIBLE10](#_Toc22670118)

[7.1COLLECTE D' INFORMATIONS10](#_Toc22670119)

[7.2POINTS DE DISCUSSION10](#_Toc22670120)

[7.3SOLUTIONS11](#_Toc22670121)

[7.4ACHETEUR PERSONA11](#_Toc22670122)

[8.STRATÉGIE DE MARKETING12](#_Toc22670123)

[8.1CYCLE D'ACHAT DE L' ACHETEUR12](#_Toc22670124)

[8.2 PROPOSITION DE VENTE UNIQUE (USP) 12](#_Toc22670125)

[8.3BRANDING13](#_Toc22670126)

[8.4 MIX MARKETING – 4Ps13](#_Toc22670127)

[8.4.1PRODUIT13](#_Toc22670128)

[8.4.2PRIX13](#_Toc22670129)

[8.4.3PLACE14](#_Toc22670130)

[8.4.4PROMOTION14](#_Toc22670131)

[8.5CANAUX DE MARKETING14](#_Toc22670132)

[8.6BUDGET15](#_Toc22670133)

[9.NORMES DE PERFORMANCE ET MÉTHODES DE MESURE16](#_Toc22670134)

[9.1NORMES DE PERFORMANCE16](#_Toc22670135)

[9.2BENCHMARKS16](#_Toc22670136)

[9.3MESINFORMATIONS MARKETING POUR MESURER LE SUCCÈS17](#_Toc22670137)

[9.4MÉTHODES D' ÉVALUATION17](#_Toc22670138)

[10.RÉSUMÉ FINANCIER18](#_Toc22670139)

[10.1VISIONS FINANCIÈRES18](#_Toc22670140)

[10.2ANALYSE DU SEUIL DE RENTABILITÉ18](#_Toc22670141)

[10.3ÉTATS FINANCIERS19](#_Toc22670142)

[10.3.1DÉCLARATION D' INCIDENT19](#_Toc22670143)

[10.3.2PROJECTION DE FLUX DE TRÉSORERIE19](#_Toc22670144)

[10.3.3ÉQUIPEMENT19](#_Toc22670145)

[11.ANNEXE20](#_Toc22670146)

[11.1ULTATS DE LA RECHERCHE20](#_Toc22670147)

[11.2 SPÉCIFICATIONS ET IMAGES DU PRODUIT20](#_Toc22670148)

# RÉSUMÉ

|  |
| --- |
|  |

# COMPTE RENDU DE MISSION

|  |
| --- |
|  |

# ÉNONCÉ DE VISION

|  |
| --- |
|  |

# 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

|  |
| --- |
|  |

# BUTS

## OBJECTIFS COMMERCIAUX

|  |
| --- |
|  |

## OBJECTIFS DE VENTE

|  |
| --- |
|  |

## OBJECTIFS FINANCIERS

|  |
| --- |
|  |

## OBJECTIFS MARKETING

|  |
| --- |
|  |

# 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)

|  |
| --- |
|  |

## MARQUE

|  |
| --- |
|  |

## 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. |