**MODÈLE DE PLAN MARKETING**

**POUR LES ORGANISATIONS À BUT NON LUCRATIF**

MARKETING PLAN

NOM DE L'ORGANISATION

Adresse municipale

Ville, État et Zip

webaddress.com

Version 0.0.0

00/00/0000

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| NOM DE L'AUTEUR | TITRE | DATE |
|  |  |  |
| MESSAGERIE ÉLECTRONIQUE | TÉLÉPHONE |
|  |  |

table des matières

[1.RÉSUMÉ3](#_Toc22491462)

[2.RÉSUMÉ ORGANISATIONNEL3](#_Toc22491463)

[2.1EN ARRIÈRE-PLAN3](#_Toc22491464)

[2.2MISSION3](#_Toc22491465)

[2.3VISION3](#_Toc22491466)

[2.4SERVICES À CE JOUR3](#_Toc22491467)

[2.5PERSONNES DESSERVIES À CE JOUR3](#_Toc22491468)

[2.6PRINCIPAUX PARTENAIRES À CE JOUR3](#_Toc22491469)

[3.ANALYSE SITUATIONNELLE3](#_Toc22491470)

[3.1FINANCEMENT DU CLIMAT3](#_Toc22491471)

[3.2ANALYSE COMPARATIVE3](#_Toc22491472)

[3.2.1CONCURRENCE DIRECTE3](#_Toc22491473)

[3.2.2CONCURRENCE DIRECTE3](#_Toc22491474)

[3.3VALEURS DE BASE3](#_Toc22491475)

[3.4COMPÉTENCES DE BASE3](#_Toc22491476)

 [3.5SYSTÈMES ET PROCESSUS3](#_Toc22491477)

[3.6PROFIL DES PARTIES PRENANTES3](#_Toc22491478)

[3.6.1DÉMOGRAPHIQUE3](#_Toc22491479)

[3.6.2PSYCHOGRAPHIQUES3](#_Toc22491480)

[3.7ANALYSE DE DEUX3](#_Toc22491481)

[4.OBJECTIFS MARKETING3](#_Toc22491482)

[4.1OBJECTIFS À COURT TERME ET PLAN D'ACTION3](#_Toc22491483)

[4.1.1RECHERCHER DES SOURCES DE FINANCEMENT3](#_Toc22491484)

[4.1.2FIND INSTALLATIONS D'EXPLOITATION3](#_Toc22491485)

[4.2OBJECTIFS À LONG TERME ET PLAN D'ACTION3](#_Toc22491486)

[4.2.1ÉNONCIATION UN3](#_Toc22491487)

[4.2.2DÉCLARATION DEUX3](#_Toc22491488)

[5.STRATÉGIE MARKETING3](#_Toc22491489)

[5.1POSITION DE POSITION3](#_Toc22491490)

[5.2OBJECTIFS DE COMMUNICATION3](#_Toc22491491)

[5.3OBJECTIFS DE PROMOTION3](#_Toc22491492)

[5.4CANAUX DE MARKETING3](#_Toc22491493)

[6.RÉSUMÉ FINANCIER3](#_Toc22491494)

[6.1EXIGENCES FINANCIÈRES3](#_Toc22491495)

[6.2BUDGET D' ORGANISATION3](#_Toc22491496)

[6.3BUDGET DU PROJET3](#_Toc22491497)

[6.4BUDGET DE L'ÉVÉNEMENT3](#_Toc22491498)

[7.ANNEXE3](#_Toc22491499)

[7.1ULTATS DE LA RECHERCHE3](#_Toc22491500)

[7.2 SPÉCIFICATIONS ET IMAGES DU PRODUIT3](#_Toc22491501)

# RÉSUMÉ

|  |
| --- |
|  |

# SOMMAIRE ORGANISATIONNEL

## ARRIÈRE-PLAN

|  |
| --- |
|  |

## MISSION

|  |
| --- |
|  |

## VISION

|  |
| --- |
|  |

## SERVICES À CE JOUR

|  |
| --- |
|  |

## PERSONNES DESSERVIES À CE JOUR

|  |
| --- |
|  |

## PARTENAIRES CLÉS À CE JOUR

|  |
| --- |
|  |

# ANALYSE SITUATIONNELLE

## CLIMAT DE FINANCEMENT

|  |
| --- |
|  |

## ANALYSE COMPARATIVE

### CONCURRENCE DIRECTE

|  |
| --- |
|  |

### CONCURRENCE INDIRECTE

|  |
| --- |
|  |

## VALEURS FONDAMENTALES

|  |
| --- |
|  |

## COMPÉTENCES DE BASE

|  |
| --- |
|  |

## SYSTÈMES ET PROCESSUS

|  |
| --- |
|  |

## PROFIL DES PARTIES PRENANTES

### DÉMOGRAPHIE

|  |
| --- |
|  |

### PSYCHOGRAPHIQUES

|  |
| --- |
|  |

## ANALYSE SWOT

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

# OBJECTIFS MARKETING

## OBJECTIFS À COURT TERME ET PLAN D'ACTION

### TROUVER DES SOURCES DE FINANCEMENT

|  |
| --- |
|  |

### TROUVER DES INSTALLATIONS POUR L'EXPLOITATION

|  |
| --- |
|  |

## OBJECTIFS À LONG TERME ET PLAN D'ACTION

### PREMIÈRE DÉCLARATION

|  |
| --- |
| Configurer [nombre] [type d'installation] dans [emplacement] par [période] |

### DEUXIÈME ÉNONCÉ

|  |
| --- |
| Éliminer [problème] dans [ville] par [pourcentage] |

# STRATÉGIE MARKETING

## ÉNONCÉ DE POSITIONNEMENT

|  |
| --- |
|  |

## OBJECTIFS DE COMMUNICATION

|  |
| --- |
|  |

## OBJECTIFS DE PROMOTION

|  |
| --- |
|  |

## CANAUX DE COMMERCIALISATION

|  |
| --- |
|  |

# SOMMAIRE FINANCIER

## EXIGENCES FINANCIÈRES

|  |
| --- |
|  |

## BUDGET ORGANISATIONNEL

|  |
| --- |
|  |

## BUDGET DU PROJET

|  |
| --- |
|  |

## BUDGET DE L'ÉVÉNEMENT

|  |
| --- |
|  |

# 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. |