****

**PLAN MARKETING POUR LES STARTUPS**

MARKETING PLAN

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.RÉSUMÉ3](#_Toc22671329)

[2.ÉNONCÉ DE MISSION3](#_Toc22671330)

[3.ÉNONCÉ DE VISION3](#_Toc22671331)

[4.ANALYSE SITUATIONNELLE3](#_Toc22671332)

[4.15C ANALYSE3](#_Toc22671333)

 [4.1.1ENTREPRISE3](#_Toc22671334)

[4.1.2COLLABORATEURS3](#_Toc22671335)

[4.1.3CLIENTS3](#_Toc22671336)

[4.1.4CONCOURANTS3](#_Toc22671337)

[4.1.5CLIMAT3](#_Toc22671338)

[4.2ANALYSE DE SOMMEIL3](#_Toc22671339)

[5.CAPACITÉS DE BASE3](#_Toc22671340)

 [6.OBJECTIFS3](#_Toc22671341)

[6.1OBJECTIFS À COURT TERME3](#_Toc22671342)

[6.1.1FINANCIER3](#_Toc22671343)

[6.1.2PRODUIT3](#_Toc22671344)

[6.1.3RESRESSOURCES HUMAINES3](#_Toc22671345)

[6.1.4MARKETING3](#_Toc22671346)

[6.2OBJECTIFS À LONG TERME3](#_Toc22671347)

[6.2.1FINANCIER3](#_Toc22671348)

[6.2.2PRODUIT3](#_Toc22671349)

[6.2.3RESRESSOURCES HUMAINES3](#_Toc22671350)

[6.2.4MARKETING3](#_Toc22671351)

[7.MARCHÉ CIBLE3](#_Toc22671352)

[7.1COLLECTE D'INFORMATIONS3](#_Toc22671353)

[7.2POINTS DE DISCUSSION3](#_Toc22671354)

[7.3SOLUTIONS3](#_Toc22671355)

[7.4PERSONNE D'ACHETEUR3](#_Toc22671356)

[8.STRATÉGIE DE MARKETING3](#_Toc22671357)

[8.1CYCLE D'ACHAT DE L'ACHETEUR3](#_Toc22671358)

[8.2 PROPOSITION DE VENTE UNIQUE (USP) 3](#_Toc22671359)

[8.3BRANDING3](#_Toc22671360)

[8.4 MIX MARKETING – 4Ps3](#_Toc22671361)

[8.4.1PRODUIT3](#_Toc22671362)

[8.4.2PRIX3](#_Toc22671363)

[8.4.3PLACE3](#_Toc22671364)

[8.4.4PROMOTION3](#_Toc22671365)

[8.5CANAUX DE MARKETING3](#_Toc22671366)

[8.6BUDGET3](#_Toc22671367)

[9.NORMES DE PERFORMANCE ET MÉTHODES DE MESURE3](#_Toc22671368)

[9.1NORMES DE PERFORMANCE3](#_Toc22671369)

[9.2BENCHMARKS3](#_Toc22671370)

[9.3MESINFORMATIONS MARKETING POUR MESURER LE SUCCÈS3](#_Toc22671371)

[9.4MÉTHODES DE MESURE3](#_Toc22671372)

[10.RÉSUMÉ FINANCIER3](#_Toc22671373)

[10.1VISIONS FINANCIÈRES3](#_Toc22671374)

[10.2ANALYSE D'ÉQUILIBRE3](#_Toc22671375)

[10.3ÉTATS FINANCIERS3](#_Toc22671376)

[10.3.1ÉCLARATION D'INVESTISSEMENT3](#_Toc22671377)

[10.3.2 PROJECTION DE FLUX DE TRÉSORERIE3](#_Toc22671378)

[10.3.3ÉQUIPEMENT3](#_Toc22671379)

[11.ANNEXE3](#_Toc22671380)

[11.1ULTATS DE LA RECHERCHE3](#_Toc22671381)

[11.2 SPÉCIFICATIONS ET IMAGES DU PRODUIT3](#_Toc22671382)

# 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 À COURT TERME

### FINANCIER

|  |
| --- |
|  |

### PRODUIT

|  |
| --- |
|  |

### RESSOURCES HUMAINES

|  |
| --- |
|  |

### MARKETING

|  |
| --- |
|  |

## OBJECTIFS À LONG TERME

### FINANCIER

|  |
| --- |
|  |

### PRODUIT

|  |
| --- |
|  |

### RESSOURCES HUMAINES

|  |
| --- |
|  |

### 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. |