



Promotion

Plan marketing

COMPRENDRE LE PLAN MARKETING

Le marketing est un ensemble d'actions mises en place pour connaître, prévoir et stimuler les besoins des consommateurs à l'égard des produits et services que vous offrez. Le plan marketing est un document stratégique dans lequel vous définissez clairement comment vous allez procéder pour que vos clients cibles s'intéressent à vos produits et services ainsi que comment vous allez les convaincre de les acheter.

En vous dotant d'un plan marketing, vous avez plus de chance de poser des actions rentables et d'éviter des erreurs coûteuses en temps et en argent. Votre entreprise peut parfaitement fonctionner sans plan marketing. La grande question est alors de savoir pendant combien de temps cela pourra durer, considérant l'évolution constante de votre marché.

RÉDIGER SON PLAN MARKETING

La mise en place d'un plan marketing est un processus intense et exigeant qui implique de prendre en considération plusieurs aspects. Il existe de nombreux modèles de plans marketing que vous pourrez adapter à la réalité de votre entreprise. Voici un aperçu des éléments clés à inclure dans un plan marketing efficace.

1) Rédigez votre synthèse

Le document doit débuter par une synthèse qui permet d'avoir une vue d'ensemble des principaux éléments de votre plan marketing.

2) Décrivez votre entreprise

Cette étape permet de présenter votre stratégie d'entreprise :

- **La mission** : pourquoi existez-vous ?
- **La vision** : que souhaitez-vous atteindre ?
- **La stratégie** : comment comptez-vous vous y prendre ?

DÉFINIR SES OBJECTIFS

Votre entreprise doit accorder une attention particulière lors de la formulation des objectifs de marketing. Ils doivent être clairs, simples à comprendre et réalisables. Pour ce faire, vous pouvez utiliser la technique des objectifs **SMART**.

Spécifique

Un objectif doit avoir un seul but.

Mesurable

Un objectif doit avoir un indicateur de performance, chiffré et mesurable.

Atteignable

Un objectif doit pouvoir être atteint, mais aussi être suffisamment grand, ambitieux pour qu'il représente un défi et qu'il soit motivant.

Réaliste

Un objectif doit avoir les moyens de nos ambitions, en temps et en argent, et tenir compte de l'environnement concurrentiel.

Temporellement défini

Un objectif doit être limité dans le temps.

3) Réalisez une analyse stratégique

Il est important que vous ayez une bonne compréhension de l'environnement dans lequel évolue votre entreprise. Vous devez discerner les menaces et les opportunités d'affaires auxquelles votre entreprise peut être confrontée et adapter votre stratégie si nécessaire. Vous devez également comprendre vos propres forces et faiblesses pour positionner votre entreprise. Les informations recueillies permettront de définir la situation actuelle et d'établir des projections pour le futur.

4) Déterminez vos objectifs

Se fixer des objectifs est une tâche ardue, il faut choisir des objectifs atteignables et réalistes, des cibles et un échéancier précis. Vous devez également tenir compte des résultats de l'analyse stratégique lorsque vous les déterminez. Voici quelques avantages à bien effectuer cette étape :

- Permet une vision claire d'où vous voulez aller
- Simplifie la prise de décisions
- Oriente les intervenants dans la même direction
- Motive le personnel
- Économise temps et argent

5) Établir votre stratégie

L'élaboration d'une stratégie marketing est essentielle pour votre entreprise. La stratégie marketing explique comment vous comptez atteindre vos objectifs. Pour ce faire, vous devez déterminer comment vous allez vous y prendre pour faire la promotion des forces de votre entreprise auprès des clients éventuels. Voici quelques exemples de questions que vous devriez vous poser durant l'élaboration de votre stratégie marketing :

- Que recherchent les clients?
- Quels sont leurs besoins ?
- Quels clients sont les plus rentables ?
- Quelle est la meilleure façon de communiquer avec eux ?
- Quelle est la meilleure façon de promouvoir vos produits? (publicité, marketing direct, exposition, marketing sur le Web)

6) Définissez vos actions à mener

Lorsque vos objectifs et votre stratégie seront décidés, vous devez planifier toutes les activités de marketing que vous comptez réaliser pour y parvenir à court, moyen et long terme ainsi que les ressources allouées. Voici une manière simple et efficace pour vous aider à classer vos objectifs :

- **Quoi** : identifiez le mandat.
- **Qui** : précisez qui est concerné (personnel, client, partenaire).
- **Quand** : précisez le moment, la durée et la fréquence.
- **Comment** : déterminez la manière de faire.
- **Combien** : déterminez les moyens matériels et financiers.
- **Pourquoi** : indiquez l'objectif à atteindre.

METTRE EN ŒUVRE SON PLAN

Vous avez finalisé votre plan marketing, afin d'éviter qu'il se retrouve sur une tablette, voici quelques conseils pour faciliter sa mise en œuvre.

Ressources

Prévoyez suffisamment de ressources (humaines, matérielles et financières) pour chacune des étapes de votre plan d'action.

Communication interne

Expliquez clairement votre plan d'action à votre personnel, son but dans l'atteinte de vos objectifs et tenez les informer régulièrement de l'état d'avancement des actions qui seront entreprises.

Évaluation

Surveillez continuellement vos progrès, déterminez les causes de tout retard et apportez les modifications nécessaires. Évaluez également les retombées de vos actions sur vos ventes.

NOUS JOINDRE

MRC de Matawinie

3184, 1^{re} Avenue
Rawdon (Québec) J0K 1S0
450 834-5441 | matawinie.org

MRC de Montcalm

1540, rue Albert
Sainte-Julienne (Québec) J0K 2T0
450 831-2182 | mrcmontcalm.com