

BÂTISSEZ VOTRE

PLAN MARKETING EFFICACE

LES QUESTIONS ESSENTIELLES POUR RÉUSSIR



LE MARKETING

LE MARKETING EST L'ENSEMBLE DES ACTIONS ET STRATÉGIES UTILISÉES POUR COMPRENDRE, ATTIRER ET SATISFAIRE LES BESOINS DES CLIENTS AFIN DE PROMOUVOIR ET VENDRE DES PRODUITS OU SERVICES EFFICACEMENT.

"UN BON MARKETING FAIT QUE L'ENTREPRISE SE PRÉSENTE BIEN.
UN EXCELLENT MARKETING FAIT QUE LE CLIENT SE SENT BIEN."
– JOE CHERNOV

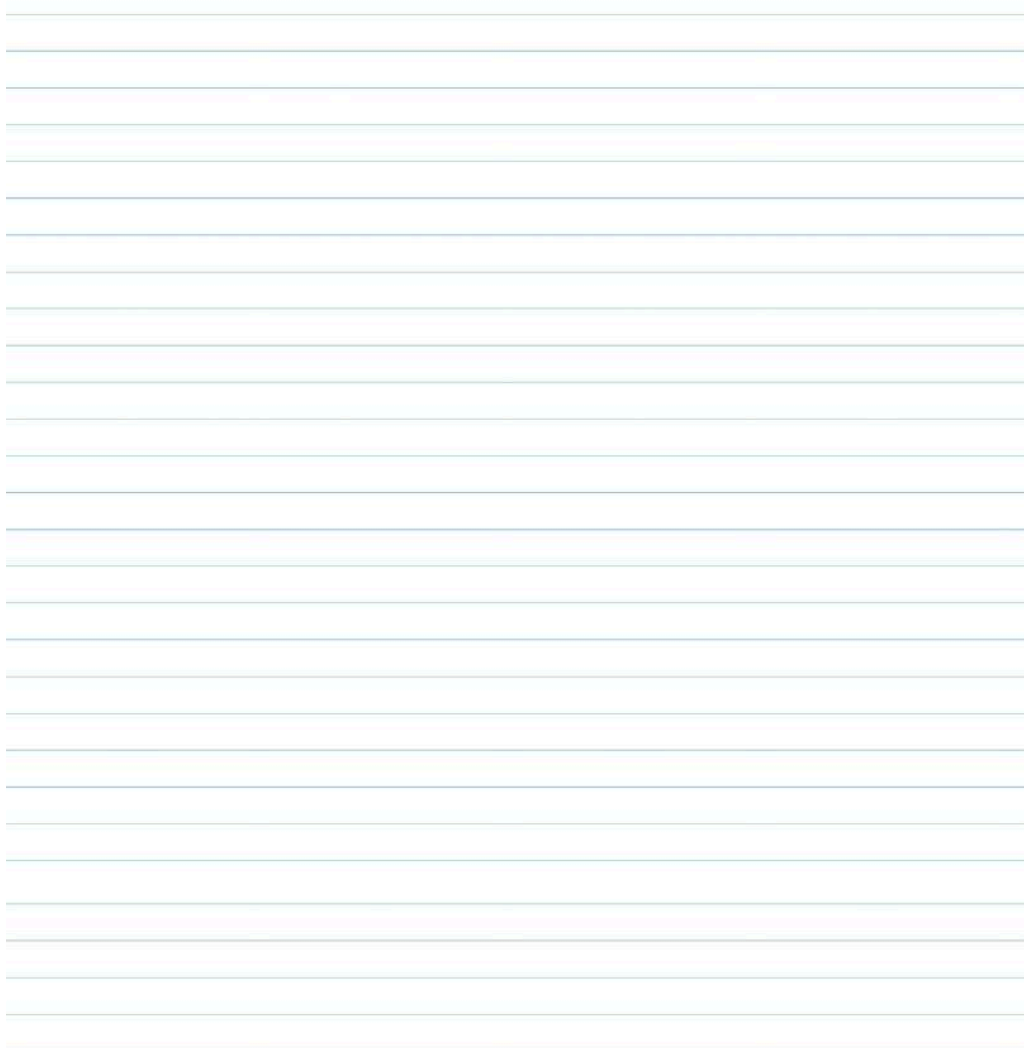
RÉDACTION DE VOTRE

PLAN MARKETING

1. ANALYSEZ L'ENVIRONNEMENT EXTERNE

Comprendre l'environnement externe permet d'identifier les tendances, les opportunités et les menaces qui influencent votre entreprise, afin d'adapter vos stratégies de manière proactive.

- Quelles sont les tendances actuelles dans votre secteur? (Nouveaux produits, technologies, habitudes des consommateurs)
- Quels éléments externes peuvent impacter votre entreprise? (Économie, lois, environnement, politique, etc.)
- Avez-vous recueilli des avis ou des données sur votre marché? (Sondages, discussions avec des clients, études existantes)



RÉDACTION DE VOTRE

PLAN MARKETING

2. ANALYSEZ VOS COMPÉTITEURS

Analyser vos concurrents vous aide à repérer leurs forces, leurs faiblesses et les opportunités pour vous démarquer sur le marché.

- Qui sont vos concurrents directs, indirects et de substitution?
- Quelles sont leurs forces et leurs faiblesses?
- Quels canaux marketing utilisent-ils pour atteindre leur public cible (réseaux sociaux, publicité, marketing d'influence) ?
- Quelles caractéristiques de leur produit/service mettent-ils de l'avant?
- Y a t-il des irritants dans leur parcours client que vous pourriez éviter?

- Quels sont vos avantages concurrentiels?
- Qu'avez-vous que vos compétiteurs n'ont pas?

- Qui sont vos concurrents inspirants?

RÉDACTION DE VOTRE

PLAN MARKETING

3. Segmentez votre marché cible

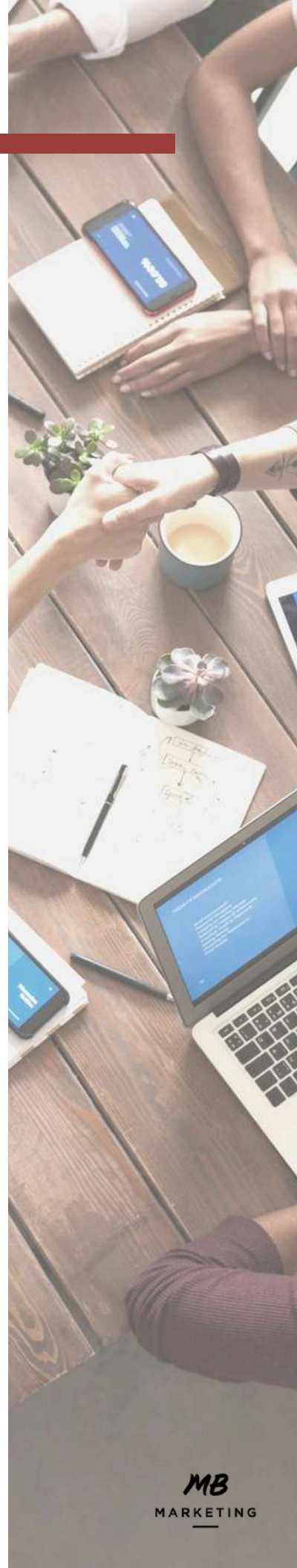
Définir votre marché cible consiste à identifier les clients idéaux pour votre service, afin de répondre précisément à leurs besoins et attentes.

- Qui a besoin de vos produits/services?
- Quelles caractéristiques permettent de les segmenter?
- Quel(s) problème(s) de votre clientèle voulez-vous résoudre?
- Combien de segments de marché cible avez-vous?
- Utiliserez-vous les "personas"?
- Avez-vous d'autres segments de marchés à tester si les premières options n'apportent pas les résultats voulus?

4. Établissez vos objectifs

Établir des objectifs clairs et mesurables garantit que vos efforts marketing sont alignés sur une vision précise et axés sur des résultats concrets.

- Où voulez-vous vous rendre avec votre plan marketing?
- Quel est le résultat principal que vous souhaitez atteindre? (augmentation des ventes d'un produit/service, chiffre d'affaires, notoriété, fidélisation, nouvelle clientèle cible, etc.) ?
- Utilisez la méthode "SMART"



RÉDACTION DE VOTRE

PLAN MARKETING

5. Stratégies marketing

Le marketing regroupe les actions pour comprendre, attirer et satisfaire les clients. Il repose sur les **4P** : Produit/Service (ce que vous offrez), Prix (valeur perçue), Place (canaux de distribution) et Promotion (comment vous faites connaître votre offre). Ces piliers forment la base de toute stratégie marketing.

5.1 - Produits/services

Les produits ou services sont le cœur de votre offre : ils doivent répondre aux besoins spécifiques de vos clients tout en reflétant la valeur et l'expertise de votre entreprise.

- Quelles sont les caractéristiques de vos produits/services?
- Quelle expérience client offrez-vous en plus de la prestation principale (suivi, support, personnalisation)?
- Quels sont les principaux avantages ou bénéfices que votre produit ou service apporte à vos clients ?
- Avez-vous des déclinaisons ou des options supplémentaires pour élargir votre offre?

Budget à prévoir

Échéancier

PLAN MARKETING

- Quelle stratégie de tarification utilisez-vous pour vos services (forfaits fixes, tarif horaire, tarif basé sur la valeur, abonnement, paiement échelonné, forfaits)?
- Proposez-vous des options de paiement flexibles (abonnements, paiements en plusieurs fois, prix à la performance)?
- Quels sont les coûts de production ou de livraison de votre produit/service?

Budget à prévoir

Échéancier

PLAN MARKETING

- Vos clients préfèrent-ils acheter en ligne, en magasin, via un revendeur, avec un distributeur ou via d'autres canaux?
- Votre emplacement actuel est-il facilement accessible pour votre clientèle cible?
- Comment optimisez-vous la disponibilité de votre entreprise (horaires flexibles, temps d'attente réduit)?
- Utilisez-vous des plateformes en ligne pour faciliter la prise de rendez-vous ou la réservation de services?

Échéancier

RÉDACTION DE VOTRE

PLAN MARKETING

5.4 Promotion

La distribution consiste à rendre votre service accessible au bon endroit, au bon moment et de manière pratique pour vos clients.

- Comment faites-vous connaître vos services à votre public cible? (réseaux sociaux, bouche-à-oreille, publicité payante, prospectus, réseautage, etc.)
- Avez-vous un site web ou une plateforme qui décrit clairement vos services et leurs avantages?
- Investissez-vous dans des promotions spéciales (réductions, essais gratuits, offres de lancement) pour attirer des clients?
- Utilisez-vous le marketing de contenu pour éduquer vos clients sur vos services? (blog, vidéos, infolettres)
- Vos visuels (logo, photos, vidéos, publications) et votre ton de communication reflètent-ils bien votre marque?
- Comment allez-vous promouvoir votre entreprise durant les 3 prochains mois?
- Avez-vous un système de fidélisation? Quelles sont stratégies pour faire revenir vos clients?



Budget à prévoir

Échéancier

RÉDACTION DE VOTRE

PLAN MARKETING

5.5 Personnel

Votre équipe est la clé pour offrir une expérience client positive, en incarnant les valeurs et l'expertise de votre entreprise.

- Comment formez-vous et motivez-vous votre personnel pour qu'il incarne les valeurs de votre entreprise ?
- Vos employés comprennent-ils clairement leur rôle dans la satisfaction et la fidélisation des clients ?

5.6 Processus

Des processus clairs et efficaces garantissent une prestation de service fluide, compréhensible et satisfaisante pour vos clients.

- Qu'est-ce qui rend le processus de prestation de service facile à comprendre pour vos clients ?
- Quels outils ou technologies utilisez-vous pour rendre votre service plus rapide et plus efficace ?

Budget à prévoir

Échéancier



PLAN MARKETING

- Quelles preuves concrètes fournissez-vous (témoignages, certifications, études de cas) pour renforcer la confiance de vos clients ?
- Disposez-vous d'éléments mesurables ou visibles qui démontrent l'efficacité de votre service (statistiques, résultats, garanties) ?

Budget à prévoir

Échéancier

RÉDACTION DE VOTRE

PLAN MARKETING

6. Analysez vos résultats

Une fois vos objectifs établis et vos actions mises en place, il est essentiel d'analyser vos résultats pour vérifier si vos efforts portent leurs fruits.

Comparez les résultats avec vos objectifs SMART

- Avez-vous atteint vos objectifs spécifiques, mesurables, atteignables, pertinents et limités dans le temps ?
- Identifiez les écarts et cherchez à comprendre ce qui a fonctionné ou non.

Suivez vos indicateurs clés de performance (KPI)

Assurez-vous de mesurer les bonnes données :

- Nombre de ventes ou de nouveaux clients acquis.
- Taux de conversion sur votre site web ou vos campagnes.
- Engagement sur les réseaux sociaux (likes, commentaires, partages).

Identifiez les campagnes les plus performantes

- Quelles actions ou initiatives ont produit les meilleurs résultats ?
- Quels éléments peuvent être réutilisés ou adaptés pour de futures campagnes ?

Analysez les retours des clients et du marché

- Sollicitez des retours directs pour comprendre la perception de vos actions marketing.
- Étudiez le comportement des clients pour affiner votre approche (par exemple, à quelles étapes du parcours d'achat ils se désengagent).

Ajustez et optimisez votre stratégie

- Si vos objectifs ne sont pas atteints, adaptez vos messages, canaux ou offres.
- Testez différentes approches (A/B testing) pour maximiser l'impact.



BESOIN D'AIDE POUR

PROPULSER VOTRE MARKETING ?

Le marketing est un levier puissant, mais il peut être complexe à maîtriser. Si vous avez des questions, besoin de conseils ou souhaitez aller encore plus loin avec une stratégie sur-mesure, **MB Marketing est là pour vous accompagner!**

Que ce soit pour optimiser votre visibilité, attirer plus de clients ou structurer un plan marketing efficace, nous vous aidons à transformer vos idées en actions concrètes.

Contactez-nous dès aujourd'hui et donnons ensemble un nouvel élan à votre marketing !



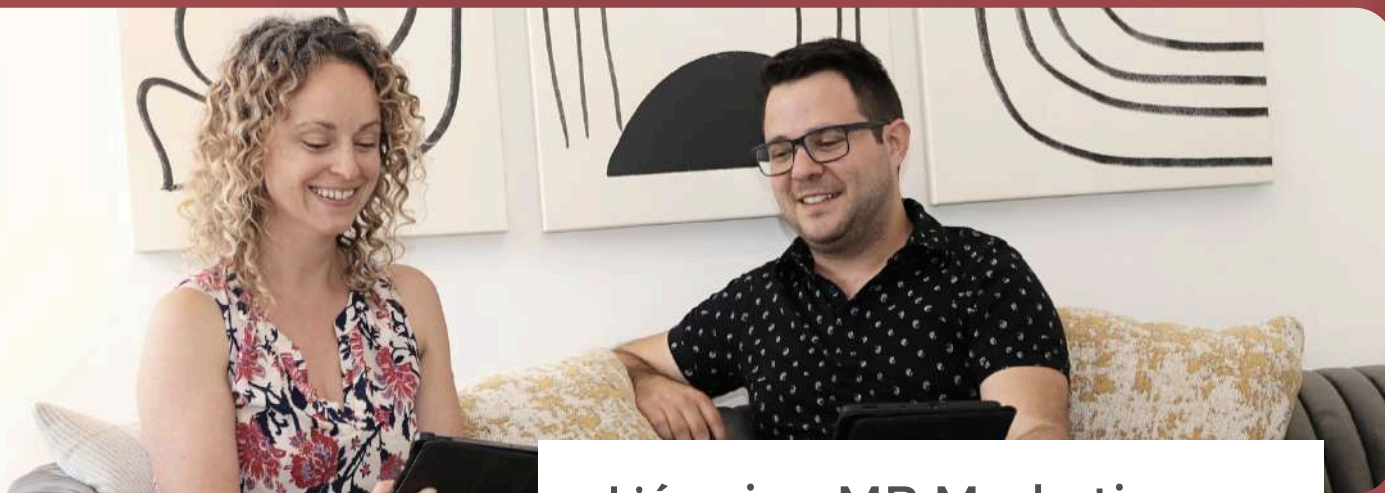
Rencontre exploratoire
gratuite
(scannez ou cliquez ici).



maxim@mbmarketing.ca



450 750 6299



L'équipe MB Marketing