

## Plan Marketing

### Résumé

Données générales – Focus – Commentaires

### Analyses de Marché

Données Marché

Approche BCG

Environnement (régulation, normes...)

SWOT vs Concurrence, McKinsey...

Segments Clients

SWOT de l'Offre et Positionnement

Sources

### Objectifs de vente

Quantitatif, Qualitatif, Part de Marché

Cibles et KSF (Key Success Factors)

### Marketing MIX & Plan d'action

#### Produit

Besoins clients

Argumentaire

Objections

Preuves

#### Prix

Politique tar.

Package

#### Distribution

Canaux

Organisation

Formation

Plan Primes

#### Promotion

Plan de com.

Pré-lancement

Leader d'opinion

Evaluations, démo

Evénem., Salon

### Budget

### Outils de pilotage

### Conclusion

