



Planification et stratégie commerciales

Les bases



Planification et stratégie commerciales

Un plan d'affaires est un outil qui vous aide à déterminer les mesures à prendre et à quel moment les prendre.

Un plan d'affaires identifie les indicateurs de performance clés et les mesures à prendre pour les atteindre.

Les indicateurs clés de performance comprennent :

- Objectifs de vente par mois, trimestre, année
- Répartition du budget pour l'équipement, le personnel, le marketing et les opérations
- Les étapes hebdomadaires, mensuelles et trimestrielles qui vous aideront à atteindre vos objectifs à court, moyen et long terme



Planification et stratégie commerciales

Un plan d'affaires est un outil qui vous aide à identifier et à allouer les ressources

Une stratégie commerciale est la manière dont vous allez déployer les ressources pour atteindre vos objectifs Les stratégies commerciales comprennent :

- Comment créer (plus de) valeur pour attirer les clients
- Quel est le cycle de développement des produits/services ?
- Quelle est ma stratégie de tarification ? Proposez-vous des remises sur volume ? Proposez-vous une tarification par niveaux ? Proposez-vous des offres groupées ?
- Quelle est la culture d'entreprise que vous cherchez à créer et comment cela attirera-t-il les talents et les clients ?
- L'allocation des ressources
 - Quelle est la priorité de l'entreprise ?
 - Pourquoi est-ce une priorité ?
 - De quoi avez-vous besoin pour mettre en œuvre le plan ?



Planification et stratégie commerciales

Un plan d'affaires identifie les pics et les creux de votre activité

- La haute saison, lorsque vous réalisez le plus de revenus
- Les creux, lorsque vous réalisez le moins de ventes
- Une stratégie commerciale appropriée permettra de réserver des ressources pendant les périodes de pointe afin d'aider l'entreprise à traverser les périodes creuses
- Identifie le nombre d'employés dont vous avez besoin et à quel moment



Planification et stratégie d'entreprise

Une stratégie commerciale comprend une stratégie de

- communication. Qui est votre client idéal ?
 - Avez-vous suffisamment de clients idéaux pour assurer la viabilité de votre entreprise ?
 - Quelle plateforme marketing fonctionne le mieux pour votre public cible ? Le
 - marketing peut se faire par le biais de la presse écrite, de la télévision, de la radio,
 - des podcasts, des réseaux sociaux, des prospectus distribués par Postes Canada, etc.
- Chaque type de stratégie marketing touche un type de client différent
- Vous devez être attentif à vos dépenses, vous assurer que vous atteignez votre client idéal
 - et que celui-ci achète réellement vos produits ou services
 - Parfois, vous devez repenser à qui vous vendez afin de gagner en popularité et en revenus

Planification et stratégie commerciales

Une stratégie commerciale identifie les partenaires et les fournisseurs avec lesquels vous souhaitez collaborer.

- La résilience est importante pour les entreprises
- Il est nécessaire d'avoir plus d'un fournisseur fiable de ressources.
- Les partenaires sont importants pour le réseautage, la recommandation d'affaires, la fourniture d'informations essentielles sur le marché et les collaborations
- Il est nécessaire de maintenir les partenariats existants et d'être attentif aux nouveaux partenaires afin de développer de nouveaux contacts, ressources et collaborations

Planification et stratégie commerciales

Voici un guide étape par étape pour l'élaboration d'un plan d'affaires.

Voici des ressources supplémentaires pour la planification d'entreprise.

