

## ALTERNATIVES DE DIVERSIFICATION

L'évaluation des alternatives de diversification est un exercice stratégique qui analyse toutes les possibilités de développement de nouveaux produits/marchés qui s'offrent à l'entreprise.

### QUAND DEVRAIT-ON FAIRE UNE ANALYSE DE DIVERSIFICATION?

Avant que le marché principal de votre entreprise stagne ou tombe en décroissance ou encore, lorsque vous cherchez à soutenir votre croissance par de nouvelles sources de revenus.

Les options de diversification classique sont:

- 1) Le lancement de nouveaux produits dans un marché existant
- 2) Le développement de nouveaux clients dans un marché existant
- 3) Le développement de nouveaux clients dans un nouveau marché
- 4) La diversification (i.e. nouveaux produits dans un marché inconnu)

### MÉTHODOLOGIE

1. Rencontre d'orientation avec le client (validation des alternatives de diversification)
2. Session d'évaluation des alternatives avec la haute direction
3. Synthèse et présentation des résultats préliminaires
4. Remise du rapport final et plan d'actions

### OUTILS UTILISÉS

- Analyse concurrentielle (facultative) et discussions dirigées
- Analyse SWOT
- Description des critères de sélection

### LIVRABLES

- Analyse concurrentielle (facultative) et discussions dirigées
- Rapport et recommandations du consultant sur les alternatives de diversification les plus porteuses de croissance.

### BÉNÉFICE

Le principal bénéfice de la diversification est de sauvegarder l'entreprise et/ou de répartir une nouvelle courbe de croissance.



Fondée en 1994, Stratcor est l'une des plus importantes firmes de consultation en vente et marketing dans l'Est du Canada. Ayant mené avec succès une grande variété de mandats dans de nombreux secteurs d'activité clés, Stratcor est en mesure d'offrir un service clé-en-main à une clientèle grandissante de fabricants, de distributeurs, de détaillants et d'entreprises axées sur les services.

## STRATÉGIE DIGITALE (SEO/SEM)

Le fondement d'une bonne stratégie Web comporte une évaluation complète de l'efficacité de la présence de votre entreprise sur l'internet et les différentes propriétés sociales.. Elle implique également l'identification de toutes les opportunités de visibilité de votre entreprise sur sur les différentes plateformes digitales. Finalement, une stratégie web gagnante vous propose de fixer des objectifs réalistes de retour sur votre investissement pour ce média qui encore trop souvent jugé comme étant intangible du point de vue marketing.

### MISE EN CONTEXTE

L'Internet n'est plus seulement qu'un outil de référence ou une vitrine électronique, mais bien une plateforme médiatique, sociale et économique globale qui présente plusieurs opportunités de visibilité et de recrutement de nouveaux clients pour les entreprises qui savent comment bien l'apprivoiser. Que vous visiez ou non directement le consommateur, une stratégie web qui va au-delà d'un bon site Internet est primordiale pour toutes entreprises qui désirent s'imposer dans ce nouveau millénaire.

### MÉTHODOLOGIE

**Étape 1** - Analyse et recommandations : diagnostic de l'efficacité de la présence actuelle de votre entreprise sur Internet et les réseaux sociaux.

- Site Web : optimisation pour la conversion des ventes, vente en ligne, Intranet, référencement du site, autogestion du contenu (CMS), liens, blogues, infolettres, outils pratiques, vidéos, etc.
- Étalonnage de sites Internet et concurrentiels et/ou comparatifs optimisés.

- Présence et publicité sur les sites de rediffusion, les portails industriels, les réseaux sociaux (p. ex. LinkedIn, Facebook, Twitter, etc.) ainsi que les appareils mobiles.
- Campagne de courriel

**Étape 2** - Planification : montage des objectifs de retour sur investissement, de la stratégie Web et du plan d'action détaillé incluant l'évaluation budgétaire.

**Étape 3** - Action : accompagnement dans la formation du webmestre, montage des devis de travail, accompagnement avec la sélection de l'agence et lors de la mise en œuvre du plan d'action.

### FORME DES LIVRABLES

- Rapports et analyses détaillés suite à la livraison des étapes 1 et 2
- Accompagnement (au besoin)

### BÉNÉFICE

Une stratégie digitale bien articulée permettra à votre entreprise de pleinement bénéficier des opportunités de visibilité sur les différentes plateformes numériques et donc, d'optimiser vos ventes via les médias électroniques.



Fondée en 1994, Stratcor est l'une des plus importantes firmes de consultation en vente et marketing dans l'Est du Canada. Ayant mené avec succès une grande variété de mandats dans de nombreux secteurs d'activité clés, Stratcor est en mesure d'offrir un service clé-en-main à une clientèle grandissante de fabricants, de distributeurs, de détaillants et d'entreprises axées sur les services.

## STRATÉGIE IMAGE DE MARQUE « BRANDING »

La développement et la gestion de l'image de marque d'une entreprise est au coeur même du succès de sa stratégie de marketing.

Se service vous assistera à définir une image de marque qui est propre à votre entreprise et de mettre en place les éléments stratégiques nécessaires pour bien communiquer les propositions de valeur attachées à votre marque.

### QUAND DEVRAIT-ON DÉFINIR UNE STRATÉGIE IMAGE DE MARQUE?

Une stratégie de marque doit être déployée lorsque qu'une entreprise cherche à définir la valeur associative de sa dénomination commerciale ou de un de ses produits/services.

### MÉTHODOLOGIE

1. Évaluation des outils de communication de l'entreprise
2. Analyse de l'identité corporative de l'entreprise (i.e. mission, vision, valeur)
3. Formation afin de définir les composantes de la marque de commerce
4. Production du rapport «Brand Brief»

### OUTILS UTILISÉS

Diagnostic «Brand Brief»

### LIVRABLES

Un cahier «Brand Brief» vous aidera à bien définir votre style graphique ainsi que tous les éléments nécessaires à une stratégie de communication efficace. Ce cahier doit également être partagé à l'équipe de marketing et aux agences externes.

### BÉNÉFICE

Cette consultation permet de bien connaître les bienfaits et les défis reliés à la création, la gestion et le développement d'une marque de commerce.



Fondée en 1994, Stratcor est l'une des plus importantes firmes de consultation en vente et marketing dans l'Est du Canada. Ayant mené avec succès une grande variété de mandats dans de nombreux secteurs d'activité clés, Stratcor est en mesure d'offrir un service clé-en-main à une clientèle grandissante de fabricants, de distributeurs, de détaillants et d'entreprises axées sur les services.

## PROFIL SECTORIEL

Le profil sectoriel est une alternative économique à l'étude de marché traditionnelle. Il trace un portrait détaillé du marché ciblé en y dévoilant les composantes structurelles suivantes : environnement économique, chaîne de valeur, taille et segmentation du marché, dynamique concurrentielle, identification de la clientèle acheteuse, évaluation du mix marketing, explication des grandes tendances du marché, identification des barrières à l'entrée et des opportunités de croissance. Validé par un expert sectoriel, (au besoin) ce profil est dressé à partir de sources de données secondaires.

### QUAND DEVRAIT-ON FAIRE PROFIL SECTORIEL?

Lorsque l'on veut avoir une évaluation précise du potentiel d'exploitation d'un nouveau produit ou marché (ex. pour appuyer un plan d'affaires ou un plan marketing).

### MÉTHODOLOGIE

1. Rencontre d'orientation avec le client pour identifier les précisions et exceptions de la recherche
2. Collecte de données secondaires
3. Analyse et synthèse des données secondaires
4. Identification et mise en liaison avec l'expert sectoriel (au besoin)
5. Rédaction du profil préliminaire (PP)
6. Validation du PP auprès de l'expert sectoriel ou du client
7. Formulation du profil final (PF)
8. Présentation au client et discussion stratégique

### OUTILS UTILISÉS

Recherche commerciale via les données secondaires (rapports, études, analyse et articles existants) en collaboration avec un ou plusieurs experts sectoriels indépendants.

### LIVRABLES

Rapport Word ou une présentation Power Point.

### BÉNÉFICE

Le Profil Sectoriel permet d'assurer son investissement en ayant le plus d'information possible sur l'état d'un marché avant d'entreprendre une démarche détaillée de commercialisation. Le Profil Sectoriel est un préalable au lancement d'un nouveau produit ou du développement d'un marché non exploité.



Fondée en 1994, Stratcor est l'une des plus importantes firmes de consultation en vente et marketing dans l'Est du Canada. Ayant mené avec succès une grande variété de mandats dans de nombreux secteurs d'activité clés, Stratcor est en mesure d'offrir un service clé-en-main à une clientèle grandissante de fabricants, de distributeurs, de détaillants et d'entreprises axées sur les services.

## ANALYSE CONCURRENTIELLE

L'analyse concurrentielle est une enquête qui sert d'abord à mieux connaître sa compétition. Par le biais d'outils d'analyses perfectionnés, le consultant tentera de monter un profil comparatif (i.e. gamme de produit, stratégique de commercialisation, forces, faiblesses, etc.) des concurrents directs et indirects de l'entreprise. L'objectif final étant de se démarquer par une stratégie de vente unique et performante.

### QUAND DEVRAIT-ON FAIRE UN PROFIL SECTORIEL?

Votre entreprise a besoin de ce services lorsqu'il y a plusieurs joueurs et de fortes pressions concurrentielles dans un marché ciblé.

### MÉTHODOLOGIE

1. Repérage des concurrents les plus importants
2. Recherche d'information détaillée des cinq (5) concurrents les plus importants
3. Élaboration détaillée du profil des concurrents
4. Positionnement des concurrents dans une grille concurrentielle
5. Détermination des nos avantages sur la concurrence
6. Production d'un rapport de synthèse et plan d'action

### OUTILS UTILISÉS

Recherche via des données secondaires, primaires ou collaboration d'experts. Rencontre de discussions dirigées.

### LIVRABLES

- Présentation PowerPoint ou rapport écrit
- Carte de la dynamique concurrentielle (facultatif)

### BÉNÉFICE

L'analyse concurrentielle a pour principal bénéfice la détermination des avantages concurrentiels et des éléments différenciateurs qui serviront à bâtir un programme de commercialisation gagnant.



Fondée en 1994, Stratcor est l'une des plus importantes firmes de consultation en vente et marketing dans l'Est du Canada. Ayant mené avec succès une grande variété de mandats dans de nombreux secteurs d'activité clés, Stratcor est en mesure d'offrir un service clé-en-main à une clientèle grandissante de fabricants, de distributeurs, de détaillants et d'entreprises axées sur les services.

## AUDIT CLIENTS

L'audit clients a pour objectif de valider auprès de sa clientèle immédiate, toutes les composantes de son programme de marketing et de l'efficacité de sa stratégie de l'expérience client.

### QUAND DEVRAIT-ON FAIRE UN AUDIT CLIENTS?

Ce service est requis lorsqu'on veut avoir la version véritable des clients au sujet l'efficacité de notre organisation. On le fait généralement après ou en même temps que l'audit marketing.

### MÉTHODOLOGIE

1. Saisie de données auprès de la direction du client
2. Analyse synthèse des résultats
3. Présentation et discussion des résultats avec l'entreprise

### OUTILS UTILISÉS

1. Questionnaire abrégé ou détaillé
2. Rencontre(s) de discussion dirigée

### LIVRABLES

Présentation PowerPoint ou rapport (sous forme de plan).

### BÉNÉFICE

L'avantage de ce type d'audit est de connaître les opinions de nos acheteurs et au besoin d'y apporter les correctifs aux fonctions marketing et de vente.



Fondée en 1994, Stratcor est l'une des plus importantes firmes de consultation en vente et marketing dans l'Est du Canada. Ayant mené avec succès une grande variété de mandats dans de nombreux secteurs d'activité clés, Stratcor est en mesure d'offrir un service clé-en-main à une clientèle grandissante de fabricants, de distributeurs, de détaillants et d'entreprises axées sur les services.

# AUDIT MARKETING

L'audit marketing a pour but de faire ressortir les points forts et les points d'améliorations des fonctions marketing et vente de l'entreprise. L'audition de ces fonctions, permet de corriger nos points faibles, renforcer nos atouts et optimiser les actions entreprises pour l'obtention de résultats concrets et satisfaisants.

## QUAND DEVRAIT-ON FAIRE UN AUDIT MARKETING?

Idéalement, à tous les trois ans ou lorsque le client ne semble pas être en mesure de savoir quelle est la source de son problème de commercialisation.

## MÉTHODOLOGIE

1. Élaboration du questionnaire
2. Identification des répondants
3. Collecte de données
4. Analyse des données
5. Montage du rapport d'audit
6. Présentation et discussion stratégique
7. Montage du plan d'action
8. Suivi du plan d'action

## OUTILS UTILISÉS

Questionnaire abrégé ou détaillé et rencontre(s) de discussion dirigée

## LIVRABLES

- Rapport des résultats de l'audit
- Plan correctif



Fondée en 1994, Stratcor est l'une des plus importantes firmes de consultation en vente et marketing dans l'Est du Canada. Ayant mené avec succès une grande variété de mandats dans de nombreux secteurs d'activité clés, Stratcor est en mesure d'offrir un service clé-en-main à une clientèle grandissante de fabricants, de distributeurs, de détaillants et d'entreprises axées sur les services.

## ACCOMPAGNEMENT, VENTE & MARKETING

Le coaching ou support à la vente et au marketing est un service d'accompagnement commercial qui dote l'entreprise d'une ressource externe d'expérience pour une période limitée.

### QUAND DEVRAIT-ON AVOIR RECOURS À L'ACCOMPAGNEMENT?

Lorsque l'entreprise ne possède pas de ressource(s) interne(s) qualifiée(s) ou bien que celles-ci sont en processus d'intégration ou encore déficientes.

La ressource externe peut accompagner un ou plusieurs membres d'une équipe commerciale avec comme objectif d'améliorer leur performance.

### MÉTHODOLOGIE

1. Rencontre d'orientation avec l'entreprise pour dresser la liste des projets ou thèmes de coaching prioritaires
2. Mise en place d'un calendrier de rencontres
3. Suivi des actions via un rapport d'activités (feuille de route)
4. Remise d'un rapport de fin de mandat et plan d'action

### OUTILS UTILISÉS

Plan marketing (facultatif), visites sur place, observation, participation aux réunions, accompagnement sur la route.

### LIVRABLES

Feuille de route et rapport de fin de mandat.

### COÛT DU SERVICE

L'avantage du coaching est d'avoir une vue externe permettant ainsi de valider les décisions des gestionnaires de l'entreprise et de guider l'entreprise durant la mise en place d'un programme ou plan marketing.



Fondée en 1994, Stratcor est l'une des plus importantes firmes de consultation en vente et marketing dans l'Est du Canada. Ayant mené avec succès une grande variété de mandats dans de nombreux secteurs d'activité clés, Stratcor est en mesure d'offrir un service clé-en-main à une clientèle grandissante de fabricants, de distributeurs, de détaillants et d'entreprises axées sur les services.



## DIAGNOSTIC MARKETING / VENTE

Le diagnostic marketing/vente consiste à faire l'évaluation systématique des forces et faiblesses des éléments clés des fonctions marketing et de vente de votre entreprise. Nous utilisons un outil d'analyse évolutif qui nous permet de comparer l'entreprise avec les meilleures pratiques d'affaires de son industrie.

### VOTRE ENTREPRISE À BESOIN DE CE SERVICE SI...

- Vous croyez que certains éléments de la fonction marketing/vente sont déficients ou sujets à l'amélioration?
- Vous voulez augmenter votre chiffre d'affaires mais vous vous questionnez à savoir comment?
- Vous désirez améliorer votre rentabilité via une fonction marketing/vente plus performante?

### MÉTHODOLOGIE

1. Collecte, analyse et synthèse de données via un questionnaire quantitatif portant sur les treize (13) éléments-clés de votre fonction marketing/vente. La prestation de services se déroule sur trois (3) semaines, dont :
  - **Semaine 1** : Saisie de données auprès de la direction de votre entreprise
  - **Semaine 2** : Analyse/synthèse des résultats et montage du plan
  - **Semaine 3** : Montage du plan
  - **Semaine 4** : Livraison des résultats et du plan d'amélioration
  - **Semaine 5** : Mise en action et suivi du plan

### LIVRABLES

- Rapport de diagnostic : identifiant les forces et les faiblesses de votre fonction marketing
- Plan d'amélioration : incluant les actions prioritaires, les responsables et la séquence d'exécution suggérée.
- Suivi et coaching

### BÉNÉFICE

Le diagnostic marketing/vente est une analyse essentielle à faire en amont de la réalisation d'un plan commercial.



Fondée en 1994, Stratcor est l'une des plus importantes firmes de consultation en vente et marketing dans l'Est du Canada. Ayant mené avec succès une grande variété de mandats dans de nombreux secteurs d'activité clés, Stratcor est en mesure d'offrir un service clé-en-main à une clientèle grandissante de fabricants, de distributeurs, de détaillants et d'entreprises axées sur les services.

## ÉTUDE DE MARCHÉ

L'étude de marché est une évaluation approfondie d'un marché ou d'un segment de marché incluant sa taille, son taux de croissance, sa dynamique concurrentielle, ses barrières à l'entrée, ses opportunités et ses tendances.

### QUAND DEVRAIT-ON FAIRE UNE ÉTUDE DE MARCHÉ

Lorsque l'on veut avoir une évaluation détaillée du potentiel d'exploitation d'un nouveau marché ou d'un marché existant (ex. pour supporter un plan d'affaires ou un plan marketing).

### MÉTHODOLOGIE

1. Identification des variables de l'étude
2. Formulation de la méthodologie d'enquête
3. Élaboration du questionnaire
4. Identification de l'échantillonnage
5. Recrutement des participants
6. Collecte de données
7. Analyse des données

8. Rédaction du rapport préliminaire et présentation au client pour commentaires.
9. Révision et montage du rapport final

### OUTILS UTILISÉS

Recherche via les données primaires (questionnement direct) et via les données secondaires (données existantes) en collaboration avec des experts ou sous forme d'enquête voilée.

### LIVRABLES

Présentation PowerPoint ou rapport écrit avec recommandations

### BÉNÉFICE

L'étude de marché permet d'assurer son investissement en ayant le plus d'information possible sur l'état d'un marché avant d'entreprendre des démarches de commercialisation. Base d'une campagne gagnante.



Fondée en 1994, Stratcor est l'une des plus importantes firmes de consultation en vente et marketing dans l'Est du Canada. Ayant mené avec succès une grande variété de mandats dans de nombreux secteurs d'activité clés, Stratcor est en mesure d'offrir un service clé-en-main à une clientèle grandissante de fabricants, de distributeurs, de détaillants et d'entreprises axées sur les services.

## PLAN D'ACTION MARKETING

Le plan d'action marketing est un outil de planification commerciale de style « exécutif » qui a pour but d'évaluer l'efficacité du programme actuel de commercialisation de l'entreprise, de l'optimiser et de le traduire en actions concrètes et mesurables.

### QUAND DEVRAIT-ON FAIRE UN PLAN D'ACTION MARKETING

**TOUJOURS!** Toutes les entreprises doivent faire une planification vente/marketing annuelle afin d'optimiser la portée de tous les événements, actions et activités relatifs à leur développement commercial.

### MÉTHODOLOGIE

1. Rencontre d'orientation avec le client (présentation et approbation de la formule du plan)
2. Collecte de données sommaires du client et du marché
3. Rencontres structurées pour élaborer les composantes du plan (face à face et/ou téléphonique /vidéoconférence)
4. Formulation et approbation du plan marketing préliminaire
5. Rédaction, présentation et diffusion du plan final
6. Suivi (au besoin)

### OUTILS UTILISÉS

- Diagnostic de la fonction vente/marketing (à faire avec le client)
- Plan d'affaires, planification stratégique, étude de marché et/ou profil sectoriel, autres
- Quatre à (4) six (6) rencontres

### LIVRABLES

- Plan et grille d'actions: positionnement concurrentiel développement de produits, stratégie prix, plan de communication, optimisation des réseaux de distribution et analyse des ressources de vente.
- Plan d'action en version MS PowerPoint ou sur plateforme «Smartsheet»

### BÉNÉFICE

Cet outil exécutif consiste à se doter d'un «plan de match» rapide, approuvé et partagé par toute l'équipe de direction pour ainsi assurer, la mise en oeuvre et le succès de la démarche de commercialisation.



Fondée en 1994, Stratcor est l'une des plus importantes firmes de consultation en vente et marketing dans l'Est du Canada. Ayant mené avec succès une grande variété de mandats dans de nombreux secteurs d'activité clés, Stratcor est en mesure d'offrir un service clé-en-main à une clientèle grandissante de fabricants, de distributeurs, de détaillants et d'entreprises axées sur les services.

# PLAN D'EXPORTATION

Le montage d'un plan d'exportation est un travail incontournable pour toutes entreprises qui désirent exploiter les marchés hors Canada. Un plan d'exportation vous aidera à fixer vos buts et objectifs, vous guidera dans sélection des marchés à développement prioritaire et vous identifiera clairement comment adapter votre approche marketing pour assurer une implantation à succès.

## QUAND DEVRAIT-ON FAIRE UN PLAN D'EXPORTATION

Un plan d'exportation devrait être produit pour chaque nouvelle région géographique que l'entreprise souhaite développer, et ce avant que le démarchage de client soit entamé.

## MÉTHODOLOGIE

1. Rencontre d'orientation et diagnostic de la capacité d'exportation
2. Collecte de données sommaires sur le ou les marchés d'exportations visés
3. Rencontres structurées pour élaborer les composantes du plan (face à face et/ou téléphonique/vidéoconférence)
4. Formulation et approbation du plan d'exportation préliminaire
5. Rédaction, présentation et diffusion du plan final (incluant programmation du plan et budget d'exploitation)
6. Montage d'un profil d'exportation et/ou assistance au repérage de clients (optionnel)

## OUTILS UTILISÉS

- Diagnostic d'exportation (à faire avec le client)
- Données secondaires de sources diverses
- Trois (3) à quatre (4) rencontres de travail structurées

## LIVRABLES

- Diagnostic d'exportation
- Plan d'exportation détaillé
- Plan d'action à court terme

## BÉNÉFICE

Cet outil consiste à se doter d'un « plan de match » structuré, approuvé et partagé par toute l'équipe de direction pour ainsi assurer la mise en oeuvre et le succès de la démarche d'exportation.



Fondée en 1994, Stratcor est l'une des plus importantes firmes de consultation en vente et marketing dans l'Est du Canada. Ayant mené avec succès une grande variété de mandats dans de nombreux secteurs d'activité clés, Stratcor est en mesure d'offrir un service clé-en-main à une clientèle grandissante de fabricants, de distributeurs, de détaillants et d'entreprises axées sur les services.

## PLAN DE VISIBILITÉ

La production d'un plan de visibilité est une démarche indispensable pour toutes entreprises qui veulent optimiser leurs investissements en matière d'outils publicitaires et promotionnels. Le plan de visibilité définit clairement les cibles à viser ainsi que les axes, messages et véhicules de communication qui doivent être privilégiés pour rejoindre efficacement sa clientèle. Le plan de visibilité prévoit également l'élaboration d'un plan média programmé.

### QUAND DEVRAIT-ON FAIRE UN PLAN DE VISIBILITÉ

Un plan de visibilité doit être produit annuellement (accompagné du plan marketing) ou lors de refonte majeure, lorsque l'entreprise exploite plusieurs médias simultanément pour rejoindre sa clientèle.

### MÉTHODOLOGIE

1. Rencontre d'orientation avec le client (évaluation des outils actuellement utilisés)
2. Rencontres thématiques de travail (4 à 5) entre le client et le consultant (face à face et/ou à distance)
3. Formulation et présentation du plan de communication préliminaire (incluant plan d'action)
4. Recherche médiatique, rédaction et diffusion du plan final (incluant plan média et budget)
5. Accompagnement à la gestion de projets (exécution du plan) - facultatif

### OUTILS UTILISÉS

- Évaluation du programme actuel via diagnostics
- Rencontres structurées
- Présentation Word ou Power Point

### LIVRABLES

- Plan de communication (en format PowerPoint ou sur plateforme «Smartsheet») et gestion de projets.
- Plan livrable en 4 à 6 semaines

### BÉNÉFICE

Le plan de visibilité va harmoniser la démarche de communication dans un contexte d'un programme multimédia. Il identifie les outils en ligne et hors ligne les plus performants, propose une démarche d'utilisation et élabore un budget de fonctionnement à la hauteur des capacités de l'entreprise.



Fondée en 1994, Stratcor est l'une des plus importantes firmes de consultation en vente et marketing dans l'Est du Canada. Ayant mené avec succès une grande variété de mandats dans de nombreux secteurs d'activité clés, Stratcor est en mesure d'offrir un service clé-en-main à une clientèle grandissante de fabricants, de distributeurs, de détaillants et d'entreprises axées sur les services.

## PLAN MARKETING

Le plan marketing est un outil de planification détaillé qui dresse les objectifs, les stratégies, les actions et les activités qui guideront l'entreprise dans son développement commercial.

### QUAND DEVRAIT-ON FAIRE UN PLAN MARKETING?

**TOUJOURS!** Toutes les entreprises doivent faire une planification marketing annuelle afin d'optimiser toutes les actions et activités relatives à leur développement commercial.

### MÉTHODOLOGIE

1. Rencontre d'orientation avec le client (présentation de la formule du plan)
2. Collecte de données du client et du marché
3. Formulation et approbation du plan marketing préliminaire
4. Validation facultative du plan auprès de proches collaborateurs
5. Rédaction, présentation et diffusion du plan final
6. Suivi et accompagnement

### OUTILS UTILISÉS

Planification stratégique, étude de marché, profil sectoriel (pré requis) – sessions de trois (3) à cinq (5) rencontres.

### LIVRABLES

Présentation PowerPoint ou rapport Word (format plan).

### BÉNÉFICE

Cet outil stratégique consiste à se donner un « plan de match » approuvé et partagé par toute l'équipe de direction pour ainsi assurer la mise en oeuvre et le succès de la démarche.



Fondée en 1994, Stratcor est l'une des plus importantes firmes de consultation en vente et marketing dans l'Est du Canada. Ayant mené avec succès une grande variété de mandats dans de nombreux secteurs d'activité clés, Stratcor est en mesure d'offrir un service clé-en-main à une clientèle grandissante de fabricants, de distributeurs, de détaillants et d'entreprises axées sur les services.