



[Entrez le nom de votre entreprise]

Business Plan de l'Agence

Date : Insérer

Contenu

Sommaire	3
Notre mission	4
Nos valeurs	4
Résultats de l'étude de marché	5
Analyse des concurrents	6
Notre USP (Unique Selling Proposition)	7
Offre de services	8
Notre plan GTM (Go-ToMarket)	9
Structure de l'organisation et personnel	10
Objectifs et prévisions de vente	11
Outils et technologie	13

Sommaire

[Remplissez cette section en dernier afin de pouvoir résumer les informations contenues dans le reste de votre plan].

Ce que fait notre agence

Notre marché cible

Notre USP (Unique Selling Proposition)

Notre plan GTM (Go-ToMarket)

Nos objectifs commerciaux

Notre mission

Insérez une déclaration définissant les objectifs de votre agence et son approche. Pourquoi cette agence existe-t-elle et quelle est sa raison d'être ?]

[Exemple : Nous existons pour aider les restaurants et les bars à obtenir des performances élevées en matière de référencement. Notre équipe possède une grande expérience dans le domaine de l'hôtellerie et du référencement.]

Notre vision

[Insérez votre position future souhaitée à long terme pour l'agence - où en sera-t-elle dans 5 ou 10 ans ?]

[Exemple : Être l'agence de référencement la plus recherchée et la plus respectée pour les restaurants et les bars dans l'État du Texas].

Nos valeurs

Insérez les valeurs de votre agence sous la forme de 3 à 5 mots ou de courtes déclarations auxquelles l'équipe peut croire et qu'elle peut incarner au quotidien]

[Exemple :

LES RÉSULTATS QUI COMPTENT : nous nous concentrons uniquement sur les résultats qui comptent pour nos clients.

TRANSPARENCE : nous sommes toujours transparents, tant en interne qu'en externe.

APPRENDRE : rester curieux et ne jamais cesser d'apprendre et de s'améliorer].

Résultats de l'étude de marché

Résultats qualitatifs

Insérez les résultats d'études qualitatives telles que des entretiens individuels, des réunions, des groupes de discussion ou des ateliers]

Résultats quantitatifs

Insérez les résultats d'études quantitatives telles que les enquêtes en ligne, les taux d'ouverture ou de clics des masses, des tests multivariés ou d'autres méthodes de recherche à fort volume].

Analyse des concurrents

Les trois principales entreprises avec lesquelles nous sommes en concurrence, ce qu'elles font de bien et de moins bien. Ce que nous ferons différemment pour réussir sur le marché.

Nom du concurrent

[Exemple : A1 Digital Marketing]

Points forts

[Exemple : Prix bas]

Faiblesses

[Exemple : Qualité Médiocre avec des enregistrements questionnables]

Ce que nous ferons différemment

[Exemple : Nous sommes axés sur les résultats et ne travaillons qu'avec des clients qui veulent atteindre des objectifs, pas ceux qui recherchent le travail le moins cher].

Notre USP (Unique Selling Proposition)

[Insérez la manière dont vous distinguerez votre agence de ses concurrents afin d'attirer efficacement les clients cibles]

Analyse SWOT

Les forces, les faiblesses, les opportunités et les menaces de notre entreprise.

Points forts

Ce qui est bien dans notre agence.

Faiblesses

Ce qui n'est pas si bien dans notre agence.

Opportunités

Facteurs externes que nous pourrions exploiter.

Menaces

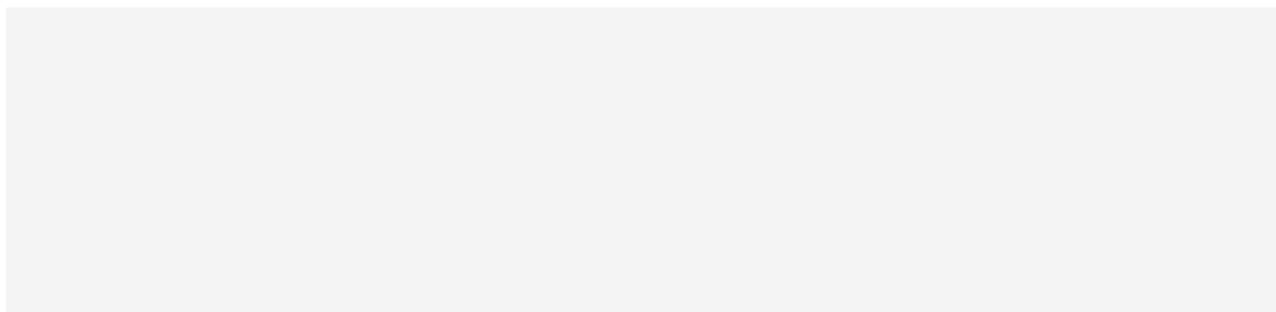
Facteurs externes qui pourraient nous causer des problèmes.

Offre de services

Service	Description de l'offre	Prix indicatif

Stratégie de fixation des prix

Comment nous fixons les prix de nos services.



Notre plan GTM (Go-ToMarket)

Notre marché cible

Le groupe de clients auxquels nous souhaitons vendre nos services.

[Exemple : Nous ciblons les restaurants et les bars de Houston et de San Antonio qui emploient 15 personnes ou plus].

Activités GTM

[Concentrez-vous sur les canaux et les activités qui conviennent à votre marché cible]

Les canaux que nous utiliserons pour communiquer avec nos clients cibles.

Canal	Utilisé pour	Détails
<i>[Exemple : Réseaux Sociaux]</i>	<i>[Exemple : Promotion avant le lancement]</i>	<i>[Exemple : Nous publierons régulièrement des messages sur Facebook pour promouvoir l'agence et notre expertise]</i>

Structure de l'organisation et personnel

Nos collaborateurs

Rôle	Nom	Compétences et expérience
<i>[Exemples : Fondateur, Responsable SEO, Directeur Directeur de clientèle]</i>	Si le rôle est rempli.	

Sources de conseils et de support

Personnes ou organisations externes qui apportent un support à notre entreprise.

Type de support	Nom	Compétences et expérience
<i>[Exemples : Fondateur, Responsable SEO, Directeur Directeur de clientèle]</i>	Si le rôle est rempli.	

Stratégies de maintien des compétences et du personnel.

Comment nous faisons en sorte que notre personnel continue à travailler pour nous et maintienne ses compétences.

[Exemple : Le fondateur prend régulièrement des nouvelles du personnel, tout le personnel participe aux réunions d'équipe hebdomadaires, nous offrons des cours gratuits pour maintenir les compétences du personnel et nous impliquons le personnel dans notre plan de développement professionnel.]

Objectifs et prévisions de vente

Objectifs pour l'année prochaine

	[Saisissez un objectif]	[Saisissez un objectif]	[Saisissez un objectif]
Actions pour atteindre l'objectif	<ul style="list-style-type: none">• Action• Action• Action	<ul style="list-style-type: none">• Action• Action• Action	<ul style="list-style-type: none">• Action• Action• Action
Date d'échéance			
Responsable			

Objectifs pour les 3 prochaines années

	[Saisissez un objectif]	[Saisissez un objectif]	[Saisissez un objectif]
Actions pour atteindre l'objectif	<ul style="list-style-type: none">• Action• Action• Action	<ul style="list-style-type: none">• Action• Action• Action	<ul style="list-style-type: none">• Action• Action• Action
Date d'échéance			
Responsable			

Prévisions de trésorerie

Nos prévisions de trésorerie pour l'année civile suivante.

	Jan	Fév	Mar	Avr	Mai	Juin
Le tableau de bord de la trésorerie mensuelle						
Solde de clôture						
	Juil	Août	Sep	Oct	Nov	Déc
Le tableau de bord de la trésorerie mensuelle						
Solde de clôture						

Outils et technologie

Technologie numérique

Technologie que nous prévoyons d'utiliser dans le cadre de notre activité.

[Exemples : gestion de projet, logiciel de comptabilité, outils de communication, CRM et autres programmes d'abonnement.]

- SEOptimizer : pour générer de nouveaux prospects à partir du site web de notre agence.