

PLAN STRATÉGIQUE

SYNTHÈSE

PRÉSENTATION DE L'ENTREPRISE	
ÉNONCÉ DE MISSION	
OBJECTIFS CLÉS	
PARTENAIRES STRATÉGIQUES	

DÉVELOPPEMENT :

DESCRIPTION DU PRODUIT	
CAPACITÉS DE LIVRAISON	
MODÈLE DE TARIFICATION	
SYSTÈME DE LIVRAISON	
FOURNISSEURS DE COMPOSANTS STRATÉGIQUES	

ÉTUDE DE MARCHÉ :

CLIENTS	
SITUATION DU MARCHÉ	
CONCURRENCE	

PLAN MARKETING :

STRATÉGIE	
RÉPARTITION DES CLIENTS	
POSITIONNEMENT	
PUBLICITÉ	

ANALYSE SWOT (FORCES, FAIBLESSES, OPPORTUNITÉS, MENACES)

FORCES

FAIBLESSES

OPPORTUNITÉS

MENACES