# PLAN STRATÉGIQUE

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| SYNTHÈSE | |  | DÉVELOPPEMENT : | |
|  | |  |  | |
| PRÉSENTATION DE L’ENTREPRISE |  |  | DESCRIPTION DU PRODUIT |  |
| CAPACITÉS DE LIVRAISON |  |
| ÉNONCÉ DE MISSION |  |  | MODÈLE DE TARIFICATION |  |
| OBJECTIFS CLÉS |  |  | SYSTÈME DE LIVRAISON |  |
| PARTENAIRES STRATÉGIQUES |  |  | FOURNISSEURS DE COMPOSANTS STRATÉGIQUES |  |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| ÉTUDE DE MARCHÉ : | |  | PLAN MARKETING : | |
|  | |  |  | |
| CLIENTS |  |  | STRATÉGIE |  |
|  | RÉPARTITION DES CLIENTS |  |
| SITUATION DU MARCHÉ |  |  | POSITIONNEMENT |  |
| CONCURRENCE |  |  | PUBLICITÉ |  |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| ANALYSE SWOT (forces, faiblesses, opportunités, menaces) | | |
|  | | |
| FORCES |  | FAIBLESSES |
|  |  |  |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| OPPORTUNITÉS |  | MENACES |
|  |  |  |