

[Entrez le nom de votre entreprise]

# Business Plan de l'Agence

Date : Insérer

# Contenu

Sommaire 3

Notre mission 4

[Nos valeurs 4](#_TOC_250000)

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

[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

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 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].

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].

[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.

Service Description de l'offre Prix indicatif

### Stratégie de fixation des prix

Comment nous fixons les prix de nos services.

### 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

*[Exemple : Réseaux Sociaux]*

*[Exemple : Promotion avant le lancement]*

*[Exemple : Nous publierons régulièrement des messages sur Facebook*

*pour promouvoir l'agence et notre expertise]*

### Nos collaborateurs

Rôle Nom Compétences et expérience

Si le rôle est rempli.

*[Exemples : Fondateur, Responsable*

*SEO, Directeur Directeur de clientèle]*

### Sources de conseils et de support

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

Type de support Nom Compétences et expérience

Si le rôle est rempli.

*[Exemples : Fondateur, Responsable*

*SEO, Directeur Directeur de clientèle]*

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 pour l'année prochaine

[Saisissez un objectif]

[Saisissez un objectif]

[Saisissez un objectif]

Actions pour atteindre l'objectif

Action Action Action

Action Action Action

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

Action Action Action

Action Action Action

Action Action Action

Date d'échéance

Responsable

### Nos prévisions de trésorerie pour l'année civile suivante.

Le tableau de bord de la trésorerie

mensuelle

Jan

Fév Mar Avr Mai Juin

Solde de clôture

Le tableau de bord de la trésorerie

mensuelle

Juil

Août Sep Oct Nov Déc

Solde de clôture

### 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.]*

- [SEOptimer](https://www.seoptimer.com/fr/) : pour générer de nouveaux prospects à partir du site web de notre agence.