**MODÈLE DE MARKETING DES VENTES**

|  |
| --- |
|  |
| **BUT** | **CIBLE** | **STRATÉGIES** | **TACTIQUES / MESSAGES** | **CALENDRIER** | **MESURE** |
| Objectifs spécifiques et mesurables à accomplir dans un laps de temps établi. | Cibles spécifiques, segments atteignables de personnes ayant des besoins ou des intérêts similaires, des motivations, des données démographiques, des emplacements, etc.  | Stratégies pour attirer les personnes ou les organisations spécifiques que vous essayez d’atteindreavec une offre convaincante qui répondàleurs intérêts / besoins. | Outils ou canaux que vous utiliserez pour atteindre vos objectifs. Qu’y a-t-il d’unique dans votre histoire/produit/services/bio/histoire qui se connecte avec votre public cible ? Quels messages seront convaincants ? | Précisez les activités que vous ferez quotidiennement, hebdomadairement, mensuellement ou trimestriellement pour atteindre vos objectifs. Quelle heure de la journée ou quel jour de la semaine est le plus efficace pour chaque activité? | Comment allez-vous suivre les résultats? Comment allez-vous comparer l’efficacité de chaquetactique? Comment allez-vous calculer le temps/l’argent/le nombre de contacts qu’il faut pour attirer/fidéliser chaque client/client ? |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |

|  |
| --- |
| **DÉMENTI**Tous les articles, modèles ou informations fournis par Smartsheet sur le site Web sont fournis à titre de référence uniquement. Bien que nous nous efforcions de maintenir les informations à jour et correctes, nous ne faisons aucune déclaration ou garantie d’aucune sorte, expresse ou implicite, quant à l’exhaustivité, l’exactitude, la fiabilité, la pertinence ou la disponibilité en ce qui concerne le site Web ou les informations, articles, modèles ou graphiques connexes contenus sur le site Web. Toute confiance que vous accordez à ces informations est donc strictement à vos propres risques. |