

How to Create a **Successful** Marketing Plan

Take Your Business to the Next Level



Comment faire pour créer un plan de marketing réussie

Contenu

Introduction.....	4
Pourquoi le	5
Raison pour avoir un plan de marketing	5
Composants	5
Énoncé de mission	5
Résumé	5
Compétition.....	6
Stratégies de mise en œuvre	6
Questions de taille	7
Développement	7
Participation	7
Partage et modification de votre plan de marketing	9
Votre marché	recherche dix
Recherche primaire	dix
Envoi direct	dix
Enquêtes téléphoniques	11
Entrevues personnelles	11
Frais	11
Création de votre plan de marché	12
Se préparer à rédiger le plan de marketing	12
Rapports financiers	12
Opportunités et menaces	14
La résolution des problèmes	19
Procédures	21
Objectifs marketing	23
Ventes et Finances	25
Budget	27
Suivi de l'efficacité	27
Conclusion	28

introduction

Les plans de marketing sont une composante essentielle de commencer toute activité. Ils sont utilisés comme un plan pour cartographier la manière dont vous serez en mesure d'atteindre vos objectifs d'affaires.

Un plan de marketing est non seulement nécessaire pour les nouvelles entreprises, car il peut être utilisé pour aider les programmes existants intègrent les points forts de leur entreprise bénéficie actuellement dans un effort pour mettre en œuvre des changements ou des améliorations nécessaires.

Un plan de marketing peut être mis en œuvre pour un nouveau produit ou service auquel cas il est destiné à rassembler tous les éléments nécessaires à un démarrage de marketing efficace. Il est important d'avoir un plan de marketing afin que vous puissiez déterminer où vous êtes, où vous êtes dirigé vers, et comment vous allez y arriver. Il est particulièrement important d'avoir un plan de marketing afin que vous puissiez le soumettre à des choses telles que les considérations de prêt. Dans l'ensemble, vous devriez voir votre plan de marketing comme un processus pour lequel vous avez un objectif de toute l'équipe garde simple, l'élaboration d'un calendrier, fournir une rétroaction, la mise en œuvre des révisions nécessaires, et en restant cohérent avec l'énoncé de mission.

Pourquoi la

Raison pour avoir un plan de marketing

Votre plan de marketing est une petite filiale de votre plan d'affaires. Le plan d'affaires est responsable de épelant ce que votre entreprise fait et ne fait pas aussi bien que les objectifs ultimes d'affaires. Il est plus que simplement le marketing car il traite vos emplacements, le financement, la dotation en personnel et des alliances stratégiques. Il comprend également votre vision. Dans l'ensemble, pensez au plan d'affaires comme la pierre angulaire de votre entreprise. Pour les nouvelles mesures de marketing ou d'affaires, vous devez modifier le plan d'affaires ou de marketing. Votre plan d'affaires devrait encourager un environnement où votre plan de marketing peut se développer, donc à la fois devrait bien réfléchir sur l'autre.

Composants

Il y a beaucoup de composants à un plan de marketing. Le premier élément est un énoncé de mission. À la suite de cela devrait être un résumé. Après le résumé devrait être une analyse interne ou externe. Vous devez inclure les objectifs après ce point, suivi de stratégies de marketing. Une fois que vous avez déterminé vos stratégies de marketing que vous devez identifier vos ressources, un plan de mise en œuvre, un budget marketing, et les méthodes d'évaluation.

Énoncé de mission

L'énoncé de mission doit contenir une description claire de l'identité organisationnelle, pour ce que l'entreprise vise, ainsi que ce qui se traduit votre organisation cherche. L'énoncé de mission doit faire plus que simplement décrire qui fait partie de l'organisation. Il faut réfléchir sur la perception interne et externe d'une manière qui est comprise par tous.

L'énoncé de mission devrait parler à ce qui motive l'organisation et la façon dont les choses sont accomplies au sein de l'organisation. Dans l'ensemble, l'énoncé de mission doit être simple.

Résumé

Le résumé agit comme un aperçu qui est lisible et concis et résume les principaux objectifs de votre plan de marketing.

L'analyse interne fournit l'arrière-plan de l'entreprise, les états actuels, les orientations futures, les ressources actuelles, ainsi que les forces et les faiblesses de l'entreprise. L'analyse externe comprend l'économie, la démographie, les tendances, la concurrence et les marchés cibles. En ce qui concerne, vous opportunités et les menaces devez comprendre que l'environnement produira à la fois. Vous devez estimer la probabilité, en se basant sur les graves de ne pas grave, ainsi que probablement très peu probable.

Le résumé doit être bref, une seule page, et situé à l'avant du plan de marketing. Il devrait utiliser des phrases courtes, des puces, ainsi que des points de balle pour les grands enjeux. Il faut préciser à besoin de savoir ce que quelqu'un la lecture de votre plan de marketing afin de donner un sens de tout cela.

Le résumé doit fournir aux lecteurs une description concise des plans à venir pour votre entreprise pendant l'ébullition aussi bas vos principales pensées. En général, ce résumé est écrit après l'achèvement du plan de marketing.

Compétition

Vous devriez aussi mentionner qui sont vos concurrents, quels sont leurs produits et / ou services disposent, leur prix, leur emballage et leur promotion. Vous devez énumérer les forces et les faiblesses de vos concurrents et comment vous êtes différent.

La section des clients et des marchés cibles devrait inclure les clients actuels et potentiels, les exigences du client, ainsi que les pôles de marché. Pour les stratégies de marketing, vous devez inclure les clients, les marchés cibles, les programmes, les services, l'emballage, le prix et la promotion.

Stratégies de mise en œuvre

Les stratégies de mise en œuvre devrait comprendre les étapes, les responsabilités, les délais et le budget. Le budget marketing devrait inclure la publicité, les médias, le publipostage, les bases de données, l'impression, la production et diffusion possible.

Lorsque vous évaluez votre plan de marché, vous devez comprendre votre mesure de succès, l'achèvement des dates d'action, la réalisation des objectifs et des stratégies, les résultats, ainsi que de nouveaux clients, les clients réguliers, la taille moyenne de vos contrats et revenus.

Questions de taille

La taille de votre plan de marketing dépend de la taille de votre entreprise. Si vous exécutez une petite entreprise, vous pouvez créer généralement un plan de marketing qui ne dépasse pas une poignée de pages, alors qu'une grande entreprise peut avoir un plan de marketing qui se déroule sur une centaine de pages. Dans les deux cas, le plan de marketing doit être placé dans un classeur où il peut être fait référence au moins tous les trimestres, mais nous espérons que tous les mois. Une section peut être placée dans le plan de marketing pour les rapports mensuels sur des choses telles que les ventes et la fabrication pour des raisons de suivi des performances que vous suivez votre plan. Un plan de marketing devrait couvrir la durée d'un an. Ceci est parce que les marchés évolueront, les gens changeront, les clients partiront, tout comme les gens.

Il est utile d'inclure une section dans votre plan de marketing qui porte sur deux ou quatre segments de l'année. Si oui ou non vous faites cela, la majeure partie de votre plan de marketing devrait aborder l'année à venir.

Développement

Vous devez vous assurer que vous avez deux mois pour écrire le plan avant de finaliser et de publier, même si le plan de marketing est à seulement quelques pages. Le développement du plan est le plus difficile. L'exécution du plan apportera avec elle remet en question, mais le plus grand défi est de décider ce que votre entreprise doit faire sur le marché et comment le faire. En général, un plan de marketing commencera par la première de l'année ou avec l'ouverture de l'exercice si elles ne sont pas les mêmes.

Participation

Tout le monde dans votre entreprise devrait voir le plan de marketing. Il y a beaucoup d'entreprises qui souhaitent garder leurs plans de marketing secrets parce qu'ils ont honte d'eux, ou ils pensent que les informations qui y sont contenues leur donne un avantage concurrentiel. Cependant, le marketing ne peut se faire sans faire participer les gens. Quelle que soit la taille de votre entreprise pourrait être, vous devez vous assurer les commentaires de tous les aspects de votre entreprise, y compris les finances, le personnel, l'approvisionnement, la fabrication, etc ... CONNAÎTRE toutes les facettes de votre entreprise impliquée dans le processus est important pour de nombreuses raisons.

Une partie d'avoir une entreprise décentralisée est que vous pouvez rechercher des processus décisionnels qui facilitent tous les membres de l'organisation, dans le but de faire en sorte que tous les membres se sentent comme si elles font partie de l'organisation.

En permettant à chaque employé de contribuer d'une certaine façon ou d'une autre, ils se sentent tous comme si ils sont une meilleure partie de l'organisation et que ce travail plus difficile de voir les projets auxquels ils ont contribué à travers. Depuis que notre entreprise ne fait pas face à une crise, il n'y a pas besoin d'employer la prise de décision centralisée.

Même avec des décisions comme un plan de marketing annuel, l'entreprise aura moins de risques associés à la puissance de dispersion uniforme, ce qui contribue également à réduire les niveaux de gestion, les stratégies de communication et de meilleures relations de bureau.

Les employés sont plus motivés à faire pour l'organisation dont ils font partie, car ils savent que, en partageant leurs idées, ils améliorent l'organisation. Ils se sentent comme si leurs actions peuvent améliorer les aspects inefficaces de l'entreprise sans avoir à prendre une idée vers le haut, alors que tous les niveaux de gestion sont en mesure d'utiliser leurs connaissances et de l'expérience dans leurs divisions respectives.

Profitant de la prise de décision de tous les employés crée l'occasion pour la créativité de pointe et une meilleure division du travail. Une gestion décentralisée permettra à votre entreprise de diversifier les aspects de la société que nous ne pourrions pas faire autrement.

Les gestionnaires peuvent être encouragés à utiliser leurs propres équipes et chaque équipe peut être responsable d'un aspect individuel du plan de commercialisation ou d'examen du plan de marketing. Il y a aussi des équipes pluridisciplinaires qui travaillent au sein de toutes les divisions assurant que tous les employés accomplissent des tâches ci-dessus serviles, leur permettant de travailler sans cesse et être contestées en permanence les uns aux autres.

En facilitant une meilleure communication de votre entreprise en mesure d'améliorer l'efficacité au sein des ministères qui pourraient autrement omis de communiquer. Vos divisions doivent être constamment en phase avec l'autre, ce qui contribue également aux lieux de travail plus efficaces et les membres du personnel.

Vos niveaux supérieurs maintiennent toujours l'exemple général dans les grandes décisions de l'entreprise, mais d'autres petites divisions et les équipes et la direction sont responsables de leurs aspects individuels, tous se combinent pour faire une grande organisation impressionnante à partir du bas vers le haut au lieu de partir du haut vers le bas, ruisselant lentement jusqu'à ce que certaines parties atteignent les niveaux inférieurs. Ceci est la meilleure façon d'assurer une grande marketing et la participation entreprise.

Partage et modification de votre plan de marketing

Lorsque vous essayez d'impliquer tout le monde dans votre entreprise dans le processus d'édition, vous devez fournir à chacun un accès à votre plan de marketing. Merci à la technologie moderne, il y a une poignée d'options viables dans le partage du plan de marketing en tout moment, recevoir des commentaires et l'édition de groupe du plan de marketing. Il y a des forums en ligne tels que Google Documents où vous pouvez autoriser l'accès en « lecture seule » à certains aspects de la société, tandis que d'autres sont autorisés fonctions « modifier » lors de l'affichage du document en ligne.

Une autre méthode populaire pour l'affichage du groupe, le partage et l'édition de plans de marketing est Dropbox. Dropbox est un logiciel qui vous permet de synchroniser entre documents ordinateurs, iPhone, Androids, et en ligne. Vous pouvez les partager avec d'autres ordinateurs, puis de les éditer sur le Web plus tard.

Dropbox est un mécanisme utilisé pour synchroniser des fichiers entre un ordinateur de bureau principal et un ordinateur portable. Vous installez simplement sur les ordinateurs ou les iPhones que vous utilisez, puis faites glisser vos fichiers et de les déposer dans les dossiers afin qu'ils soient synchronisés entre les ordinateurs. Après avoir créé un compte utilisateur, vous pouvez vous connecter et de voir tous les ordinateurs synchronisés à votre compte.

Si vous utilisez l'interface Internet, vous pouvez voir tous les fichiers qui ont été synchronisés en ligne. Son utilisation est très simple. Vous téléchargez le logiciel, quelle que soit la version que vous voulez pour votre ordinateur, et vous créez le fichier Dropbox. Vous créez votre compte en ligne qui relie tous vos ordinateurs connectés. Ensuite, vous cliquez simplement sur le fichier que vous souhaitez synchroniser et faites-les glisser dans le fichier Dropbox et les déposer.

Ils seront ensuite synchronisées avec les autres ordinateurs et en ligne. Il y a quelques avantages à la Dropbox, y compris la libre 2 Go que vous obtenez. Il a également une grande interface Web qui le rend simple pour transférer vos fichiers et y accéder plus tard. Il est compatible avec Windows, Mac et Linux qui le rend idéal pour presque tous les utilisateurs.

Vous pouvez partager des fichiers via Dropbox et il est simple à utiliser. Si vous avez un iPhone ou un Android, alors vous avez une application mobile, vous pouvez utiliser aussi. Cependant, vous ne pouvez pas l'utiliser avec un Blackberry et les applications mobiles sont vraiment limitées. La version de base est gratuite, mais si vous souhaitez passer à 50 ou Pro 100 Pro il vous en coûtera soit par mois ou par an.

Dans l'ensemble le logiciel Dropbox est idéal pour tous ceux qui a juste besoin d'envoyer des fichiers de base ou pour les entreprises de partager des fichiers à partir d'endroits différents. Plusieurs personnes peuvent présenter des changements en même temps, à l'image de l'application des documents Google et une intégration de cloud computing. Si vous créez des documents qui ne sont pas partagées dans les dossiers publics, vous pouvez simplement inviter quelqu'un à voir et à collaborer.

En fonction de la taille de votre entreprise et les besoins des employés, vous pouvez trouver l'offre pour votre entreprise pour un prix modéré à faible.

Étude du marché en

Il est important de la recherche de votre marché, de sorte que vous avez des données pertinentes pour vous aider à résoudre les problèmes de commercialisation que votre entreprise pourrait rencontrer. Si votre entreprise est en phase de démarrage, cela est absolument nécessaire. Études de marché approfondies fonctionnent comme la pierre angulaire de toute entreprise prospère.

Sans étude de marché vous ne pouvez pas identifier des segments spécifiques au sein de votre marché et vous ne pouvez identifier lequel de vos produits et / ou services que vous sépare de vos concurrents. Que vous utilisiez des méthodes expérimentales, des méthodes d'enquête, les méthodes d'observation, ou des méthodes historiques, vous finirez avec deux types de données. La première est de données primaire qui est recueillie par une source extérieure, mais compilé par vous. Les données secondaires est compilé et organisé par quelqu'un d'autre. Ceci est la source la plus populaire des informations généralement offerts par les organismes gouvernementaux, les entreprises de l'industrie ou des associations professionnelles.

Recherche primaire

La recherche primaire peut être exploratoire ou spécifique. Dans ce dernier cas, il est destiné à être à composition non limitée afin que vous pouvez définir un problème spécifique. Il faudra des entretiens détaillés et non structurées qui comprennent des réponses longues sollicités auprès des répondants. La recherche spécifique est plus large et vise à résoudre un problème identifié par la recherche exploratoire. Dans ce cas, les entretiens sont structurés et très formel. La recherche spécifique est le plus cher des deux. Si vous envisagez d'effectuer des recherches primaires avec vos propres ressources, la première étape est de décider comment vous envisagez de remettre en question votre groupe cible. Vous pouvez le faire par entretien personnel, télémarketing, ou le publipostage.

envoi direct

Pour le publipostage, la meilleure façon de vous assurer d'augmenter le taux de réponse est de faire ce qui suit:

Faire court et doux

questionnaires d'adresses à des personnes spécifiques

questionnaires d'adresse aux personnes intéressées par le répondant Limiter le

questionnaire à deux pages

Veillez joindre une lettre de motivation de votre entreprise expliquant vos besoins Envoyer un rappel deux semaines après que le questionnaire a été envoyé par la poste avec une auto-adressée, enveloppe préaffranchie.

Réponse pour le publipostage est généralement inférieur à cinq pour cent.

Enquêtes téléphoniques

enquêtes téléphoniques peuvent être rentables, en particulier par rapport au publipostage, avec un taux de réponse plus élevé. Le coût est un tiers que des entrevues personnelles dont le taux de réponse repose environ dix pour cent. Si vous choisissez d'effectuer des recherches sur le marché par le biais des sondages téléphoniques en sorte que:

- L'enquêteur confirme le nom du répondant au début
- Pausages sont évités afin que l'intérêt ne baisse pas
- est faite le cas échéant des informations supplémentaires sont nécessaires Un appel suivi up
- Les entretiens ne divulguent pas les détails se rapportant au scrutin jusqu'à ce que le défendeur a été atteint

Le taux typique associé à des entrevues téléphoniques est cinq ou six par heure et par intervieweur. La meilleure partie de sondages téléphoniques est que vous pouvez couvrir une large géographique avec un taux relativement peu coûteux, d'autant plus que les taux de téléphone sont moins pendant certaines heures.

Entrevues personnelles

Avec des interviews personnelles, vous trouverez deux types. La première est l'enquête du groupe tandis que le second est l'interview en profondeur. L'enquête du groupe est généralement réservé aux grandes entreprises lors de leur remue-ménages des modifications de produits ou de nouvelles idées que les résultats des enquêtes de groupe peuvent dicteront d'acheter des préférences, ainsi que les décisions d'achat des populations particulières. L'entretien de la profondeur est d'un entretien en tête-à-tête dans lequel l'enquêteur travaille avec une petite liste de contrôle. Ces entretiens peuvent être concentrés ou non directive. interviews ciblées comprennent une liste pré-définie. Avec une entrevue en profondeur non directive, les enquêteurs encouragent les répondants à discuter de sujets particuliers, mais avec très peu de questionnement. Cette conception encourage l'intimée à diriger l'entrevue.

Frais

Lorsque l'on considère que les enquêtes devraient être utilisées que vous devriez garder à l'esprit les coûts liés à chacun.

Pour diffusion, les coûts sont contenus dans l'impression, les enveloppes, les frais postaux, lettres de motivation, ainsi que le temps des chercheurs, des incitations, et le temps pour l'analyse et la présentation. Pour les enquêtes téléphoniques, vous devez prendre en compte les coûts pour les frais de l'intervieweur, frais de téléphone, le coût de la préparation du questionnaire, le temps des chercheurs, ainsi que le coût de l'analyse et de la préparation des résultats.

Les entrevues personnelles engagent des dépenses en fonction des coûts d'impression, cartes si elles sont nécessaires,

les incitations, les frais de l'intervieweur, le temps des chercheurs, ainsi que le coût pour l'analyse et la présentation.

Les discussions de groupe vous coûtera en fonction des frais de l'intervieweur, le recrutement de frais, louer une salle de conférence ou un autre établissement, le temps des chercheurs, des incitations, des supports d'enregistrement et l'analyse finale et la présentation.

Création de votre plan de marché

Peu importe comment vous organiser votre plan de marketing, il devrait être facile à comprendre par tous. Vous voulez vous assurer que tout le monde dans votre entreprise a accès au document à la fois physiquement et linguistiquement.

Se préparer à rédiger le plan de marketing

Il y a des informations vitales que votre entreprise aurait dû recueillir avant la rédaction du plan de marketing. Si vous avez tout ce que vous avez besoin avant de vous asseoir pour écrire, vous serez en mesure d'éviter d'interrompre le processus d'écriture et processus de réflexion. La première chose que vous devriez avoir lors de la préparation à écrire le plan de marketing est:

Rapports financiers

Ceux-ci devraient être profits et pertes, le budget de fonctionnement, ainsi que les chiffres des ventes récentes relatives à chaque produit et par région pour l'année en cours, ainsi que les trois dernières années. Si votre entreprise est nouvelle, alors vous devriez avoir des rapports financiers aussi longtemps que votre entreprise a été en affaires, ou les rapports estimés. La prochaine chose que vous devriez avoir est:

Liste de chaque produit ou service

Cela devrait tout inclure dans votre ligne actuelle ainsi que vos marchés cibles. La troisième chose que vous devriez avoir quand vous préparez à écrire votre plan de marketing est:

Une table d'organisation

Cela est particulièrement pour les grandes entreprises. Si votre entreprise a moins de cinq employés, alors vous n'avez pas besoin de cette section. Après cela, vous devez inclure:

Votre compréhension du marché actuel

Cela inclut une liste de vos frontières géographiques, vos concurrents, les clients à qui vous vendez, tous les canaux de distribution que vous avez déjà, les données démographiques, ainsi que des informations relatives à l'évolution de vos marchés actuels soit produits liés ou démographiques connexes.

Il serait prudent de demander à l'un des employés actuellement dans les relations clients ou des ventes à la liste les principaux points qui devraient être inclus dans le plan de marketing à venir. Il est pas nécessaire d'inclure tous les points essentiels, mais en prenant un peu en compte est agréable. Chapitre Fourteen: Situation du marché

Le terme « situation du marché » fait référence à la meilleure description de l'état actuel de votre marché actuel. Cette section devrait inclure les réponses suivantes:

- Quels sont vos produits ou services actuels?
- Quelles sont vos lignes de produits actuels ou des lignes de service?
- Quelle est la taille du dollar de votre marché actuel ou vos marchés?
- Quel est votre chiffre d'affaires mis en place?
- Quelle est votre distribution mis en place?
- Dans quelle zone géographique que vous vendez?
- Quelle est la population de votre public?
- Quelles sont les caractéristiques démographiques de votre public?
- Quels sont les niveaux de revenus de votre public?
- Qu'est-ce que les concurrents avez-vous sur ce marché?
- Comment bien avoir vos produits vendus historiquement?

Une section de la situation du marché dans votre plan de marketing pourrait se présenter comme suit: Markus and Associates est

un cabinet d'avocats a commencé en

1988. Nous fournissons des services juridiques aux particuliers et aux entreprises de moins de 700 000 \$ en ventes annuelles. Nous fournissons un soutien juridique à ces mêmes entreprises. Notre marché est Jacksonville, en Floride, et sa banlieue ouest.

Pour le marché des particuliers, nos clients sont généralement dans la tranche de revenu 85000 \$ et plus, ou ils sont à la retraite avec un actif de 250 000 \$ ou plus. Pour le marché des entreprises, la plupart de notre travail est pour dépanneur indépendant.

À l'exception d'une période pauvre de 1991 à 1993, Markus and Associates a connu une croissance constante depuis sa création. Les ventes brutes en 1998 ont été 165 000 \$.

La concurrence pour notre marché immédiat est un groupe de six entreprises à peu près comparable à notre société. Une seule de ces entreprises, McCormick juridique, a intérêt à se vendre. Nous croyons que nous occupons le troisième rang dans le groupe des concurrents, derrière McCormick. Nous avons une position forte dans la partie dépanneur de notre entreprise.

En général, l'équipe de direction de la tête aura cette information, mais maintenant vous devez écrire. Le plan marketing est où vous pouvez tirer toutes les informations pertinentes ensemble et justifier vos actions pour l'année suivante. Dans le plan de marketing, vous devriez considérer la façon dont chacun de vos services ou chacun de vos produits par rapport aux produits et services de vos concurrents. Vous devez déterminer s'il existe des possibilités dans le marché que ni vous, ni vos concurrents étudie actuellement. En outre, tout en se préparant à écrire le plan de marketing, vous découvrirez que les différents membres de votre entreprise auront des idées différentes sur la situation actuelle et les éléments qui s'y trouvent. Vous pouvez utiliser cette occasion pour comparer les différents aspects du marché les uns aux autres.

Opportunités et Menaces

Il y a toujours de bonnes et de mauvaises conséquences dans le marché actuel. Vous devriez considérer les questions suivantes pour déterminer les opportunités et les menaces sur le marché actuel:

- Quelles sont les tendances du marché travaillent contre vous?
- Y a-t-il menace les tendances concurrentielles?
- Vos produits actuels préparés pour réussir sur le marché actuel comme ils existent en ce moment?
- Quelles sont les tendances du marché travaillent en votre faveur?
- Quelles tendances de la concurrence travaillent en votre faveur?
- Vos données démographiques actuelles de la place du marché de travail pour ou contre vous? Vous pouvez trouver cette

information de partout. Vous pouvez commencer par la ville et des publications d'affaires publiques, vous pouvez parler avec des journalistes locaux d'affaires, vous pouvez parcourir les chambres de publications de commerce. Vous pouvez également contacter différents fabricants, lire des revues spécialisées, ou parler aux professionnels au sein de votre association. Si votre entreprise crée simplement un plan de marketing pour l'année à venir, il est important de régler les problèmes qui ont été rencontrés au cours de l'année dernière dans un effort pour créer et mettre en œuvre des stratégies pour les surmonter à l'heure actuelle. Considérez le scénario suivant à l'année précédente:

Dans un récent projet (source: Connexions du projet, 2010), une société avait signé un contrat avec un développeur de logiciel externe (fournisseur) pour fournir le code logiciel (logiciel) qui serait utilisé quotidiennement par les clients. Sur ce premier projet principal avec le vendeur, les problèmes ont été rencontrés en raison des horaires en mouvement rapide, début des malentendus sur les exigences, les changements de gestion au milieu, et un peu de performance peu fiable pour les délais. Alors que l'équipe a approché le temps de libérer le code de contrôle qualité final avant

libération, la fonctionnalité du système qu'ils ont livré était pas tout ce que nous avions envie ou besoin. Mais le temps était court et la société a déménagé en testant cette première version. Le développeur extérieur était bien sûr nécessaire pour soutenir l'équipe de logiciels en interne au cours des essais, avec rotation rapide sur tous les bugs restants. Malheureusement, les problèmes et les difficultés qui travaillent ensemble sur le premier cycle de développement avaient déjà créé une relation tendue. Au moment où les équipes étaient prêtes pour les tests de validation (une étape importante dans le développement de logiciels pour voir que cela fonctionne), l'environnement de l'équipe était en proie à des tensions, certains pointer du doigt et de bouc émissaire, et unpleasantness général. Dans cet environnement difficile fut la découverte, lors de tests d'assurance qualité, d'un bug logiciel qui causerait des problèmes horribles dans certains scénarios d'utilisation des clients. Le code logiciel en question a été prévue pour son premier déploiement et l'utilisation des clients en un mois. Une note interne décrivant cet état de choses a été mis en circulation, et une panique faible, qui gronde a commencé dans les virages techniques de la société. Les considérations politiques ont gardé le projet dans les limbes pendant deux semaines après la note de service a été publié. Des rencontres avec la direction de haut niveau du fournisseur ont finalement abouti à l'assemblage d'une équipe de projet augmentée pour faire face rapidement le problème. D'ici là, les équipes avaient 12 jours pour la conception, complète, tester et mettre en œuvre les changements de code logiciel nécessaires. N'a jamais eu un délai planait si grand ou semblait si injoignable. la panique qui gronde a commencé dans les virages techniques de la société. Les considérations politiques ont gardé le projet dans les limbes pendant deux semaines après la note de service a été publié. Des rencontres avec la direction de haut niveau du fournisseur ont finalement abouti à l'assemblage d'une équipe de projet augmentée pour faire face rapidement le problème. D'ici là, les équipes avaient 12 jours pour la conception, complète, tester et mettre en œuvre les changements de code logiciel nécessaires. N'a jamais eu un délai planait si grand ou semblait si injoignable. la panique qui gronde a commencé dans les virages techniques de la société. Les considérations politiques ont gardé le projet dans les limbes pendant deux semaines après la note de service a été publié. Des rencontres avec la direction de haut niveau du fournisseur ont finalement abouti à l'assemblage d'une équipe de projet augmentée pour faire face rapidement le problème. D'ici là, les équipes avaient 12 jours pour la conception, c

Il est important que l'entreprise soit en mesure d'indiquer les problèmes qui se sont produits, déterminer comment l'entreprise aurait pu les éviter, donner des conseils au chef de projet de ce projet sur la façon dont la planification du projet aurait pu être fait. En outre, faire des recommandations pour les futurs projets de ce type en ce qui concerne le cycle de vie du projet, la gestion des parties prenantes et la création d'équipes efficaces de projet, puis de déterminer quels étaient les risques de ce projet et comment auraient-ils pu être évités, ainsi que quelles étaient les lacunes le travail du chef de projet et comment pourraient-ils être évités à l'avenir.

Les problèmes qui se sont produits ont commencé avec le fait qu'il y avait des horaires en mouvement rapide, l'adhésion à ce qui a été soit pas fait ou pas pourrait être fait. Il y avait des malentendus entre l'entreprise et le développeur de logiciels en dehors sur les exigences. Au milieu du projet, il y avait des changements à la direction. Pour certains délais étaient là performances peu fiables.

La fonctionnalité du système livré n'a pas été à la hauteur de la durée de libération. Ce ne fut pas ce que l'entreprise voulait ou avait besoin. Cela posait d'autres problèmes parce qu'il y avait un temps limité et l'entreprise a dû respecter la date limite pour les essais de la première version.

Parce que le développeur extérieur était encore un élément nécessaire pour les essais, ils

avait besoin d'être là pour l'équipe de logiciels en interne au cours de la période d'essai. Il y avait un délai d'exécution rapide pour éliminer les bugs qui ont placé une pression supplémentaire. En raison des problèmes mentionnés ci-dessus et les difficultés entre l'entreprise et l'équipe du logiciel extérieur au cours du premier cycle de développement il y avait une relation tendue.

La période suivante a été le test de validation qui a été une étape importante pour déterminer si le développement de logiciels ou non travaillé. Avec les tensions entre les milieux de l'équipe, il y avait pointer du doigt et de bouc émissaire, et unpleasantness général entre les deux.

Au cours de la période de tests d'assurance qualité, ils ont découvert qu'un bug logiciel existait qui causent des problèmes horribles dans des scénarios spécifiques de clients pourraient utiliser. Le déploiement du code logiciel a été prévu pour une semaine à partir de cette date alors que l'utilisation du client était prévue pour un mois à compter de cette date causant la panique parmi l'environnement déjà rift. Après cela, une note interne distribuée et tous les coins techniques de la société a commencé à paniquer.

Il y avait des considérations politiques en ce qui concerne le projet qui a pris deux semaines de temps après la date de la note publiée. Après cela, les réunions avec la direction de haut niveau du fournisseur ont finalement abouti à l'assemblage d'une équipe de projet augmentée pour faire face rapidement le problème. Cependant, en ce moment, les équipes avaient seulement 12 jours restants pour la conception, complète, tester et mettre en œuvre les changements de code logiciel nécessaires, un délai qui englobe les plus inaccessibles et les grandes échéances du passé.

Il y a une myriade de choses qui aurait pu être fait pour éviter ces problèmes, pris chacun à différentes étapes du processus. Dans les phases initiales, compte tenu du fait que les horaires ont été en mouvement rapide et entraînant avec des personnes incapables de les rencontrer, cela aurait pu être un problème avec un manque de compréhension en ce qui concerne les horaires ou les horaires étant littéralement trop serré.

Si le problème était l'ancien alors il aurait pu être évité en parlant avec toutes les parties prenantes et de recevoir une confirmation écrite de leur compréhension des délais et des exigences dans ces délais. Si ce fut ce dernier, alors une communication plus fréquente entre l'entreprise et les concepteurs de logiciels en dehors aurait été prudent de sorte que les obstacles en termes de délais pourraient être atteints de front. Si, par exemple, les concepteurs extérieurs avaient un problème dans les trois premiers jours, cette question pourrait être présenté à la direction de la société qui les embauche et ils pourraient réévaluer leurs délais globaux pour faire en sorte que le logiciel a été conçu pour répondre à leurs normes, même si le temps nécessaire était un peu plus.

Si elles ne pouvaient pas accepter le temps supplémentaire, alors la possibilité surgirait d'engager une autre entreprise en dehors avant que les choses ont empiré. Indiquant qu'il y avait des malentendus au sujet des exigences auraient pu être résolu en exigeant les deux parties à signer

confirmation de leur compréhension des exigences afin qu'ils ne créent des conflits de plus tard dans le processus de conception.

Gestion Changement au milieu d'un projet créera des questions fondamentales entre les deux parties en raison du changement dans les styles de communication. Il aurait été préférable d'éviter ce changement tout à fait, mais si elle ne pouvait pas être évitée, alors tout le monde aurait rencontré la nouvelle direction et redéfini les horaires et les délais et les exigences.

S'il y avait des performances peu fiables pour l'une des dates-limites qu'ils auraient à la fois été arrêté. Les performances peu fiables devraient avoir été examinées et modifiées, et les délais en attente changé pour tenir compte des nouveaux changements. Si cela avait été fait alors les problèmes supplémentaires de la fonctionnalité ne répondant pas aux exigences sur le temps de libération aurait pu être évité. Toutefois, si ce point est venu, la compagnie aurait dû revenir avec les développeurs de logiciels et fait exactement où les choses ne sont pas acceptables et quels changements devaient être apportés, avait alors la société de logiciels les corriger avant la sortie.

Bien que la société avait besoin de temps et de se conformer à l'essai pour la première version, il aurait été plus prudent de corriger les problèmes imminents avant le test, peu importe le coût encouru des retards. Comme il y avait une contrainte supplémentaire créée à partir de la rotation rapide pour éliminer les bugs restants, la société aurait maintenu le développeur extérieur parce qu'ils étaient nécessaires, mais il a ajouté à eux et l'équipe du logiciel en interne si possible pour alléger le fardeau du temps contraintes, en supposant des contraintes de temps ne peuvent pas être modifiés.

Si des mesures avaient déjà été prises avant maintenant, la tension entre les deux groupes aurait pu être évitée. Cependant, sinon, il serait prudent de rappeler aux deux parties que blâmer les gens n'allait pas faire le travail et que, à ce stade, il n'a pas été une question de savoir qui était en faute, mais plutôt obtenir les problèmes résolus aussi rapidement que possible.

exercices de team building pourrait être fait pour établir de meilleures relations entre les deux parties afin que l'environnement de travail pourrait être plus propice au travail. Veiller à ce que peu de mesures ont été prises pour ramener les membres de chaque parti ensemble serait la meilleure façon de le faire.

Il pourrait y avoir des réunions de groupe dans lequel chaque côté pourrait discuter des plus grands problèmes avec le logiciel et les autres équipes, et ils pourraient travailler ensemble pour trouver des solutions à tous les problèmes.

Avec la période de validation, encore une fois, je l'espère, à ce stade les questions susmentionnées auraient pu être élaborées, mais en supposant qu'ils n'étaient pas et nous sommes arrivés à ce point avec ces problèmes, il serait prudent faire beaucoup de choses.

La première consiste à prendre le bug qui a été trouvé et immédiatement rassemblez les deux côtés ensemble pour déterminer quelles mesures seraient nécessaires par les deux parties pour éliminer le bogue. De plus, combien de temps il faudrait, et chaque partie devra signer une confirmation écrite de leur compréhension des enjeux et les délais dans lesquels ces questions devaient être résolues.

Au lieu de faire circuler tout simplement une note de service, il serait plus avantageux de réunir tout le monde à une réunion pour discuter de ces questions. Ces réunions pourraient avoir à impliquer des conférences téléphoniques si les développeurs de logiciels sont loin, mais sinon, toute considération politique à réaliser devrait être discuté avec les deux parties afin que tout le monde est au courant de ce qui est en jeu, ce qui doit être fait, quelles décisions sont considérés, quelle aide pourrait être nécessaire, et combien de temps cela prendra.

Avec la date limite plus injoignable et la plus grande quantité de travail restant, une équipe augmentée, espérons-être suffisant, mais ils auraient dû également inclus l'équipe d'origine dans l'équipe augmentée pour créer plus de mains de travail et une meilleure relation entre les groupes de travail.

Pour les futurs projets de ce type cycle de vie du projet aurait dû être créé avec toutes les parties impliquées dans un effort table ronde pour faire en sorte que tout le monde a compris et était convaincu que les délais pourraient être atteints.

La gestion des parties prenantes, pour les futurs projets de ce type, devrait avoir une meilleure communication entre eux à tout moment et le cas échéant rift commence à se former, tout le monde devrait être ramené ensemble d'une manière qui concerne tout le monde sur les questions à portée de main, le plus grand projet , et moins l'accent sur les individus et l'isolement ou la prise côté. La création d'équipes efficaces de projet signifie généralement la même chose, que tout le monde accepte ouvertement et la compréhension complète du projet et ce qu'on attend d'eux et de leurs équipes et que l'environnement de travail soit celui dans lequel ils peuvent alerter la gestion de leur statut tout au long du cycle du projet et réévaluer le cycle du projet si les contraintes de temps sont découverts.

Les problèmes avec le projet comprenaient une mauvaise communication, la mauvaise gestion, les malentendus, les conflits personnels, des relations tendues, la communication secrète, mauvaise gestion du temps et des contraintes budgétaires. Tous ces éléments sont également les lacunes de la gestion du projet. Une mauvaise communication aurait pu être évité par une meilleure gestion et de meilleures actions entre les parties pour assurer la communication. Sans obtenir une confirmation écrite et la compréhension de tous les délais du projet, alors il n'y a aucun moyen pour les travailleurs du projet pour créer des relations de travail positives au début des projets.

Cela permettrait d'atténuer les malentendus aussi. En ce qui concerne les conflits personnels, cela aurait pu être évité par de meilleures équipes gérées dont les relations n'atteindraient pas le point de contrainte si la communication a été améliorée et toutes les parties concernées ont pu discuter ouvertement des questions dans des formats groupe plutôt que par des notes de service ou de la communication secrète par supérieure échelons de managements.

Mauvaise gestion du temps pourrait être rectifié, encore une fois, avec une meilleure communication et de travail, et dans l'ensemble, les contraintes budgétaires étaient une racine principale des problèmes avec ce projet parce que sans vouloir ou avoir l'argent à dépenser sur l'extension des dates d'échéance, une pression excessive a été placée sur toutes les parties concernées.

Avec une meilleure communication et la gestion des équipes, une compréhension des contraintes budgétaires aurait pu, par inadvertance, a expliqué à toutes les parties pour lesquelles des prorogations ne sont pas autorisés.

problèmes d'adressage

Il est important de reconnaître les problèmes potentiels dans les nouvelles stratégies de marketing afin qu'ils puissent être traités dans l'avenir.

Supposons qu'un nouvel opérateur touristique national spécialisé dans les vacances de surf souhaite construire un site web interactif qui permet au client de voir en temps réel le temps, le vent, le surf et autres données relatives à leur destination. Comme une initiative nouvelle et audacieuse l'opérateur souhaite lier dans le prix de la fête avec la situation météorologique. De meilleures vagues et un meilleur temps attirent un prix plus élevé et vice versa. Il est un nouveau projet potentiellement risqué et le propriétaire de l'entreprise vous a demandé, un récent diplômé de gestion de projet, pour l'aider à la planification de ce projet.

Pour le plan de marketing se rapportant à cette entreprise, il serait produit à la liste les éléments suivants:

A) Liste des risques associés à ce projet

B) Énumérer les dix premières marches vous entreprendre dans la prestation de ce projet

Il y a beaucoup de risques associés à la construction d'un site web interactif qui permet au client de voir en temps réel le temps, le vent, le surf et autres données relatives à leur destination.

Il y a beaucoup de risques impliqués dans ce projet. En raison de l'interactivité associée à la conception du site, il y a beaucoup de défis que tout site Web interactif rencontrerait. Le site aurait besoin d'applications hébergées dans un environnement contrôlé par un navigateur. Avec le site, vous pouvez mettre à jour et maintenir les applications Web telles que les bulletins météorologiques en direct-feed.

Les problèmes potentiels comprennent avoir à développer une technologie basée sur un navigateur spécifique qui pourrait se révéler une entreprise coûteuse, compensée par les utilisateurs qui paient un abonnement mensuel au lieu de télécharger le logiciel lié à l'accès Web.

Vous pourriez avoir à embaucher un programmeur Web pour écrire l'application Web pour travailler avec votre système d'exploitation Internet qui entraînerait des frais supplémentaires. Cela peut réduire la

nombre d'erreurs dans le programme, ce qui permettra d'attirer plus de clients, mais il peut y avoir des problèmes liés à la sécurité avec les cadres du programme.

auriez-vous non seulement de développer une application qui relie tous les logiciels météo avec l'accès Web, mais vous devez prendre le risque et les coûts de la création d'un programme de paiement interactif, et une équation pour relier les coûts avec un temps, un effort qui serait doivent être constamment surveillés.

Ce site Web sacrifierait la facilité d'utilisation de base et de l'expérience utilisateur pour les mises à jour de l'interface et du temps. La question du respect des normes pourrait se poser. Comme pour tout site Web, les applications du navigateur sont tributaires de l'accès aux fichiers d'application. Ces fichiers sont situés sur des services à distance qui sont accessibles via Internet. Si leur connexion est interrompue, ils ne peuvent pas utiliser l'application. Il y a la possibilité d'une perte de flexibilité puisque les applications Web ne sont pas toujours une source ouverte. Cela signifie que les utilisateurs dépendent généralement des serveurs tiers qui signifie qu'il n'y a pas d'options pour la personnalisation. Il peut y avoir des problèmes de confidentialité liés au fait que toute entreprise peut suivre les actions des utilisateurs. Il peut y avoir des coûts indésirables logiciels associés nouveaux et les modifications nécessaires à la fonctionnalité.

Les risques associés à lier dans le prix de la fête avec la situation météorologique sont tout simplement le risque d'une perte de revenus en raison d'événements incontrôlables. Il y a aussi des risques tels que la détermination de combien de facturer pour toute situation météorologique donnée et la quantité de mesures supplémentaires il faudrait inclure dans la détermination de ce nombre. Il y a beaucoup de différents facteurs tels que la vitesse du vent, direction, etc ... Cela nécessite des détails méticuleux dans les facteurs influents et les répercussions que chacun avait sur le prix total pour les lieux de vacances. En outre, une autre question serait des gens qui réservent leurs vacances à un prix fixé en fonction de la météo et à l'arrivée les changements climatiques, l'évolution du prix avec elle. Il faudrait être stipulé pour savoir si oui ou non ils peuvent être facturés plus ou moins à l'arrivée en fonction du temps, ou si leur achat est finalisé en fonction de la météo au moment où ils réservent leurs réservations. En ce qui concerne les dix premières choses que je ferais pour ce projet, je commencerais par le type de navigateur, tel que Java ou JavaScript afin de rendre les applications possibles pour chacun des clients.

Le site aurait besoin d'une interface familière qui combine des choses telles que l'application météorologique spécifique, audio, vidéo et accès au clavier. J'établir des techniques d'usage général qui permettent des choses telles que le glisser-déposer. J'intégrer les scripts côté client afin que les clients peuvent profiter de l'expérience interactive du live-alimentation et des informations météo ce jour sans exiger systématiquement le rechargement de la page. Vous auriez à décomposer les applications nécessaires dans ce qu'on appelle communément les « niveaux ». Chacun de ces « niveaux » serait attribué un rôle spécifique. Vous recommanderiez une application à trois niveaux pour ce site avec la première présentation d'être, la deuxième application étant, et le troisième stockage être. Le navigateur Web est le niveau de présentation. La technologie de contenu Web est utilisé pour le deuxième niveau. C'est là que les mises à jour et l'interface utilisateur sont générés. Comme il est modérément

application complexe pour le temps, le troisième niveau fournirait aux utilisateurs un accès continu aux données. Étant donné que cette interface est destinée à une entreprise, vous devez élaborer une stratégie d'entreprise pour utiliser le nouveau logiciel interconnexion avec l'accès Web. Vous assurer que toutes les nouvelles fonctionnalités ont été mises en œuvre sur le serveur d'origine qui nierait la nécessité de mettre à niveau. Vous intégrer les procédures web côté serveur telles que la possibilité pour les clients à la recherche et le courrier électronique.

Vous assurer que le site a une compatibilité multi-plateforme afin qu'il puisse être utilisé que dans une fenêtre de navigateur Web.

Procédures

Comprendre quels problèmes potentiels pourraient être confrontés et comment une entreprise peut faire pour veiller à ce que les plans de marketing sont mis en œuvre est un aspect important pour un plan marketing réussi. Prenons l'exemple suivant:

Votre entreprise souhaite obtenir des données auprès des entreprises privées en ce qui concerne leur activité économique. Le projet nécessite 100 entreprises à interviewer. Ceux-ci sont divisés en 3 catégories. Le chef de projet a un délai de 2 mois et a 3 employés pour réaliser ce projet. Les résultats doivent être vérifiés par un deuxième ministère avant leur utilisation.

Pour ce projet, les parties prenantes sont le propriétaire du projet, l'équipe de gestion de projet, les trois catégories d'entreprises, le deuxième ministère du gouvernement, ainsi que l'utilisateur final des données.

Pour chaque étape du projet, il serait nécessaire de documenter la compréhension et l'accord écrit de toutes les parties concernées afin d'assurer qu'il n'y ait pas de confusion entre un groupe et que chaque partie prenante est bien conscient de leurs responsabilités et leurs dates d'échéance.

Pour la conception, vous devez diviser les cent entreprises dans les trois catégories. Après ce point, vous établirez trois équipes. Dans ce cas, il serait un employé par équipe car il n'y a que trois employés chargés de cette mission.

Ils doivent désigner un objectif spécifique pour le nombre d'entreprises interrogées par jour. Cela contribuerait à maintenir un quota uniforme.

Compte tenu du fait que le projet doit être complété et vérifié par une autre société avant la période de deux mois, il serait préférable d'acquérir les résultats aux cent entretiens le plus rapidement possible.

En supposant que chaque employé travaille cinq jours par semaine, en assurant la réalisation d'au moins un entretien par jour signifierait que les entretiens au total par salarié seraient terminés en quelques trente-trois jours, ce qui est un peu plus de six semaines, en laissant un et

une demi-semaine pour l'examen final.

Il serait plus prudent d'établir des objectifs de 1 ½ à 2 entretiens par jour pour faire en sorte que l'autre organisme gouvernemental a le temps d'examiner les entrevues. Vous gérer l'interaction des parties prenantes dans la phase de conception en surveillant la division des cent interviews et la mise en place des 3 employés par une série d'entrevues. Vous aussi vous assurer que le propriétaire du projet était au courant et que l'autre organisme gouvernemental a été informé de la période de temps où ils pourraient attendre à recevoir le travail accompli. S'ils ont déclaré qu'ils avaient besoin de travail pour examiner rapidement, alors la communication entre les trois employés seraient nécessaires pour accélérer les progrès des entrevues.

Pour la création, les trois employés devraient surveiller des progrès en ce qui concerne les interviews. Vous gérer l'interaction des parties prenantes dans la phase de démarrage en fournissant des mises à jour au propriétaire du projet, ainsi que la deuxième organisation gouvernementale.

Vous les fournir aussi souvent que nécessaire, que ce soit tous les jours, toutes les semaines ou tous les deux mois. Cela nécessiterait le maintien des mises à jour de l'équipe de gestion du projet à leur progression au cours d'une période donnée afin que les informations en cours peut être transmis à la propriétaire du projet, ainsi que la deuxième organisation gouvernementale. Pour l'accord de portée, vous devez veiller à ce que toutes les organisations, ainsi que des affaires a été informé des dates limites, les objectifs, les rapports de progrès nécessaires, et la fréquence pour tous ce qui précède.

Vous gérer l'interaction des parties prenantes dans la phase d'accord de portée en veillant à ce que chaque groupe était d'accord sur les délais nécessaires. Cela signifie que le propriétaire du projet était au courant de la date limite officielle, les entreprises ont été divisés dans quelle catégorie, quel employé de l'équipe de gestion du projet était chargé de superviser les entrevues de leur groupe désigné d'entreprises, les objectifs quotidiens de l'état d'avancement de l'entrevue, ainsi que la durée du temps nécessaire et donné à la deuxième organisation du gouvernement pour achever l'examen final.

Pour la livraison, vous devez veiller à ce que le cours des deux mois chacun des employés de l'équipe de gestion de projet répondaient à leurs objectifs en termes de quantité d'interviews quotidiennes, qu'ils établissaient des mises à jour en cours qui devaient être répercutées sur le propriétaire du projet, ainsi que la deuxième organisation gouvernementale.

Vous devez vous assurer que le propriétaire du projet recevait les mises à jour nécessaires et que la deuxième organisation du gouvernement a également tenu informé des progrès et quand ils recevraient l'ensemble du projet avec les cent interviews. Vous gérer l'interaction des parties prenantes dans la phase de livraison en vérifiant sur chacun des trois employés pour déterminer qu'ils remplissent toute nécessaire

mises à jour et qu'ils ont atteint leurs objectifs, ont uni leurs interviews au total, et les ont soumis à la deuxième organisation gouvernementale.

Pour l'examen, vous devez veiller à ce que la deuxième organisation du gouvernement a reçu les entrevues et les en revue dans leur calendrier désigné, vous gérer l'interaction des parties prenantes à l'étape de l'examen en conversant avec la deuxième organisation gouvernementale pour obtenir une confirmation écrite qu'ils ont reçu le document avec les documents d'entrevue et qu'ils examinaient. Pour l'achèvement, vous devez vous assurer que le projet achevé a été présenté au propriétaire du projet. Vous gérer l'interaction des parties prenantes dans la phase d'achèvement en vérifiant une confirmation écrite l'envoi et la réception du document complété de la deuxième organisation gouvernementale au propriétaire du projet. Ce sont des concepts simples,

Objectifs marketing

Dans une section d'objectifs de marketing de votre plan de marketing, vous devez décrire l'image future. Cette section devrait répondre que les objectifs de votre entreprise souhaite atteindre au cours de l'année suivante. Vous devez inclure un récit de ce que vous avez l'intention d'accomplir le long des données pour appuyer les objectifs. À titre d'exemple, vous pouvez commencer par ce qui suit:

La gestion stratégique a récemment élargi pour inclure la gestion de la logistique. Au sein de l'entretien de la logistique, la technologie de l'information a joué un rôle important dans la productivité. Merci aux développements complexes impliqués dans Voyage, le transport maritime, les chaînes d'approvisionnement mondiales, et fournir aux entreprises des matériaux, logisticiens ont été appelés à faire en sorte que les entreprises comme les nôtres sont en mesure d'offrir des services qui obtiennent tous leurs clients là où ils doivent être et quand.

A partir de ce stade, vous devriez être en mesure de travailler avec chaque département de votre entreprise afin de déterminer comment le groupe se sent mieux à propos de la mise en œuvre de nouvelles stratégies pour l'année à venir, ce que les choses ont fonctionné précédemment, ce progrès ont été réalisés récemment qui contribuerait à renforcer le nombre pour la l'année suivante, ainsi que la façon dont la gestion stratégique travaillerait avec le plan de marketing à portée de main.

Avec l'utilisation généralisée de la technologie, la coordination entre la gestion de la logistique a été grandement affectée. Le traitement et la communication a été améliorée, ce qui à son tour augmente interdépendances entre les différentes organisations. La technologie a créé des réseaux informatiques qui assurent la coordination entre un grand nombre de

les personnes ayant la capacité de travailler ensemble. outils informatiques et technologies de l'information ont créé une nouvelle collaboration sous la forme d'une collaboration électronique, aide à la gestion de la logistique. L'intégration efficace des technologies de l'information a construit l'engagement dans la gestion des affaires, ce qui en fait un facteur clé dans la réussite d'une gestion efficace. informatique interpersonnel a fait des processus d'organisation moins coûteuse et plus rapide. les organisations réelles peuvent considérablement réduire les coûts de leur coordination ainsi que la communication par le biais de nouvelles technologies de l'information créant radicalement des organisations plus flexibles.

Mener la gestion de la logistique des entreprises à sa plus grande capacité a été un conflit pour petites et grandes entreprises depuis leur création. Ce défi aide, la technologie a démontré un moyen efficace depuis plus de cent ans. La collaboration électronique est débattue d'avoir une communication secouru, les projets, la saisie de données, le traitement et la recherche permanente de la production. Le plan de sauvetage qui englobe tout produit maintenant scepticisme quant à son impact sur la créativité, l'efficacité et la qualité. Compte tenu de la recherche de la dernière décennie, on peut se demander si oui ou non e-collaboration a été une aide ou un obstacle; encore, l'enquête plus importante est de trouver l'équilibre pour petites et grandes entreprises entre l'efficacité et la qualité produit généré par l'avancement de ces technologies.

espaces E-collaboration destinés à des méthodes avancées de maintenir le contact avec les autres employés pendant la journée de travail et la création d'une communication instantanée, la capacité de voir la disponibilité, et de créer des conférences, générés Lotus Notes et Domino. Ces environnements étendus militaires aux entreprises à l'éducation avec le développement des environnements e-learning aux discussions de traitement classe, des projets de classe, et l'accessibilité rapide aux documents et informations par le biais de Blackboard et WebCT. Sharepoint et Documentum eRoom sont des portails supplémentaires développés spécifiquement pour le partage des documents. Bien que ces systèmes ont permis la correspondance et les transactions minimales documental, ils ont été explicité pour créer le web « composé de millions de serveurs web en fonction de la plate-forme fournissant aux utilisateurs d'accéder au contenu statique et dynamique par le biais des navigateurs Web plate-forme indépendante ». Dans l'ensemble, ce produit des systèmes basés sur un navigateur dans le web ainsi que les systèmes non basés sur navigateur antérieures des systèmes peer et client-serveur-to-peer. Ces outils innovants pour l'e-collaboration ont été créées et distribuées par des acteurs clés tels que Microsoft, IBM et Groove Networks et fortement réduit le coût de la collaboration commerciale traditionnelle. Toutes les plates-formes et systèmes mentionnés ci-dessus ont été exercées par les petites et moyennes entreprises ainsi que les entreprises dans leurs plans de marketing pour les avantages de l'innovation des produits et la gestion des infrastructures. ce produit des systèmes basés sur un navigateur dans le web ainsi que les systèmes non basés sur navigateur antérieures des systèmes peer et client-serveur-to-peer. Ces outils innovants pour l'e-collaboration ont été créées et distribuées par des acteurs clés tels que Microsoft, IBM et Groove Networks et fortement réduit le coût de la collaboration commerciale traditionnelle. Toutes les plates-formes et systèmes mentionnés ci-dessus ont été exercées par les petites et moyennes entreprises ainsi que les entreprises dans leurs plans de marketing pour les avantages de l'innovation des produits et la gestion des infrastructures. ce produit des systèmes basés sur un navigateur dans le web ainsi que les systèmes non basés sur navigateur antérieures des systèmes peer et client-serveur-to-peer. Ces outils innovants pour l'e-collaboration ont été créées et distribuées par des acteurs clés tels que Microsoft, IBM et Groove Networks et fortement

Les entreprises ont appris de tâtonnement, le jeu avec de grands coûts initiaux et simplement prédire laquelle de ces méthodes correspond le mieux à leurs besoins que la technologie se développe et leurs nouveaux plans de marketing ont été mis au point.

Correspondant par e-mail est le plus ancien de ces technologies et fonctionne encore comme moyen de collaboration asynchrone les plus acceptées pour toutes les entreprises de taille. Email

offre la possibilité de créer des listes de diffusion pour les équipes spécifiques à la fois à l'échelle nationale et internationale. Il permet un moyen d'une meilleure organisation et la communication avec tous les employés.

À partir du système électronique offre des forums de discussion en ligne utilisés pour ceux pour lesquels email n'est pas un moyen suffisant de grande communication et nécessitent des discussions plus ciblées. Ces discussions peuvent avoir lieu dans les forums en ligne permettant un meilleur suivi de la progression du projet.

Des mesures de sécurité permettent une gestion centralisée de réduire la gestion de leur liste et de créer des niveaux de visualisation, l'édition et l'accès pour les clients et les employés impliqués dans lesdits projets et forums. Le système du conseil municipal au sein des forums permet aux membres de compléter un profil en ligne, descriptif de leurs intérêts, les autres membres peuvent voir dans le but de découvrir le personnel partageant les mêmes idées. Un autre grand forum utilisé dans la plupart des systèmes actuellement intégrés dans les activités quotidiennes est l'utilisation de la messagerie instantanée (IM).

Cette expansion est la première étape pour tirer parti facilité, la rapidité et l'accessibilité sur ce marché. La messagerie instantanée est attribuée grâce à des systèmes tels que les notes de Lotus, dans le but de fournir un accès continu au personnel grâce à la collaboration synchrone. Ce portail offre une gratification instantanée que l'on est en mesure de message instantané un collègue, une fois la visualisation de leur disponibilité, si elles sont répertoriées comme disponible, occupé ou hors ligne pour éclaircir les questions mineures avec facilité. L'intégration des calendriers permet aux entreprises de mieux coordonner les fonctions de bureau et les réunions ainsi que les documents de suivi, informer les membres du groupe de nouveaux documents, et les modifications aux documents en cours. La mise en œuvre dans les caractéristiques particulières de la technologie e-collaboration produit de multiples couches de correspondance telles que le streaming vidéo dans un message instantané.

Les styles de conférence sont inclus la conférence téléphonique, qui peut relier les communautés d'affaires avec d'autres membres dans tout le pays en même temps. La vidéoconférence permet aux autres de voir non seulement les personnes avec qui ils parlent, mais aussi des objets détenus devant la caméra tels que les diagrammes ou des graphiques. Les deux types de conférence sont offerts par le Web, avec la technologie Voice Over (VOT) pour les téléphones vidéo ou Skype comme un moyen de la vidéo et le chat écrit, ainsi que via une connexion électronique pour les téléphones. Ces mesures présentent une plus grande utilisation des télécommunications et des clients internationaux.

Ventes et Finance

Vos ventes et services financiers devraient pouvoir travailler main dans la main en matière de développement des objectifs et des coûts quantifiables nécessaires pour la mise en œuvre desdits objectifs. Pour les propriétaires de petites entreprises, il est de notoriété publique que les ventes et les finances ne sont guère

capable d'interconnecter, ce qui rend la relation entre les deux impossible jusqu'à présent. Merci de partager les données de communication en ligne et le partage, les ventes et les services financiers et le personnel peut se réunir pour maintenir le meilleur crédit pour votre entreprise. Avant maintenant, ces deux départements étaient complètement séparés ou des zones. Les deux ont eu une relation difficile malgré leurs actions affectant le succès de l'autre. Les profits, les volumes d'affaires, le suivi des progrès sont toutes les composantes de la finance alors que les ventes sont dirigées vers conclure des transactions et continue de croître la base de clients. Finance est souvent responsable de l'imposition d'objectifs ambitieux en termes de restrictions commerciales.

En ce qui concerne les ventes, ces mouvements limitent leurs revenus créatif et ajouter des complications inutiles au processus de vente. Plus souvent qu'autrement, les ventes a vu Finances ne se souciant que sur les affaires de fermeture au lieu de la facturation et enregistrer avec précision.

Toutefois, pour que les entreprises de maintenir efficacement leurs transactions, y compris un débit ainsi qu'un crédit, ils doivent avoir une relation avec l'autre afin qu'il n'y ait pas d'erreurs dans la facturation, les services à la clientèle pauvres, et les processus brisés. Jusqu'à présent, des Finances n'a pas été aussi au courant de la complexité des relations avec les clients sur lesquels les ventes axé. services de vente ne sont pas heureux de passer des mois la création de bonnes relations avec les clients, pour avoir cette relation entachée par la réception d'une facture erronée du ministère des Finances.

Merci aux nouvelles technologies telles que le cloud computing, ces deux se forment une relation avec une grande communication, des réponses immédiates, et une meilleure collaboration. la comptabilité moderne a été liée à l'entreprise moderne, la formation d'une relation entre la finance et les ventes. Les deux peuvent facturer maintenant efficacement, d'améliorer les services à la clientèle, de mieux comprendre les soldes créditeurs, et collecter l'argent d'une manière plus efficace du temps.

Avant maintenant, les ventes était dépendante sur un système de gestion des relations clients en finances appel à des logiciels pour la comptabilité.

Ce logiciel a été plus souvent stocké dans un back-office, car elle exigeait l'entretien important ainsi que des infrastructures qui a conduit les entreprises à continuer à travailler avec des systèmes qui ont été une décennie ou deux ans.

Merci au cloud computing, les systèmes comptables ont augmenté et avancé pour permettre aux entreprises de travailler avec le meilleur logiciel. Cela a encouragé un état d'esprit des finances qui est centrée sur le client, beaucoup à l'appréciation des ventes.

Les systèmes de gestion de la relation client ont été intégrés dans le nuage avec le logiciel de comptabilité qui permet aux deux ministères à interconnecter, partager des données mises à la minute et la collaboration en ligne.

Cette collaboration a permis de développer le chiffre d'affaires des ventes grâce à de nouveaux comptes, un meilleur service à la clientèle, une réputation d'entreprise améliorée, et des ventes supplémentaires. Afin de définir la stratégie future, les ventes exigent une prévision du ministère des Finances qui est souvent alambiquée au buste quand rapporté.

Cette prévision dicte l'allocation des ressources et de temps. Cloud computing a créé la communication étroite entre finances et des ventes qui a permis des rapports prévisionnels plus directs.

Cela a permis à des données plus précises à échanger entre les deux ministères en maintenant les applications comptables et des applications de gestion des relations clients de travailler en synchronisation. Les réponses concernant les factures peuvent être fournies immédiatement avec le cloud computing par rapport au passé, lorsque les ventes devraient envoyer un courriel Finance et ne répondrait au client une fois qu'ils avaient reçu une réponse.

Budget

Votre plan de marketing doit inclure une section qui alloue les budgets nécessaires à chaque activité prévue cette année. Les personnes en charge de chaque sous-section de chaque nouvelle activité devraient être informées de leur budget alloué. Les coûts prévus devraient être abordés de manière objective. Si vous avez aucune expérience du budget, alors vous devez ajouter au moins 25% à toute estimation. Vous devez également inclure un budget pour les heures internes et les coûts externes. Le budget doit être maintenu sur une feuille de calcul ou dans Lotus afin qu'il puisse être manipulé tout au long du processus. Votre section budgétaire pourrait inclure les éléments suivants: Ventes brutes 140 000 \$ pour le budget marketing annuel

8045 \$

Pages Jaunes 2400 \$ Ventes lettre postale 600

\$ pour l'aide de bureau liste de diffusion 135 \$

publicité dans le magazine locale

400 \$

Publicité dans le design journal d'affaires local 1 300 \$ Brochure en

plus copywriting 420 \$ Brochure d'impression 375 \$ Un nouveau

logiciel d'étiquette postale 250 \$ Inscription pour l'exposition

d'affaires

125 \$

efficacité suivi

Afin de suivre les progrès de votre plan de marketing que l'année avancera, vous devez établir des réunions régulières. Vous devez élaborer un plan pour incorporer des ajustements, un

Plan de suivi des progrès des ventes, ainsi qu'un plan de surveillance des coûts. Vous devriez être en mesure de dire ce qui a été accompli au cours du dernier trimestre au cours de chaque réunion, combien du budget a été dépensé, et quoi d'autre est prévu pour le trimestre suivant. A chaque réunion, les rapports doivent être verbale avec une copie imprimée. Quels que soient les changements que vous décidez de mettre en œuvre en cours d'année, ils devraient être inclus dans le plan de marketing.

Conclusion

Le plan de marketing doit répondre à court terme (ce qui est un à douze mois), ainsi que le long terme (ce qui est plus de douze mois).

Il devrait décrire les objectifs majeurs de l'année, tout en analysant les mécanismes nécessaires pour atteindre ces objectifs, qui rassemble les actions à court terme avec les objectifs à long terme. Il est bon de penser au-delà de l'année à venir et inclure les prochaines années dans votre planification.

Vous devriez être en mesure d'anticiper le nombre d'employés que vous ajouterez au cours des années à venir, la quantité d'espace bureau, vous aurez besoin, si votre personnel doit subir une formation complémentaire ou la certification, si vous engagez un autre gestionnaire, si vous allez acheter majeur équipement, comment vous pouvez améliorer vos marges bénéficiaires, comment devenir actifs dans les groupes commerciaux locaux, des groupes commerciaux régionaux ou des groupes commerciaux nationaux, ainsi que la façon dont les données démographiques du marché auront une incidence sur votre entreprise à l'avenir. Dans l'ensemble, votre plan de marketing agit comme ingrédient clé d'un plan d'affaires et d'affaires.

Pour votre réussite,