

Plan marketing

Partie 1 : Projet professionnel avec fonctions prioritaires

Votre projet consiste à décrire le type de poste que vous recherchez en une courte phrase ou quelques mots d'une manière compréhensive et claire pour tous.

Après votre projet professionnel, indiquez vos fonctions (votre rôle ou les domaines qui correspondent à vos expériences et centres d'intérêts). Il s'agit de 2 ou 3 mots regroupant 3 à 5 fonctions cibles.

Exemples de projets professionnels avec fonctions prioritaires :

Gestion marketing
Développement stratégique
Etude de marché
Développement de produit

Cadre bancaire confirmé
Commercial
Conseils juridiques
Gestion des actifs
Spécialité liquidation des actifs

Responsable Ressources humaines
Développement organisationnel en restructuration d'entreprise
Besoin en personnel, recrutement
Gestion administrative du personnel
Formation

Partie 2 : Positionnement professionnel avec liste des compétences

Le positionnement (ou encore appeler « résumé de compétences ») doit être énoncé sous forme de liste. Il réunit les savoir-faire, les savoirs et les savoir-être. Ce sont les domaines dans lesquels vous disposez d'une expérience ou d'une expertise particulière. Elles peuvent être générales (gestion de projet) ou très spécifique (connaissance de la norme ISO 14001). Enumérez 3 ou 6 grands titres ou catégories qui correspondent à vos domaines d'expertises. Indiquez quelques réalisations pour illustrer vos compétences et les mettre en relief. Cela constitue une bonne façon de vous présenter aussi bien au cours des entretiens que lorsque vous vous adressez à vos contacts réseaux.

Présentation d'un positionnement professionnel :

Présentation écrite :

Je suis un professionnel du marketing avec une grande expérience en stratégie marketing et en définition de lignes de développement commercial. En tant que cadre marketing confirmé, j'ai réussi dans la direction, l'encadrement et la formation d'équipes pluridisciplinaires. J'ai une expérience de 15 ans dans une large gamme de services financiers dans le secteur bancaire, les assurances, les sociétés de courtage. Mes compétences sont :

Stratégie /ligne de développement commercial : planification stratégique, analyse des marchés, évaluation de la compétitivité, structure du secteur, identification et analyse des tendances.

Etude de marché : recherche de méthodologies qualitatives et quantitatives, sélection et évaluation de fournisseurs externes, analyse et développement du segment, élaboration de projets de recherche en lien avec la stratégie de l'entreprise.

Conception des produits et services : positionnement des produits et des services, évaluation de la compétitivité et prévision des besoins liés aux produits, stratégie des prix.

Management et communication : Travail d'équipe dans des groupes pluridisciplinaires, capable de résoudre des problèmes complexes avec des plans adaptés, encadrement et formation, bonne expression orale et écrite.

Présentation orale :

Je suis un professionnel du marketing et dispose d'expérience en stratégie ainsi qu'en définition de lignes de développement commercial. Mes points forts sont la connaissance du marché et l'analyse de la compétitivité, la méthodologie en matière de recherche quantitative et qualitative ainsi que la conception de produits. En tant que cadre commercial confirmé, j'ai réussi dans la direction, l'encadrement et la formation des équipes pluridisciplinaires. J'ai acquis une expérience de 15 ans dans une large gamme de services financiers dans le secteur bancaire, les assurances et les sociétés de courtage.

Partie 3 : Marché cible

Votre marché doit aussi définir le type d'entreprise que vous souhaitez prospector. 4 critères vous permettent de le définir :

- **La situation géographique** : elle est déterminée par vos contraintes personnelles et la demande du marché. Vous devez définir vos choix géographiques de manière à pouvoir les indiquer sur une carte comme une zone commerciale.
- **Le secteur d'activité** : il faut déterminer les secteurs d'activités dans lesquelles votre offre de services pourrait être pertinente.
- **Taille de l'entreprise** : la taille est habituellement définie soit en résultats annuels ou en nombre d'employés. La taille peut-être liée à un choix personnel (je préfère travailler dans une grande entreprise) mais elle doit avant tout prendre en compte le poste que vous recherchez.
- **Culture organisationnelle** : elle peut parfois être un facteur déterminant dans le choix du marché cible. Elle n'est généralement pas utilisée pour définir la liste initiale mais peut aider à dresser des priorités dans les entreprises cibles.

Partie 4 : Liste de cibles

Le dernier élément de votre plan marketing est l'identification d'une liste de 50 entreprises cibles.

Vous pouvez vous aider d'outils : Kompass (voir votre consultant Solerys), Site Corporama (site payant pour bénéficier de toutes les fonctionnalités), pages pro, pages jaunes, sites des CCI, annuaires d'entreprises présents sur les sites spécialisés, sites des associations et syndicats professionnels, réseaux sociaux type LinkedIn et Viadeo qui permettent d'identifier des entreprises ayant des collaborateurs avec un profil équivalent au votre,....

Exemple de plan marketing :

Prénom
Nom
Adresse
Numéro de téléphone
Adresse mail

Fonction :

Responsable environnement et sécurité sanitaire confirmé
Contrôle des dossiers Environnement internes
Conseil de surveillance
Responsable du respect des normes en vigueur/ audit environnement

Présentation du positionnement professionnel :

Expérience en gestion et conseil, direction de programmes et du personnel, gestion de projets nationaux et internationaux de protection environnementale et conduite des audits de conformité du groupe. Ai travaillé à la fois dans des entreprises du CAC40 et des petits cabinets de conseils, où j'ai géré des projets et des services, conduit les analyses en vue d'acquisitions ou de ventes, établi les directives en matière de politique environnementale et publié les résultats qui avaient un impact sur l'entreprise.

Compétences :

Management	Audit	Mesures de protection environnementale	Formation
Gestion des besoins de personnel externe et interne	Iso 14001	Evaluation du site	Responsabilité du programme de formation à la protection environnementale
Communication	Développement d'un programme pour le groupe	Agences régulatrices	Responsabilité de l'équipe d'audit
Productivité du groupe	Suivi du programme	Conseil pour les appels d'offres	Animation de la formation du site
Encadrement	Actions correctives	Recherche technologique	
		Tests en laboratoire	

Marché cible avec exemples d'entreprises cibles :

Industrie pharmaceutique : Aquatics Pharmaceuticals, Corporation, Berringer Laboratoires,...

Industrie chimique : Alpha Corp, Anon Metals, Amaroco Incorporated,...

Cabinets de consulting : Chemicals management, Concurrent medical centers,...