

Notre plan numérique : Guide d'utilisation

<p>Notre contexte d'affaires</p> <p>Décrire la mission et le domaine d'affaires de votre entreprise.</p> <p>Quelles sont les principales préoccupations de l'entreprise, les problématiques et les défis qu'elle doit prioritairement relever?</p> <p>Cernez aussi les faiblesses critiques, soit celles qui doivent être réglées ou compensées à l'avenir pour assurer l'atteinte des objectifs stratégiques.</p>	<p>Vision d'entreprise</p> <p>Quelles sont vos ambitions futures (en numérique) et quels sont les moyens que vous comptez mettre en place pour les atteindre ?</p>	<p>Objectifs d'affaires</p> <p>Préciser l'intention de l'entreprise en matière d'objectifs stratégiques poursuivis en numérique (ventes, conversion, croissance, profits, etc.), de positionnement et de développement de marché.</p> <p>Développez des indicateurs à atteindre :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Financiers (résultats de ventes globales, ventes en ligne, autres) - Satisfaction des clients - Taux de conversion - Efficience interne 										
<p>Nos fondations numériques</p> <p>Quelles conclusions tirez-vous quant :</p> <ul style="list-style-type: none"> • à l'état actuel de vos actifs numériques et vos infrastructures et applications en place : sont-ils à jour ou dépassés?) • à la capacité de vos systèmes informatiques en place pour supporter vos projets de développement numériques? • à vos processus d'affaires en place, sont-ils à améliorer (ex. gestion des opérations, service à la clientèle)? • aux compétences de vos équipes internes ou externes à faire la gestion du commerce électronique? 	<p>Stratégie concurrentielle</p> <p>Comment vous différenciez-vous dans vos marchés, physique et numérique ? En quoi votre proposition de valeur est-elle unique par rapport à vos concurrents ?</p> <p>Le numérique tient-il un rôle de soutien, de réduction des coûts ou de création d'avantages concurrentiels et de différenciation pour l'entreprise ? Comment le numérique supporte-t-il votre positionnement concurrentiel sur le marché, et comment peut-il apporter une valeur ajoutée à votre offre de services actuels ?</p>	<p>Stratégie numérique envisagée</p> <p>Qu'envisagez-vous actuellement comme stratégie numérique?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Avez-vous l'intention d'assurer une plus grande présence sur le Web ? - Envisagez-vous l'utilisation de tactiques en marketing numérique pour générer des ventes, un accroissement des visiteurs et du trafic sur votre site via les moteurs de recherche, la publicité en ligne et l'achat média (Google, Facebook, autres)? - Comptez-vous mettre en place une stratégie de contenu ainsi que des tactiques d'acquisition et de rétention de clientèle en utilisant le marketing par courriel, les médias sociaux? - Avez-vous l'intention d'exploiter les données recueillies sur vos clients afin de mieux les connaître leur profil, leurs intérêts? 										
<p>Plan d'action stratégique numérique</p> <p>Dans le tableau , décrire brièvement les principales initiatives numériques à mettre en place dans un horizon de deux ans. Par exemple, pour un nouveau projet d'entreprise, un plan d'affaires ou un plan stratégique pourrait être une première initiative. Toutes les autres initiatives numériques majeures et qui auraient un impact sur votre développement devrait y figurer</p> <table border="1" data-bbox="598 1036 1984 1393"> <thead> <tr> <th data-bbox="598 1036 934 1138">Année/ trimestre</th> <th data-bbox="940 1036 1984 1138">Principales initiatives</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="598 1143 934 1203"></td> <td data-bbox="940 1143 1984 1203"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="598 1208 934 1268"></td> <td data-bbox="940 1208 1984 1268"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="598 1273 934 1333"></td> <td data-bbox="940 1273 1984 1333"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="598 1338 934 1393"></td> <td data-bbox="940 1338 1984 1393"></td> </tr> </tbody> </table>			Année/ trimestre	Principales initiatives								
Année/ trimestre	Principales initiatives											

Notre plan numérique : [insérer le nom de votre entreprise]

Notre contexte d'affaires <ul style="list-style-type: none">• texte	Vision d'entreprise <ul style="list-style-type: none">• texte	Objectifs d'affaires <ul style="list-style-type: none">• texte										
	Stratégie concurrentielle <ul style="list-style-type: none">• texte	Stratégie numérique envisagée <ul style="list-style-type: none">• texte										
Nos fondations numériques <ul style="list-style-type: none">• texte	Plan d'action stratégique numérique <table border="1"><thead><tr><th>Année/ trimestre</th><th>Principales initiatives</th></tr></thead><tbody><tr><td> </td><td> </td></tr><tr><td> </td><td> </td></tr><tr><td> </td><td> </td></tr><tr><td> </td><td> </td></tr></tbody></table>		Année/ trimestre	Principales initiatives								
Année/ trimestre	Principales initiatives											

Notre plan numérique : Exemple Projet Mise en œuvre - Entreprise touristique

<p>Notre contexte d'affaires</p> <ul style="list-style-type: none"> Centre de plein air qui existe depuis 30 ans qui est reconnu dans la région XYZ Offre des activités en hiver (Ski de fond, raquette) et en été (randonnée pédestre, course en sentier, vélo de montagne) Offre la location d'équipements de skis de fond, raquettes, vélo de montagne Offre aussi des forfaits hébergement avec des partenaires de la région Nos faiblesses sont notre manque de connaissance en numérique et notre manque d'expérience dans l'utilisation des technologies 	<p>Vision d'entreprise</p> <ul style="list-style-type: none"> Être le leader des centres de plein-air familial de notre région 	<p>Objectifs d'affaires</p> <ul style="list-style-type: none"> Faire passer notre chiffre d'affaires de X\$ à Y\$ sur les 3 prochaines années Réservation en ligne aux particuliers et aux familles Vente et réservation en ligne à des groupes Entreprise, scolaire, autre (30% actuel) Accroissement de la visibilité et de la notoriété de notre entreprise ailleurs au Québec Augmentation du trafic et du taux de conversion sur notre site 										
<p>Nos fondations numériques</p> <ul style="list-style-type: none"> Solution logiciel maison pour la gestion des réservations et pour la gestion de la location Depuis 5 ans, les comptes clients sont informatisés dans une base de données Web Réservation possible par téléphone ou via un formulaire à remplir sur notre site Internet Utilisation du courriel pour envoyer les confirmations des réservations reçues via le site Internet ou par téléphone Les transactions par carte de crédit se font que par téléphone Équipement informatique acquis il y a environ 5 ans, entretenu par une firme externe (mise à jour serveurs, etc.). 	<p>Stratégie concurrentielle</p> <ul style="list-style-type: none"> Location d'équipements pour les particuliers, les familles et les groupes Nous visons les jeunes familles Offre des services différenciés comme le service de garderie pour les enfants entre 3 et 8 ans les weekends entre 10h et 16h 	<p>Stratégie numérique envisagée</p> <ul style="list-style-type: none"> Mise en place d'une solution de commerce électronique (réservation en ligne) sur notre site Internet Assurer une intégration avec notre système de gestion des données client centralisées Miser sur un nouvel outil pour faire du marketing par courriel pour communiquer, mieux connaître et pour fidéliser nos clients Nous allons miser aussi sur une plus forte présence sur le Web, notamment en publiant du contenu de façon régulière sur notre site Web et nous ferons de la publicité ciblée avec Google (Adwords) Nous voulons aussi assurer une présence constante sur les médias sociaux et faire le publicité via Facebook. 										
<p>Plan d'action stratégique numérique</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th data-bbox="600 1036 936 1138">Année/ trimestre</th> <th data-bbox="947 1036 1986 1138">Principales initiatives</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="600 1146 936 1227">2019 / Janvier à Avril</td> <td data-bbox="947 1146 1986 1227">Optimisation du site Internet Mise en place d'un système de réservation en ligne Mise en place d'un outil de marketing par courriel et formation de la personne responsable</td> </tr> <tr> <td data-bbox="600 1235 936 1292">2019 / Avril - Mai</td> <td data-bbox="947 1235 1986 1292">Planification de la stratégie de marketing numérique (Marketing de contenu, Marketing par les moteurs de recherche, Stratégie pour les médias sociaux)</td> </tr> <tr> <td data-bbox="600 1300 936 1357">2019 / Juin à Octobre</td> <td data-bbox="947 1300 1986 1357">Lancement graduelle des offensives et campagnes marketing (Google Adwords, Facebook Ads, remarketing, médias sociaux)</td> </tr> <tr> <td data-bbox="600 1365 936 1422">2019 / Novembre</td> <td data-bbox="947 1365 1986 1422">Analyse et mesure des résultats des offensives marketing, ajustements et optimisation pour l'année 2020</td> </tr> </tbody> </table>			Année/ trimestre	Principales initiatives	2019 / Janvier à Avril	Optimisation du site Internet Mise en place d'un système de réservation en ligne Mise en place d'un outil de marketing par courriel et formation de la personne responsable	2019 / Avril - Mai	Planification de la stratégie de marketing numérique (Marketing de contenu, Marketing par les moteurs de recherche, Stratégie pour les médias sociaux)	2019 / Juin à Octobre	Lancement graduelle des offensives et campagnes marketing (Google Adwords, Facebook Ads, remarketing, médias sociaux)	2019 / Novembre	Analyse et mesure des résultats des offensives marketing, ajustements et optimisation pour l'année 2020
Année/ trimestre	Principales initiatives											
2019 / Janvier à Avril	Optimisation du site Internet Mise en place d'un système de réservation en ligne Mise en place d'un outil de marketing par courriel et formation de la personne responsable											
2019 / Avril - Mai	Planification de la stratégie de marketing numérique (Marketing de contenu, Marketing par les moteurs de recherche, Stratégie pour les médias sociaux)											
2019 / Juin à Octobre	Lancement graduelle des offensives et campagnes marketing (Google Adwords, Facebook Ads, remarketing, médias sociaux)											
2019 / Novembre	Analyse et mesure des résultats des offensives marketing, ajustements et optimisation pour l'année 2020											