Plan d’affaires annuel

<Placer votre logo ici>

À l’intention du conseiller :

Dernière mise à jour :

Pour l’exercice se terminant le :

Table des matières

[Vision 3](#_Toc491271720)

[Mission 4](#_Toc491271721)

[Segmentation de la clientèle 5](#_Toc491271722)

Fondement de la marque et proposition de valeur  [6](#_Toc491271723)

Analyse FFOM (forces, faiblesses, occasions et menaces) [7](#_Toc491271724)

Objectifs en matière de revenus et de ventes [8](#_Toc491271725)

[Activités de marketing importantes 9](#_Toc491271726)

[Activités de perfectionnement individuel et d’équipe 10](#_Toc491271727)

[Budget 11](#_Toc491271728)

## Vision

Votre vision est une description claire et inspirante des ambitions que vous entretenez pour votre entreprise. À quoi ressemblera votre succès dans cinq ans? Projetez-vous dans l'avenir et décrivez votre entreprise. Lisez les questions suivantes et résumez vos réponses à ces questions dans votre énoncé de vision.

1. Quelle sera l'envergure de mon entreprise? Quel sera le montant des revenus produits par mon entreprise?
2. Quel sera mon rôle? Quelle structure organisationnelle doit être mise en place?
3. Quel est le profil de ma clientèle idéale?
4. Quelles seront mes réalisations?

**Énoncé de vision :**

## L'énoncé de votre vision doit être bref, concis et faire référence à une position idéale pouvant être maintenue à long terme.

## Mission

Votre mission est représentée par les activités quotidiennes que vous effectuez dans le but de répondre aux clients et de mener à bien votre vision. Il s’agit de votre raison d’être et de votre réponse aux questions sur la manière dont vous concrétiserez votre vision. Votre mission définit le spectre de vos activités en ce qui a trait aux produits, aux services et aux marchés visés. Elle vous permet de vous distinguer de la concurrence.

**Énoncé de mission :**

Tenez compte des questions suivantes, puis essayez de résumer vos réponses dans votre énoncé de mission.

* Quels sont les besoins des clients et comment puis-je les aider?
* Pourquoi les clients devraient-ils préférer faire affaire avec moi plutôt qu’avec mes compétiteurs?
* En quoi suis-je unique?
* Quelle est l’impression que je souhaite avoir sur les clients lors de nos discussions?
* Quelle est ma valeur ajoutée auprès des clients?

Segmentation de la clientèle

En supposant que vous avez déjà segmenté votre clientèle en groupes A, B et C, indiquez vos objectifs annuels à l’égard de chacun de ces segments.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Segment | Description | Ventes actuelles (%) | Nbre de clients | Objectifs |
| A (clientèle idéale) |  |  |  |  |
| B |  |  |  |  |
| C |  |  |  |  |
| Totaux |  |  |  |  |

## **Pour en savoir plus sur la segmentation de la clientèle, consultez votre gestionnaire des relations de la Financière Sun Life au sujet du programme Gestion des clients. Il s’agit d’ une approche personnalisée qui vise la croissance des affaires en aidant à cibler, segmenter et intéresser les meilleurs clients. Ce programme vous permettra de repérer des occasions dans votre portefeuille d’affaires et de former des ambassadeurs efficaces.**

Fondement de la marque et proposition de valeur

Votre marque n’est pas votre logo. Votre marque c’est ce que les clients pensent de vous. Elle englobe la perception de votre présence virtuelle et réelle.

**Pour en savoir plus sur la mise en place du fondement de votre marque, demandez la fiche descriptive «Investissez en vous en établissant votre marque» à votre gestionnaire des relations de la Financière Sun Life.**

**Votre raison d’être**

Lorsque vient le temps de définir une marque, il est facile de tomber dans le piège de parler simplement de ce que vous faites plutôt que de la raison qui vous pousse à le faire. Le temps est venu de communiquer clairement ce qui vous distingue des autres conseillers; ce que vous seul pouvez apporter aux clients est ce à quoi ils accordent le plus d’importance.

Pourquoi faites-vous ce que vous faites? Quels sont les besoins des clients auxquels répond votre entreprise?

Proposition de valeur : définissez votre proposition de valeur

|  |  |
| --- | --- |
| Qu’est-ce qui est important pour votre client idéal? | De quelle manière votre entreprise répond-elle aux besoins des clients? |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

D’après les réponses fournies ci-dessus, rédigez une brève déclaration sur la manière dont votre entreprise fournit des solutions visant à répondre aux besoins et préoccupations du client idéal. Cette déclaration est votre proposition de valeur que vous devez inclure dans la description des activités de votre entreprise.

## Analyse FFOM | **(forces, faiblesses, occasions et menaces)**

|  |  |
| --- | --- |
| Forces | Faiblesses |
|  |  |
| Occasions | **Menaces** |
|  |  |

Examinez votre entreprise de près. Se porte-t-elle bien? Présente-t-elle des faiblesses à éliminer? Y a-t-il des occasions à saisir? Qu’est-ce qui menace votre réussite? N’oubliez pas que les forces et les faiblesses sont des facteurs inhérents à votre entreprise, tandis que les occasions et les menaces sont des facteurs externes qui peuvent avoir une incidence sur votre réussite.

En vous basant sur les conclusions tirées de votre analyse FFOM, cernez les enjeux dont vous devez tenir compte et les mesures à prendre dans l'année à venir.

**En vous basant sur les conclusions tirées de votre analyse FFOM, indiquez des enjeux dont vous devez tenir compte, formulez les objectifs clés à atteindre pour l’année et précisez cette information dans votre plan d’action.**

## 

Objectifs en matière de revenus et de ventes

Indiquez vos objectifs en matière de revenus pour l’exercice commençant le \_\_\_\_\_\_\_\_\_.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | Exercice précédent | Exercice en cours | % de croissance |
| Objectifs en matière de revenus |  |  |  |
| Objectif en matière de revenus globaux |  |  |  |
| Nouvelles ventes de produits d’assurance (% ou $) |  |  |  |
| Nouvelles ventes de produits de gestion de patrimoine (% ou $) |  |  |  |
| Commissions de suivi, renouvellement d’assurance et autres revenus d’entreprise (% ou $) |  |  |  |
| Objectifs en matière de vente |  |  |  |
| Nbre de nouveaux clients |  |  |  |
| Moyenne de l’actif administré par client |  |  |  |
| Valeur moyenne du contrat d’assurance |  |  |  |

Activités de marketing importantes

Songez aux activités de marketing qui vous aideront à atteindre vos objectifs en matière de revenus et d’attraction de la clientèle cette année. Que faites-vous à l’heure actuelle que vous continuerez à faire? Avez-vous essayé de prendre des mesures qui n’ont pas donné le résultat escompté? Quelles sont les nouvelles activités que vous ajouterez cette année (le cas échéant)? À mesure que vous mettrez en place les éléments de votre plan, assurez-vous de préciser les personnes responsables de l’activité au sein de votre équipe.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Principaux événements ou appréciation annuelle de la clientèle : | Segment | Personne responsable : |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Principales activités de prospection, occasions de réseautage ou séminaires : | Segment | Personne responsable : |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Communications clés à l’intention des clients : | Segment | Fréquence : | Personne responsable : |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

**Si vous souhaitez mettre en place un plan de marketing exhaustif, demandez le document servant de modèle aux fins de l’élaboration d’un plan marketing à l’intention des conseillers à votre gestionnaire des relations de la Financière Sun Life. Ce document peut vous aider à :**

* **allouer un budget de marketing à chaque segment de clientèle**
* **mettre en place un plan d’action marketing annuel qui convient à votre budget**
* **en savoir plus sur le marketing de contenu, le marketing ciblé, l’appréciation de la clientèle, l’établissement de votre marque personnelle, en suivant les instructions étape par étape.**

Activités de perfectionnement individuel et d’équipe

Quels sont vos objectifs en matière de perfectionnement professionnel? Si vous faites partie d’une équipe, quels sont vos objectifs en matière de perfectionnement pour celle-ci?

Objectifs

Budget

Déterminez votre budget, en tenant compte de toutes les sources de financement à votre disposition. Estimez ensuite un budget précis pour vos activités prévues.

|  |  |
| --- | --- |
| Activité prévue | Budget |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

820-5061