

COMMUNICATION

Un plan commercial de 30 jours

Pour tester une première date avec un budget et un suivi limités.

La méthode, avant le modèle

1. Validez offre, capacité et circuit de réservation avant la promotion.
2. Choisissez deux canaux principaux : partenaires locaux et vidéos, par exemple.
3. Mesurez demandes qualifiées, clients payants et contribution ; les vues seules ne suffisent pas.
4. Décidez à l'avance quand modifier le message ou suspendre une dépense.

Votre exercice

Exemple fictif : 45 € de flyers, 15 visites attribuées, 3 demandes et 1 client. Coût d'acquisition imprimé : 45 €, hors votre temps. Comparez à la contribution de cette place avant de réimprimer.

Comment personnaliser

Sur le site, ouvrez ce modèle et remplacez les champs. Modifiez ensuite le texte pour votre activité. Retirez les notes internes avant envoi. Les registres sanitaires restent à adapter au procédé et à compléter lors des opérations réelles.

Ce document est une trame pédagogique : il ne constitue ni une démarche déposée, ni une autorisation, ni un contrat juridiquement validé.

VOTRE DOCUMENT DE TRAVAIL

Un plan commercial de 30 jours

PLAN COMMERCIAL - [activite]

Offre : [theme] à [ville] · Date : [date] · Prix : [prix]

Capacité et seuil de maintien : [capacite seuil]

Budget maximal de test : [budget com]

Page de réservation : [site]

JOURS 1 À 7 - PRÉPARER

Finaliser l'offre et les conditions ; tester la réservation sur téléphone.

Préparer une vidéo « geste », une vidéo « expérience » et le flyer.

Sélectionner dix partenaires réellement pertinents et documenter le motif du choix.

JOURS 8 À 14 - TESTER LOCALEMENT

Contacter les partenaires de manière personnalisée.

Déposer un petit lot de flyers uniquement dans les lieux ayant accepté.

Publier deux vidéos et répondre aux demandes reçues.

Noter le canal indiqué volontairement par chaque prospect.

JOURS 15 À 21 - CORRIGER

Relancer une fois les partenaires pertinents sans refus.

Ajouter à la page les réponses aux trois objections les plus fréquentes.

Si la réservation fonctionne mais manque de visibilité, envisager un test publicitaire limité ; sinon corriger d'abord l'offre.

JOURS 22 À 30 - DÉCIDER

Vérifier le seuil à la date annoncée et informer les inscrits.

Après séance, recueillir des retours honnêtes puis comparer prévision et réalisé.

Retirer les flyers périmés et préparer une nouvelle date seulement après analyse.

TABLEAU DE PILOTAGE

Canal	Dépense	Temps passé	Demandes qualifiées	Clients payants	Recettes attribuées
Partenaires	À compléter	À compléter	À compléter	À compléter	À compléter
Flyers	À compléter	À compléter	À compléter	À compléter	À compléter
Vidéos / réseaux	À compléter	À compléter	À compléter	À compléter	À compléter

DÉCISION

Ce qui fonctionne : [observations]

Modification à tester : [action]

Date de revue : [echeance]

AVANT UTILISATION

Relire, vérifier, conserver.

- Le budget de test est plafonné.
- La disponibilité annoncée est réelle.
- Les résultats sont rapprochés des coûts et du temps.

Mes points à finaliser

Champ / décision	Information confirmée ou vérification à faire

Action	Responsable	Échéance	Preuve

Sources et documents à obtenir

Le répertoire commenté du site indique où trouver les formulaires officiels, guides d'hygiène, coordonnées, informations de prospection et sites fournisseurs. Utilisez la version actuelle correspondant à votre activité.

<https://atelier-luigi-formation.lululuilu.chatgpt.site/formation/kit#sources>

Ne saisissez pas de résultats de contrôle fictifs dans un registre destiné à votre activité. Les exemples commerciaux ne garantissent pas un nombre de clients.