

# Plan d'action — plkj

Plan d'action (export HTML · PDF · Agenda)

## Semaine 1: Lancement du projet

### Objectifs

- Mise en place des bases du projet

### Tâches

- Créer comptes publicitaires — marketing (3.0 h • J+2) — Créer des comptes sur GA4, Google Ads, Meta/TikTok
- Installer balises de suivi — tech (2.0 h • J+3) — Installer Pixel/Tag Manager sur le site
- Lister mots-clés — marketing (2.0 h • J+4) — Identifier 10 mots-clés et questions clients
- Réunion de kick-off — fondateur (1.5 h • J+1) — Organiser une réunion de lancement avec l'équipe
- Définir objectifs hebdomadaires — fondateur (1.0 h • J+5) — Établir les objectifs pour chaque semaine

### KPIs

- Nombre de comptes créés
- Nombre de mots-clés listés

## Semaine 2: Création de contenu

### Objectifs

- Développer le contenu marketing

### Tâches

- Écrire page d'atterrissage — marketing (3.0 h • J+2) — Rédiger une page d'atterrissage claire et engageante
- Rédiger annonces Search — marketing (2.0 h • J+3) — Créer 2 annonces pour les campagnes Search
- Préparer visuels/vidéos — marketing (2.5 h • J+4) — Créer 2 visuels/vidéos simples pour les campagnes
- Réunion hebdomadaire — fondateur (1.0 h • J+1) — Organiser un point hebdomadaire avec l'équipe
- Valider contenu marketing — fondateur (1.5 h • J+5) — Valider le contenu marketing créé avec l'équipe

## KPIs

- Nombre de pages créées
- Nombre d'annonces rédigées

## Semaine 3: Lancement des campagnes

### Objectifs

- Lancer les premières campagnes publicitaires

### Tâches

- Lancer campagnes Search — marketing (2.5 h • J+2) — Démarrer les campagnes Search et Social
- Activer suivi des conversions — tech (2.0 h • J+3) — Configurer le suivi des conversions sur les campagnes
- Créer formulaire capture email — tech (1.5 h • J+4) — Mettre en place un formulaire pour capturer les emails
- Réunion hebdomadaire — fondateur (1.0 h • J+1) — Organiser un point hebdomadaire avec l'équipe
- Analyser résultats campagnes — marketing (2.0 h • J+5) — Évaluer les performances des campagnes lancées

## KPIs

- Nombre de campagnes lancées
- Nombre de conversions

## Semaine 4: Optimisation et suivi

### Objectifs

- Optimiser les campagnes et suivre les performances

### Tâches

- Séquence d'accueil email — marketing (2.5 h • J+2) — Créer une séquence d'accueil de 3 emails
- Retargeting visiteurs — marketing (2.0 h • J+3) — Mettre en place le retargeting pour les visiteurs des 30 derniers jours
- Tableau de bord simple — data (2.0 h • J+4) — Créer un tableau de bord pour suivre leads et coûts
- Réunion hebdomadaire — fondateur (1.0 h • J+1) — Organiser un point hebdomadaire avec l'équipe
- Valider optimisation campagnes — fondateur (1.5 h • J+5) — Valider les optimisations apportées aux campagnes

## KPIs

- Taux de conversion

