

Plan d'action — space

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

Semaine 1: Lancement initial et mise en place

Objectifs

- Créer une base solide pour le projet

Tâches

- Organiser la réunion de kick-off — fondateur (3.0 h • J+1) — Planifier et animer la réunion de lancement avec toutes les parties prenantes.
- Créer les comptes nécessaires — marketing (4.0 h • J+2) — Ouvrir les comptes GA4, Ads, Meta/TikTok, email pour le suivi et la communication.
- Installer les balises de suivi — tech (3.5 h • J+3) — Implémenter Pixel et Tag Manager sur le site pour le suivi des conversions.
- Lister les mots-clés et questions clients — marketing (2.5 h • J+4) — Identifier 10 mots-clés et 10 questions fréquentes des clients potentiels.
- Vérifier la conformité RGPD — juridique (2.0 h • J+5) — S'assurer que toutes les pratiques de collecte de données respectent le RGPD.

KPIs

- Nombre de comptes créés
- Nombre de réunions tenues

Semaine 2: Développement des outils marketing

Objectifs

- Préparer les outils de communication et de marketing

Tâches

- Rédiger la page d'atterrissage — marketing (5.0 h • J+1) — Créer une page d'atterrissage claire et engageante pour le site.
- Écrire des annonces Search — marketing (3.0 h • J+2) — Rédiger deux annonces pour les campagnes de recherche.
- Créer des visuels/vidéos — marketing (4.0 h • J+3) — Préparer deux visuels ou vidéos simples pour les campagnes.
- Configurer le CRM — tech (3.5 h • J+4) — Mettre en place le CRM pour gérer les contacts et les leads.
- Préparer le plan de contenu social — marketing (3.0 h • J+5) — Développer un plan de contenu pour Instagram et TikTok.

KPIs

- Nombre de pages créées
- Nombre de visuels prêts

Semaine 3: Lancement des campagnes et tests

Objectifs

- Lancer les premières campagnes marketing

Tâches

- Lancer les campagnes Search et Social — marketing (4.0 h • J+1) — Démarrer les petites campagnes sur les moteurs de recherche et les réseaux sociaux.
- Activer le suivi des conversions — tech (3.0 h • J+2) — Configurer le suivi des conversions pour mesurer les performances.
- Créer un formulaire de capture email — tech (2.5 h • J+3) — Mettre en place un formulaire pour capturer les emails des visiteurs.
- Analyser les premiers résultats — data (3.5 h • J+4) — Évaluer les performances initiales des campagnes et ajuster si nécessaire.
- Réunion de suivi hebdomadaire — fondateur (2.0 h • J+5) — Tenir une réunion pour discuter des progrès et des ajustements nécessaires.

KPIs

- Nombre de campagnes lancées
- Taux de conversion initial

Semaine 4: Optimisation et engagement client

Objectifs

- Améliorer les campagnes et engager les clients

Tâches

- Créer une séquence d'accueil email — marketing (3.0 h • J+1) — Développer une séquence de 3 emails pour accueillir les nouveaux contacts.
- Configurer le retargeting visiteurs — marketing (3.5 h • J+2) — Mettre en place une campagne de retargeting pour les visiteurs des 30 derniers jours.
- Créer un tableau de bord simple — data (4.0 h • J+3) — Développer un tableau de bord pour suivre les leads et les coûts.
- Analyser les retours clients — support (3.0 h • J+4) — Collecter et analyser les premiers retours clients pour améliorer le service.
- Réunion de bilan et ajustements — fondateur (2.5 h • J+5) — Organiser une réunion pour faire le point sur les résultats et ajuster les stratégies.

KPIs

- Taux d'engagement client
- Amélioration du coût par contact