

Plan d'action — ImmoPredict

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

Semaine 1: Lancement du projet

Objectifs

- Mise en place des bases du projet

Tâches

- Créer comptes GA4 et Ads — marketing (2.0 h • J+1) — Créer les comptes Google Analytics 4 et Google Ads pour le suivi des performances.
- Installer balises Pixel/Tag Manager — tech (3.0 h • J+2) — Installer les balises de suivi Pixel et Tag Manager sur le site web.
- Lister mots-clés et questions clients — marketing (2.5 h • J+3) — Identifier 10 mots-clés et 10 questions fréquentes des clients potentiels.
- Réunion de kick-off — fondateur (1.5 h • J+1) — Organiser une réunion de lancement avec toutes les équipes pour aligner les objectifs.
- Vérification conformité RGPD — juridique (2.0 h • J+4) — S'assurer que toutes les pratiques sont conformes au RGPD.

KPIs

- Nombre de comptes créés
- Installation des balises

Semaine 2: Développement des supports marketing

Objectifs

- Création des supports de communication

Tâches

- Écrire page d'atterrissage — marketing (3.5 h • J+2) — Rédiger une page d'atterrissage claire et concise pour le site.
- Rédiger annonces Search — marketing (2.0 h • J+3) — Créer deux annonces pour les campagnes Google Search.
- Préparer visuels/vidéos — marketing (3.0 h • J+4) — Concevoir deux visuels ou vidéos simples pour les campagnes.
- Réunion hebdomadaire — fondateur (1.0 h • J+1) — Réunion pour faire le point sur l'avancement des tâches.
- Validation conformité juridique — juridique (1.5 h • J+5) — Valider les supports marketing avec l'équipe juridique.

KPIs

- Nombre de pages créées
- Nombre d'annonces rédigées

Semaine 3: Lancement des campagnes tests

Objectifs

- Lancer les premières campagnes publicitaires

Tâches

- Lancer campagnes Search et Social — marketing (3.0 h • J+1) — Démarrer les campagnes publicitaires sur Google Search et réseaux sociaux.
- Activer suivi des conversions — tech (2.5 h • J+2) — Configurer le suivi des conversions pour mesurer l'efficacité des campagnes.
- Créer formulaire capture email — tech (2.0 h • J+3) — Mettre en place un formulaire pour capturer les emails des visiteurs.
- Réunion hebdomadaire — fondateur (1.0 h • J+1) — Réunion pour évaluer les premiers résultats des campagnes.
- Analyse des premiers résultats — data (2.5 h • J+5) — Analyser les données des premières campagnes pour ajuster les stratégies.

KPIs

- Nombre de campagnes lancées
- Taux de conversion initial

Semaine 4: Optimisation et suivi

Objectifs

- Améliorer les campagnes et le suivi client

Tâches

- Séquence d'accueil email — marketing (2.5 h • J+2) — Créer une séquence d'accueil de 3 emails pour les nouveaux leads.
- Retargeting visiteurs 30j — marketing (3.0 h • J+3) — Mettre en place une campagne de retargeting pour les visiteurs des 30 derniers jours.
- Créer tableau de bord simple — tech (2.5 h • J+4) — Développer un tableau de bord pour suivre les leads et les coûts.
- Réunion hebdomadaire — fondateur (1.0 h • J+1) — Réunion pour discuter des optimisations et des performances.
- Validation des optimisations — produit (1.5 h • J+5) — Valider les optimisations proposées avec l'équipe.

KPIs

- Taux de conversion amélioré

- Nombre de leads capturés