

Plan d'action — mlk

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

Semaine 1: Lancement initial et mise en place

Objectifs

- Établir la base opérationnelle du projet

Tâches

- Créer comptes outils marketing — marketing (3.0 h • J+2) — Créer comptes GA4, Ads, Meta/TikTok, email pour le suivi
- Installer balises de suivi — tech (2.5 h • J+3) — Installer Pixel/Tag Manager sur le site pour le suivi des conversions
- Lister mots-clés et questions clients — marketing (2.0 h • J+4) — Identifier 10 mots-clés et 10 questions fréquentes des clients
- Réunion de kick-off — fondateur (1.5 h • J+1) — Organiser une réunion de lancement avec l'équipe pour aligner les objectifs
- Vérifier conformité RGPD — juridique (2.0 h • J+5) — S'assurer que toutes les pratiques sont conformes au RGPD

KPIs

- Nombre de comptes créés
- Installation des balises

Semaine 2: Création de contenu et préparation des campagnes

Objectifs

- Préparer les éléments de communication et marketing

Tâches

- Écrire page d'atterrissage — marketing (3.0 h • J+2) — Rédiger une page d'atterrissage claire et engageante
- Rédiger annonces Search — marketing (2.5 h • J+3) — Créer 2 annonces Search pour les campagnes publicitaires
- Préparer visuels/vidéos — marketing (3.0 h • J+4) — Créer 2 visuels/vidéos simples pour les campagnes
- Réunion de suivi hebdomadaire — fondateur (1.5 h • J+1) — Organiser une réunion pour suivre l'avancement des tâches
- Vérifier conformité des annonces — juridique (2.0 h • J+5) — S'assurer que les annonces respectent les réglementations publicitaires

KPIs

- Nombre de pages créées
- Nombre d'annonces rédigées

Semaine 3: Lancement des campagnes et tests

Objectifs

- Lancer les campagnes et tester les performances

Tâches

- Lancer campagnes Search et Social — marketing (3.0 h • J+2) — Démarrer les campagnes publicitaires sur les plateformes choisies
- Activer suivi des conversions — tech (2.5 h • J+3) — Configurer le suivi des conversions pour mesurer les performances
- Créer formulaire capture email — tech (2.0 h • J+4) — Mettre en place un formulaire pour capturer les emails des prospects
- Réunion de suivi hebdomadaire — fondateur (1.5 h • J+1) — Organiser une réunion pour évaluer les premiers résultats
- Analyser performances initiales — data (2.0 h • J+5) — Évaluer les performances des campagnes pour ajustements

KPIs

- Nombre de campagnes lancées
- Taux de conversion initial

Semaine 4: Optimisation et suivi des prospects

Objectifs

- Optimiser les campagnes et suivre les prospects

Tâches

- Optimiser annonces et pages — marketing (3.0 h • J+2) — Ajuster les annonces et pages pour améliorer les conversions
- Séquence d'accueil email — marketing (2.5 h • J+3) — Créer une séquence d'accueil de 3 emails pour les nouveaux prospects
- Retargeting visiteurs 30j — marketing (2.0 h • J+4) — Mettre en place une campagne de retargeting pour les visiteurs récents
- Réunion de suivi hebdomadaire — fondateur (1.5 h • J+1) — Organiser une réunion pour discuter des optimisations et résultats
- Tableau de bord simple — data (2.0 h • J+5) — Créer un tableau de bord pour suivre les leads et les coûts

KPIs

- Taux de conversion amélioré

- Nombre de prospects suivis