

Plan d'action — aero

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

Semaine 1: Lancement initial et mise en place

Objectifs

- Établir les bases du projet

Tâches

- Créer comptes GA4 et Ads — marketing (3.0 h • J+2) — Configurer les comptes Google Analytics 4 et Google Ads pour le suivi.
- Installer balises Pixel/Tag Manager — tech (2.5 h • J+3) — Intégrer les balises de suivi sur le site web pour le tracking.
- Lister mots-clés et questions clients — marketing (2.0 h • J+4) — Identifier 10 mots-clés et questions fréquentes des clients.
- Réunion kick-off projet — fondateur (1.5 h • J+1) — Organiser une réunion de lancement avec toutes les équipes.
- Vérification conformité RGPD — juridique (3.0 h • J+5) — S'assurer que toutes les pratiques respectent le RGPD.

KPIs

- Nombre de comptes créés
- Installation des balises

Semaine 2: Développement des pages et messages

Objectifs

- Création de contenu marketing

Tâches

- Écrire page d'atterrissage — marketing (3.5 h • J+2) — Rédiger une page d'atterrissage claire et engageante.
- Rédiger annonces Search — marketing (2.0 h • J+3) — Créer deux annonces pour les campagnes Search.
- Préparer visuels/vidéos — marketing (3.0 h • J+4) — Créer deux visuels ou vidéos pour les campagnes.
- Réunion hebdo suivi — fondateur (1.0 h • J+5) — Faire un point sur l'avancement des tâches hebdomadaires.
- Validation contenu juridique — juridique (2.5 h • J+5) — Valider les documents légaux pour le lancement.

KPIs

- Nombre de pages créées
- Nombre d'annonces rédigées

Semaine 3: Lancement des campagnes tests

Objectifs

- Tester les campagnes marketing

Tâches

- Lancer campagnes Search et Social — marketing (3.0 h • J+2) — Démarrer les campagnes sur les plateformes choisies.
- Activer suivi des conversions — tech (2.0 h • J+3) — Configurer le suivi des conversions pour les campagnes.
- Créer formulaire capture email — tech (2.5 h • J+4) — Mettre en place un formulaire pour capter les emails.
- Réunion hebdo suivi — fondateur (1.0 h • J+5) — Faire un point sur l'avancement des tâches hebdomadaires.
- Vérification conformité campagnes — juridique (2.0 h • J+5) — S'assurer que les campagnes respectent les réglementations.

KPIs

- Nombre de campagnes lancées
- Taux de conversion initial

Semaine 4: Optimisation et suivi

Objectifs

- Optimiser les campagnes et suivre les performances

Tâches

- Séquence d'accueil email — marketing (3.0 h • J+2) — Créer une séquence de 3 emails pour les nouveaux leads.
- Retargeting visiteurs 30j — marketing (2.5 h • J+3) — Mettre en place une campagne de retargeting pour les visiteurs récents.
- Créer tableau de bord simple — data (3.0 h • J+4) — Développer un tableau de bord pour suivre les leads et coûts.
- Réunion hebdo suivi — fondateur (1.0 h • J+5) — Faire un point sur l'avancement des tâches hebdomadaires.
- Analyse des performances — marketing (2.5 h • J+5) — Évaluer les performances des campagnes et ajuster si nécessaire.

KPIs

- Amélioration du taux de conversion

- Nombre de leads générés