

Plan d'action — ShopAI

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

Semaine 1: Lancement initial et préparation

Objectifs

- Plateforme prête pour les premiers utilisateurs

Tâches

- Configurer l'infrastructure cloud — tech (5.0 h • J+2) — Mettre en place les serveurs et bases de données nécessaires.
- Créer la page d'accueil — produit (8.0 h • J+3) — Développer et tester la page d'accueil de la plateforme.
- Rédiger le contenu marketing — marketing (6.0 h • J+4) — Préparer le contenu pour le site et les réseaux sociaux.
- Organiser le kick-off — fondateur (2.0 h • J+1) — Réunion de lancement avec toute l'équipe pour aligner les objectifs.
- Vérifier la conformité RGPD — juridique (3.0 h • J+5) — S'assurer que toutes les pratiques respectent le RGPD.

KPIs

- Nombre de bugs critiques
- Temps de réponse du site

Semaine 2: Tests et ajustements

Objectifs

- Améliorer l'expérience utilisateur

Tâches

- Effectuer des tests utilisateurs — produit (4.0 h • J+2) — Recueillir des retours sur l'expérience utilisateur.
- Analyser les données de trafic — data (3.0 h • J+3) — Utiliser GA4 pour comprendre le comportement des utilisateurs.
- Optimiser le SEO — marketing (5.0 h • J+4) — Améliorer le référencement naturel du site.
- Mettre à jour les fonctionnalités IA — tech (6.0 h • J+5) — Améliorer les algorithmes de recommandation.
- Réunion de suivi hebdomadaire — fondateur (2.0 h • J+6) — Analyser les progrès et ajuster les priorités.

KPIs

- Taux de conversion
- Feedback utilisateur

Semaine 3: Lancement marketing

Objectifs

- Augmenter la notoriété de la marque

Tâches

- Lancer la campagne publicitaire — marketing (5.0 h • J+1) — Déployer des annonces sur Google et LinkedIn.
- Créer du contenu pour les réseaux sociaux — marketing (4.0 h • J+2) — Publier des posts engageants sur Twitter et LinkedIn.
- Mettre en place le suivi des conversions — tech (3.0 h • J+3) — Configurer le suivi des conversions pour les campagnes.
- Préparer une démo pour les partenaires — ventes (6.0 h • J+4) — Créer une présentation pour les marques intéressées.
- Réunion de suivi hebdomadaire — fondateur (2.0 h • J+5) — Analyser les progrès et ajuster les priorités.

KPIs

- Nombre de visites
- Engagement sur les réseaux sociaux

Semaine 4: Évaluation et ajustements

Objectifs

- Optimiser les processus et la stratégie

Tâches

- Analyser les résultats des campagnes — marketing (4.0 h • J+1) — Évaluer les performances des annonces et ajuster.
- Collecter les retours des utilisateurs — support (3.0 h • J+2) — Recueillir et analyser les feedbacks pour améliorer le produit.
- Optimiser les processus internes — ops (5.0 h • J+3) — Améliorer l'efficacité des opérations quotidiennes.
- Planifier la prochaine phase de développement — tech (6.0 h • J+4) — Définir les priorités pour les futures améliorations.
- Réunion de bilan mensuel — fondateur (2.0 h • J+5) — Discuter des succès et des axes d'amélioration.

KPIs

- Taux de satisfaction client

