

# Plan d'action — OptiTube

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

## Semaine 1: Lancement et mise en place

### Objectifs

- Plateforme prête pour le lancement

### Tâches

- Configurer l'infrastructure cloud — tech (5.0 h • J+2) — Mettre en place les serveurs et bases de données nécessaires.
- Vérifier la conformité RGPD — juridique (3.0 h • J+3) — S'assurer que toutes les politiques de données sont conformes.
- Créer le contenu pour la page d'accueil — marketing (4.0 h • J+4) — Rédiger et valider le texte et les visuels de la landing page.
- Organiser une réunion de kick-off — ops (2.0 h • J+1) — Réunir l'équipe pour aligner les objectifs et les rôles.
- Préparer le plan de communication — marketing (3.5 h • J+5) — Définir les messages clés et les canaux de communication.

### KPIs

- Taux de disponibilité
- Nombre de bugs critiques

## Semaine 2: Tests et ajustements

### Objectifs

- Plateforme testée et ajustée

### Tâches

- Effectuer des tests utilisateurs — produit (4.0 h • J+2) — Recueillir des feedbacks sur l'expérience utilisateur.
- Analyser les données de performance — data (3.0 h • J+3) — Évaluer les performances techniques de la plateforme.
- Optimiser le SEO de la landing page — marketing (3.5 h • J+4) — Améliorer le référencement naturel pour augmenter la visibilité.
- Mettre à jour les politiques de confidentialité — juridique (2.5 h • J+5) — Réviser les politiques en fonction des retours juridiques.
- Planifier une démo produit — produit (3.0 h • J+6) — Organiser une session de démonstration pour les parties prenantes.

## KPIs

- Taux de conversion
- Feedback utilisateur

## Semaine 3: Lancement marketing

### Objectifs

- Campagne marketing lancée

### Tâches

- Lancer la campagne sur les réseaux sociaux — marketing (4.0 h • J+2) — Publier des contenus engageants sur les plateformes ciblées.
- Mettre en place le suivi des conversions — tech (3.0 h • J+3) — Configurer les outils pour suivre les conversions des campagnes.
- Rédiger des articles de blog — marketing (4.0 h • J+4) — Créer du contenu pour attirer et informer les utilisateurs potentiels.
- Analyser les retours des influenceurs — marketing (3.5 h • J+5) — Évaluer l'impact des partenariats avec les influenceurs.
- Organiser un webinaire — support (5.0 h • J+6) — Préparer et animer un webinaire pour présenter la plateforme.

## KPIs

- Nombre de leads
- Engagement sur les réseaux sociaux

## Semaine 4: Optimisation et suivi

### Objectifs

- Optimisation continue des processus

### Tâches

- Collecter les avis clients — support (3.0 h • J+2) — Recueillir des témoignages pour améliorer le produit.
- Analyser les données de conversion — data (3.5 h • J+3) — Étudier les taux de conversion pour ajuster les stratégies.
- Optimiser les campagnes publicitaires — marketing (4.0 h • J+4) — Ajuster les annonces pour maximiser le ROI.
- Mettre à jour la documentation produit — produit (2.5 h • J+5) — Assurer que la documentation est à jour et complète.
- Planifier une réunion de bilan — ops (3.0 h • J+6) — Évaluer les résultats et planifier les prochaines étapes.

## KPIs

- Taux de satisfaction client

- Amélioration des performances