

Plan d'action — VRGameMaker

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

Semaine 1: Lancement du projet

Objectifs

- Mise en place des bases du projet

Tâches

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

KPIs

- Nombre de comptes créés
- Installation des balises

Semaine 2: Création de contenu et messages

Objectifs

- Création de la page d'atterrissage et des annonces

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 pour les campagnes Search
- Préparer visuels/vidéos — marketing (3.0 h • J+4) — Créer 2 visuels/vidéos simples pour les campagnes
- Réunion de suivi hebdo — ops (1.0 h • J+5) — Organiser une réunion de suivi avec l'équipe
- Validation juridique contenu — juridique (2.0 h • J+5) — Valider le contenu des annonces et pages avec le juridique

KPIs

- Nombre de pages créées
- Nombre d'annonces rédigées

Semaine 3: Lancement des campagnes tests

Objectifs

- Lancer les premières campagnes et suivre les conversions

Tâches

- Lancer campagnes Search et Social — marketing (3.0 h • J+2) — Démarrer petites campagnes sur Search et Social
- Activer suivi des conversions — tech (2.5 h • J+3) — Configurer le suivi des conversions sur le site
- Créer formulaire de capture email — tech (2.0 h • J+4) — Mettre en place un formulaire de capture d'email
- Réunion de suivi hebdo — ops (1.0 h • J+5) — Organiser une réunion de suivi avec l'équipe
- Analyse des premiers résultats — data (3.0 h • J+5) — Analyser les résultats des campagnes et ajuster

KPIs

- Nombre de campagnes lancées
- Taux de conversion initial

Semaine 4: Optimisation et relance

Objectifs

- Optimiser les campagnes et préparer la relance

Tâches

- Créer séquence d'accueil email — marketing (2.5 h • J+2) — Rédiger et envoyer une séquence d'accueil de 3 emails
- Configurer retargeting visiteurs — marketing (3.0 h • J+3) — Mettre en place retargeting pour les visiteurs des 30j
- Créer tableau de bord simple — data (3.0 h • J+4) — Développer un tableau de bord pour suivre leads et coûts
- Réunion de suivi hebdo — ops (1.0 h • J+5) — Organiser une réunion de suivi avec l'équipe
- Ajuster campagnes selon résultats — marketing (3.0 h • J+5) — Optimiser les campagnes en fonction des données

KPIs

- Amélioration du taux de conversion

- Nombre de leads capturés