

# Plan d'action — misstee

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

## Semaine 1: Lancement du projet

### Objectifs

- Mise en place des outils et des comptes nécessaires

### Tâches

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

### KPIs

- Nombre de comptes créés
- Installation des balises

## Semaine 2: Création de contenu et messages

### Objectifs

- Pages d'atterrissage et annonces prêtes

### Tâches

- Écrire page d'atterrissage — marketing (3.0 h • J+3) — Rédiger une page d'atterrissage claire pour le site.
- Rédiger annonces Search — marketing (2.0 h • J+4) — Créer deux annonces pour Google Search.
- Préparer visuels/vidéos — marketing (2.5 h • J+5) — Créer deux visuels ou vidéos pour les annonces.
- Réunion hebdomadaire — ops (1.0 h • J+1) — Organiser une réunion pour faire le point sur l'avancement.
- Validation conformité contenu — juridique (1.5 h • J+2) — Vérifier que le contenu respecte les normes légales.

## KPIs

- Nombre de pages créées
- Nombre d'annonces rédigées

## Semaine 3: Lancement des campagnes tests

### Objectifs

- Campagnes tests lancées et suivi activé

### Tâches

- Lancer campagnes Search et Social — marketing (3.0 h • J+2) — Démarrer des campagnes tests sur Google et réseaux sociaux.
- 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 capturer les emails.
- Réunion hebdomadaire — ops (1.0 h • J+1) — Faire le point sur les résultats des campagnes tests.
- Analyse juridique des données — juridique (1.5 h • J+5) — S'assurer de la conformité des données collectées.

## KPIs

- Nombre de campagnes lancées
- Suivi des conversions activé

## Semaine 4: Optimisation et relance

### Objectifs

- Optimisation des campagnes et mise en place des relances

### Tâches

- Créer séquence d'accueil — marketing (2.5 h • J+3) — Élaborer une séquence d'accueil de 3 emails pour les nouveaux contacts.
- Retargeting visiteurs 30j — marketing (2.0 h • J+4) — Mettre en place une campagne de retargeting pour les visiteurs récents.
- Créer tableau de bord simple — data (3.0 h • J+5) — Développer un tableau de bord pour suivre les leads et coûts.
- Réunion hebdomadaire — ops (1.0 h • J+1) — Discussion sur les optimisations et résultats des relances.
- Vérification conformité relances — juridique (1.5 h • J+2) — S'assurer que les relances respectent les règles de conformité.

## KPIs

- Nombre de relances envoyées

- Tableau de bord créé