

Plan d'action — CoachConnect

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

Semaine 1: Lancement et mise en place

Objectifs

- Plateforme opérationnelle
- Stratégie marketing définie

Tâches

- Configurer la plateforme — tech (8.0 h • J+3) — Installation et configuration initiale de la plateforme CoachConnect.
- Créer le contenu marketing — marketing (5.0 h • J+4) — Rédiger le contenu pour les réseaux sociaux et le site web.
- Lancer la campagne publicitaire — marketing (3.0 h • J+5) — Débuter les annonces sur Google Ads et Facebook.
- Organiser le kick-off — fondateur (2.0 h • J+1) — Réunion de lancement avec l'équipe pour aligner les objectifs.
- Vérifier la conformité RGPD — juridique (4.0 h • J+6) — S'assurer que la plateforme respecte les normes RGPD.

KPIs

- Nombre de coaches inscrits
- Nombre de visites sur la page d'atterrissage

Semaine 2: Optimisation et acquisition

Objectifs

- Amélioration de l'expérience utilisateur
- Augmentation des inscriptions

Tâches

- Optimiser le site web — tech (6.0 h • J+3) — Améliorer la vitesse et l'ergonomie du site.
- Analyser les données utilisateurs — data (4.0 h • J+5) — Collecter et analyser les premières données utilisateurs.
- Lancer une campagne de retargeting — marketing (3.0 h • J+4) — Cibler les visiteurs non convertis avec des annonces.
- Organiser un point hebdomadaire — fondateur (1.5 h • J+2) — Réunion pour discuter des progrès et ajuster les stratégies.

- Évaluer la stratégie de prix — finance (3.0 h • J+6) — Analyser la compétitivité des prix proposés.

KPIs

- Taux de conversion
- Nombre d'inscriptions

Semaine 3: Expansion et partenariats

Objectifs

- Établir des partenariats locaux
- Augmenter la visibilité

Tâches

- Contacter des salles de sport — ventes (5.0 h • J+3) — Proposer des partenariats pour augmenter la visibilité.
- Créer du contenu pour les réseaux sociaux — marketing (4.0 h • J+2) — Publier des témoignages et des conseils de coaching.
- Organiser une démo produit — produit (3.0 h • J+5) — Session en ligne pour présenter les fonctionnalités de la plateforme.
- Suivre les performances des campagnes — data (2.5 h • J+4) — Analyser les résultats des campagnes publicitaires en cours.
- Organiser un point hebdomadaire — fondateur (1.5 h • J+1) — Réunion pour discuter des progrès et ajuster les stratégies.

KPIs

- Nombre de partenariats
- Engagement sur les réseaux sociaux

Semaine 4: Consolidation et évaluation

Objectifs

- Stabiliser les opérations
- Évaluer les performances

Tâches

- Collecter les retours clients — support (3.0 h • J+3) — Obtenir des avis et suggestions pour améliorer le service.
- Analyser les performances financières — finance (4.0 h • J+5) — Évaluer les coûts et les revenus pour ajuster le budget.
- Planifier les prochaines étapes — fondateur (2.5 h • J+6) — Définir les objectifs pour le mois suivant.
- Organiser un point hebdomadaire — fondateur (1.5 h • J+1) — Réunion pour discuter des progrès et ajuster les stratégies.
- Évaluer la stratégie de communication — marketing (3.0 h • J+4) — Analyser l'efficacité des messages et ajuster si nécessaire.

KPIs

- Satisfaction client
- Taux de fidélisation