# Workflow en tableau – Campagne publicitaire Institut-Munich

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Étape | Objectif | Actions principales | Qui exécute ? | Quand ? | Autres intervenants | Documents input / output | Relations inter-équipes |
| ÉTAPE 1 : Planification stratégique de la campagne | Identifier le public cible et concevoir une campagne adaptée | - Définir les personas (âge, motivations, freins, canaux préférés) - Fixer des objectifs SMART - Sélection des canaux (Facebook, Instagram, Google Ads) - Réaliser études de marché et SWOT | Équipe marketing | En début de campagne (phase préliminaire) | Direction, Équipe AO | Input : Études de marché, historique des campagnes, benchmark Output : Stratégie de campagne, brief marketing, persona sheets | AO, Direction |
| ÉTAPE 2 : Création et diffusion de la campagne publicitaire | Attirer l’attention et générer des leads qualifiés | - Création de visuels / vidéos - Rédaction des messages - Création de landing pages - Lancement des campagnes (Meta, Google) | Équipe marketing | Durant la semaine de lancement | AO, anciens étudiants | Input : Brief marketing, charte graphique, témoignages Output : Visuels, vidéos, publications, landing pages | AO, Direction, Équipe commerciale |
| ÉTAPE 3 : Réception des leads et premiers contacts | Réagir rapidement pour initier une relation avec le prospect | - Notification automatique de lead - Premier contact dans les 2h à 12h - Utilisation de scripts d'appel | Équipe commerciale | Immédiatement après réception du lead | AO, RH | Input : Fiche lead, infos CRM Output : Compte-rendu d’appel, statut du prospect | AO, SG |
| ÉTAPE 4 : Orientation et RDV d'information | Comprendre le profil et proposer un parcours adapté | - Organisation de sessions info (en ligne ou physique) - Évaluation du niveau de langue - Présentation des formations | Équipe AO | Après le 1er contact, sous 48h | Enseignants, équipe commerciale | Input : Fiche prospect, résultats test Output : Fiche projet, recommandation de parcours | SG, P, C |
| ÉTAPE 5 : Inscription et contractualisation | Transformer le prospect en étudiant | - Signature de contrat - Paiement - Remise du matériel pédagogique | Équipe commerciale | Après validation du projet | RH, SG, AO | Input : Fiche projet, copie CNI, fiche d’évaluation Output : Contrat signé, reçu de paiement, planning | P, SG, AO, RH |