

Projet Marketing & Web

6 étapes et 29 missions à réaliser ou à confier

Votre budget en ligne

1

PRÉPARATION

La première phase de votre projet marketing ou digital nécessite généralement 5 étapes : la quantification de vos cibles, combien de gens devez vous toucher ? La recherche des données de contacts, le choix des canaux d'acquisition, une définition de stratégie et l'étude approfondie de votre thème sur le web.



2

CONTENUS

Difficile d'écarter toute présence en ligne, aussi, faut-il encore proposer aux internautes et aux moteurs de recherche des contenus engageants. Là encore 5 types de travaux peuvent être réalisés ou confiés : faire faire des publications par exemple sur LinkedIn, en votre nom (Ghostwriting), créer une vidéo de présentation, concevoir une argumentation structurée extrêmement convaincante, vous faire reconnaître comme expert grâce à un "Ghostwriting" Premium et même éditer votre ouvrage sur Amazon



3

VOTRE "SITE" WEB

200 000 sites marchands et quelques 10 millions de sites "vitrines" pour la France seulement, autant dire que le site est à minima une "devanture" nécessaire. Vous pourrez le faire en "dur" en HTML si vous n'avez pas besoin de l'actualiser régulièrement, avec un CMS type Wordpress et vous aurez à produire ou faire produire à minima un contenu pour les quelques pages d'un site web usuel. Une animation multimédia améliorera l'expérience client et une fiche produit modèle bien argumentée, la transformation si votre site est marchand.



4

GROWTH HACKING

Growth Hacking ! Inutile de dire que piratage de croissance serait moins correct. Ceci dit, rien n'empêche de le faire avec éthique et en dérangeant le moins possible les contacts que vous « piratez ». Cela peut passer par du « Cold » email, l'utilisation d'un automate de prospection LinkedIn, la mise en place d'un outil de collecte d'adresses (Inbound marketing) et l'optimisation SEO de vos pages déjà en ligne.



5

PROMOTION

Promotion marketing communication, les budgets sont beaucoup plus variables mais quels qu'ils soient, il est difficile à estimer, il faut trouver les fournisseurs et les supports de communication, imaginer l'opération, un jeu, une campagne, la concevoir et rédiger, faire les maquettes... Même les petites entreprises peuvent accéder à la télévision segmentée, faire une campagne d'affichage ou créer une campagne Google ou LinkedIn Ads



6

CRM

Le CRM est avant tout une démarche de gestion de la relation avec les clients. D'expérience, améliorer son processus passe par des études Marketing, quelquefois l'implémentation d'un Live chat, souvent la configuration d'un système d'information type Google Workspace, le choix et le paramétrage d'un outil CRM, la configuration et l'aide à l'utilisation d'outils de Web Analytics pour la mesure des audiences web et idéalement à la création d'un outil d'engagement et de traitement des demandes comme celui que je propose ici.

