

# Checklist : Lancer votre stratégie de marketing digital

---

## 1. Définition des objectifs (SMART)

- Définir un objectif principal (notoriété, génération de leads, ventes, fidélisation).
- Appliquer la méthode SMART (Spécifique, Mesurable, Atteignable, Réaliste, Temporel).
- Établir le budget global alloué aux actions marketing.
- Définir les ressources humaines et techniques nécessaires.

## 2. Identification de votre cible (Persona)

- Définir les données démographiques (âge, lieu, profession, revenus).
- Identifier les besoins, les frustrations et les motivations de votre client idéal.
- Déterminer les habitudes de consommation numérique (réseaux sociaux favoris, blogs consultés).
- Créer une fiche persona détaillée pour guider vos futures communications.

## 3. Choix des canaux de communication

- Optimiser le site web pour le SEO (référencement naturel).
- Sélectionner les réseaux sociaux pertinents selon votre cible (LinkedIn, Instagram, TikTok, etc.).
- Mettre en place une stratégie d'emailing ou de newsletter.
- Évaluer l'intérêt de la publicité payante (Google Ads, Meta Ads) pour booster la visibilité.

## 4. Création de contenu et calendrier

- Définir 3 à 4 piliers de contenu (ex: éducatif, promotionnel, coulisses, témoignages).
- Créer un calendrier éditorial sur 3 mois pour assurer la régularité.
- Préparer les outils de création (Canva, outils de montage vidéo, outils de rédaction).
- Planifier la production des contenus en amont.

## 5. Suivi et analyse des KPI

- Installer Google Analytics et la Search Console sur votre site.
- Définir les indicateurs clés de performance (Taux de clic, taux de conversion, coût par acquisition).

- Mettre en place un tableau de bord de suivi mensuel.
- Prévoir une session d'ajustement stratégique basée sur les résultats obtenus.