

To-do list

Les 10 étapes clés pour concevoir une stratégie de marketing et communication digitale performante

Ressource créée en partenariat avec [Comundi](#), organisme de formation professionnelle et concepteur du **cycle certifiant** : ["Concevoir et piloter une stratégie de marketing et communication digitale"](#).

1 Identifie les opportunités et les enjeux digitaux de ton entreprise #Strategy

Renforcer sa présence sur les réseaux sociaux pour développer sa notoriété, utiliser la publicité en ligne pour soutenir le lancement d'une nouvelle offre ou bien repenser l'UX du site internet pour accroître le taux de transformation... Qu'il s'agisse d'**améliorer la performance des actions** en place ou de **soutenir les temps forts à venir de l'entreprise**, cette étape est à la base de toute stratégie.

2 Détermine des objectifs précis #Goals

Ta stratégie digitale reposera sur des objectifs SMART :

- **S comme spécifiques** : c'est-à-dire clairement définis.
- **M comme mesurables** : qu'il sera possible de quantifier.
- **A comme atteignables** : pour s'assurer d'avoir les ressources nécessaires.
- **R comme réalistes** : sont-ils bien pertinents ?
- **T comme temporellement définis** : une deadline est indispensable !

3 Définis un budget global pour piloter une stratégie digitale mix média #Investments

La part dédiée au digital peut représenter plus de la moitié d'un budget marketing global. La définition de ton budget dépendra de 3 grands facteurs :

- des **objectifs** fixés ;
- des **moyens** à mettre en place pour les atteindre (budget de lancement et budget de fonctionnement) ;
- des **spécificités** de l'entreprise (taille du marché, coût d'acquisition client, fidélisation, etc.).

4 Répartis tes actions au coeur d'un planning #Timing

En effet, un planning détaillé est primordial pour assurer une **gestion de projets** au top. En regard de la roadmap annuelle de l'entreprise et du budget fixé, il s'agit de déterminer la **date** de lancement et la **durée** des actions à mettre en place.

5 Conçois une expérience utilisateur optimale sur chacun de tes supports digitaux #UserExperience

Au coeur de l'UX, 3 fondamentaux :

- Créer des interfaces **User Friendly** : le must pour optimiser le taux de conversion.
- **Anticiper** au mieux les besoins clients : quand la frustration laisse place à la satisfaction.
- S'appuyer sur la **connaissance client** : l'ultra-personnalisation synonyme de fidélisation.

6 Identifie sur quels médias sociaux être présent, quand et comment prendre la parole #SocialMedia

Avant tout, il te faudra comprendre l'**audience** et la **valeur ajoutée** de chaque réseau social pour sélectionner les plus pertinents. Pour affiner ta stratégie, tu t'appuieras ensuite sur des outils de **social listening**. Notamment pour :

- Suivre les statistiques des publications,
- Connaître la perception de ta marque sur les réseaux sociaux,
- Identifier les tendances sur lesquelles surfer grâce à une veille pointue.

7 Sélectionne les canaux de communications les plus pertinents #Impact

Au-delà des médias sociaux, il existe de nombreux **canaux complémentaires**. C'est le moment de choisir ceux qui serviront le mieux la stratégie digitale :

- **Publicité en ligne** : Google Ads, Facebook Ads, Instagram Ads, etc.
- **Affiliation** : pour décupler la visibilité des Social Ads.
- **Campagnes emailing** : pour rythmer la prospection et créer une base de prospects.
- **Référencement naturel (SEO)** : pour optimiser sa visibilité sur les moteurs de recherche.
- **Marketing d'influence** : pour capter l'intérêt.
- **Blogs** : pour partager son expertise.
- **Applications mobiles** : pour faciliter l'interaction avec les clients.
- **Événements en ligne** : pour générer des leads.
- **Content marketing** : pour proposer du contenu à forte valeur ajoutée.

8 Analyse la data pour mesurer les performances #BigData

De la **data analysis** au **machine learning**, la collecte et l'analyse des données dessinent des opportunités de taille pour les entreprises. Pour cela, deux techniques sont incontournables : l'**automatisation** des actions (CRM, Marketing Automation) et la **personnalisation** de la communication (ciblage, retargeting). Une source indéniable de productivité et d'amélioration de la performance.

9 Fixe des KPI's spécifiques pour affiner ta stratégie #ROI

Grâce à des actions **Test & Learn**, on peut facilement identifier les actions, les contenus et les canaux les plus performants. L'enjeu ? Augmenter le ROI et optimiser son budget. Cela passe inévitablement par le suivi de l'évolution de KPIs. Par exemple :

- **Site web et mobile** : nombre de visiteurs uniques, durée de la visite, taux de rebond, nombre de formulaires remplis, nombre d'achats, volume et coût par lead...
- **Réseaux sociaux** : évolution du nombre d'abonnés, portée des publications, taux d'engagement, mentions...
- **Campagne emailings** : taux d'ouverture, taux de clics, nombre de désabonnements...

10 Définis les ressources humaines nécessaires #Skills

Marketing automation, social ads, community management, SEO... concevoir et piloter une stratégie digitale nécessite une **expertise à part entière**. C'est pourquoi il est primordial de s'assurer d'avoir les compétences en interne, sinon d'aller les chercher. Faut-il recruter, faire appel à une agence, ou bien tout simplement **monter en compétences** en se formant ?

Retrouvez toutes les informations sur le cycle certifiant : ["Concevoir et piloter une stratégie de marketing et communication digitale"](#) proposé par Comundi.



WE
ARE
COM

Un club et un média indépendants dédiés aux équipes #communication en entreprise : partager, respirer, s'inspirer, accélérer, oser car #WeAreCOM. Vous venez ?

[WeAreCOM.fr](#)

