

T L D R ;
too long, didn't read!

1. analyse
2. objectifs & cibles
3. stratégie
4. moyens & actions
5. finance & contrôle

SOSTAC



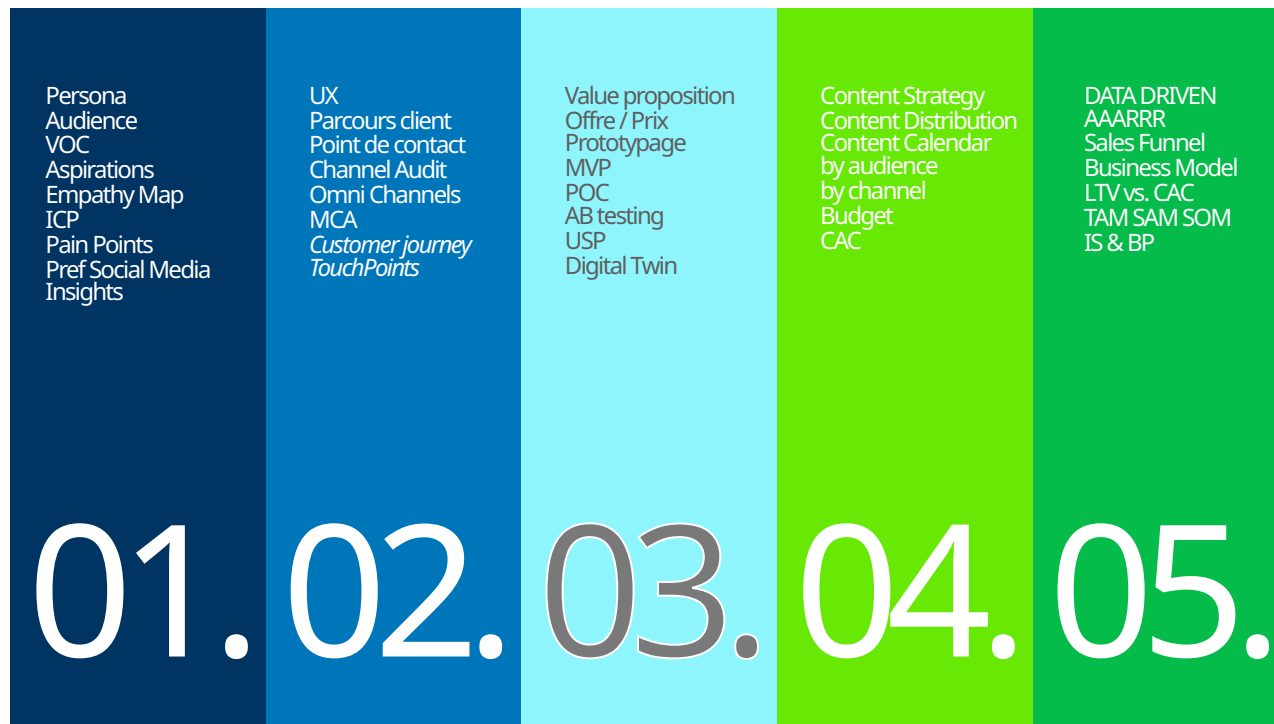
SOSTAC



Marketing Plan

My 1-Page Marketing Plan

	Before (Prospect)	During (Lead)	After (Customer)
1. My Target Market			
2. My Message To My Target Market			
3. The Media I Will Use To Reach My Target Market			
4. My Lead Capture System			
5. My Lead Nurturing System			
6. My Sales Conversion Strategy			
7. How I Deliver A World Class Experience			
8. How I Increase Customer Lifetime Value			
9. How I Orchestrate And Stimulate Referrals			



Client Fournis ASS Inter

this person doesn't exist .com

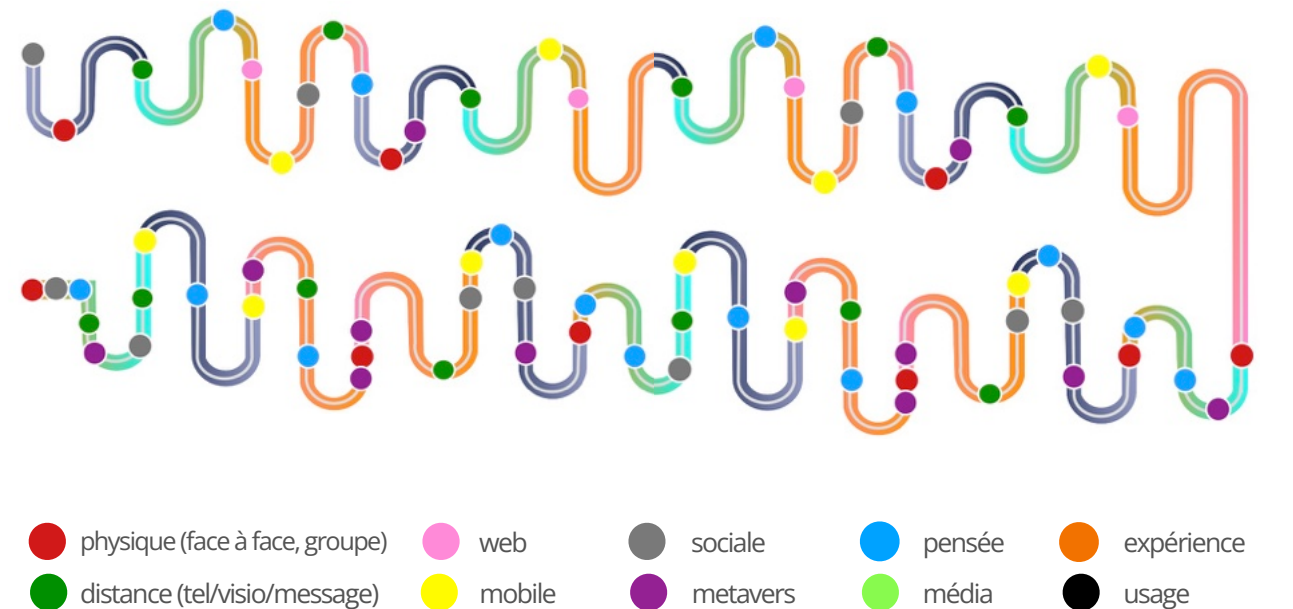
Surnom
Age
Vit à
Vit avec
Enfant
JOB
Education
CV
Passionné par

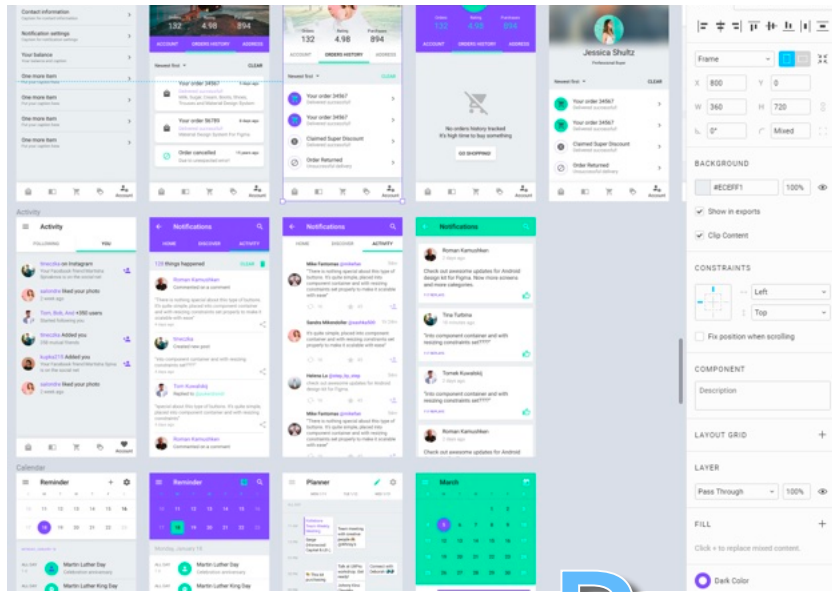
Problèmes / Besoins / Attentes / Frustrations / Insatisfactions / Pain points / EPIC / USER STORY
Quel est le problème ?
Quelle est la frustration ?
Quels sont les besoins et attentes ?
Pourquoi n'est-il/elle pas satisfait des solutions existantes ?
...
...
Empathie map si besoin pour mieux comprendre le persona

PERSONNA

DIGITAL PLAN TLDR ES EXECUTIVE SUMMARY

99 touchpoints dans un parcours client omnicanal





Prototypage
Wireframing
Pricing



Value
Proposition

Présenter la liste des Contenus Digitaux par :

- date dans un calendrier
- persona dans une gallery
- produit dans une autre gallery
- producteur dans une liste
- état d'achèvement dans un Kanban
- thème dans une autre liste



Airtable



Notion



Calcul des taux de conversion

- 1 **CRO** communication
TOPfunnel
- 2 **CRO** marketing digital
MIDfunnel
- 3 **CRO** vente
BOTTOMfunnel

Awareness - Acquisition - Activation
Retention - Revenue - Referral

