

SEMAINE 1 - COMPRENDRE LE MARKETING DIGITAL

Les objectifs marketing simples

Leçon 4 : Définir sa direction digitale

TuniSkill Digital Marketing Starter

Objectif de la leçon

Dans cette leçon, vous allez apprendre à définir des **objectifs marketing simples** pour votre projet.

Un objectif permet de savoir :

- 🎯 Pourquoi vous communiquez.
- 📈 Ce que vous voulez obtenir.
- 📊 Comment mesurer vos progrès.

Le saviez-vous ?

Sans objectif clair, il est impossible de savoir si vos actions marketing sont efficaces ou si vous perdez votre temps.



Pourquoi définir un objectif ?

Un objectif marketing donne une **direction** et une **intention** à chacune de vos actions sur le web.



La Direction

Savoir pourquoi vous publiez chaque contenu et quel résultat est attendu.



L'Audience

Identifier précisément à qui vous parlez pour adapter votre message.



Le Choix

Sélectionner le bon canal (Instagram, Email, Site) selon le but visé.

Important :

Un bon objectif marketing doit être simple, clair et lié à une action concrète que l'utilisateur doit faire.

Objectif vague vs Objectif clair

Vague

"Je veux être plus visible sur Internet."

Pourquoi c'est insuffisant : On ne sait pas où, ni quand, ni comment mesurer le succès.

"Je veux vendre plus de produits."

Clair & Actionnable

"Augmenter de 20% le nombre de visiteurs sur mon site en 30 jours via Instagram."

Pourquoi c'est mieux : L'objectif précise le canal, la durée et le résultat attendu.

"Recevoir 10 demandes de devis ce mois-ci via mon formulaire Facebook."

Types d'objectifs marketing (1)



Visibilité

Faire connaître votre marque ou un nouveau produit à une nouvelle audience.

Indicateur : Vues, portée.



Trafic

Attirer des visiteurs vers une page spécifique, votre site ou une boutique.

Indicateur : Clics, visites.



Engagement

Encourager les gens à interagir (liker, commenter, partager) vos contenus.

Indicateur : Réactions.

Types d'objectifs marketing (2)



Contacts (Leads)

Obtenir les coordonnées de personnes intéressées (formulaire, WhatsApp).

Indicateur : Demandes reçues.



Vente

Transformer un prospect en client (achat direct, réservation payante).

Indicateur : Commandes.



Fidélisation

Garder le contact avec vos clients actuels pour qu'ils reviennent.

Indicateur : Taux de retour.

Tableau récapitulatif

Objectif	Question clé	Indicateur simple
Visibilité	Comment être découvert ?	Vues, Portée, Impressions
Engagement	Comment créer l'interaction ?	Commentaires, Partages
Contacts	Comment recevoir des demandes ?	Messages, Formulaires
Vente	Comment générer l'achat ?	Commandes, Revenus

Cas pratique

Projet : Lancement d'un service de coaching.

Objectif Marketing : Obtenir 20 inscriptions à la liste d'attente en 30 jours via LinkedIn.

Actions prioritaires :

- Publier 3 posts par semaine.
- Ajouter un lien d'inscription clair.
- Répondre aux questions en MP.



La méthode S.M.A.R.T.

- S** Spécifique : Précis et non vague.
- M** Mesurable : Un chiffre à suivre.
- A** Atteignable : Réaliste (pas impossible).
- R** Pertinent (Relevant) : Utile au projet.
- T** Temporel : Avec une date de fin.

"Obtenir 15 nouveaux contacts qualifiés en 30 jours via ma page Facebook."

Ceci est un objectif S.M.A.R.T. parfait pour un débutant.

La Mini-méthode O.A.I.

Pour définir vos objectifs rapidement, utilisez la structure **Objectif - Action - Indicateur**.



Objectif

Que voulez-vous obtenir concrètement ?



Action

Quelle action allez-vous faire pour y arriver ?



Indicateur

Comment allez-vous mesurer le succès ?

Utiliser l'IA pour ses objectifs

Copiez ce prompt pour demander à une IA (ChatGPT, Gemini) de vous aider :

Aide-moi à définir un objectif marketing simple, clair et réaliste pour mon projet.

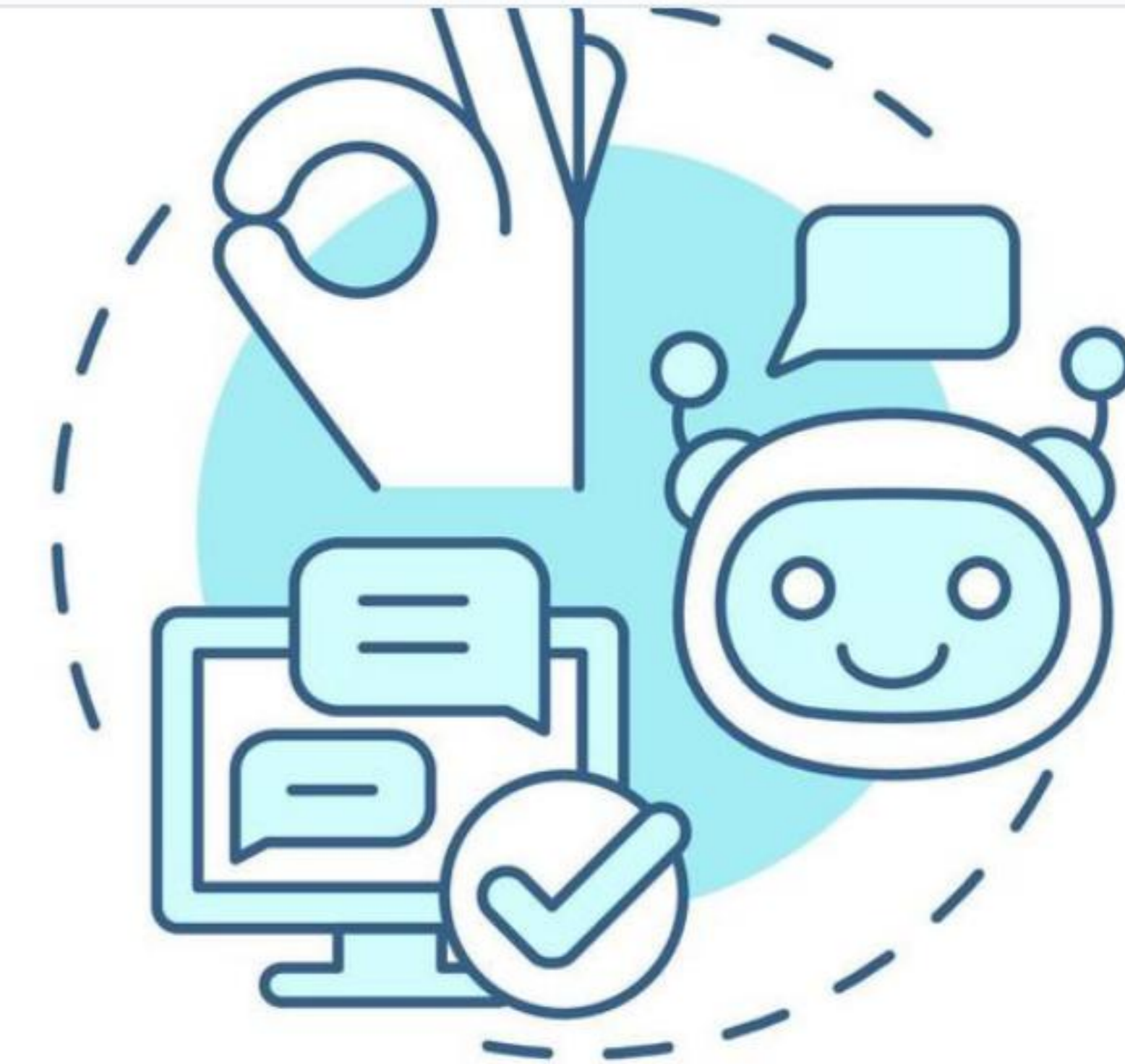
Mon projet : [Nom]

Mon offre : [Ce que je propose]

Mon audience : [Qui je vise]

Objectif souhaité : [Visibilité / Vente]

L'objectif doit être S.M.A.R.T. et inclure 3 actions simples.



VIRTUAL ASSISTANTS



EDITABLE STROKE

Résultat : Lancement de cours

Objectif : Obtenir 30 inscriptions à la liste d'attente du cours en 30 jours.

- ✓ Publier 3 posts par semaine sur LinkedIn.
- ✓ Ajouter un bouton clair "Rejoindre la cohorte" sur la page.
- ✓ Partager un exemple de PDF gratuit pour prouver la valeur.

Indicateurs à suivre : Nombre de clics et nombre d'emails collectés.

Exercice : Votre objectif

Mon projet :

Mon audience :

Mon objectif principal :

Ma durée :

Action 1 :

Indicateur :

Essayez de formuler une phrase simple : *"Je veux obtenir [X] en [Y] jours via [Canal]."*

Checklist & Prochaine étape

✓ Je sais différencier vague et clair.

✓ Je connais les 6 types d'objectifs.

✓ Mon objectif a une durée précise.

✓ J'ai choisi un indicateur de mesure.

Bravo ! Leçon 4 terminée.

Dans la prochaine leçon, vous réaliserez un mini-atelier pour analyser une présence digitale.

Image Sources



https://img.freepik.com/premium-photo/business-growth-concept-with-wooden-blocks-showing-upward-arrows-target-icons-strategic-planning-goal-achievement-performance-improvement-success-metrics-financial-progress-strategy-theme_50039-6758.jpg?sem=ais_hybrid&w=740&q=80

Source: www.freepik.com



https://cdn.prod.website-files.com/629767a3b4a5c62d9ac4f16e/62eb9d86be141d10c285a7ab_Digital-marketing-for-aesthetic-practitioners.jpg

Source: www.hamiltonfraser.co.uk



https://static.vecteezy.com/system/resources/previews/005/847/989/non_2x/virtual-assistants-turquoise-concept-icon-usage-of-ai-in-marketing-promotion-trend-abstract-idea-thin-line-illustration-isolated-outline-drawing-editable-stroke-arial-myriad-pro-bold-fonts-used-vector.jpg

Source: www.vecteezy.com