

TuniSkill Digital Marketing Starter

Semaine 5 – Mini-plan marketing et progression

LEÇON 5 – MINI-ATELIER FINAL : PRÉSENTER SON PREMIER PLAN MARKETING

*Rassembler tout le parcours dans un plan marketing simple, clair et prêt à être
présenté.*

2. OBJECTIF DE LA LEÇON

Dans cette leçon finale, vous allez préparer et présenter votre premier plan marketing.

Vous allez rassembler les éléments les plus importants étudiés pendant le cours : votre audience, votre problème, votre offre, votre message, vos canaux, vos contenus, votre page, votre CTA, vos indicateurs et vos prochaines actions.

L'objectif est de terminer le parcours avec un document clair que vous pouvez relire, améliorer et utiliser comme base pour votre projet.

L'ENJEU MAJEUR :

Un plan marketing final n'est pas un document théorique. C'est une feuille de route concrète pour passer à l'action.

3. QU'EST-CE QU'UN PLAN MARKETING FINAL ?

Un plan marketing final est une synthèse claire de vos décisions marketing principales. Il doit expliquer :

- À qui vous vous adressez
- Quel problème vous aidez à résoudre
- Quelle offre vous proposez
- Quel message vous voulez transmettre
- Sur quels canaux vous allez communiquer
- Quels contenus vous allez créer
- Vers quelle page vous allez envoyer les personnes
- Quel CTA vous allez utiliser
- Quels résultats vous allez mesurer
- Quelles actions vous allez faire en premier

Définition simple :

Un plan marketing final est un résumé stratégique et pratique de ce que vous allez faire, pourquoi vous allez le faire et comment vous allez mesurer vos progrès.

4. POURQUOI PRÉSENTER SON PLAN ?

Présenter son plan vous oblige à clarifier vos idées. Quand vous expliquez votre plan à quelqu'un, vous voyez rapidement ce qui est clair et ce qui reste flou.

Présenter votre plan vous aide à :

- Mieux comprendre votre propre stratégie
- Repérer les incohérences
- Simplifier votre message
- Vérifier la logique (audience, offre, contenu)
- Recevoir des retours constructifs
- Gagner en confiance
- Préparer vos premières actions
- Mieux suivre votre progression

IMPORTANT :

Si vous ne pouvez pas expliquer votre plan simplement, il est probablement encore trop compliqué.

5. LES 10 BLOCS DU PLAN MARKETING FINAL

1. Projet

Question : Quel est votre projet ?

Exemple : Digital Marketing Starter.

2. Audience

Question : À qui vous adressez-vous ?

Exemple : Débutants, étudiants, freelances.

3. Problème

Question : Quel problème a votre audience ?

Exemple : Se sent perdue face au marketing digital.

4. Offre

Question : Quelle solution proposez-vous ?

Exemple : Un cours pratique en 5 semaines.

5. Message

Question : Quelle idée principale transmettre ?

Exemple : Apprenez le marketing étape par étape.

6. Canaux

Question : Où allez-vous communiquer ?

Exemple : Facebook et LinkedIn.

7. Contenus

Question : Quels contenus créer ?

Exemple : Posts éducatifs, FAQ, vidéos courtes.

8. Page et CTA

Question : Où envoyer et quelle action proposer ?

Exemple : Page du cours + "Commencer le cours".

9. Mesure

Question : Quels résultats allez-vous suivre ?

Exemple : Clics, visiteurs, inscriptions.

10. Priorités

Question : Quelles sont vos prochaines actions ?

Exemple : Publier 3 contenus, tester une campagne.

CONSEIL :

Si ces 10 blocs sont clairs, votre plan est déjà solide.

6. EXEMPLE COMPLET : PLAN FINAL TUNISKILL

Projet : Digital Marketing Starter

Audience : Débutants, étudiants, freelances et petits entrepreneurs.

Problème : L'audience veut apprendre le marketing digital mais se sent perdue face aux outils, aux réseaux sociaux, aux contenus et aux informations.

Offre : Un cours pratique en 5 semaines pour apprendre les bases du marketing digital avec des leçons, des exercices, des PDFs et des mini-ateliers.

Message principal : Apprenez les bases du marketing digital étape par étape, même si vous débutez.

Canaux prioritaires : Facebook et LinkedIn.

Contenus prévus : Posts éducatifs, carrousels simples, FAQ pour débutants, vidéos courtes, présentation du programme, témoignages ou preuves.

Page & CTA : Page du cours Digital Marketing Starter. CTA principal : "Commencer le cours" | CTA secondaire : "Voir le programme".

Campagne simple : Une campagne Meta Ads avec un petit budget test pour promouvoir la page du cours.

Indicateurs : Impressions, clics, visiteurs, clics sur CTA, inscriptions, taux de conversion.

Priorités : 1. Améliorer le titre de la page | 2. Vérifier le CTA mobile | 3. Publier 3 contenus éducatifs | 4. Préparer une campagne test | 5. Suivre les résultats chaque semaine.

7. ÉTAPE 1 – RÉSUMER MON PROJET

Commencez par résumer votre projet en quelques phrases simples.

Nom de mon projet :

.....

Type de projet :

Objectif principal :

.....

Ce que je propose :

.....

Pourquoi ce projet est utile :

.....

8. ÉTAPE 2 – PRÉSENTER MON AUDIENCE ET SON PROBLÈME

Votre plan doit montrer que vous comprenez parfaitement votre audience cible.

Mon audience cible :

Son problème principal :

.....

Son besoin principal :

.....

Ce qui peut la rassurer (Preuves, garanties...) :

.....

9. ÉTAPE 3 – CLARIFIER MON OFFRE ET MON MESSAGE

Votre offre et votre message doivent être faciles à comprendre du premier coup d'œil.

FORMULE CLÉ :

J'aide [audience] à [résultat] grâce à [offre / méthode].

Exemple : J'aide les débutants à comprendre le marketing digital grâce à un cours simple en 5 semaines.

Mon offre :

.....

Mon message principal :

.....

.....

Version courte (Slogan / Accroche) :

.....

10. ÉTAPE 4 – CHOISIR MES CANAUX ET CONTENUS

Votre plan doit indiquer précisément où vous allez communiquer et quels formats de contenu créer.

Mes canaux prioritaires :

.....

.....

Pourquoi ces canaux spécifiquement :

.....

Mes contenus prioritaires :

.....

.....

.....

11. ÉTAPE 5 – PAGE, CTA ET CAMPAGNE SIMPLE

Expliquez où vous envoyez votre audience et quelle action principale vous voulez encourager.

Page de destination :

CTA principal :

CTA secondaire :

Idée de campagne simple (Ex: Budget test sur un post) :

Budget estimé ou rythme de publication :

12. ÉTAPE 6 – MESURE ET AMÉLIORATION

Votre plan doit préciser comment vous allez suivre vos résultats de manière hebdomadaire.

Mes 3 indicateurs principaux :

Routine de suivi prévue (Jour / Heure) :

Une première amélioration que je veux tester :

13. MINI-MÉTHODE : P.A.O.C.M.

P Projet Quel projet développer ?	A Audience À qui s'adresse le message ?	O Offre Quelle solution proposer ?	C Canaux Où et comment publier ?	M Mesure Comment suivre les progrès ?
---	---	--	--	---

FORMULE :

Mon plan marketing présente [projet], pour [audience], avec [offre], via [canaux/contenus], et je mesure [indicateurs].

Exemple : Mon plan marketing présente Digital Marketing Starter, pour les débutants, avec un cours en 5 semaines, via Facebook, LinkedIn et des contenus éducatifs, et je mesure les clics et les inscriptions.

14. STRUCTURE DE PRÉSENTATION EN 5 MINUTES

Vous pouvez présenter votre plan marketing en 5 minutes chrono en suivant ce timing précis :

Minute 1 Projet et objectif.	Minute 2 Audience et problème.	Minute 3 Offre et message.	Minute 4 Canaux, page, CTA.	Minute 5 Mesure et priorités.
--	--	--------------------------------------	---------------------------------------	---

CONSEIL :

Une bonne présentation n'a pas besoin d'être longue. Elle doit être claire, logique et entièrement orientée vers l'action.

15. PROMPT PRÊT À COPIER – PRÉPARER MA PRÉSENTATION FINALE

Copiez ce prompt dans votre IA pour structurer parfaitement votre intervention à l'oral :

```
Tu es un assistant en marketing digital pour débutants.
Aide-moi à préparer la présentation finale de mon premier plan marketing.

Mon projet : [Écris ici le nom du projet]
Mon audience cible : [Décris les personnes que je veux aider]
Problème principal : [Explique le problème de cette audience]
Mon offre : [Explique ce que je propose]
Message principal : [Écris mon message principal]
Canaux prioritaires : [Facebook / Instagram / LinkedIn / YouTube / Google / email / WhatsApp /
autre]
Contenus prévus : [Posts / vidéos / carrousels / FAQ / emails / campagne / autre]
Page de destination : [Page de cours / page produit / page service / formulaire / autre]
CTA : [Commencer / voir le programme / demander une information / s'inscrire / acheter / autre]
Indicateurs : [Clics / visiteurs / inscriptions / contacts / ventes / taux de conversion / autre]
Priorités : [Liste mes 3 prochaines actions]

Contraintes :
- Je suis débutant.
- Je veux une présentation claire en 5 minutes.
- Structure la présentation avec : 1. Projet, 2. Audience, 3. Problème, 4. Offre, 5. Message, 6.
Canaux et contenus, 7. Page et CTA, 8. Mesure, 9. Priorités, 10. Prochaine action.
- Utilise un langage simple.
- Propose aussi une version courte de 60 secondes.
- Ne rends pas la présentation trop longue.

Rédige la réponse en français.
```

16. EXEMPLE AVEC LE PROMPT REMPLI

En reprenant les données de TuniSkill (Leçon 5, Section 6), voici le type de livrable généré par l'IA :

Présentation 5 minutes :

"Bonjour, mon projet s'appelle Digital Marketing Starter. Il s'adresse aux débutants, étudiants, freelances et petits entrepreneurs qui veulent comprendre le marketing digital mais ne savent pas par où commencer. Le problème principal est la dispersion : trop d'outils, trop d'informations et pas assez de méthode."

"Mon offre est un cours pratique en 5 semaines pour apprendre les bases du marketing digital étape par étape. Le message principal est simple : apprendre le marketing digital même si l'on débute. Je vais communiquer principalement sur Facebook et LinkedIn avec des posts éducatifs, des carrousels, des FAQ et des vidéos courtes."

"Les personnes seront envoyées vers la page du cours avec le CTA 'Commencer le cours'. Je suivrai les clics, les visiteurs, les inscriptions et le taux de conversion. Mes prochaines priorités sont d'améliorer la page, publier 3 contenus éducatifs et tester une campagne simple. Ma prochaine action est de finaliser le message principal de la page."

Version courte (60 secondes) :

"Mon projet est Digital Marketing Starter, un cours pratique pour aider les débutants à apprendre les bases du marketing digital. Mon audience est composée d'étudiants, freelances et petits entrepreneurs qui se sentent perdus face aux outils et aux informations. Je vais communiquer sur Facebook et LinkedIn avec des contenus éducatifs simples, envoyer les personnes vers la page du cours et utiliser le CTA 'Commencer le cours'. Je vais mesurer les clics, les visiteurs et les inscriptions. Ma prochaine action est d'améliorer la page et de publier mes 3 premiers contenus."

17. EXERCICE PRATIQUE – MON PLAN FINAL

Remplissez cette fiche de synthèse pour figer la structure de votre projet.

Nom de mon projet :	Audience cible :
.....
Problème principal :	
.....	
Offre :	
.....	
Message principal :	
.....	
Canaux prioritaires :	Contenus prévus :
.....
.....
Page de destination :	CTA principal :
.....
Indicateurs de mesure :	
.....	
Mes 3 prochaines actions prioritaires :	
.....	
.....	
.....	

18. TABLEAU FINAL – PLAN MARKETING COMPLET

Utilisez ce tableau comme document de référence central pour piloter votre marketing.

Bloc	Ma réponse finale
Projet	
Audience	
Problème	
Offre	
Message	
Canal 1 / Canal 2	
Contenu 1 / 2 / 3	
Page / CTA	
Campagne simple	
Indicateurs	
Priorité 1 / 2 / 3	
Prochaine action	

19. MINI-ATELIER : PRÉPARER MON PITCH FINAL

Rédigez les phrases clés que vous allez prononcer à l'oral face à un partenaire ou un client.

Phrase d'ouverture (Accroche) :

.....

Mon audience :

.....

Le problème que je résous :

.....

Mon offre :

.....

Mon message principal :

.....

Mes canaux et contenus :

.....

Ma page et mon CTA :

Ce que je vais mesurer :

.....

Ma prochaine action immédiate :

.....

20. ERREURS À ÉVITER

- ✗ Vouloir tout expliquer
- ✗ Utiliser trop de jargon technique
- ✗ Parler uniquement des outils
- ✗ Oublier de mentionner l'audience
- ✗ Ne pas expliquer le problème de fond
- ✗ Présenter une offre confuse
- ✗ Ne pas avoir de CTA clair
- ✗ Ne pas dire comment vous allez mesurer
- ✗ Ne pas définir vos priorités absolues
- ✗ Terminer sans donner la prochaine action

CONSEIL :

Une bonne présentation finit toujours par une action concrète.

21. CHECKLIST FINALE DU COURS

- Je comprends les bases du marketing digital.
- Je sais définir une audience cible.
- Je peux formuler un message simple.
- Je comprends le rôle du contenu.
- Je sais choisir mes réseaux sociaux.
- Je peux créer un calendrier de contenu.
- Je comprends le rôle d'une page simple.
- Je peux créer un CTA clair.
- Je comprends les bases de la pub digitale.
- Je sais lire trafic, clics et conversions.
- J'ai construit un mini-plan marketing.
- J'ai défini mes actions prioritaires.
- J'ai organisé mes outils et ressources.
- Je sais mesurer mes progrès.
- Je peux présenter mon plan marketing.

22. RÉSUMÉ RAPIDE & CONCLUSION

Dans cette leçon finale, vous avez rassemblé tout le parcours (Projet, Audience, Offre, Canaux, Mesure) grâce à la méthode **P.A.O.C.M.**

Un bon plan marketing ne sert pas à impressionner. Il sert à agir avec clarté, apprendre avec méthode et progresser régulièrement.

Félicitations, vous avez terminé le cours Digital Marketing Starter ! Vous disposez maintenant d'une base solide pour avancer de manière autonome. La prochaine étape consiste à choisir une action, l'exécuter et l'améliorer progressivement.

TuniSkill Digital Marketing Starter | Semaine 5 | **Cours terminé avec succès**
Bravo ! Continuez à pratiquer, tester, mesurer et améliorer au quotidien.