

TUNISKILL AI

PLATEFORME DE FORMATION DIGITALE

AI & Digital Business Starter

Semaine 4 — Marketing digital & lancement de projet

Leçon 1

Comprendre les bases du marketing digital

Découvrir les principes essentiels pour rendre un projet visible, clair et attractif en ligne.

Introduction

Avoir une bonne idée, un bon produit ou un bon service ne suffit plus. Si personne ne sait que votre projet existe ou ne comprend comment il peut les aider, il ne décollera pas. C'est là qu'intervient le marketing digital.

Une méthode simple, pas de théorie compliquée

Le marketing digital n'est pas réservé aux experts ou aux grandes entreprises. C'est simplement l'art de connecter votre projet avec la bonne audience. En tant que débutant, vous n'avez pas besoin de théories complexes, mais d'une méthode claire et pratique.

Qu'est-ce que le marketing digital ?

Le marketing digital est l'utilisation des canaux en ligne pour communiquer, attirer l'attention, construire la confiance et encourager les gens à passer à l'action.

Cela inclut l'utilisation de :

- Sites web
- Réseaux sociaux
- Emails
- Moteurs de recherche (Google)
- Communautés en ligne
- Création de contenu
- Publicités payantes
- Applications de messagerie (WhatsApp)
- Pages de capture (Landing pages)

Pourquoi le marketing digital est indispensable

1. Il aide les gens à vous découvrir

Il donne de la visibilité à votre projet auprès de personnes qui ne vous connaissent pas encore.



2. Il explique ce que vous offrez

Il traduit vos idées en mots simples que tout le monde peut comprendre.



3. Il construit la confiance

En ligne, la confiance est la monnaie la plus précieuse. Le marketing prouve votre crédibilité.



4. Il cible la bonne audience

Il vous permet de parler directement aux personnes qui ont besoin de votre solution.



5. Il transforme l'attention en action

Il guide les curieux vers une inscription, un achat ou un contact.



6. Il permet de tester et d'améliorer

Vous pouvez voir ce qui fonctionne et ajuster votre stratégie rapidement.

Les 6 bases du marketing digital

Toute stratégie marketing, de la plus simple à la plus complexe, repose sur ces 6 piliers :

1

L'Audience

Qui voulez-vous atteindre ? (Ex: Étudiants, jeunes entrepreneurs...)

2 Le Message

Que voulez-vous qu'ils comprennent ? (Ex: L'IA est facile à apprendre.)

3 L'Offre

Que proposez-vous concrètement ? (Ex: Une formation, un service, un produit.)

4 Le Canal

Où allez-vous communiquer ? (Ex: Instagram, LinkedIn, site web.)

5 Le Contenu

Qu'allez-vous publier ? (Ex: Des astuces, des vidéos, des témoignages.)

6 L'Action (Conversion)

Que doivent-ils faire ensuite ? (Ex: S'inscrire, cliquer sur un lien, vous contacter.)

La formule marketing simple

Pour lancer un projet, il suffit de remplir cette équation :

Audience + Message + Canal + Contenu + Action = Stratégie marketing

Exemple d'application :

- **Audience** : Jeunes débutants qui veulent apprendre l'IA.
- **Message** : L'IA peut s'apprendre étape par étape, sans bagage technique.

- **Canal** : Instagram et LinkedIn.
- **Contenu** : Posts éducatifs, courtes vidéos, témoignages.
- **Action** : S'inscrire à la première cohorte de formation.

Visibilité, Confiance et Conversion

Le bon marketing digital ne cherche pas seulement à attirer l'attention. Il guide la personne d'une étape à l'autre.

Étape	Objectif	Exemple d'outils
1. Visibilité	Faire en sorte que les gens vous découvrent.	Un post viral, un Reel Instagram, un article bien référencé sur Google.
2. Confiance	Prouver que vous êtes crédible et sérieux.	Des témoignages, du contenu très utile, un portfolio, un site web propre.
3. Conversion	Encourager une action claire.	Un bouton "S'inscrire", un formulaire de contact, une page de paiement.

Les canaux marketing courants

Canal	Le meilleur pour...	Exemple d'usage	Difficulté
Site Web	La crédibilité et l'information détaillée.	Présenter votre projet et récolter des inscriptions.	Moyenne
Instagram			Facile à Moyenne

	Le contenu visuel, la communauté et la découverte.	Partager des astuces courtes et des carrousels.	
Facebook	Les communautés locales et les groupes.	Partager un service dans un groupe local.	Facile
LinkedIn	La crédibilité professionnelle et le réseau.	Partager votre apprentissage et vos succès.	Moyenne
TikTok	La visibilité rapide et les vidéos éducatives.	Explications simples et rapides face caméra.	Moyenne
Email	La relation sur le long terme.	Envoyer des annonces et des conseils hebdomadaires.	Moyenne
WhatsApp	La communication directe et rapide.	Répondre aux questions des clients potentiels.	Facile

Le marketing de contenu expliqué simplement

Le marketing de contenu signifie : **publier du contenu utile avant de demander aux gens d'acheter ou de s'inscrire.**

Exemples de contenu utile :

- Astuces et conseils
- Tutoriels pas à pas
- Guides pratiques
- Checklists
- Histoires inspirantes
- Coulisses de votre projet
- Erreurs à éviter
- Explications courtes
- Témoignages

La règle d'or : Quand vous aidez les gens gratuitement en premier, ils sont beaucoup plus enclins à vous faire confiance et à payer pour vos services ensuite.

Le parcours client en mots simples

Voici le cheminement mental que suit une personne avant d'agir :

1 Découverte

La personne voit votre contenu pour la première fois.

2 Intérêt

La personne comprend votre message et trouve ça intéressant.

3 Confiance

La personne vérifie votre crédibilité (site, témoignages, régularité).

4 Décision

La personne décide si votre offre peut résoudre son problème.

5 Action

La personne s'inscrit, vous contacte ou achète.

Exemple : Quelqu'un voit un post TuniSkill sur l'IA (Découverte), visite la page du cours (Intérêt), lit le programme et voit les PDF (Confiance/Décision), puis s'inscrit à la cohorte (Action).

Exemples marketing pour débutants

Exemple 1 : L'Étudiant

Utilise LinkedIn pour partager sa progression d'apprentissage et attirer des opportunités de stage.

Exemple 2 : Le Freelance

Utilise Instagram et un petit site web simple pour montrer ses services et des exemples de clients.

Exemple 3 : Le Petit Commerce

Utilise Facebook, WhatsApp et une fiche Google pour communiquer avec les clients locaux.

Exemple 4 : Le Projet de Formation

Utilise des posts éducatifs, une page de présentation et un formulaire pour attirer des apprenants.

Comment l'IA peut vous aider en marketing

Les outils comme ChatGPT peuvent agir comme votre assistant marketing pour :

- Trouver des idées d'audience
- Clarifier votre message principal
- Créer des idées de contenu
- Rédiger des posts et des emails
- Créer un plan marketing sur 7 jours
- Améliorer vos offres
- Structurer une page de vente (Landing page)
- Générer des idées de textes publicitaires
- Résumer les retours clients

Attention : L'IA vous aide à structurer et accélérer votre marketing, mais vous devez toujours vérifier, adapter et garder votre message authentique.

Prompts prêts à l'emploi

Prompt 1 : "Explique mon projet en une phrase claire pour une audience débutante : [description du projet]."

Prompt 2 : "Aide-moi à identifier l'audience cible de ce projet : [description]."

Prompt 3 : "Crée 10 idées de contenu pour attirer des personnes intéressées par [domaine]."

Prompt 4 : "Propose une stratégie marketing simple pour lancer [projet] en 7 jours."

Prompt 5 : "Rédige un post LinkedIn pour présenter mon projet de manière professionnelle."

Prompt 6 : "Crée un message court pour inviter les gens à s'inscrire ou à demander plus d'informations."

Les 8 erreurs à éviter

1. Essayer de parler à tout le monde

Si vous parlez à tout le monde, vous ne parlez à personne.

2. Publier sans message clair

Ne postez pas juste pour poster. Ayez toujours un objectif.

3. Vendre trop tôt

N'essayez pas de vendre avant d'avoir construit la confiance.

4. Être sur toutes les plateformes

Choisissez un ou deux canaux maximum pour commencer.

5. Ignorer les vrais besoins

Ne proposez pas ce que vous aimez, mais ce dont l'audience a besoin.

6. Oublier l'appel à l'action

Dites toujours clairement quelle est la prochaine étape.

7. Copier sans adapter

L'IA est un assistant, pas un remplaçant. Ajoutez votre touche.

8. Ne pas mesurer les résultats

Si vous ne regardez pas ce qui marche, vous ne pouvez pas vous améliorer.

Le marketing responsable

Le marketing doit toujours être honnête et utile. Voici les règles d'or :

- Ne faites jamais de fausses promesses.
- Soyez transparent sur ce que vous offrez.
- Respectez les données personnelles de vos contacts.
- Ne spammez pas (n'envoyez pas de messages non sollicités en masse).
- Partagez des informations vraies et vérifiées.
- Évitez les techniques de manipulation ou la pression excessive.
- Aidez les gens avant d'essayer de leur vendre quelque chose.
- Écoutez les retours (feedback) pour vous améliorer.

Mini Exercice : Comprendre votre base marketing

1 Le Projet

Écrivez quel est votre projet, compétence, service ou offre.

2 L'Audience

Définissez clairement qui est votre cible idéale.

3 Le Problème

Quel est le problème principal de cette audience ?

4 Le Message

Rédigez votre message simple en une phrase.

5 Le Canal

Choisissez le canal principal où vous allez communiquer.

6 Le Contenu

Trouvez une idée de contenu utile pour attirer l'attention.

7 L'Action

Définissez l'action claire que vous voulez qu'ils fassent.

8 L'aide de l'IA

Demandez à ChatGPT de transformer ces éléments en un résumé marketing clair.

Template de Base Marketing (à réutiliser)

Projet :

Audience cible :

Problème principal :

Message simple :

Offre :

Canal principal :

Idée de contenu :

Élément de
confiance :

Appel à l'action
(CTA) :

Prochaine étape :

Questions de réflexion

- Qui est-ce que je veux VRAIMENT atteindre ?
- Mon message est-il facile à comprendre pour un débutant ?
- Qu'est-ce qui prouve que mon projet est digne de confiance ?
- Sur quel canal dois-je me concentrer en premier ?
- Quel contenu utile puis-je publier cette semaine ?

- Quelle action précise est-ce que j'attends des gens ?

Checklist de validation

- Je comprends ce qu'est le marketing digital et à quoi il sert.
- Je connais les 6 bases : audience, message, offre, canal, contenu, action.
- Je peux expliquer mon projet simplement, en une seule phrase.
- Je sais choisir un canal adapté à mon audience (sans essayer d'être partout).
- Je comprends la différence entre visibilité, confiance et conversion.
- Je peux créer une idée de contenu utile (marketing de contenu).
- Je peux définir un appel à l'action (CTA) clair.
- Je m'engage à garder mon marketing honnête, utile et responsable.

Résumé de la Leçon

- ✓ Le marketing digital aide à **connecter votre projet avec la bonne audience.**
 - ✓ Une stratégie simple repose sur : **Audience, Message, Offre, Canal, Contenu et Action.**
 - ✓ La visibilité ne suffit pas ; il faut aussi **construire la confiance et guider vers la conversion.**
-

✓ Le contenu utile **crée de la crédibilité** avant même de demander une inscription.

✓ L'IA aide à **structurer les idées**, mais le jugement humain reste indispensable.

Le marketing digital n'est pas réservé aux grandes entreprises. Avec une audience claire, un message simple et une action précise, même un petit projet peut commencer à attirer l'attention, construire la confiance et avancer étape par étape.