

TUNISKILL AI

PLATEFORME DE FORMATION DIGITALE

AI & Digital Business Starter

Semaine 4 — Marketing digital & lancement de projet

Leçon 2

Créer une stratégie marketing simple

Transformer votre audience, votre message et votre offre en un plan d'action clair.

Introduction

Beaucoup de débutants commencent par ouvrir des comptes sur tous les réseaux sociaux et publier au hasard. Sans stratégie, cela devient vite épuisant et les résultats sont souvent décevants. Avant de publier du contenu ou de lancer un projet, vous avez besoin d'une direction claire.

La simplicité avant tout

Une stratégie marketing vous aide à gagner du temps, à rester concentré et à prendre de meilleures décisions. La bonne nouvelle ? Une bonne stratégie n'a pas besoin d'être un document compliqué de 50 pages. Elle peut tenir sur une seule feuille.

Qu'est-ce qu'une stratégie marketing ?

Une stratégie marketing est un plan simple qui répond à ces questions fondamentales :

- Qui est-ce que je veux atteindre ?
- Où vais-je communiquer ?
- Que veux-je communiquer ?
- Quel contenu vais-je publier ?
- Que vais-je offrir ?
- Quelle action j'attends d'eux ?

Attention : Une stratégie n'est pas juste un document. C'est une boussole qui vous aide à décider ce que vous devez faire... et surtout ce que vous devez éviter.

Pourquoi une stratégie simple est essentielle



1. Elle donne une direction

Vous savez exactement où vous allez au lieu de naviguer à l'aveugle.

2. Elle cible la bonne audience

Elle vous empêche d'essayer de plaire à tout le monde.

3. Elle clarifie le message

Votre communication devient cohérente et facile à comprendre.

4. Elle sélectionne les bons canaux

Elle vous aide à choisir la plateforme où se trouve réellement votre audience.

5. Elle évite la perte de temps

Vous arrêtez de vous épuiser sur des actions inutiles.

6. Elle permet de mesurer les progrès

Vous pouvez voir si vous avancez vers votre objectif.

Les 7 étapes d'une stratégie simple

Pour construire votre plan d'action, suivez ces 7 étapes dans l'ordre :

1 Définir le projet

Que construisez-vous, offrez-vous ou promouvez-vous ?

2 Définir l'audience cible

Qui a précisément besoin de ce projet ou de cette offre ?

3 Définir le problème principal

Quel besoin, douleur ou désir votre audience a-t-elle ?

4 Définir le message

Que doivent-ils comprendre en une seule phrase ?

5 Définir l'offre

Que proposez-vous concrètement pour résoudre leur problème ?

6 Choisir les canaux principaux

Où allez-vous communiquer en priorité ?

7 Définir l'action (Objectif)

Que voulez-vous qu'ils fassent après avoir vu votre message ?

La formule d'une stratégie simple

**Projet + Audience + Problème + Message + Offre + Canal + Action =
Stratégie**

Exemple d'application complet :

- **Projet** : AI & Digital Business Starter.
- **Audience** : Débutants qui veulent apprendre l'IA et le business digital.
- **Problème** : Ils se sentent perdus et ne savent pas par où commencer.
- **Message** : L'IA peut s'apprendre étape par étape avec une méthode simple.
- **Offre** : Un programme de formation structuré et accessible.
- **Canal** : Site web + LinkedIn + Instagram.

- **Action** : S'inscrire à la première cohorte.

Marketing au hasard vs Marketing stratégique

Marketing au hasard	Marketing stratégique
Publier sans but précis.	Publier avec un objectif clair.
Parler à tout le monde.	Parler à une audience définie.
Utiliser trop de plateformes à la fois.	Se concentrer sur 1 ou 2 canaux choisis.
Changer de message toutes les semaines.	Répéter un message clair et cohérent.
Aucun appel à l'action.	Un appel à l'action clair sur chaque post.
Ne rien mesurer.	Mesurer les résultats et s'améliorer.

Définir votre objectif

Avant de créer du contenu, vous devez savoir ce que vous cherchez à accomplir.

1 Visibilité

But : Faire découvrir votre projet à de nouvelles personnes.

2 Confiance

But : Construire votre crédibilité et montrer votre sérieux.

3 Engagement

But : Lancer des conversations et obtenir des réactions.

4 Leads / Inscriptions

But : Récolter des contacts ou des candidatures.

5 Ventes

But : Encourager les gens à acheter ou à réserver.

6 Feedback

But : Comprendre ce que votre audience pense pour vous améliorer.

Choisir une seule audience principale

L'erreur classique est d'essayer d'atteindre tout le monde. Une stratégie simple commence par une cible claire.

Pour un projet de formation :

Audience : Les jeunes débutants qui veulent apprendre l'IA de zéro.

Pour un freelance :

Audience : Les petites entreprises locales qui ont besoin de visibilité en ligne.

Pour un étudiant :

Audience : Les recruteurs et responsables de stage dans le domaine digital.

Créer votre message central

Votre message central (core message) est la phrase que les gens doivent retenir de vous.

Pour [audience], mon projet aide à [résoudre le problème] afin de [résultat].

Exemples :

Exemple 1 (Formation) :

"Pour les débutants, TuniSkill aide à apprendre l'IA étape par étape afin de créer des projets digitaux concrets."

Exemple 2 (Freelance) :

"Pour les petits commerces, mon service aide à créer une présence Facebook professionnelle afin d'attirer plus de clients locaux."

Exemple 3 (Étudiant) :

"Pour les étudiants, mon accompagnement aide à construire un profil LinkedIn clair afin d'augmenter les chances de trouver un stage."

Choisir vos canaux

Une stratégie simple doit commencer par **1 ou 2 canaux principaux maximum**.

- Si vous cherchez la **crédibilité professionnelle** : Choisissez LinkedIn + Site web.
- Si vous cherchez la **visibilité visuelle** : Choisissez Instagram + Facebook.
- Si vous cherchez la **communication locale** : Choisissez Facebook + WhatsApp.
- Si vous cherchez **l'éducation et la confiance** : Choisissez YouTube ou LinkedIn + Email.
- Si vous cherchez à **tester rapidement** : Choisissez Réseaux sociaux + Landing page.

Conseil de pro : Commencez avec un canal principal (pour attirer) et un canal de support (pour convertir, comme un site ou WhatsApp).

Planifier vos thèmes de contenu

Votre contenu doit soutenir votre stratégie globale. Utilisez ces 5 thèmes :

- **Éduquer** : Enseigner quelque chose d'utile.
- **Promouvoir** : Présenter votre offre clairement.
- **Construire la confiance** : Partager des preuves, des résultats, les coulisses.
- **Engager** : Poser des questions, lancer des discussions.
- **Inspirer** : Motiver votre audience.

Comment l'IA peut aider votre stratégie

ChatGPT est excellent pour structurer votre réflexion. Utilisez-le pour :

- Clarifier votre audience cible
- Créer un plan d'action sur 7 jours
- Créer votre message central
- Améliorer votre offre
- Choisir les bons canaux
- Rédiger vos appels à l'action (CTA)
- Générer des thèmes de contenu
- Comparer différentes options stratégiques

Note : L'IA donne un point de départ structuré, mais la stratégie doit toujours être adaptée à votre réalité et à vos capacités.

Prompts prêts à l'emploi

Prompt 1 : "Voici mon projet : [description]. Aide-moi à créer une stratégie marketing simple en 7 étapes."

Prompt 2 : "Identifie l'audience cible, le problème, le message, l'offre, le canal et l'action pour ce projet : [description]."

Prompt 3 : "Propose 3 messages marketing différents pour présenter mon projet à des débutants."

Prompt 4 : "Aide-moi à choisir entre Instagram, Facebook, LinkedIn et site web pour lancer ce projet."

Prompt 5 : "Crée un plan d'action marketing simple sur 7 jours pour attirer mes premiers contacts."

Prompt 6 : "Améliore cette stratégie marketing pour qu'elle soit plus claire et réaliste : [coller stratégie]."

Mini Exercice : Créer votre stratégie simple

1 Le Projet & L'Offre

Écrivez clairement ce que vous proposez.

2 L'Audience & Le Problème

Définissez une seule cible et son problème principal.

3 Le Message Central

Rédigez votre message en une phrase.

4 Les Canaux

Choisissez 1 canal principal et 1 canal de support.

5 L'Action

Définissez l'appel à l'action clair.

6 L'Aide de l'IA

Demandez à ChatGPT d'assembler ces éléments en stratégie.

7 Ajustement

Améliorez manuellement la proposition de l'IA.

Template de Stratégie Simple (à réutiliser)

Projet :

Audience cible :

Problème principal :

Message central :

Offre :

Canal principal :

Canal de support :

Thèmes de contenu :

Élément de confiance :

Appel à l'action (CTA) :

Idée d'action 7 jours :

Mesure des résultats :

Ce qu'il faut mesurer

Une stratégie n'est complète que si vous mesurez ses résultats. Regardez ces indicateurs simples :

- **Visibilité** : Vues, portée, impressions.
- **Engagement** : Likes, commentaires, partages.
- **Confiance** : Visites de profil, visites de site, messages reçus.
- **Leads** : Inscriptions, formulaires remplis.
- **Ventes** : Réservations, commandes.
- **Feedback** : Questions posées, objections.

Les 8 erreurs à éviter

1. Créer du contenu avant d'avoir une audience

Sachez à qui vous parlez avant de parler.

2. Changer de message trop souvent

La répétition est la clé de la mémorisation.

3. Choisir trop de canaux

Mieux vaut être excellent sur un réseau que moyen sur cinq.

4. Ne publier que des promotions

Équilibrez avec de l'éducation et de l'inspiration.

5. Oublier l'appel à l'action

Ne laissez pas votre audience deviner ce qu'elle doit faire.

6. Ignorer les retours (feedback)

Les commentaires de l'audience valent de l'or.

7. Vouloir être parfait avant de tester

Lancez, testez, puis améliorez.

8. Ne rien mesurer du tout

Sans mesure, vous naviguez à l'aveugle.

Une stratégie responsable

Un marketing éthique et responsable repose sur ces principes :

- Ne faites pas de promesses irréalistes.
- Soyez parfaitement clair sur ce que vous offrez.
- Respectez les données personnelles.
- Ne manipulez pas les gens en utilisant la peur.
- Ne spammez pas.
- Apportez de la valeur avant de demander un achat.
- Écoutez les retours et améliorez-vous en fonction des vrais besoins.

Questions de réflexion

- **Ma stratégie est-elle assez simple pour être suivie au quotidien ?**
- **Est-ce que je sais précisément qui je veux atteindre en premier ?**
- **Mon message est-il facile à comprendre pour un enfant de 10 ans ?**
- **Mon offre est-elle claire ?**
- **Ai-je le temps de gérer les canaux que j'ai choisis ?**
- **Comment saurai-je si ma stratégie fonctionne ?**

Checklist de validation

- Je peux définir mon projet de manière claire et concise.
- Je connais mon audience cible principale.
- Je comprends le problème ou le besoin de mon audience.
- J'ai un message simple et mémorisable.
- Mon offre est claire.
- J'ai choisi un canal principal et un canal de support maximum.
- J'ai défini un appel à l'action (CTA) clair.
- Je sais quels types de contenus publier.

Je sais quels indicateurs mesurer pour suivre mes progrès.

Ma stratégie reste honnête et responsable.

Résumé de la Leçon

- ✓ Une stratégie marketing donne **une direction et évite de s'épuiser**.
- ✓ Une stratégie simple relie : **projet, audience, problème, message, offre, canal et action**.
- ✓ Les débutants doivent se concentrer sur **une seule audience et 1 ou 2 canaux**.
- ✓ L'IA aide à structurer le plan, mais **le jugement humain et le feedback sont essentiels**.
- ✓ Mesurer les résultats permet de **s'améliorer étape par étape**.

Une stratégie marketing simple peut transformer une idée floue en plan d'action clair. Vous n'avez pas besoin de tout faire parfaitement. Commencez avec une audience, un message, un canal et une action. Puis testez, écoutez et améliorez.