FICHE MÉTHODO !

DIGITAL FlashUP

MY MARKETING XPERIENCE

DÉPLOYER UNE STRATÉGIE DIGITALE GAGNANTE

Fiche Méthodologique :
Structurer sa stratégie de marketing digital

Un concentré d'idées claires et utiles

Gouvernement Princier PRINCIPAUTÉ DE MONACO / Extended Monaco Entreprise / MONACO BUSINESS OFFICE

Structurer sa stratégie de marketing digitale

Les 3 étapes clés pour plus d'efficacité

Une approche méthodique pour transformer votre vision business en actions concrètes et mesurables. Découvrez comment clarifier vos fondamentaux, définir des objectifs-clés pertinents et construire un plan d'action digital qui génère des résultats tangibles.

Proposé par : **My Marketing Xperience**

DIGITAL FlashUP

Étape 1 : Clarifier vos fondamentaux

Avant de passer à l'action, il faut savoir **à qui l'on parle, ce que l'on propose et comment on se différencie**. Cette clarification stratégique constitue le socle de toute démarche digitale efficace.

Cibles

Définir des personas précis avec leurs besoins, comportements, attentes et habitudes en ligne ou hors ligne. Comprendre profondément qui sont vos clients permet d'adapter votre communication et vos canaux.

Offre

Clarifier ce que vous proposez avec vos bénéfices concrets et vos points forts. Votre proposition de valeur doit être limpide et répondre aux besoins identifiés de vos cibles.

Positionnement

Formuler votre promesse et ce qui vous distingue de la concurrence. Un positionnement différenciant crée de la valeur perçue et justifie le choix de votre marque.

Étape 2 : Définir vos objectifs-clés

Ce que l'on ne mesure pas ne s'améliore pas : les objectifs-clés sont les **balises qui permettent de piloter votre stratégie digitale**. Ils transforment votre vision en résultats concrets et mesurables.

1

Acquisition

- Trafic organique (SEO)
- Taux de clic (Ads)
- Coût par lead

2

Engagement

- Taux d'ouverture email
- Partages réseaux sociaux
- Durée de visite

3

Conversion

- Leads générés
- Ventes en ligne
- Taux de transformation

4

Fidélisation

- Taux de réachat
- Satisfaction client (NPS)

Étape 3 : Construire et piloter le plan d'action digital

Une bonne stratégie reste théorique tant qu'elle n'est pas traduite en **actions concrètes et suivies dans le temps**. Le passage à l'opérationnel nécessite une méthodologie rigoureuse en quatre phases complémentaires.

1

Traduire en OKR

Transformer la vision en objectifs opérationnels mesurables

2

Décliner les actions

Définir les tactiques concrètes par canal digital

3

Organiser les ressources

Allouer budget, équipe et prestataires nécessaires

4

Suivre et ajuster

Piloter avec des outils et optimiser en continu

Traduire la stratégie en objectifs opérationnels (OKR)

Objectives

Formuler des objectifs qualitatifs alignés à la vision business.

Exemple : « Accroître la visibilité en ligne de la marque »

Key Results

Définir des résultats chiffrés et mesurables qui traduisent concrètement l'atteinte de l'objectif.

Exemples :

- +30 % trafic organique en 6 mois
- 5 000 abonnés LinkedIn engagés
- 12 articles SEO par trimestre

Les OKR traduisent la vision business en actions concrètes et permettent d'aligner toute l'équipe sur des résultats communs.

Décliner les actions par canal

Chaque canal digital nécessite des actions spécifiques, adaptées à ses particularités et aux comportements de votre audience.

SEO

Audit technique complet et calendrier éditorial structuré pour améliorer le référencement naturel et générer du trafic qualifié.

SEA

Campagnes Google Ads et Meta Ads avec budget défini et ciblage précis pour maximiser le retour sur investissement publicitaire.

Réseaux sociaux

Calendrier éditorial avec formats variés (vidéos, carrousels, témoignages) et campagnes sponsorisées pour engager votre communauté.

Emailing

Newsletters régulières et scénarios automatisés (ou pas) pour nourrir la relation client et générer des conversions.

Organiser les ressources et suivre les résultats

Organiser les ressources

La mise en œuvre efficace nécessite une planification rigoureuse :

- Construire un calendrier éditorial et un planning de campagnes détaillé
- Définir les ressources nécessaires : budget alloué par canal, composition de l'équipe interne, sélection des prestataires externes
- Établir des responsabilités claires pour chaque action

Suivre et ajuster

Le pilotage continu garantit l'atteinte des objectifs :

- Mettre en place des outils de pilotage performants (GA4, Search Console, CRM, dashboards personnalisés)
- Revoir régulièrement les objectifs-clés pour ajuster les actions en fonction des résultats
- Adopter une démarche d'amélioration continue

À faire et à éviter

À FAIRE ✓

- Définir quelques objectifs-clés clairs et actionnables plutôt que multiplier les indicateurs
- Prioriser les canaux où se trouvent réellement vos clients pour maximiser l'impact
- Décliner les objectifs en actions concrètes avec des responsables identifiés
- Allouer les ressources nécessaires (budget, temps, compétences) dès le départ

À ÉVITER ✗

- Multiplier les indicateurs inutiles qui diluent l'attention et compliquent le pilotage
- Vouloir être partout sans stratégie claire, ce qui disperse les efforts
- Lancer des campagnes déconnectées des objectifs business prioritaires
- Négliger la répartition des ressources et sous-estimer les besoins réels

Votre tableau de bord digital

Un **tableau de bord digital** regroupant vos objectifs-clés + actions + ressources devient votre outil central de pilotage.

Définir

Objectifs clairs et mesurables

Agir

Actions concrètes par canal

Ajuster

Optimisation continue

Mesurer

Suivi des indicateurs clés

L'efficacité repose sur ce cycle vertueux : **définir → agir → mesurer → ajuster**. Chaque itération améliore vos résultats et affine votre stratégie.

Ce qu'il faut retenir

Le triptyque gagnant

Structurer sa stratégie digitale repose sur trois piliers indissociables : **fondamentaux → objectifs-clés → plan d'action**. Chaque élément nourrit les autres dans une logique cohérente.

Les OKR comme traducteur

Les OKR traduisent la vision business en actions concrètes et mesurables, créant le pont entre stratégie et opérationnel.

Un cycle d'amélioration continue

L'efficacité repose sur un cycle vertueux : **définir → agir → mesurer → ajuster**. Cette approche itérative garantit l'optimisation permanente de vos résultats.

DIGITAL FlashUP

RESTEZ CONNECTÉS

& Boostez vos compétences numériques sur

EME.GOUV.MC

Gouvernement Princier
PRINCIPAUTÉ DE MONACO

Extended Monaco Entreprise

MONACO BUSINESS OFFICE