



STRATÉGIE DE COMMUNICATION DIGITALE : LES ÉTAPES CLÉS

L'Audit : Le Point de Départ

- Analyser l'environnement digital et l'identité numérique de l'entreprise.
- **Méthode** : Analyse SWOT (Forces, Faiblesses, Opportunités, Menaces).
- **Exemple** : Identifier les forces et faiblesses de sa présence en ligne.



Cibler Précisément : Connaître son Audience

- Définir le profil type du client (persona).
- Éléments clés du **persona** : Âge, sexe, lieu de résidence, emploi, loisirs, revenus, comportements en ligne.

Objectifs et Budget : Donner une Direction et des Moyens

- Définir des objectifs clairs et mesurables (visibilité, prospects, ventes...).
- Allouer un budget adapté aux objectifs.



Choisir et Planifier : Les Bons Canaux au Bon Moment

- Sélectionner les canaux pertinents pour la cible et les objectifs.
- Établir un calendrier des actions (fréquence, thèmes...).
- **Exemple** : Lancer une campagne de valorisation sur les réseaux sociaux.