ANNEXE 3

Définition des objectifs de la stratégie digitale

1. Présentation du projet

Dans le cadre du développement de son activité, l'entreprise souhaite améliorer sa présence sur Internet grâce à la création d'un site Internet et de comptes professionnels sur les réseaux sociaux.

Ce projet a pour objectif de moderniser la communication de l'entreprise, de renforcer sa visibilité locale et de valoriser son savoir-faire auprès des particuliers et des professionnels.

La stratégie digitale reposera principalement sur trois supports :

- Un site Internet vitrine pour présenter l'entreprise, ses prestations, son expérience et ses qualifications.
- Une page Facebook professionnelle pour communiquer avec la clientèle et partager les actualités de l'entreprise.
- Un compte Instagram professionnel pour mettre en valeur les réalisations à travers des photos et des vidéos.

Ces différents supports seront complémentaires et permettront de développer une présence numérique cohérente.

2. Les objectifs commerciaux

Les objectifs commerciaux concernent directement le développement de l'activité de l'entreprise.

Objectifs	Actions envisagées	Résultats attendus
Attirer de nouveaux clients	Présenter les prestations sur le site Internet et les réseaux sociaux	Développer les opportunités commerciales
Générer des demandes de devis pertinentes	Mettre en place un formulaire de demande de devis sur le site Internet	Recevoir des demandes correspondant aux prestations et à la zone d'intervention
Développer la notoriété locale	Publier régulièrement des contenus et améliorer la présence sur Internet	Faire connaître davantage l'entreprise dans son secteur
Se différencier de la concurrence	Mettre en avant l'expérience, les qualifications et les réalisations	Donner aux prospects des raisons de choisir l'entreprise

L'objectif n'est pas de multiplier les demandes de devis sans distinction, mais de toucher des prospects réellement intéressés par les services proposés.

3. Les objectifs de communication

Les objectifs de communication concernent l'image que l'entreprise souhaite transmettre à ses clients et à ses prospects.

Objectifs	Actions envisagées	Résultats attendus
Moderniser l'image de l'entreprise	Créer un site Internet et des pages professionnelles	Donner une image plus actuelle et professionnelle
Présenter clairement les prestations	Créer une rubrique dédiée à chaque activité sur le site Internet	Permettre aux visiteurs de comprendre les services proposés
Valoriser le savoir-faire	Publier des photos de chantiers et des réalisations avant/après	Montrer la qualité du travail réalisé
Renforcer la confiance	Présenter le dirigeant, son expérience et ses qualifications	Rassurer les futurs clients
Améliorer la visibilité des informations	Indiquer les coordonnées et les moyens de contact sur les différents supports	Faciliter la prise de contact

4. Les objectifs de fidélisation

La stratégie digitale ne vise pas uniquement à conquérir de nouveaux clients. Elle doit également permettre de maintenir une relation avec la clientèle existante.

Objectifs	Actions envisagées	Résultats attendus
Maintenir le lien avec les clients	Publier des actualités et des conseils pratiques	Rester présent dans l'esprit des clients
Informer la clientèle	Partager des conseils d'entretien et des informations saisonnières	Apporter des informations utiles
Valoriser la satisfaction des clients	Mettre en avant des avis et témoignages avec leur autorisation	Renforcer la confiance
Favoriser les recommandations	Faciliter le partage des publications et la consultation des informations de l'entreprise	Encourager le bouche-à-oreille

5. Les objectifs quantitatifs et qualitatifs

Afin de pouvoir évaluer les résultats du projet, des objectifs quantitatifs et qualitatifs sont définis.

Objectifs quantitatifs

Indicateurs	Objectifs envisagés
Publications sur Facebook et Instagram	Environ 2 à 3 publications par mois
Actualisation du site Internet	Vérifier et mettre à jour les informations dès qu'un changement intervient
Demandes de devis	Suivre le nombre de demandes reçues par le site Internet
Abonnés sur les réseaux sociaux	Faire progresser progressivement le nombre d'abonnés
Interactions	Suivre les mentions « J'aime », les commentaires et les partages
Nouveaux clients	Identifier les clients ayant découvert l'entreprise grâce aux supports numériques

Les objectifs chiffrés concernant les abonnés, les visites et les demandes de devis seront précisés après le lancement des supports, une fois les premiers résultats observés. Cela permettra de fixer des objectifs réalistes à partir d'une situation de départ connue.

Objectifs qualitatifs

- Améliorer la qualité de la communication de l'entreprise.
- Donner une image sérieuse, professionnelle et moderne.
- Faciliter l'accès aux informations concernant les prestations.
- Renforcer la confiance des prospects.
- Mettre en valeur l'expérience et les compétences du dirigeant.
- Proposer des supports simples à utiliser et régulièrement actualisés.

6. La méthode de suivi des résultats

Pour vérifier si les objectifs sont atteints, plusieurs outils de suivi seront utilisés.

Support	Indicateurs à suivre	Méthode de suivi
Site Internet	Nombre de visiteurs, pages consultées et demandes de devis	Outil de statistiques du site
Facebook	Nombre d'abonnés, portée et interactions	Statistiques professionnelles Facebook
Instagram	Nombre d'abonnés, vues et interactions	Statistiques professionnelles Instagram
Activité commerciale	Nombre de demandes de contact et de nouveaux clients issus du numérique	Suivi des demandes reçues et question posée aux nouveaux clients

Un bilan pourra être réalisé chaque mois afin d'observer l'évolution des résultats, d'identifier les contenus qui fonctionnent le mieux et d'adapter les prochaines actions de communication.

Il sera également important de demander aux nouveaux clients comment ils ont connu l'entreprise afin de mieux identifier les supports qui génèrent des contacts.

7. Répartition des responsabilités

Pour assurer le bon fonctionnement de la stratégie digitale, les missions seront réparties entre les différentes personnes concernées.

Personne concernée	Missions
Moi-même	Création du site Internet, création des comptes professionnels, préparation des premières publications et mise en place des outils de communication
Le dirigeant	Validation des informations concernant les prestations, les qualifications et les réalisations de l'entreprise
La secrétaire	Gestion des publications, actualisation des informations et suivi des messages reçus
Les salariés	Prise et transmission de photos des chantiers terminés, avec l'accord des clients

Cette organisation permettra de répartir les tâches et de faciliter la gestion des supports numériques sur le long terme.

8. Conclusion

La définition de ces objectifs permet de donner une direction précise au projet de développement digital de l'entreprise.

La création du site Internet et des réseaux sociaux doit permettre d'améliorer la visibilité locale, de valoriser le savoir-faire de l'entreprise, de renforcer son image professionnelle et de faciliter les prises de contact.

La stratégie mise en place privilégiera la qualité des contacts plutôt que leur quantité, afin de tenir compte de la capacité de l'entreprise à répondre aux demandes.

Un suivi régulier des indicateurs permettra ensuite de mesurer les résultats obtenus et d'adapter les actions si nécessaire.