Le planning de l’implantation du projet :

**Puisque notre site n’est pas encore connu le grand public et nos clients potentiel**

Pour les besoins des produits, nous allons nous baser sur 8 stratégies :

* L'offre
* Le référencement naturel
* Le blog
* Les réseaux sociaux
* La publicité (Facebook, AdWords et Remarketing)
* L’emailing
* L’analyse
* Les partenariats

I- l’offre

Mettre sur le site les produit et service qu’on veut vendre et la demande des client potentiel.

II- LE référencement naturel

Pour vulgariser le SEO, nous allons distinguer 2 parties :

* En interne (sur votre boutique en ligne) : plus vos pages et leurs contenus sont en adéquation avec une recherche faite par un internaute, plus elles vont remonter dans les résultats de recherche et se rapprocher de la première position sur Google.
* En externe (en dehors de votre boutique) : Plus on parle de vous sur le web, plus Google a confiance en vous. Pour lui, c’est la preuve d’un contenu de bonne qualité. Pour analyser votre popularité sur le Web, Google va étudier, entre autres, vos « backlinks ». Ce sont des liens présents sur d’autres sites internet, qui pointent vers votre boutique en ligne. En d’autres termes, plus vous avez de liens de qualité, plus Google aura confiance en vous et fera passer vos résultats en priorité.

III- Le blog

Définir un bloc qui offre 2 opportunités majeures pour accroître nos ventes :

* Vous référencer sur des termes de recherches stratégiques (chaque article est une possibilité de positionnement sur une recherche Google).
* Vous positionner comme expert dans votre secteur d’activité, en rédigeant du contenu de qualité et en le partageant ensuite sur les réseaux sociaux.

IV- Les réseaux social:

Faire connaitre le site et les produit dans les réseaux sociaux ( Facebook, Instagram, YouTube, google , etc....)

V- la publicité

Allouer on budget publicitaire (télé, radio journaux, magazine ,affichage)

VI- L’emailing :

Faire de la communication en informant les client déjà inscrit dans le site des nouveau produit , marque ou promotion.

VII-L 'Analyse :

Analyser les résultats du business, par l’optimisation et le développement

VIII – Des partenaires

Se faire des partenaires afin de pouvoir d’augmenter son chiffre d’affaires et ses bénéfices