








MISSION, OBJECTIF, STRATÉGIE, TACTIQUE, KPI

QUELLE EST LA DIFFÉRENCE ?

Terme	Résumé	Description	Exemple
Mission <i>Omnicanal</i> <i>1 par entreprise</i> 	Pourquoi ?	Pourquoi l'entreprise existe. C'est un aspect transversal et pérenne.	Améliorer la qualité de vie des enfants dans le monde
But <i>Omnicanal</i> <i>2 ou 3 max</i> 	Vers où?	Ce que l'on souhaite accomplir cette année Acquisition, Rétention See / Think / Do / Care	Augmenter les dons
Objectif <i>Omnicanal</i> <i>2 ou 3 max</i> 	Vers où?	Le but mais avec une cible <u>S.M.A.R.T.*</u>	Augmenter les dons de 20% sur un an
KPI <i>Omnicanal</i> <i>2 ou 3 par objectifs</i> 	Combien?	Les indicateurs clés pour mesurer l'accomplissement des objectifs. Segmenter	- \$ dons par rapport à l'année dernière - taux de conversion
Stratégie <i>Omnicanal</i> <i>en fonction des ressources</i> 	Comment?	Comment va-t-on atteindre l'objectif? Cohérence entre les médias détenus, mérité et payés. Étapes de l'entonnoir Analyser et Prioriser	Améliorer l'expérience client
Tactique <i>par canal</i> <i>en fonction des ressources</i> 	Quoi?	C'est le concret, la mise en pratique, l'action! Les tactiques sont liées aux stratégies Plusieurs tactiques par stratégies	Réaliser un test A/B sur la page de dons sur le site internet
Métrique <i>par Canal</i> <i>2 ou 3 par tactiques</i> 	Combien?	Indicateurs pour mesurer l'accomplissement des tactiques - Acquisition - Comportement - Conversion	- Nb de visiteurs abandonnant le processus à chaque étape - Augmentation du taux de conversion - Augmentation du montant moyen de don

*S.pecific, M.easurable, A.ctionable, R.ealistic, T.imely; https://en.wikipedia.org/wiki/SMART_criteria
 source des icônes : <http://www.flaticon.com/>