**Annexe 5 : Planning opérationnel pour lancer l’opération**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **N°** | **Tâche** | **Ressources humaines et matérielles** | **Durée** | **Tâche antérieure** |
| A | Définir le budget et les indicateurs clés de performance | Julio | ½ journée | - |
| B | Estimer le nombre de commandes | Julio, à faire avant les commandes en analysant les résultats des opérations précédentes | ½ journée | A |
| C | Rechercher et choisir le fournisseur du plateau | Assistant(e) commercial(e) | 2 jours | A |
| D | Vérifier les stocks des 4 produits | Julio | 2 jours | B |
| E | Commander les plateaux | Assistant(e) commercial(e) | 1 jour | B - C |
| F | Réserver le photographe | Assistant(e) commercial(e) | 1 jour | A |
| G | Faire les photos du plateau, des fromages, du plateau de fromages, de la cuisinière en cuisine | Photographe, 1 mois avant la promotion | 1 jour | F |
| …. | ….. | …. | …. | ….. |

**À classer :**

– Contrôler les promotions rédigées

– Rédiger la promotion sur le carrousel de la page d’accueil

– Réaliser la mise en page de la page promo avec le logiciel de création de site

– Rédiger la page promo du site et choisir les images

– Mise en ligne des vidéos du webinaire sur YouTube et sur le blog

– Analyse des résultats de l’opération

– Rédiger les messages d’annonce sur les réseaux sociaux

– Mise en ligne de la promotion

– Envoi du mailing

– Choisir la photo pour la page d’accueil

– Sélectionner la cible dans le fichier

– Réaliser les webinaires

– Rédiger l’e-mail annonçant la promo