

L'entreprise

Nom d'entreprise : _____

Secteur d'activité : _____

Pitch : _____

État du projet : _____

SOS "Aide au brief"

1

Le projet

Description : _____

Objectif(s) : _____

KPI(s) : _____

SOS "Aide au brief"

2

SOS "Aide au brief"

3

SOS "Aide au brief"

4

La cible

Description des cibles : _____

SOS "Aide au brief"

5

Les contraintes

Budget minimum : _____

Budget maximum : _____

Compétences nécessaires : _____

Méthode de travail à appliquer : _____

Taille d'agence souhaitée : _____

Localisation de l'agence : _____

Date de début de projet : _____

Date de livraison de projet : _____

Rendu(s) attendu(s) : _____

Langue(s) souhaitée(s) : _____

Technologie/logiciel spécifique ? _____

Contact

Prénom _____

Nom _____

Rôle au sein du projet _____

E-mail _____

Téléphone _____

Aide au brief

Difficile de pitcher l'entreprise ?



Voici le plan que nous vous conseillons de suivre :
(copiez/collez celui-ci dans le formulaire pour faciliter votre rédaction)

- 1- L'entreprise
(que fait l'entreprise, que propose-t-elle ?, à quel prix ?, sur quelle zone ?)
- 2- L'historique
(chiffres clés, évolution d'entreprise, références, preuves, précédentes campagnes ...)
- 3- Le positionnement
(quelle est sa valeur ajoutée ? Qu'est-ce qui la différencie de la concurrence ?)
- 4- L'environnement
(qui sont les concurrents ? De quelle manière communiquent-ils ? quel est l'état du marché ?)
- 5- La personnalité et valeurs de marque
(ADN, perception, mission, valeurs)
- 6- La cible
(à qui s'adresse l'offre ? quels sont ses bénéfices pour ses clients ?)

Difficile de décrire le projet ?



Voici le plan que nous vous conseillons de suivre :
(copiez/collez celui-ci dans le formulaire pour faciliter votre rédaction)

- 1- Dans quel contexte intervient le projet ?
(quelle est la raison du projet ?)
- 2- Quelle est la problématique ?
(qu'est-ce que l'on veut résoudre ?)
- 3- Répond-il à un événement spécifique ?
(Lancement d'un nouveau service, levée de fonds, redéfinition de marque ...?)

Difficile de définir les objectifs ?



Voici le plan que nous vous conseillons de suivre :
(copiez/collez celui-ci dans le formulaire pour faciliter votre rédaction)

- 1- Quels sont les résultats attendus ?
(augmenter la notoriété de la marque ? Driver du trafic en boutique ? Fidéliser vos clients ? Développer les ventes ? Créer une communauté ? Travailler la préférence de marque ? Quantifiez et datez au maximum vos objectifs.)
- 2- Quel est le type d'objectif ?
(objectifs de notoriété ? d'image ? d'action ?)
- 3- Quelles sont les ambitions et motivations ?
(indiquez les motivations et ambitions: faire connaître, positionner, promouvoir, donner envie, recruter, générer du trafic, lancer le buzz, communiquer sur l'image ...)

Difficile de définir les KPI's ?



Voici le plan que nous vous conseillons de suivre :
(copiez/collez celui-ci dans le formulaire pour faciliter votre rédaction)

- 1- Comment allez-vous mesurer l'efficacité du projet ?
(il y a-t-il des indicateurs de performance prioritaires ? sur quels délais ? sur quel zone géographique ? quels sont les secondaires ?)
- 2- Sur quels indicateurs précis vous basez-vous ?
(taux de satisfaction client, nombre de participants/visiteurs, fréquence des achats, taux de conversion, nombre d'occurrences d'une expression liée à l'action, de partages, de téléchargements, temps passé sur un site, nombre ventes ...)

Difficile de définir les cibles ?



Voici le plan que nous vous conseillons de suivre :
(copiez/collez celui-ci dans le formulaire pour faciliter votre rédaction)

- 1- À qui va s'adresser le projet ?
(quelle est la cible principale, le cœur de cible et la cible secondaire ? indiquez l'âge, le genre, la catégorie socioprofessionnelle, les valeurs, les aspirations, les habitudes de consommation. Quel(le) sont ses attentes, ses freins ? Est-elle consommatrice ou prescriptrice ? Quel langage parle-t-elle ? Par quel biais la toucher et lui parler ? Quelle est sa relation actuelle avec l'offre, la marque ?)
- 2- Quel est le message essentiel à adresser à la cible ?
C'est l'information clé sur laquelle va reposer tout le projet. Quel(le) est l'idée ou le concept qui sous-tend l'argumentation ? Qu'est-ce qui fait que le consommateur peut être séduit et faire confiance ?

Vous n'avez pas trouvé l'agence qui réalisera votre projet créatif ?

Succombez au **Perfect match** ! Trouvez l'agence créative qui répondra à votre besoin en création, communication ou marketing.

Trouver mon agence avec Proposr

