

**MODÈLE DE BRIEF DE CONCEPTION DE MARQUE**

# CLIENT

|  |  |
| --- | --- |
| **NOM DE LA CAMPAGNE** |  |
| **CLIENT** **NOM** |  |
| **MARQUE** |  |
| **PRODUIT / SERVICE** |  |
|  **COORDONNÉES** |
| **NOM** |  |
| **TÉLÉPHONE** |  |
| **MESSAGERIE ÉLECTRONIQUE** |  |
| **ADRESSE POSTALE** |  |
|  **INFORMATIONS SUR LE DOCUMENT** |
| **DATE** |  | **AUTEUR** |  |

# CAMPAGNE

|  |
| --- |
| **| OBJET** pourquoi? |
|  |

|  |
| --- |
| **| OPPORTUNITÉS** l'impact ultime? |
|  |

# ÉLÉMENTS

|  |
| --- |
| Quels sont les éléments fondamentaux de la campagne ? |
|  |

# OBJECTIF

|  |
| --- |
| Qu'est-ce que la campagne permet d'accomplir? |
|  |

# PUBLIC CIBLE

|  |
| --- |
| **| CIBLE DE LA CAMPAGNE** qui essayons-nous d'atteindre? |
|  |

|  |
| --- |
| **| CIBLE DE LA MARQUE** à qui la marque s'adresse-t-elle ? |
|  |

# RESSOURCES ET BUDGET

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **RESSOURCE** | **DESCRIPTION** | **BUDGET** |
| Gens |  |  |
| Outils |  |  |
| Autre |  |  |
| Autre |  |  |

# ATTITUDE

|  |
| --- |
| **| DE TON DE CAMPAGNE** Quels traits essayons-nous de transmettre? |
|  |

|  |
| --- |
| **| DE PERSONNALITÉ DE MARQUE** Quelles caractéristiques définissent la marque ? |
|  |

# MESSAGE

|  |
| --- |
| **LA | À EMPORTER** Quelle est l'idée clé à retenir? |
|  |

|  |
| --- |
| **SLOGAN |** copie préparée, mots clés ou thème |
|  |

# CANAUX DE COMMERCIALISATION

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **CANAL** | **BUT** | **CHRONOLOGIE** |
| Médias sociaux |  |  |
| Messagerie électronique |  |  |
| Autre |  |  |
| Autre |  |  |

# EN OUTRE

|  |
| --- |
| Inclure toute information critique supplémentaire |
|  |

# COMMENTAIRES ET APPROBATION

|  |
| --- |
| **NOM ET TITRE DU CONTACT CLIENT** |
|  |

|  |
| --- |
| **COMMENTAIRES** |
|  |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **DATE** |  | **SIGNATURE** |  |

|  |
| --- |
| **DÉMENTI**Tous les articles, modèles ou informations fournis par Smartsheet sur le site Web sont fournis à titre de référence uniquement. Bien que nous nous efforcions de maintenir les informations à jour et correctes, nous ne faisons aucune déclaration ou garantie d'aucune sorte, expresse ou implicite, quant à l'exhaustivité, l'exactitude, la fiabilité, la pertinence ou la disponibilité en ce qui concerne le site Web ou les informations, articles, modèles ou graphiques connexes contenus sur le site Web. Toute confiance que vous accordez à ces informations est donc strictement à vos propres risques. |