

**MODÈLE DE BRIEF DE CONCEPTION D'IDENTITÉ DE MARQUE**

|  |
| --- |
| **VUE D'ENSEMBLE DE LA CRÉATION** |
| **BRAND IDENTITY DESIGN BRIEF TITLE** |  |   |
| **NOM DU CLIENT** |  |
| **COORDONNÉES** | **NOM** |  |
|   | **TÉLÉPHONE** |  |
|   | **MESSAGERIE ÉLECTRONIQUE** |  |
|   | **ADRESSE POSTALE** |  |
| **BUDGET DE CONCEPTION DE MARQUE** | **QUANTITÉ** |  |
| Projections financières détaillées |  |
| **SOURCES DE FINANCEMENT** |  |
|   |
| **NOTES** |  |
|   |
| **VUE D'ENSEMBLE DE LA CONCEPTION DE L'IDENTITÉ** DE MARQUERésoccasion de l'image, sources de recherche et résultats |  |   |
| **OBJECTIFS DE CONCEPTION DE L'IDENTITÉ DE** MARQUEObjectifs détaillés, résultats souhaités et objectifs mesurables |  |   |
| **DIRECTIVES DE MARKETING DE** MARQUEProcessus d'approbation détaillé pour toutes les pièces, guides de style, liens vers les normes de marque existantes |   |
| **MATÉRIEL DE MARKETING DE** MARQUEDécrivez les éléments requis ainsi que la portée stratégique et le résultat souhaité | **COPIER** |   |
|   | **ANNONCES IMPRIMÉES** |   |
|   | **ANNONCES GRAPHIQUES** | Liste du type de publicité, durée requise et type |
|   | **SIGNALISATION / BANNIÈRES** | Énumérer les éléments nécessaires et les délais |
|   | **PIÈCES ÉVÉNEMENTIELLES / PROMOTIONNELLES** | Énumérer les éléments nécessaires et les délais |
|   | **SITE INTERNET** | Décrire les exigences Web |
|   | **MÉDIAS SOCIAUX** | Répertorier les plates-formes, la main-d'œuvre et les résultats souhaités |
|   | **AUTRE** | Détailler le matériel nécessaire et les délais |
| **PUBLIC** CIBLELe qui, quoi, quand et où de la clientèle cible | **DÉMOGRAPHIE PRIMAIRE** | Décrire le public souhaité |
|   | **DÉMOGRAPHIE SECONDAIRE** | Décrire le public souhaité |
| **APPEL À L'**ACTIONDétailler la réaction souhaitée du public cible |   |
| **LOOK AND FEEL DE LA CAMPAGNE** DE MARQUEDécrivez le style souhaité de la campagne |   |   |
| **MESSAGE DE** CAMPAGNEDéfinir les principaux avantages du produit, décrire sa valeur et le public cible souhaité en retirer |   |
| **ANALYSE** CONCURRENTIELLEDécrivez les concurrents, leurs messages de campagne, les résultats de leurs recherches et les informations à l'appui - énumérez toutes les pièces jointes aux documents |   |
| **EXIGENCES EN MATIÈRE D**'IMAGEListe des images nécessaires et sources projetées | **GRAPHISME** |   |
|   | **PHOTOGRAPHIE** |   |
| **MULTIMÉDIA** |   |
| **HORAIRE** | **ÉCHÉANCIER PROJETÉ** |   |
|   | **DATES IMPORTANTES / DÉLAIS** |   |
| AUTRESInclure toute autre information critique |   |
| **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. |