**MODÈLE DE BRIEF DE POSITIONNEMENT DE MARQUE**

|  |
| --- |
| CLIENT |
| TITRE DU PROJET |
|   |
| NOM DU CLIENT |
|   |
| MARQUE |  |  |
|   |
| PRODUIT |  |  |
|   |
| COORDONNÉES |
| NOM DU POINT DE CONTACT | ADRESSE COURRIEL | TÉLÉPHONE |
|   |   |   |
| ADRESSE POSTALE |  |  |
|   |
| APERÇU DU PROJET  |
| OBJECTIF pourquoi? |
|   |
| OPPORTUNITÉ impact ultime? |
|   |
| OBJECTIF Qu'est-ce que le projet vise à atteindre? |
|   |

|  |
| --- |
| PUBLIC CIBLE |
| CIBLE DU PRODUIT qui essayons-nous d'atteindre? |
|  |
| BRAND TARGET à qui la marque parle-t-elle ? |
|  |
| RÉACTION SOUHAITÉE Quelles actions souhaitez-vous que votre marché prenne ? |
|  |
| ATTITUDE |
| TONE quels traits essayons-nous de transmettre? |
|  |
| PERSONNALITÉ DE LA MARQUE Quelles caractéristiques définissent la marque et informent le produit? |
|  |
| ANALYSE CONCURRENTIELLE |
| RÉFÉRENCES recherche, inspiration et styles |
|   |
| CE QU'IL FAUT RETENIR , quelle est l'idée clé à retenir ? |
|   |
| Copie préparée tag line , mots clés ou thème |
|   |

|  |
| --- |
| PROTOTYPE ET COMMERCIALISATION |
|   |
| TESTS DE MARCHÉ |
|   |
| LANCER |
|   |

|  |
| --- |
| HORAIRE |
| VUE D'ENSEMBLE DE L'HORAIRE |
|   |
| JALONS IMPORTANTS / ÉCHÉANCES |
|   |
| BUDGET |
| QUANTITÉ |
|   |
| PROJECTIONS / NOTES FINANCIÈRES SUPPLÉMENTAIRES |
|   |
| EN OUTRE |
| inclure toute information critique supplémentaire |
|   |

|  |
| --- |
| **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. |