**EXEMPLE DE MODÈLE DE BRIEF
MARKETING**

|  |  |
| --- | --- |
| VUE D’ENSEMBLE DU CLIENT |  |
| Positive Charge est une société de bornes de recharge pour véhicules électriques basée en Californie et fondée dans le but de réduire l’impact négatif sur l’environnement des voitures utilisant des combustibles fossiles. |
| NOM DU PROJET |  |
| Campagne d’expansion de Maple Leaf |
|  |  |
| P. Chacon(xxx) xxx-xxxxPchaconV@url.comPositive Charge1111 Central Ave11th FloorSan Jose, California | A. Marx.(xxx) xxx-xxxxAMarx@url.comAlpha Marketing111 1st AveBuilding 1ASeattle, Washington |
| PROJET |  |  |
| FINALITÉ ET SYNTHÈSE |
| Étendre les stations de recharge de véhicules électriques Positive Charge en dehors des États-Unis, sur le marché canadien.  |
| OBJECTIFS |
| QUE LE PROJET CHERCHE-T-IL À ACCOMPLIR ? |
| Prendre pied sur le marché canadien en améliorant le score de sensibilisation du marché de 50 %. Construire des stations de recharge à Vancouver, Montréal, Edmonton et Toronto.  |
| PUBLIC CIBLE |  |  |
| QUI ESSAYONS-NOUS D’ATTEINDRE ? |
| Population principale : conducteurs Canadiens de véhicules électroniques âgés de 18 à 34 ansPopulation secondaire : Canadiens âgés de 18 à 64 ans sur le marché des véhicules électriques.  |
| STRATÉGIE MARKETING |  |  |
| DÉCRIVEZ LA STRATÉGIE DE MARKETING EN DÉTAIL. |
| Publicité ciblée sur les réseaux sociaux, les podcasts et la télévision |
| ATTITUDE |  |  |
| STYLE ET TON |
| Optimiste, amusant, économique et respectueux de l’environnement |
| PROGRAMME |  |  |
| CALENDRIER PRÉVU, DATES IMPORTANTES ET ÉCHÉANCES |
| * Lancement de la campagne : 11 novembre 2027
* Mise à jour de l’analyse en ligne de Positive Charge : 2 décembre 2027
* Évaluation des critères de référence : 28 janvier 2028
 |
| BUDGET |  |  |
| Entre 3 et 5 % du chiffre d’affaires de Positive Charge |
| CONCURRENCE |  |  |
| QUI SONT NOS CONCURRENTS ? |
| Bornes de recharge électriquesNorthern EVEV/CA |
|  |  |  |
| LIVRABLES  |  |  |
| RÉPERTORIEZ ET DÉCRIVEZ LES LIVRABLES DU PROJET. |
| Satisfaction favorable des clients à Vancouver, Montréal, Edmonton et Toronto. Les bonnes performances de Google Analytics concernant la présence de Positive Charge sur les réseaux sociaux au Canada attirent de nouveaux clients. Utilisez les ICP de marketing et de satisfaction des clients pour mesurer l’efficacité des campagnes. |
| COMMENTAIRES |  |  |
|   |

|  |
| --- |
| **EXCLUSION DE RESPONSABILITÉ**Tous les articles, modèles ou informations proposés 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 exactes, nous ne faisons aucune déclaration, ni n’offrons aucune garantie, de quelque nature que ce soit, expresse ou implicite, quant à l’exhaustivité, l’exactitude, la fiabilité, la pertinence ou la disponibilité du site web, ou des informations, articles, modèles ou graphiques liés, contenus sur le site. Toute la confiance que vous accordez à ces informations relève de votre propre responsabilité, à vos propres risques. |