**MODÈLE DE BRIEF CRÉATIF À BUT NON LUCRATIF **

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **CLIENT** |  |  |
|  |   |   |
| **NOM DU PROJET** |  |  |
|  |   |   |
| **MARQUE** |  | **PRODUIT** |
|  |  |  |
| *Nom du contact clientNuméro de téléphoneAdresse e-mailAdresse postale ligne 1Adresse postale ligne 2Adresse postale ligne 3* |  | *Nom du contact de votre entrepriseNuméro de téléphoneAdresse e-mailAdresse postale ligne 1Adresse postale ligne 2Adresse postale ligne 3* |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **DATE** |  | **AUTEUR** |
|  |  |  |

PROJET |  |  |
| **| D'OBJET Why*?*** |
|   |
| **| D'OPPORTUNITÉS *Impact estimé?*** |
|   |
| **ENJEU ECONOMIQUE / SOCIAL** |
|   |
|  |  |  |
| OBJECTIF ET DÉFIS |
| **appel à l'action | *Qu'est-ce que le projet permet d'accomplir?*** |
|   |

|  |
| --- |
| ANALYSE ACTUELLE DE LA MARQUE / DE LA CAMPAGNE |
| **ASPECTS POSITIFS | *Qu'est-ce qui fonctionne et pourquoi?*** |
|   |
| **ASPECTS NÉGATIFS | *Qu'est-ce qui ne fonctionne pas et pourquoi pas?*** |
|  |
|  |  |  |
| ÉLÉMENTS CRÉATIFS / DESIGN |
| ***Quels sont les éléments créatifs/de conception fondamentaux du projet*** ***(c.-à-d. guides de style, apparence et convivialité, pièces imprimées spécifiques)?*** |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |  |
| PUBLIC CIBLE |
| **| CIBLE DU PROJET *Qu'est-ce qu 'on essaie d'atteindre ?*** |
|   |
| **| CIBLE DE MARQUE *À quoi parle la marque?*** |
|   |
| **| DE RÉACTION SOUHAITÉE *Quelles actions souhaitez-vous que votre marché prenne?*** |
|   |

|  |
| --- |
| ATTITUDE |
| **| DE TONALITÉ DU PROJET *Quels traits essayons-nous de transmettre?*** |
|   |
| **| DE PERSONNALITÉ DE MARQUE *Quelles sont les caractéristiques qui définissent la marque ?*** |
|   |
|  |  |  |
| ANALYSE CONCURRENTIELLE |
| **RÉFÉRENCES | *la recherche, l'inspiration et les styles au sein d'industries similaires et d'autres*** |
|   |
| **LA | À EMPORTER *Quelle est l'idée clé à retenir?*** |
|  |
| **SLOGAN | *copie préparée, mots clés ou thème*** |
|  |
|  |  |  |
| STRATÉGIE MÉDIA ET EXIGENCES EN MATIÈRE D'IMAGE |
| **DIRECTIVES DE MARKETING** |
|   |
| **MATÉRIEL DE MARKETING** |
|   |
| **GRAPHISME** |
|   |
| **PHOTOGRAPHIE** |
|   |
| **MULTIMÉDIA** |
|   |
|  |  |  |
| HORAIRE |
| **ÉCHÉANCIER PROJETÉ** |
|   |
| **DATES IMPORTANTES / DÉLAIS** |
|   |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

|  |
| --- |
| BUDGET |
| **QUANTITÉ** |
|   |
| **SOURCES DE FINANCEMENT** |
|   |
| **PROJECTIONS / NOTES FINANCIÈRES SUPPLÉMENTAIRES** |
|   |
|  |  |  |
| EN OUTRE |
| ***Incluez toute information critique supplémentaire.*** |
|   |
|  |  |  |
| COMMENTAIRES ET APPROBATION |
| **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.