Brief

Campagne de publicité

sur les médias sociaux

[Nos enjeux 2](#_Toc26630493)

[Nos objectifs 3](#_Toc26630494)

[Notre produit (ou service ou contenu) 4](#_Toc26630495)

[Nos cibles 5](#_Toc26630496)

[Notre présence sociale 6](#_Toc26630497)

[Les prestations attendues 7](#_Toc26630498)

[Contenu de la réponse attendue 8](#_Toc26630499)

# Nos enjeux

1. **Présentez votre organisation** en 3-4 lignes et le contexte général dans lequel s’inscrit la campagne. Précisez si vous avez déjà mené des campagnes (AdWords, médias sociaux, offline…) sur le même sujet ou des sujets connexes.
2. **Expliquez ensuite la problématique** : pourquoi avez-vous besoin de toucher rapidement certaines ? qu’est-ce qui justifie que vous lanciez cette campagne ? Que se passe-t-il si cette campagne ne se fait pas ?
3. **Définissez le type de campagne :** notoriété, vente/leads, croissance de la communauté, engagement…

# Nos objectifs

1. **Affichez vos objectifs en chiffres :** par ex. si vous souhaitez vendre davantage tel produit ou service, quelle est le niveau de vente actuel ? Quel est le taux de progression visé ?
2. **Communiquez un budget mensuel moyen ainsi que le timing envisagé :** s’agit-il d’une campagne saisonnière ? Veut-on que les liens s’affichent à n’importe quelle heure du jour et de la nuit ?

# Notre produit (ou service ou contenu)

1. Listez ses **avantages concurrentiels** et ses points de différenciation**.**
2. Précisez les **offres spéciales** et promotions (si applicable).
3. **Définissez les actions attendues :** que se passe-t-il quand l’internaute clique sur le lien de l’annonce ? achat, inscription, téléphone, téléchargement d’une application…
4. Donnez des éléments sur la **concurrence.**
5. Proposez une base de **message :** promesse, proposition de valeur, bénéfices, preuves…

# Nos cibles

1. Identifiez aussi précisément que possible la **typologie** des cibles : tranche d’âge, sexe, CSP, voire le matériel utilisé (iOS, Android)… Les possibilités de ciblage sur les médias sociaux sont multiples, profitez-en !
2. Précisez la **zone géographique** ciblée.
3. Appuyez-vous sur des **persona** pour décrire vos cibles de manière détaillée (grand public n’est pas une cible).

# Notre présence sociale

1. Expliquez **votre stratégie** globale en évaluant la maturité de votre organisation sur le sujet.
2. Lister les **comptes** que vous possédez sur les médias sociaux avec les **chiffres clés** pour chacun.

# Les prestations attendues

1. **Conseil stratégique** : l’agence vous conseille sur les médias sociaux à activer et les formats les plus adaptés. Sauf exception, vous n’aurez pas le budget pour cibler à la fois Facebook, Twitter, LinkedIn, Pinterest, Instagram, Snapchat, Tik-Tok…
2. **Conception/rédaction** des messages
3. Conception/création des **contenus** : vidéo, infographie, animation, story…
4. **Implémentation** de la campagne : test, gestion et optimisation de la campagne
5. **Reporting** et définition des KPI

# Contenu de la réponse attendue

1. **Devis** détaillé précisant notamment les modalités de rémunération (part d’honoraires)
2. **Méthodologie** : process, répartition des rôles, équipe et compétences
3. **Exemple de reporting** hebdo et de bilan de fin de campagne
4. **Modalités de mesure** du ROI
5. **Budget annuel géré** chaque année en campagnes Social Ads
6. Présentation de **trois références clients détaillées** (avec nom, email et tél)
7. **Certifications** (Facebook marketing partner par ex.)