# Brief créateur de contenu

## Résumé

*[2-3 phrases pour décrire l’objet et l’enjeu de la campagne : augmenter les ventes ou développer votre notoriété, inciter une communauté à s’engager pour une cause, etc.]*

## Durée de la campagne

Du JJ/MM/AAAA au JJ/MM/AAAA.

## Votre contribution

*[Décrivez ce que vous attendez du créateur de contenu et comment il ou elle peut vous aider à atteindre votre objectif]*

## Messages clés

Slogan : *[si pertinent]*

Call-to-action : *“*Rendez-vous sur nomdemonsite.com pour en savoir plus” ou « acheter en utilisant le code XX pour avoir 20 % de réduction »

Eléments de langage : *[include specific lines or keywords you want them to say]*

Hashtag : #VotreCampagne #hashtagpopulairepourlacible

## Livrables

*[soyez précis et donnez des indications temporelles]*

ex. 1 carrousel Instagram dans le feed le JJ/MM/AAAA

ex.. 3 vidéos TikTok de X secondes entre JJ/MM/AAAA et JJ/MM/AAAA

## Indicateurs de réussite

Par ex nombre d’engagements, reach, etc.

## Indications pour la création de contenu

*[Lister les Do’s and Don’ts—cf exemples ci-dessous]*

* Ne pas mentionner d’autres marques dans les contenus
* Les contenus ne peuvent pas être combinés avec d’autres contenus sponsorisés
* Le partenariat doit être clairement et visiblement indiqué pour chaque contenu
* Eviter toute confusion sur la nature du partenariat
* Taguer @VotreEntreprise sur les contenus textes et images
* Utiliser systématiquement les hashtags #VotreCampagne #hashtagpopulairepourlacible
* Les contenus doivent rester accessibles pendant toute la durée de la campagne, c’est-à-dire du JJ/MM/AAAA au JJ/MM/AAAA
* Les contenus doivent respecter la charte de chacun des médias sociaux sur lesquels seront diffusés les contenus créés

## Idées

*[Si vous avez des idées de contenus, proposez-les ici en veillant à ne pas être trop directif pour que le créateur de contenu puisse s’approprier la campagne]*

*[Ajoutez des exemples de contenus et justifiez leur pertinence en expliquant ce qui vous plaît sur le fond ou sur la forme]*

## Validation

*[Décrivez le process de validation en précisant les dates ou périodes associées, cf exemple ci-dessous]*

1. Envoi d’une proposition créative (JJ/MM/AAAA)

2. Validation du concept avant le lancement de la création de contenu (JJ/MM/AAAA)

3. Envoi des contenus texte et multimédias avant publication (JJ/MM/AAAA)

4. L’annonceur pourra demander des modifications si les contenus ne respectent pas le brief ou la législation, max. 1 aller-retour (JJ/MM/AAAA)

## Propriété intellectuelle

*[préciser les droits de propriété intellectuelle sur les contenus]*

Exemple : [MonEntreprise] se reserve le droit de réutiliser et de republier les contenus sur ses propres comptes sur les médias sociaux, de manière organique et / ou sponsorisée.

## Cahier des charges

*[Description détaillée du projet, notamment ce qui est attendu du créateur de contenu. A compléter par un contrat qui précise les droits et obligations des deux parties, les éléments financiers, etc.]*

* Vos enjeux : votre organisation, la problématique, l’objectif, les cibles et leurs caractéristiques (tranche d’âge, sexe, CSP, zone géographique, langue), les autres canaux éventuels de la campagne (TV, Googls Ads, etc.)
* Votre produit ou service : avantages concurrentiels, promesse, bénéfices, preuves
* Votre présence sociale : votre stratégie sur les médias sociaux, taille et caractéristiques de vos communautés, handles des comptes et pages, etc.
* Budget alloué
* Liste détaillée des attendus (type et nombre de publications, métriques pour chaque publication, etc.)