Brief créatif : projet XYZ

Description en quelques phrases de l’idée principale

Par [Votre nom], Date [Jour/Mois/Trimestre]

Liens rapides :

1. [Contexte](#_aw052irvum6c)
2. [Objectifs](#_axxkzb6usdo8)
3. [Périmètre du projet](#_s1w0iytncl2h)
4. [Étapes et chronologie du projet](#_65sg3srh906t)
5. [Rôles et responsabilités](#_gga3zrovrdua)
6. [Budget et ressources](#_ftmjwtl660s4)

Donnez ici un résumé concis du projet, ses objectifs et la timeline désirée.

Exemple : Lancer et conclure une série d’A/B tests sur 15 pages de destination d’ici la fin du trimestre dans le but d’augmenter nos conversions de X %.

## Contexte 💬

Les idées de projet trouvent souvent leur source dans un problème rencontré : la section Contexte est l’endroit idéal pour décrire ce problème, ou ce qui a amené l’idée proposée. Commencez par une description large pour donner une vue d’ensemble, avant d’aller dans le détail.

Conseil HubSpot 💡- Si applicable, incluez un projet ou un problème similaire avec lequel vous avez de l’expérience, et comment vous adaptez ce nouveau projet pour répondre aux problèmes actuels.

## Objectifs 🎯

Listez les objectifs que ce projet vise, en les présentant par ordre de priorité. Soyez précis et incluez des objectifs mesurables. Exemple :

* Objectif 1 : augmenter le taux de conversion de 15 %
* Objectif 2 : augmenter le nombre de prospects générés sur nos pages de destination de 35 %
* Objectif 3 : augmenter le chiffre d’affaires de 10 %

Conseil HubSpot 💡- Donnez des détails sur la façon dont seront suivis ces objectifs et KPIs. Ces résultats sont-ils simples à suivre ? Avez-vous déjà accès aux bons rapports ou tableaux de bord ? Comment avez-vous obtenu ces estimations de croissance ?

## Périmètre du projet ↔️

Détaillez ici le périmètre, ou scope, du projet. Par exemple, vous pouvez préciser que vous n’effectuerez des tests que sur des pages de destination ayant plus de X visites par mois, et en vous concentrant sur le design des pages, ainsi que sur le marché français.

Conseil HubSpot 💡- Il est important de préciser ce qui est inclus dans le projet, mais il peut l’être aussi de préciser ce qui est omis. Dans notre exemple : un certain type de pages de destination (les pages de destination ayant pour but d’augmenter les inscrits à des webinars seront exclues).

## Étapes et chronologie ⏱️

Il faut maintenant détailler le projet.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Phase | Étape | Date de début | Date de fin |
| *Recherche* | *Effectuer une analyse concurrentielle des pages de destination* |  |  |
|  |  |  |  |

## Rôles et responsabilités 🤝

Attribuer un rôle et des missions clairs à chaque personne facilite le bon déroulement et l’ownership.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Nom | Rôle | Missions |
|  |  |  |
|  |  |  |

Conseil HubSpot 💡- Consultez [notre article sur la méthode RACI](https://blog.hubspot.fr/marketing/matrice-raci) pour faciliter la rédaction de cette section.

## Budget et ressources ⚒️

Les ressources nécessaires à la réalisation du projet sont un élément essentiel d’un brief créatif. Listez-les de façon précise : ressources monétaires, équipes participantes au projet, etc.

Conseil HubSpot 💡- Différenciez les dépenses ponctuelles et récurrentes.