

CONSTRUIRE ET RÉDIGER UN BRIEF AGENCE EFFICACE

Inscription par mail et réponse sous 48h (jours ouvrés) avec un délai de réalisation 1 mois minimum. La formation est organisable en sur-mesure. Pour toute situation de handicap, nous contacter pour envisager la faisabilité. Réservation, contact et informations :
catherine@lacademie-du-newbiz.com

Introduction

Présentation des stagiaires, recueil des attentes et quiz d'évaluation pour connaître leur niveau de connaissance dans la construction et la rédaction de briefs

Module 1 – Identifier le pilote en charge de la rédaction du brief

1.1 Définir le profil du pilote du brief en fonction de la nature de l'agence à briefer et de l'expertise requise par le domaine du projet.

1.2 S'assurer que le pilote du brief est en capacité de répondre aux questions structurantes qui guident la rédaction du brief

1.3 Atelier : Identifier les caractéristiques du pilote idéal et comprendre son rôle dans la rédaction du brief.

Module 2 : Évaluer l'impact d'un bon brief

2.1 Identifier les pré-requis d'un brief efficace

2.2 Reconnaître les risques et les conséquences d'un mauvais brief

2.3 Atelier Benchmark : Identifier les formulations les plus complètes et pertinentes sur les éléments clés du brief et leur incidence sur la réponse de l'agence

Module 3 : Définir et valider l'objectif du brief

3.1 Formuler le bon objectif clair et mesurable – Le brief n'est pas de la même ampleur en fonction de motivations commerciales immédiates ou d'aspirations plus profondes qui guident l'entreprise

3.2 Valider la cohérence entre les objectifs assignés à la campagne et le budget alloué pour s'assurer de la faisabilité et du réalisme de la demande.

3.3 Définir ses KPI's

3.4 Atelier : À partir de votre problématique de marque/ produit/ service. Utilisez la méthode qui permet de clarifier l'objectif à atteindre

Module 4 : Construire le brief

4.1 Identifier les données essentielles à l'élaboration du brief (contexte, objectifs, la cible, le référentiel de marque etc.).

4.2 Transformer des données factuelles en brief inspirant

- Construire un brief autour de 9 questions clés
- Enrichir le brief de données complémentaires pertinentes (inspiration campagnes existantes, premières réflexions sur la marque, expérience passée pertinente ...)

4.3 Atelier étude de cas et benchmark des formulations de briefs

Module 5 – Intégrer l'IA pour optimiser la rédaction des briefs

5.1 Raffiner les données du brief avec l'IA (nettoyer, transformer, enrichir...)

5.2 Apprendre à formuler des prompts qui génèrent des sections spécifiques du gabarit et des données à prendre en compte dans le référentiel de marque.

5.3 Atelier : Optimiser son brief avec l'IA

Conclusion

Évaluation individuelle des acquis, quiz de validation de l'atteinte des objectifs de la formation

Participants

Formation individuelle ou collective de 5 stagiaires (max 8)

Tarifs

à partir de 3 600 € H.T/ 1jour (250€ HT par personne supplémentaire)

Proposition sur-mesure

Durée

7h en intra entreprise – 2 demi-journées soit 1jour

Lieu

Chez le bénéficiaire ou à la charge du bénéficiaire

Moyens mobilisés

Présentation et support de formation projeté. Ordinateur individuel et connexion wifi. un abonnement payant à ChatGPT par stagiaire

Support à apporter : Un brief ancien ou un brief à venir à challenger



Intervenants (matin)

Jean-Philippe Gilbrin
formateur, ex- conseil en choix d'agence, associé de l'Académie du Newbiz

Catherine Saint Loubert-Bié
formatrice et fondatrice de l'Académie du Newbiz



Intervenant (après-midi)

Frédéric Faivre
Consultant en Marketing, formateur, conférencier et animateur d'atelier de créativité avec l'Intelligence artificielle.

Objectifs

- Comprendre l'importance du brief agence et ses enjeux pour garantir une communication efficace entre les équipes et les agences.
- Aligner son équipe sur un gabarit de brief structuré
- Déployer les référentiels de communication de sa marque de manière cohérente
- Intégrer l'IA pour optimiser la rédaction des briefs,
- A l'issue de la formation le stagiaire sera capable d'engager une rédaction efficace du brief pour son (ses) agence(s) de communication(s)

Public visé

- Annonceur du public et du privé
- Dir com / Dir marketing
- Cadre marketing/com
- Chef de groupe
- Chef de produit
- Responsable achat
- Toute personne en relations avec la ou les agences de la marque ou amenée à gérer les compétitions et à rédiger un brief agence
- Aucun prérequis nécessaire

Méthode

La formation privilégie l'interactivité : théorie et pratique sont alternées. La réflexion et l'échange sont privilégiés avec des mises en pratique, à partir de cas vécus par les participants, d'ateliers, de quiz, de méthodologies illustrées d'exemple puis d'applications en situation

Évaluation individuelle, en fin de formation pour valider les acquis