

Nom du client - nom du projet - Date	Les contacts de l'interlocuteur et ou des intervenants - Le budget
--------------------------------------	--

Pourquoi on fait ça ?	A qui on parle ? Qu'est-ce qu'on dit ?	Qu'est-ce qu'on fait ?	Éléments d'information additionnels
-----------------------	---	------------------------	--

<ul style="list-style-type: none"> <li>-Le besoin</li> <li>-L'objectif</li> <li>-L'historique s'il y en a un</li> <li>-Les freins</li> <li>-Les éléments de concurrence (comment font ou communiquent les autres)</li> <li>-Rappel du positionnement du client = mots clefs, valeurs, éléments de différenciations, rappels de codes visuels clefs ou référence à un <i>brandbook</i>* s'il y en a un</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Le public visé, le nombre, la tranche d'âge, la catégorie socio-pro</li> <li>-Le cœur de cible (plus serré)</li> <li>-Des éléments de comportements, d'usage ou de consommation (média, produit concerné, service concerné, autres)</li> <li>-Un axe de communication s'il y en a un, une approche souhaitée</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Le livrable (produit, service, plan de communication, documents spécifiques, emballage, etc.)</li> <li>-Les dimensions, la quantité</li> <li>-Les contraintes techniques s'il y en a (couleurs, impression, matériau, encres, fonctions)</li> <li>-Les contraintes de coût de revient, de matière ou de fabrication</li> <li>-Les partenaires ou fournisseurs si existants</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Tout élément sur des choses réussies ou non pouvant être reliées au projet</li> <li>-Des éléments de veille</li> <li>-Des éléments relatifs à la concurrence</li> <li>-Des envies ou suggestions</li> </ul>
--	---	---	---

<https://www.design-en-nouvelle-aquitaine.fr/ressources-design/glossaire/branding>