CAHIER DES CHARGES

DEFINITION D'UNE STRATEGIE DE CONTENT MARKETING

Nom de l'entreprise :

Nom du projet :

Personne à contacter dans l'entreprise :

Adresse :

Tel :

SOMMAIRE

A. Présentation de l'entreprise
   A.1. Les objectifs
   A.2. Les cibles
B. Les concurrents
C. La production du contenu
   C.1. Choix des thématiques
   C.2. Ligne éditoriale
D. La promotion du contenu
E. La charte graphique
F. Les spécificités et les livrables
   F.1. Les contraintes techniques
   F.2. Les livrables
   F.3. Le planning

A. PRESENTATION DE L'ENTREPRISE

Présentez l'entreprise :

- Date de création
- Activité principale
- Nombre de salariés
- Valeurs véhiculées par l'entreprise
- Produits et/ou services vendus
- …

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

Analyse de l'existant :

- Quel est votre degré de visibilité actuelle ?
- Quelle est la taille de votre communauté de leads et clients ?

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

A.1. Les objectifs

Définissez vos objectifs :

- Générer des visites / leads
- Favoriser la transformation e-commerce
- Fournir un support client
- Constituer un support d'exposition et de valorisation de la marque
- …

A.2. Les cibles

Décrivez les profils de votre audience et classez-les par ordre de priorité.

Décrivez au maximum vos cibles, leurs âges, leurs habitudes, leurs attentes…

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

B. LES CONCURRENTS

Indiquez vos principaux concurrents et les caractéristiques de leur stratégie content marketing

Indiquez les principaux éléments qui vous différencient de vos concurrents

Création iSysteme ® | Tous droits réservés

.....
.....
.....
.....

C. LA PRODUCTION DU CONTENU

C.1. Choix des thématiques

Définissez comment vous souhaitez être perçu par vos cibles, quelle image vous souhaitez renvoyer

Définissez sur quel(s) sujet(s) vous souhaitez avoir du contenu

C.2. Ligne éditoriale

Définissez les types de contenus que vous souhaitez intégrer à votre stratégie :

- Conseils
- Descriptifs produits
- Editorial de la marque
- Support publicitaire
- Contenus UGC (avis, forums, communauté d'entraide…)
- …

Définissez sous quelles formes vous souhaitez promouvoir votre contenu :

- Textes
- Images
- Vidéos
- Infographies
- Ebooks
- Quizz
- …

Précisez quel ton marketing vous souhaitez employer : formel, convivial, prose amusante…

D. LA PROMOTION DU CONTENU

Quels outils de diffusion souhaitez-vous utiliser pour promouvoir vos contenus ?

- Réseaux sociaux
- Blog
- Site Internet
- Emailing
- …

A quel(s) moment(s) et à quelle fréquence souhaitez-vous publier du contenu ?

E. LA CHARTE GRAPHIQUE

Expliquez quel sera l'esprit de la charte graphique que vous souhaitez réaliser et définissez les polices de caractère (typographie, taille, aspect) et les couleurs.

Création iSysteme ® | Tous droits réservés

F. LES SPECIFICITES ET LES LIVRABLES

F.1. Les contraintes techniques

Précisez vos attentes concernant les besoins connexes à ce projet que le prestataire devra fournir :

- Achat d'illustrations
- Optimisation des textes pour le référencement
- Proposition d'outils d'analyse pour mesurer les résultats
- Mise en place d'actions pour améliorer les résultats obtenus
- …

……
……
……
……
……
……
……
……
……
……
……
……

F.2. Les livrables

Ecrivez les informations que vous souhaitez voir apparaitre dans le devis de vos prestataires.

……
……
……
……
……
……
……
……
……
……
……
……

F.3. Le planning

Ajoutez un agenda des dates souhaitées pour la création, l'envoi, la validation et la publication des contenus.

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

Création iSysteme ® | Tous droits réservés