

Nouvelle série
d'e-books :
**Guide de l'utilisateur
pour une Demand
Gen avancée**



Partie 11:

Modélisation d'un brief de campagne

Par **John Steinert**, Directeur Marketing, TechTarget

Et **Samantha Stone**, Fondatrice et Directrice Marketing, The Marketing Advisory Network



Modélisation d'un brief de campagne

Guide de l'utilisateur pour une DemandGen avancée. Si vous avez raté a partie 10 « Les partenariats à effet de levier » vous pouvez la retrouver [ici](#).

Un dossier de campagne interne peut servir de document de planification pour vos programmes de génération de demande. Il vous aidera à réfléchir et à détailler les résultats attendus. Cela vous permettra de définir les meilleures tactiques pour les différents éléments d'une campagne.

Nom de la campagne : _____

Chef de projet : _____

Quel est le message UNIQUE le plus important que vous voulez faire passer ?



Quels sont les objectifs de la campagne ?

Avez-vous déjà décidé des canaux où vous mènerez la campagne ?

Documentez-les ici (par exemple, courriel, publicité à la radio, Snapchat).

Qui la campagne doit-elle atteindre ?

C'est ici que vous allez décrire le public de cette campagne. Comment résumeriez-vous le public cible de cette campagne ? Inclure les facteurs démographiques pertinents tels que l'étape de la vie, le niveau d'éducation et le revenu discrétionnaire/l'autorité budgétaire.

Vous vendez à une entreprise ou à un organisme officiel ?

Si c'est le cas, veuillez à inclure les informations firmographiques pertinentes.

Visez-vous des secteurs d'activité spécifiques ?

Quelle est la taille des entreprises que vous ciblez ?

Quels rôles/fonctions au sein de l'organisation ciblez-vous ?

Qu'ont en commun les organisations que vous ciblez (par exemple, utilisent-elles toutes un produit particulier ? Une loi a-t-elle été adoptée et doit-elle être prise en compte ? Leur marché est-il en déclin ou en croissance rapide) ?

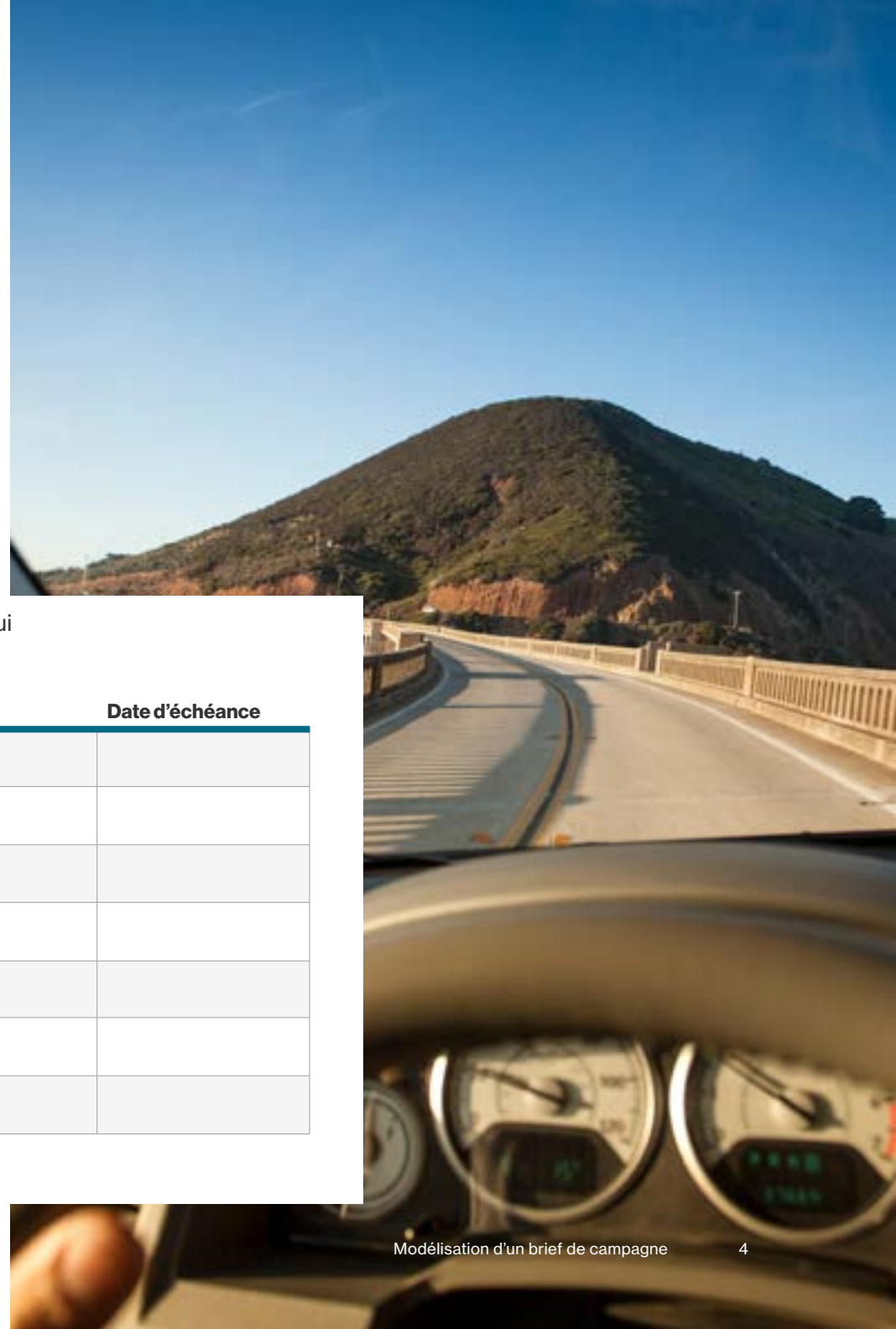
Pourquoi le public devrait-il réagir ?

Que se passe-t-il actuellement qui devrait inciter le public à agir de toute urgence ? Choisissez une ou plusieurs des possibilités ci-dessous et expliquez comment elles s'appliquent à votre public. Soyez aussi précis que possible.

Calendrier de la campagne

Dressez la liste des principaux résultats de la campagne et indiquez qui est responsable de leur exécution.

Action	Propriétaire	Date d'échéance





Processus d'approbation de la campagne

Etapes	Comité d'approbation	Date d'échéance	Statut
Dossier de campagne			
Storyboard			
Plan média			
Assets			

Guide de l'utilisateur pour une Demand Gen avancée

Cette série d'e-books étape par étape comprend :

- Partie 1 : Documentez votre profil de client idéal (PCI)
- Partie 2 : Quelle cartographie pour le parcours de l'acheteur ?
- Partie 3 : Savoir auditer votre succès en matière de Demand Gen
- Partie 4 : Optimiser l'harmonisation de votre organisation
- Partie 5 : Adresser l'équipe d'achat
- Partie 6 : Canaux, programmes et campagnes
- Partie 7 : Lead Scoring et déclencheurs d'action
- Partie 8 : Mesures et indicateurs clés de performance (KPI)
- Partie 9 : Le rôle de la sensibilisation dans la Demand Gen
- Partie 10 : Partenariats à effet de levier
- Partie 11 : Modèle de document de campagne



À propos de TechTarget

TechTarget - TechTarget (Nasdaq : TTGT) est le leader mondial des services de marketing et de vente axés sur l'intention d'achat qui offrent un impact commercial aux entreprises technologiques. En créant un contenu éditorial abondant et de haute qualité à travers plus de 140 sites Web hautement ciblés, TechTarget attire et nourrit des communautés d'acheteurs de technologie qui couvrent les besoins en technologie IT de leur entreprise. En comprenant les comportements de consommation d'information de ces acheteurs, TechTarget crée des jeux de données sur les intentions d'achat qui alimentent efficacement les activités de marketing et de vente efficaces pour des clients du monde entier.

TechTarget a des bureaux à Boston, Londres, Munich, Paris, San Francisco, Singapour et Sydney.

Pour plus d'informations, visitez [TechTarget.fr](https://www.techtarget.fr) et suivez-nous sur Twitter [@TechTargetFR](https://twitter.com/TechTargetFR).



©2020 TechTarget. Tous droits réservés. Le logo TechTarget est une marque déposée de TechTarget. Tous les autres logos sont des marques déposées de leurs propriétaires respectifs. TechTarget se réserve le droit de modifier les spécifications et autres informations contenues dans ce document sans préavis. Le lecteur devrait dans tous les cas consulter TechTarget pour déterminer si de tels changements ont été apportés.

©2020 Marketing Advisory Network LLC. Tous droits réservés. Réalisé en collaboration pour TechTarget. A l'exception de *Unleash Possible*, utilisé avec les permissions requises. Révisé 02/07/19

A propos des auteurs

John Steinert est le CMO de TechTarget, d'où il contribue à apporter aux entreprises technologiques la puissance de services commerciaux et marketing axés sur l'intention d'achat. Ayant passé la plus grande partie de sa carrière dans le B2B et la technologie, John a acquis une réputation remarquable en aidant à construire des modèles pour des leaders mondiaux comme Dell, IBM, Pitney Bowes et SAP - ainsi que pour des acteurs émergents à croissance rapide. Suivez John sur Twitter [@TechTargetCMO](https://twitter.com/TechTargetCMO).



Samantha Stone, auteur de « *Unleash Possible : A Marketing Playbook That Drives Sales* », est un catalyseur de revenus qui aide à découvrir le potentiel de revenus cachés dans les organisations ayant des processus de vente complexes. Elle est une stratège en marketing B2B à croissance rapide, chercheuse, conférencière, consultante et coach personnel qui a également réussi à trouver du temps pour élever quatre enfants avec son mari, David. Elle a dirigé des stratégies de marketing pour des entreprises primées à forte croissance, dont Netezza, SAP, Ascential Software et Powersoft. Elle a fondé The Marketing Advisory Network pour aider les chefs d'entreprise avertis à libérer les potentiels au sein de leur entreprise. Suivez-la sur Twitter [@samanthastone](https://twitter.com/samanthastone) ou visitez le site <http://marketingadvisorynetwork.com/> pour plus d'informations.

