Dans cette vidéo, on va voir le résultat de notre stratégie créative, donc concrètement sur quoi on doit déboucher après toutes les étapes que nous avons vues jusqu'ici. Donc pour récapituler, on a vu élaboration du discours marketing, audit de l'existant, définition des messages publicitaires et on les a rattachés à des axes créatifs. Ensuite, on a étudié nos ressources, étudié nos concurrents et enfin on a défini tout ça dans des formats. Donc concrètement, que devez-vous tirer de l'ensemble de ce process ? Vous devez en tirer un brief créatif. Donc chacun va avoir un peu ses méthodes là-dessus pour présenter son brief. Moi, comme je travaille à la fois sur l'élaboration du brief et la production, j'essaie de simplifier ça au maximum pour ne pas perdre trop de temps dessus. Ce choix d'avoir un process simplifié et synthétique, ce n'est pas par flemme, c'est surtout pour optimiser ma capacité à être réactif et pouvoir itérer rapidement sur mon compte. Donc voilà comment je présente ça pour ma part. Si vous vous souvenez bien de l'exemple qu'on avait pris précédemment avec Deliveroo, on avait décidé de mettre en avant l'axe social proof et d'édifier ça sur deux formats, donc une statique et une vidéo. Donc voilà à peu près comment je vais présenter ça. Je vais me servir de PowerPoint mais vous pouvez très bien utiliser Excel ou n'importe quelle autre software. Comme je vous l'expliquais avant, j'essaie de simplifier ça au maximum mais je vais vous montrer après un truc un peu plus exhaustif. Je commence toujours par définir le nom de ma créa, donc ici on peut voir c'est Static Review. Je vais rappeler le format, donc ici moi je mets simplement Static. Ensuite je vais parler du visuel, ici ce que je vais vouloir mettre en avant c'est à la fois le texte, le logo, les aplats de couleurs et une image. En termes de messages, vu que c'est une review, je vais mettre en avant un avis client positif. L'objectif de cette créa, ce qu'on avait défini dans notre hypothèse, c'était de mettre en avant nos services par les retours positifs de notre client. Le but ça va être de créer de la confiance entre les consommateurs. Je vais souvent ajouter une inspiration à la fois sur le visuel et à la fois sur l'axe concerné, d'où l'importance, si vous vous souvenez bien dans une des vidéos précédentes, de faire une veille et de bien enregistrer tout ce qui vous intéresse pour pouvoir au fur et à mesure venir piocher ces inspirations et les appliquer dans vos briefs. Comme vous pouvez voir ici, en termes d'exemple, on a bien cette idée de mettre en avant un retour positif, donc l'axe est respecté. Au niveau de l'inspiration, c'est à peu près à ça que je vais vouloir que ma créa ressemble. C'est un peu ce que j'avais défini, de mettre en avant le service, qu'on comprenne bien que c'est de la livraison, et d'avoir un petit visuel assez sympa. Moi j'ai bien aimé ce qu'ils avaient fait Uber là-dessus, donc c'est à peu près vers ça que j'aimerais que ma créa tende en termes de design. Comme je vous l'ai expliqué, j'essaie d'être assez synthétique et de mettre un minimum d'informations parce qu'en fait j'ai simplement l'habitude de travailler comme ça et que moi ça me permet d'être actif. Maintenant je vais vous montrer un deuxième exemple où on va avoir plus d'informations, un peu plus exhaustif. Ça pourra notamment vous servir si vous ne produisez pas vous-même vos créas pour briefer votre graphiste. Ici on est exactement sur le même exemple, mais par exemple si moi je devais briefer quelqu'un, voici ce que je lui enverrais plutôt que de lui envoyer le premier modèle qui correspond plus à ma manière de travailler. Ici pareil, on reprend la thématique, donc static review. Cette fois le format, on explique bien que c'est une image statique. On va avoir deux formats possibles, format carré 1080x1080 pixels ou le format story 1080x1920 pixels. Précisez toujours le format qui ne fasse pas ça à sa sauce et que les formats ne soient pas adaptés. En termes de visuel, ici je vais préciser que je vais utiliser l'image A. En termes de texte, il faut bien préciser quelle typographie vous allez vouloir utiliser. En termes de couleurs, joindre des codes colorimétriques et les éléments graphiques. Qu'est-ce que j'entends par là ? C'est tout ce qui va être pictogramme, logo, tous les éléments de marque que la personne va pouvoir ajouter sur la créa. Comme vous voyez, entre parenthèses, j'ai mis dossier 6 joints, typographie, code colorimétrique, dossier 6 joints. L'idée lorsque vous allez envoyer un brief à quelqu'un, c'est de répertorier toutes ses ressources dans un dossier, de bien l'envoyer au graphiste et de bien tout nommer pour pas qu'il soit perdu lorsqu'il produit. Ici comme vous voyez, je vous ai fait un exemple de dossier hyper simplifié. Là par exemple, sur ma créa, je vais parler d'une image, je vais vouloir que ce soit cette image qu'il utilise. Je l'ai bien nommé image 1, il me semble que c'était image A dans la propale, mais voilà, on comprend. Comme vous voyez ici, je vais bien répertorier toutes les couleurs que je voulais qu'il emploie avec leur code. J'ai également mis le logo de ma marque, donc évidemment même s'il va pouvoir potentiellement le récupérer sur le site ou ailleurs, mettez-lui toujours le logo en bonne qualité, ne laissez pas de place à l'inconnu. Et donc pareil, un dossier avec les typographies qu'il pourra retrouver dedans. Ensuite en termes de messages, ça va être la même chose ici, ça va être de mettre en avant un avis de client positif. Moi ce que je vous recommande, c'est de sélectionner vous-même les avis. Là j'ai marqué joindre avis sélectionnés. Je vous recommande vraiment d'aller vous-même chercher les avis et de les sélectionner selon ce que vous voulez mettre en avant. La personne qui va produire les créas, elle va aller rapidement jeter un coup d'œil sur vos avis, en sélectionner un qui a l'air pas mal et elle va le mettre dans la créa. Précisez également bien ce que vous voulez mettre au niveau du cta. Donc là moi par exemple j'ai choisi de mettre en avant télécharger l'application. Et l'objectif, c'est le même que pour le précédent. L'objectif, toujours être exhaustif de toute façon parce qu'il rappellera votre hypothèse derrière cette créa. Donc que ce soit pour vous ou pour quelqu'un d'autre, toujours mettre le pourquoi de cette créa. Ça vous permettra de savoir sur le long terme ce que vous avez testé et pourquoi vous l'avez testé. Et surtout ça vous permettra de comprendre pourquoi vous faites les choses. Donc là j'ai remis deux exemples. Évidemment si ce n'est pas vous qui produisez vos créas, mettez-en un maximum pour que la personne qui produise puisse rapidement savoir ce que vous attendez. Comme vous pouvez voir sur cet exemple, c'est un peu plus exhaustif que le premier et ça demande un peu plus de temps. Mais sachez que ça vous permettra, si vous ne produisez pas vos créas, de minimiser le nombre d'aller-retours que vous allez avoir lors de la production. Parce qu'en effet, même si créer ce bris, ça va vous prendre un peu de temps selon le nombre de créas que vous envoyez à produire. C'est le nombre d'aller-retours que vous allez faire avec la personne qui produit les créas. Donc en étant le plus exhaustif possible, vous lui simplifiez à la fois la tâche et vous vous évitez des aller-retours pour un manque de compréhension ou autre. Après je vous recommande toujours de laisser une petite part de liberté dans tout ce qui est attrait au design et pour tout ce qui est attrait au marketing publicitaire et tout ce qui concerne votre marque. La personne qui va s'occuper de produire les créas n'a pas fait toute la démarche que nous avons fait en amont et vous avez donc plus à apporter sur ce point-là que de la laisser réfléchir par elle-même. Donc voyons pour notre second format qui est un format vidéo. Là pareil, j'essaie de faire ça de manière la plus exhaustive possible pour laisser un minimum de place à l'inconnu. Donc pareil, je commence par dire vidéo review. Le format ça va être une vidéo. Je vais commencer par préciser la durée qui est environ 15 secondes. Mon format donc carré 1080x1080 pixels et ou format story 1080x1920 pixels. En termes de visuel, je vais vouloir préciser par écran. Donc ne soyez pas assez pointieux pour vous-même définir les transitions mais simplement définissez le nombre d'écrans que vous voulez voir apparaître dans cette vidéo et la composition de ces écrans. Après laissez la personne agencer ça comme elle veut. Ce sera beaucoup plus simple sinon vous allez passer énormément de temps à la briefer et vous-même à réfléchir là-dessus. Donc moi là par exemple j'aimerais que sur mon premier écran apparaissent le logo plus le texte 1 que je vais préciser derrière dans mes messages. Écran 2, image A. Donc ici l'image A ça va être le livreur. Donc si vous vous souvenez bien on avait mis ça dans notre dossier. On va mettre ensuite l'avis numéro 1 où je vais mettre en avant la qualité du service et la rapidité. Pour l'écran 3 donc là je vais me servir de l'image B ce sera l'image du plat avec l'avis numéro 2 que je vais préciser encore en dessous qui mettra en avant la qualité de la nourriture. Et l'écran 4 ce que je vais vouloir mettre en avant c'est le logo plus le texte numéro 2 plus le cta encore une fois que je précise en dessous. Donc en termes de messages que je vais vouloir mettre en avant dans le texte numéro 1 comme on est sur une vidéo review c'est ils en parlent mieux que nous par exemple. Donc moi pour l'avis numéro 1 ce que j'ai voulu mettre en avant en premier lieu c'est la qualité du service. Donc là ce que je vais mettre c'est livraison rapide mon plat était encore chaud je recommande. Avis numéro 2 donc là je vais mettre plus en avant l'expérience utilisateur autour de la nourriture. Donc là bon je les ai inventé ces avis mais le libanais est délicieux demain je teste le japonais. Et enfin le texte 2 qui va apparaître sur le dernier écran avec notre logo donc livraison de votre plat préféré avec le cta télécharger l'application. Donc l'objectif ici ça va être le même ça va être de mettre en avant notre service par les retours positifs de notre client. Évidemment comme on est sur une vidéo on va pouvoir dire plus de choses donc là sur le même format on va à la fois parler de la qualité du service et dans un second temps la qualité de la nourriture et de l'expérience autour de ça. Donc une fois de plus pareil j'ai remis des inspirations à la fois au niveau de l'axe et à la fois du visuel. Donc avec ça une personne qui sait servir d'un logiciel de création devrait avoir assez d'éléments pour pouvoir rapidement exécuter votre vidéo. Donc que vous produisiez vous même ces créateurs que vous les fassiez produire, faire ce bris ça va être très important notamment pour le suivi à long terme. Ça vous permettra d'avoir une archive de tous les axes et tous les formats que vous avez testés et surtout comment vous les avez testés. Alors comme je vous disais vous pouvez utiliser n'importe quelle software. Moi ce que j'aime bien avec Powerpoint c'est que je vais créer mon format sur une carte et sur la slide suivante ce que je vais mettre c'est la création finale produite et laisser un espace pour tout ce qui va être analysé à long terme. Est-ce que mon hypothèse a été validée ? Voilà mes résultats. Ça va vous permettre de créer un historique au niveau de la création sur ce compte et ça sera bien plus simple à lire que d'aller fouiller dans le business manager un an plus tard voir ce qui s'est passé il y a un an sur le compte. Donc j'imagine que pour la majorité d'entre vous qui suivez cette formation vous êtes plus du côté marketer que créatif. Donc établir ces briefs malgré le fait que vous ne produisez pas vos créations ça vous permet en fait d'avoir un impact sur la partie créative. Et sur le long terme ça vous permet également de vous créer un historique par rapport à ce qui a été testé ou non et comment ça a été testé sur votre compte. Donc comme je vous disais vous le faites sur n'importe quelle software là où vous êtes le plus à l'aise mais l'important c'est vraiment d'accumuler des données sur votre compte au niveau de la création pour pouvoir sur le long terme être efficace et ne pas répéter les mêmes erreurs. Alors c'est tout pour cette vidéo dans la prochaine on va se pencher sur la production de ces deux créas.