

LA JOURNEE MONDIALE DE LA QUALITE

08-09 Novembre 2018 à Tunis à l'Hôtel El Mouradi Gammarth

« La communication qualité(S/E) dans l'entreprise »

**Du Brief Marketing et Créatif avec l'annonceur jusqu'à la copy
Strategy : Schémas, problématiques et remèdes pour réussir la
communication au sein de l'agence de webmarketing.**

Nobel El Houssine BOUBAKER,
Chief Executive Officer, WEB 2 COM, Tunisie.

SOMMAIRE

01	Qu'est-ce que le brief marketing ?
02	Qu'est-ce que le brief créatif ?
03	Qu'est-ce que la copy strategy (LA COPIE STRATEGIE)?
04	Les 5 items clés de la copy strategy
05	Problématiques pour une Agence E-marketing en Tunisie
06	Remèdes et Solutions
07	Communication et Boite à Outils WEB 2 COM

Qu'est-ce que le brief marketing ?

Le **brief** est un **document** ou une **réunion** dont l'objectif est de présenter les faits indispensables à une agence chargée de émettre une proposition pour une action ou une création **marketing**.

Qu'est-ce que le brief créatif ?

LE BRIEF CRÉATIF EST UN MOMENT CLEF DE LA RELATION ENTRE LE CLIENT ET SON AGENCE DE COMMUNICATION. C'est là qu'il va communiquer toutes les informations essentielles à la bonne compréhension des enjeux par les créatifs.

Un brief doit notamment reprendre :

1. Le contexte et la problématique.
2. Les objectifs.
3. La cible.
4. Le message à faire passer.
5. Le délai de réalisation et la durée de la prestation.
6. Le budget.
7. Le planning de décision du choix du prestataire

Qu'est-ce que la copy strategy ?

La **copie stratégie** est un document de travail de référence de l'annonceur et de l'agence.

C'est un document synthétique de une à deux pages qui permet de diriger toute action de communication. Fil rouge de toute campagne, elle constitue le **cahier des charges** établi à l'intention des créatifs d'une agence et comporte les 5 items

La copy strategy est à intégrer au brief agence.

Les 5 items clés de la *copy strategy*

LA PROMESSE

C'est l'avantage que procure le produit, la valeur ajoutée du produit ou du service par rapport à ses concurrents. Il constitue le message à communiquer aux consommateurs.

LA PREUVE

C'est la justification : parce que... Elle permet de rendre crédible et acceptable la promesse.

LE BÉNÉFICE
CONSOMMATEUR

C'est l'avantage que le consommateur va retirer de la promesse. Il doit répondre à une motivation. Vous entrerez dans un univers de ...deviendrez... (plaisir, valorisation sociale...).

LE TON DU MESSAGE

C'est l'ambiance et l'atmosphère qui se dégage de la création. Des adjectifs : décalé, humoristique, académique, démonstratif...

LE MESSAGE RÉSIDUEL

Ce sont 1 ou 2 éléments clés à conserver en mémoire après avoir été confronté au message...



Exemple : *Copy strategy d'une pub de lessive*



Promesse : la lessive lave toutes les tâches

Preuve : comparaison d'un lavage avec lessive XXX

Bénéfice consommateur : un linge propre à chaque lavage. Tranquillité d'esprit

Ton : blanc, pureté, fraîcheur, nature, grand paysage, herbe verte, ciel bleu, vent, soleil, famille heureuse

Contraintes : indiqué dans la comparaison que le temps réel est de 3 min

Problématiques pour une Agence E-marketing en Tunisie

L'agence Digital spécialement Tunisienne fait face à différentes problématiques internes et externes lors de la préparation de la copy strategy et/ ou lors de la mise en place des campagnes Tests ou définitives.

L'agence se trouve obliger d'axer ses efforts sur la communication de qualité pour y remédier.

Problématiques Externes d'une Agence E-marketing en Tunisie

- ✓ Incapacité du client/Annonceur de briefier l'agence (Chiffrage des objectifs, Ciblage, Message, Durée des réalisations - timing séré, Budget non divulgué, ...)
- ✓ Absence du département Marketing ou Département Commercial qui s'occupe de la fonction Marketing
- ✓ Direction Général qui s'occupe de la Fonction Marketing
- ✓ Absence de la fonction informatique au sein de l'entreprise (Généralement externalisée)
- ✓ Absence de la charte Graphique (un Logo oui mais sans Charte graphique)
- ✓ Détérioration des budgets Marketing suite à la crise économique et politique
- ✓ Absence du Cadre légale (Webmarketing : Informatique ou Marketing), Protection des données Personnels, Opt-in ou Opt-out ou double opt-out ???
- ✓ Non valorisation des idées, des réflexions. On ne valorise que le matériel, le réel, le produit et non pas le service

Problématiques Internes d'une Agence E-marketing en Tunisie

- ✓ Dichotomie des équipes : Développeurs, Graphiques, Commerciaux, Chefs des Projets, rédacteurs, Médias Planer, Responsables comptes, etc... (besoins différents en climat de travail, parfois en horaire, La bohème des créatifs, divergences des équipements informatiques, etc ...)
- ✓ Manque de collaboration sur certains types de projet liés à certains secteurs d'activité : Thalassothérapie, Chirurgie esthétique, Vin, Sous Vêtements Féminins, etc ... par obstination ou méconnaissance,
- ✓ Dichotomie entre les 2 agences de Sousse et de Tunis

Remèdes et Solutions

Développement d'une Communication de qualité sur mesure au sein de l'agence et avec ses clients Annonceurs.

En Interne : L'objectif été de réunir les équipes et faire de la sorte que la production de la copy Strategy et son exécution soient «Industrialisées». On a séparé les services mais on a réuni l'exécution

Remèdes et Solutions

Salle de Réunion / Conférences Audio Visuel / Formation
Travail En Cours Personnalisé et dépendant de la chaine de Production
Rotation des équipes entre Sousse et Tunis + Cahier d'accueil
Sorties Collectifs des 2 agences / Formations Collectives ou par service
Participation dans les salons , foires et séminaires
Mailing Lists : Partage, transparence et visibilité
Employé de la semaine (Affichage, Prime et Valorisation)



Remèdes et Solutions

En Externe : L'objectif été de bien cerner le besoin de l'annonceur et de décrypter son langage

Estimer la lourdeur de la tâche convenablement en prévoyant les contraintes bloquantes du projet (Retour sur Investissement des erreurs qu'on a fait et des problèmes qu'on a fait face)

Pour Organiser un métier on n'a pas besoin des lois et du cadre légale. L'éthique et les bonnes mœurs peuvent faire foi

Tendre la main au client pour l'accompagner et le considérer comme partenaire et non pas un % dans notre CA

Apprendre à dire non et je n'ai pas compris pour mieux comprendre. Il n'y a pas de solution prête à l'emploi

Communication et Boite à Outils WEB 2 COM

Brief Communication

brief

Réorganiser par : Date

Avant le mois dernier

- Directeur Général Adjoint - - WEB 2 COM 12/0...
Offre Site Web
- McDonald's Card 01/07/2015
McDonald's is buying you lunch all week lon...
- Responsable Ressources Humaines WEB 2 C...
Travail du jour : 23/06/2015
- DeAnna 02/06/2015
June newsletter call for submissions
- Responsable Ressources Humaines WEB 2 C...
Travail du jour : 26/05/2015
- Assistante Relation Client WEB 2 COM 25/05...
Cliquez pour activer/désactiver la catégorie Clic rapide.
Cliquez avec le bouton droit pour afficher toutes les options.
- Brief digital Elmazraa
- Directeur Général WEB 2 COM - Gmail 10/04/2...
TR: Refonte site web Jadida => Mme Lamia...
- Directeur Général WEB 2 COM - Gmail 10/04/2...
TR: Refonte site web Jadida => Mme Lamia...
- G2S_contact 01/04/2015
RE: POWER WEB DESIGN
- Assistante Relation Client WEB 2 COM 23/03/...
POWER WEB DESIGN
- Responsable Ressources Humaines WEB 2 C...
Travail du jour : 17/03/2015
- Directeur Général WEB 2 COM - Gmail 12/02/2...
TR: Actualisation du fichier CRM

Avez-vous trouvé ce que vous recherchez ?

[Relancer la recherche dans tous les éléments Courrier.](#)

Brief digital EIMazraa

MARK@elmazraa.com.tn

Envoyé : ven. 08/05/2015 09:42

À : commercial@web-2-com.com

Cc : Marketing@Elmazraa.com.tn; Mark.Maz@elmazraa.com.tn; k.barrak@poulinagroup.com; h.Ghrib@poulinagroup.com

Avec ces réseaux, il est possible pour l'annonceur d'optimiser ses campagnes pour toucher précisément sa cible de clientèle au moment opportun (ceci est valable surtout pour facebook vu le nombre important des utilisateurs de ce réseau et qui sont entrain d'augmenter d'un jour à l'autre)

L'expérience de la société EIMazraa dans le monde digital est modeste: nous ne disposons que d'un site web et d'une page facebook qui n'est pas up to date (gérée par nos propres moyens).

De ce fait, nous voyons que nous devons suivre l'évolution de ce canal de communication à travers ces multiples voies:

1/ Facebook:
recruter le maximum de fans pour notre page facebook et créer de l'interactivité entre eux et notre page
assurer sa mis à jour quotidienne
lancer des jeux sur la page EIMazraa

2/ Twitter:
créer un compte au nom d'El Mazraa sur ce réseau
assurer sa mis à jour quotidienne

3/ Les bannières google:
Vu que le nombre des internautes ne cesse jamais d'augmenter, surtout que ceux qui navigue sur le moteur de recherche Google qui est le premier par excellence en Tunisie, nous voyons l'importance d'être présent sur les bannières de ce moteur.

4/ Youtube:
Nous demandons aussi de créer un compte propre à EIMazraa sur Youtube sur la qu'elle on partage nos campagnes, nos actions street marketing et d'autres vidéos tel que les recettes et les astuces de cuisines, les astuces de santé...

Dans ce cadre, nous vous prions de nous communiquer votre recommandation ainsi que votre offre financière dans un délai qui ne dépasse pas **Lundi le 11/05/2015**.
Après réception de votre recommandation et votre offre financière, une réunion sera planifiée avec vous pour les discuter

Afficher plus d'informations sur MARK@elmazraa.com.tn.

Communication et Boite à Outils WEB 2 COM

Brief Site Web

Nom du fichier : BRIEF SITE WEB DESIGN.docx
Taille : 69 Ko
Auteur : BOUBAKER Nobel
Dernière modification : mercredi 1 avril 2015

Message [W] BRIEF SITE WEB DESIGN.docx (69 Ko)

SITE WEB BRIEF DESIGN

Entreprise

Dénomination :G2S Communication Services

Secteur d'activité :Centre d'appels.....

Vous avez déjà un site web : Oui Non

Si oui quel est le nom du domaine:.....

Année création :

Contact

Nom & Prénom :Souheib GADAS

Tél :73329014.....

Fax :73329015.....

@ :contact@g2s-cs.com.....

Produit(s) phare(s)

Appels entrants : accueil téléphonique, assistance technique, gestion des réclamations, service après-vente, achat billetterie, assistance médicale, télé-secrétariat, standard externalisé, hotline, support commercial

Appels sortants : prospection, sondage, fidélisation, création de trafic, recouvrement, enquête de satisfaction, , aide à la vente, télévente, prise de rdvs.

Traitement Backoffice : Modération de contenu, saisie de documents, traduction, transcription, saisie comptable, gestions de courriers, mailing, dématérialisation, numérisation, chatting, qualifications, mise à jours de base de données clientèle

Positionnement : fournir une évaluation réelle de son entreprise : sa taille, ses compétences et ses services par rapport à la concurrence, rechercher ce que propose la concurrence et établir un comparatif.

Communication et Boite à Outils WEB 2 COM

Fiche Emailing Web & PDF

- Favoris
 - Éléments supprimés (146)
- Outlook2015-2016
 - Boîte de réception (107)
 - Brouillons (2)
 - Éléments envoyés
 - Éléments supprimés (146)
 - ATPMC & Chambre Nationale
 - Banques, Paiements, E-dinar
 - Bases De Données
 - Boîte d'envoi
 - BOUBAKER Nobel El Houssin
 - Campagnes Emailing (36)
 - CEPEX & CTFCI & EXPORT
 - Ciel & Sage & SPIG
 - Currents
 - Courrier indésirable
 - Coursier
 - Demande Emploi & Stage
 - Dossiers de recherche
 - Expert, Smart Finance, PRAGI
 - Flux RSS
 - Fournisseurs SMS
 - ICOM + IN Network (2)
 - Intracen - VMP
 - Mot de Passe
 - OVH
 - Skype, Tunisie Télécom & SFF
 - Suivi Emailing
 - Suivi Facebook & Twitter
 - Suivi Google
 - Suivi SMS
 - WEB 2 COM GROUP (1)
- Archive 2007 - 2010
- Archive 2011 - 2014
 - Éléments supprimés
 - Boîte de réception
 - Boîte d'envoi
 - Brouillons
- Courrier

Rechercher : fiche emailing

Réorganiser par : Date

Avant le mois dernier

Responsable Ressources Humaines WEB 2 C...	Travail du jour : 01/07/2015	
Responsable Ressources Humaines WEB 2 C...	Travail du jour : 22/06/2015	
Responsable Ressources Humaines WEB 2 C...	Travail du jour : 10/06/2015	
Responsable Ressources Humaines WEB 2 C...	Travail du jour : 09/06/2015	
Assistante Relation Client - WEB 2 COM 30/05/...	travail de 29/5/201	
Responsable Ressources Humaines WEB 2 C...	Travail du jour : 15/05/2015	
Saif BOUSSARSAR - PROMED	13/05/2015	RE: Demande BAT Campagne : Visitez notre...
Saif BOUSSARSAR - PROMED	13/05/2015	RE: Demande BAT Campagne : Visitez notre...
Responsable Ressources Humaines WEB 2 C...	Travail du Jour : 11/05/2015	
contact@eodatacenter.com	11/05/2015	Fiche Emailing de WEB 2 COM (.com)
contact@saphirconsult.com	02/04/2015	Fiche Emailing de WEB 2 COM (.com)
Assistante Relation Client WEB 2 COM	01/04/...	travail de jour 31/3/2015
Assistante Relation Client WEB 2 COM	24/03/...	travail de jour 23/3/2014
mail.hakim@orange.fr	03/02/2015	Fiche Emailing de WEB 2 COM (.com)
Directeur Général WEB 2 COM - Gmail	02/02/2...	Pour Rabeab
Directeur Administratif Financier WEB 2 COM !...	A VALIDER	
Directeur Administratif Financier WEB 2 COM !...	A VALIDER	
Directeur Général WEB 2 COM - Gmail	08/01/2...	Fichés Hébergement Domaines Emailing

Avez-vous trouvé ce que vous recherchez ?

[Relancer la recherche dans tous les éléments Courrier.](#)

Fiche Emailing de WEB 2 COM (.com)

contact@eodatacenter.com

Envoyé : lun. 11/05/2015 18:06

À : commercial@web-2-com.com

Fiche Emailing de WEB 2 COM (.com)

Informations Client

Nom :	Ben Salem
Prénom :	Souheil
Société :	Eo Data Center
Adresse :	25, Av Louis Braille
E-mail :	contact@eodatacenter.com
GSM :	98437043
Tél :	71906174
Fax :	
Matricule Fiscale :	1090273 G/A/M/000

Campagne Emailing

Objet : Gagnez 3 mois d'hébergement gratuits

Cible : btob_Autre 140 511

Expéditeur (Nom de la société) : Eo Data Center

Adresse Email d'envoi : contact@eodatacenter.com

Adresse Email de réception : contact@eodatacenter.com

Adresses Email test :

Afficher plus d'informations sur contact@eodatacenter.com.

Communication et Boite à Outils WEB 2 COM

Fiche SMS Web & PDF : http://www.web-2-com.com/fiche_sms.php.

- Favoris
- Éléments supprimés (146)
 - Skype, Tunisie Télécom & SFF
 - Suivi Emailing
 - Suivi Facebook & Twitter
 - Suivi Google
 - Suivi SMS
 - WEB 2 COM GROUP (1)
 - Archive 2007 - 2010
 - Archive 2011 - 2014
 - Éléments supprimés
 - Boîte de réception
 - Boîte d'envoi
 - Brouillons
 - Connect Ads & Network Of A
 - Courrier indésirable
 - Dossiers de recherche
 - Éléments envoyés
 - GraphistesOnline - ProgOnli
 - Live Face On Web & Peter W
 - OVH 2006 - 2014 & SurfTown
 - Personnels WEB 2 COM 2010
 - PubConcept
 - Suivi Affichage & Mailing Po
 - Suivi Bannière
 - Suivi Community Manager
 - Suivi Hotmail & Messenger
 - Suivi LinkedIn
 - Suivi Microsoft AdCenter
 - Suivi Microsoft AdCenter1
 - Suivi Radio
 - Télécopie
 - TFP, ITP & ISO 9001
 - WEB 2 COM 2011
 - WEB 2 COM 2012 (21)
 - WEB 2 COM 2013 (2493)
 - WEB 2 COM 2014 (17)
 - WEB 2 COM 2015 (176)
 - WEB 2 COM 2016 (2731)
 - Yooda
 - Courrier

- fiche sms
- Réorganiser par : Date
- Directeur Général - WEB 2 COM 03/09/2015 RE: SMS-très urgent
 - Directeur Général WEB 2 COM - Gmail 22/07/2... Fiche Hébergement
 - Responsable Ressources Humaines WEB 2 C... Travail du jour : 01/07/2015
 - Assistante Relation Client - WEB 2 COM 25/06... travail de jour 11/10/2015
 - Saif BOUSSARSAR - PROMED 12/06/2015 RE: Texte Anglais - Smsing - PROMED
 - Saif BOUSSARSAR - PROMED 12/06/2015 RE: Texte Anglais - Smsing - PROMED
 - Saif BOUSSARSAR - PROMED 11/06/2015 RE: FICHE SMS
 - Saif BOUSSARSAR - PROMED 11/06/2015 RE: FICHE SMS
 - Responsable Ressources Humaines WEB 2 C... Travail du jour : 10/06/2015
 - Directeur Général WEB 2 COM - Gmail 31/05/2... RE: FICHE SMS
 - Assitante Relation Client - WEB 2 COM 30/05/... travail de 29/5/201
 - Directeur Général WEB 2 COM - Gmail 12/05/2... Fiche Hébergement 12/05/2015
 - csnpi.utica@gnet.tn 11/05/2015 Fiche SMS à partir du site de WEB 2 COM (.com)
 - Responsable Ressources Humaines WEB 2 C... Travail du jour : 13/03/2015
 - ahmed@happyness.tn 25/02/2015
 - Directeur Général WEB 2 COM - Gmail 02/02/2... Pour Rabeb
 - Directeur Administratif Financier WEB 2 COM !... A VALIDER
 - Directeur Administratif Financier WEB 2 COM !... A VALIDER
 - amine.ferjeni87@gmail.com 05/01/2015 Fiche SMS à partir du site de WEB 2 COM (.com)
- Avez-vous trouvé ce que vous recherchez ?
- [Relancer la recherche dans tous les éléments Courrier.](#)

Fiche SMS à partir du site de WEB 2 COM (.com)

amine.ferjeni87@gmail.com

Envoyé : lun. 05/01/2015 16:22

À : commercial@web-2-com.com

Informations Client

Nom : aymen
 Prénom : ferjeni
 Société : hayten henii
 Adresse : immeuble elissa center 5 etage bureau n°506 3000 sfax
 E-mail : amine.ferjeni87@gmail.com
 GSM : 58315410
 Tél : 74655470
 Fax : 74655470
 Matricule Fiscale : 535565 f/a/c/000

Campagne SMS

Objet :
 Avant les Soldes et avant tous le monde Heni Collection vous offre 20% de Remises sur tous les Articles Collection Hiver-Automne 2014-2015 sauf accessoires

Casse de message :
 1er lettre majuscule

Description du palier :
 le monde Heni Collection vous offre 20% de Remises sur tous les Articles Collection Hiver-Automne 2014-2015 sauf accessoires

Nom ou numéro d'envoi :
 HENI

Afficher plus d'informations sur amine.ferjeni87@gmail.com.

Communication et Boite à Outils WEB 2 COM

Travail En cours

Microsoft Excel ribbon: Fichier, Accueil, Insertion, Mise en page, Formules, Données, Révision, Affichage. Font: Calibri, 11. Styles: Standard. Groups: Presse-papiers, Police, Alignement, Nombre, Mise en forme conditionnelle, Mettre sous forme de tableau, Styles de cellules, Insérer, Supprimer, Format, Cellules, Trier et filtrer, Rechercher et sélectionner, Édition.

R146 fx

Projets en cours Pour BAHRI Sofien à la date du 20/12/2013

ENVOI EMAILING Client

N°	Client	Travail à faire	Serveurs	Xenu	SMS	SMS	Début	Fin	Agences	Annonceurs
1	AMS	Base B To B Partie 1	09/12/2013							
2	AMS	Base B To B Partie 2	09/12/2013							
3	SCSI	Base B to B	09/12/2013							
4	WEB 2 COM	Base Entreprise Sahel	13/12/2013							
5	JEFF DE BRUGES	Base Total	18/12/2013							
6	Amen Bank	Base Total	19/12/2013							
7	UIB	Base B to B	24/12/2013							
8	Kahloul	Base étranger	25/12/2013							
9	JEFF DE BRUGES	Base B to B	25/12/2013							
10	UIB	Base B to C	25/12/2013							

Page 1

ENVOI SMSING Client

N°	Client	Travail à faire	Interface	Télécom	Tunisiana	Orange	Elissa	SMS	SMS	Début	Fin	Rapport
1	ONA	Filtration Base & Envoi	Orient	45 000 SMS = 06/12/2013								
2	Voyage2000	Filtration Base & Envoi	Orient	5 000 = 10/12/2013								
3	Voyage2000	Filtration Base & Envoi	Orient	5 000 = 11/12/2013								
4	ONA	Filtration Base & Envoi	Orient	45 000 = 13/12/2013								

Fichier Accueil Insertion Mise en page Formules Données Révision Affichage

Normal Mise en page Personnalisé AperçuSautDePg Plein écran Affichages classeur

Règle Barre de formule Quadrillage Titres Afficher

Zoom 100% Zoom sur la sélection Nouvelle fenêtre Réorganiser tout Figurer les volets

Fractionner Masquer Afficher

Afficher côte à côte Défilement synchrone Rétablir la position de la fenêtre Fenêtre

Enregistrer l'espace de travail Changer de fenêtre Macros

R146 fx

A B C D E F G H I J K L M N O P Q

ENVOI EMAILING PARTENAIRES

N°	Client	Travail à faire	Date	Serveurs	Xenu	SMS	SMS	Début	Fin	Agences	Annonces
1	RÉALITÉS	Base B To B 1 + Base B To B 2 (20243533 - 97418347)									
2	ENTREPRISES MAGAZINE	Base B To B 1+ B To B 2 => TUNISIA IT (Raja 38654635 / Nabil : 55202020)									
3	Economirto Magrhébin	B to B	02/12/20013								
4	Med Expo	Base Annonceur	04/12/20013								
5	Bat Expo	Base B to C	09/12/20013								

ENVOI SMS CLIENTS CONTRAT ANNUELLE

N°	Client	Travail à faire	Interface	Télécom	Tunisiana	Orange	Elissa	SMS	SMS	Début	Fin	Rapport
1	EDEN TOURS	Base Client + WEB 2 COM	Orient		30 000 sms							
2												

ENVOI SMS CLIENTS SRP

N°	Client	Travail à faire	Interface	Télécom	Tunisiana	Orange	Elissa	SMS	SMS	Début	Fin	Rapport
1	SOPAL	Filtration Base & Envoi	Orient		5 envoi = 217 sms							
2	ELECTRO ALLANI	Filtration Base & Envoi	Orient		1 envoi = 941 sms							
3	Yves Rocher	Filtration Base & Envoi	Orient		1 envoi = 12/12/2013							

DOMAINES / HÉBERGEMENT

N°	Client	Domaine / Serveur	Date/Fichier	Manager OVH	OVHM	Redémarrage	Fiche Excel	Fiche Manager	SMS	Email

Merci pour votre attention

Nobel El Houssine BOUBAKER,
Chief Executive Officer, WEB 2 COM, Tunisie.