



CAHIER DES CHARGES / BRIEF POINTER DU DOIGT

NOM DE VOTRE ENTREPRISE

DATE

Suite à votre achat, ce document complété constitue le cahier des charges et sera l'outil de travail du partenaire en charge pour l'offer commandée.

VOTRE ACTIVITÉ

Décrivez brièvement votre activité et les services ou produits que vous proposez. N'oubliez pas d'indiquer le secteur dans lequel votre entreprise exerce ses activités.

LES AVANTAGES DE VOTRE PRODUIT/SERVICE

Expliquez ce qui rend votre produit/service spécial et les caractéristiques uniques dont il dispose. Vous pouvez nous joindre votre présentation PowerPoint ou Word à date rassemblant l'ensemble des informations.

INDIQUEZ VOTRE SITE INTERNET

Précisez-nous l'adresse URL de votre site internet. Si votre site propose plusieurs catégories (par exemple pour un site marchand), merci de nous préciser les 4 catégories de produits maximum à analyser.

VOTRE LOGIN ET MOT DE PASSE ADWORDS

Communiquiez-nous votre login ainsi que votre mot de passe afin que nous puissions avoir accès à votre compte Adwords. Nous pourrions alors faire une étude complète de ce dernier pour vous aider à optimiser votre référencement.

QUI SONT VOS CONCURRENTS ?

Dites-nous qui sont vos concurrents sur votre segment de marché. Vous pouvez également nous communiquer les adresses des sites internet de vos concurrents.

DÉFINISSEZ VOTRE GROUPE CIBLE

Une description concrète de la cible est très importante. Exprimez-vous simplement : l'âge, le revenu et les centres d'intérêts de votre cible, de sorte que nous identifions votre public cible. Il est important également de préciser si vous êtes en BtoB ou BtoC.

FORMULEZ VOTRE MESSAGE DE MARQUE

Expliquez brièvement quels sont les messages clés que votre projet doit transmettre : faites bien comprendre ce que vous voulez exprimer. Dans le meilleur des cas, votre message est dérivé de votre position sur le marché, mais vous devez être plus précis ici et expliquer ce qui vous distingue des autres sociétés du même segment de marché.

VOTRE SLOGAN

Le slogan est directement dérivé du message de votre marque. Définissez votre slogan pour le cahier des charges.

VÉRIFIEZ TOUT UNE DERNIÈRE FOIS

Prenez le temps de relire votre cahier des charges une dernière fois. Ce n'est que lorsque vous êtes sûr que tout le contenu nécessaire est inclus dans le cahier des charges que vous devriez envoyer celui-ci.

Si vous avez des questions concernant la rédaction de votre cahier des charges, n'hésitez pas à contacter notre support par email ou par téléphone.

> help@labiga.paris >> 06 58 17 90 81