

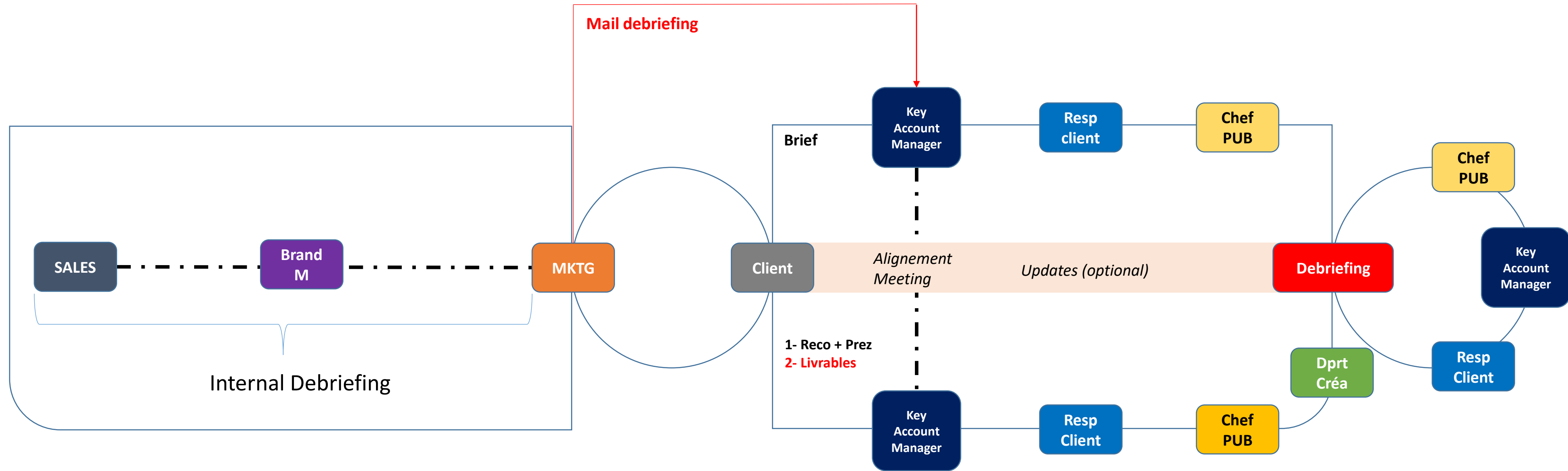
NOTRE PROCESS CRÉATIF

INTRODUCTION: THE CREATIVE WALKING

Comme prendre une tasse de café, créer pour nous c'est exciter nos sens pour "Faire jouir" les consommateurs à la satisfaction de nos annonceurs.



Our Global Process



TOUT COMMENCE ICI: LE BRIEF CLIENT

01

ACTUAL:

- Il est toujours capital de recevoir des briefs qui précisent très bien le problème à résoudre ainsi que des intentions créatives

02

LES LIMITES:

- Eviter que les briefs portent des problèmes déguisés (ce que le client pense et pas forcément ce qui est)

03

LES PÉCHÉS MIGNONS:

- L'absence de guideline par variante/Produit peut biaiser les territoires d'expressions; les argumentaires et même entraîner des confusions
- Les besoins de campagnes qui arrivent sans disponibilité de stocks

04

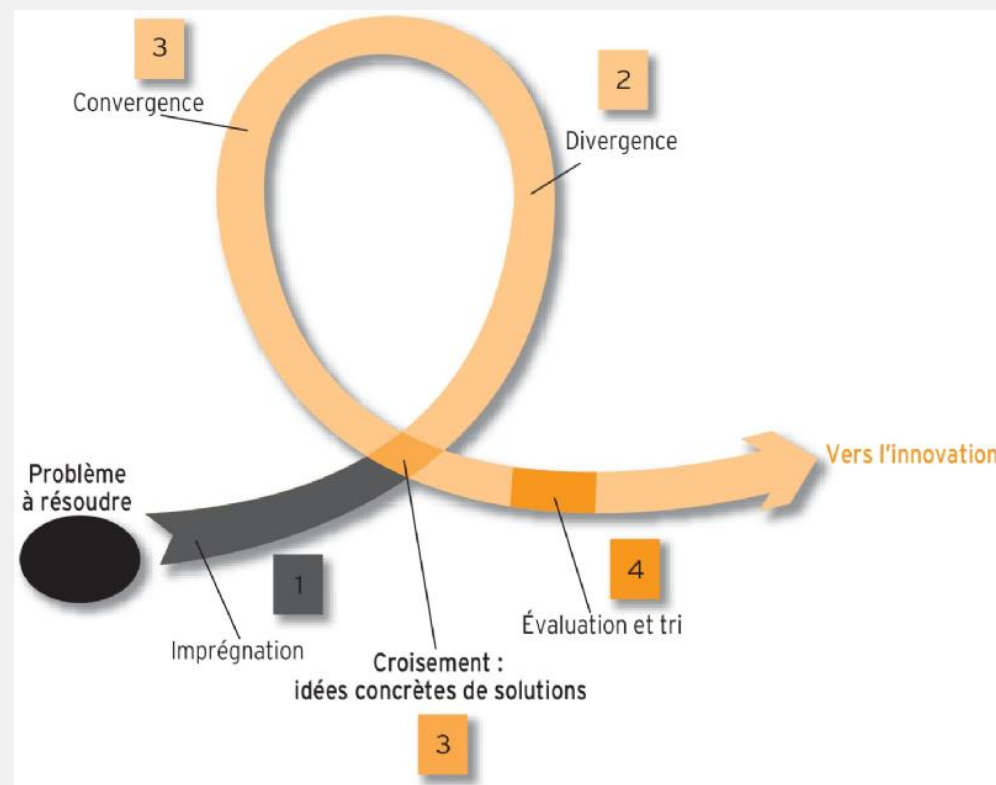
LES PREALABLES:

- Développer des guidelines synthétiques et validés par variante;
- Co construire le brief avec le trade et sur la base d'insights actualisés;
- Challenger et valider le problème à résoudre en interne

ENSUITE: THINKING PROCESS

01

CREATIVE IDEA PROCESS



02

STRATEGIE CREATIVE

- C'est ici que nous partageons le socle de nos axes et pistes créatives ainsi que les slogans rationnels

03

MOODBOARD & DEBRIEFING

- Ici nous faisons visualiser le résultat créatif à développer afin d'obtenir validation
- Au debriefing en general le client est partant, mais une fois les créas disponibles, d'autres choses se rajoutent et parfois il faut changer le key visual qui détourne ou contourne le problème et ramène dans du basique

04

LES BONNES PRATIQUES

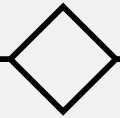
- Structurer les attentes sur les éléments de seconds lectures des visuels;
- Développer des pistes suivant la vision de l'agence et sécuriser avec une piste visuelle le générique client
- Valider avec le client la hierarchisation des éléments visuels via un template
- Facturer les retours supplémentaires (dans la limite de 03 retours sur chaque champagne et au delà on facture à hauteur de 1% des frais d'agence par retour supplémentaire)
- Limiter le panel de pretest à ceux qui prennent les decisions Marketing
- Faire signer de façon électronique les strategies créatives et moodboards par le client en guise de validation formelle

LA RECO STRATEGIQUE

A cette étape, nous partageons un document qui donne vie à la conceptualisation partant du générique aux call to actions sur les canaux et supports de communication en fonction de l'envergure de la campagne et le mix media prédéfini dans le brief client.



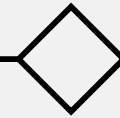
LA RECO STRATEGIQUE



01

LA PROPALE

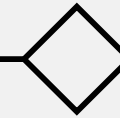
- Ici, nous élaborons un document détaillé qui ressort tous les leviers d'activation de la champagne partant du visual générique:
- ✓ Rappel du background analytique et des insights clés
- ✓ Rappel de la grande idée
- ✓ Scripts des spots
- ✓ Key visuals (Axes visuels)
- ✓ Mix media
- ✓ Déclinaisons des supports
- ✓ Trade activations
- ✓ Communication digitale



02

DEBRIEFING

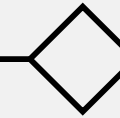
- Ici, il se décide les validations de visuels et déclinaisons ainsi que le déploiement media
- Toutefois, en général une grosse fixation se fait sur les visuels et pas le reste



03

LES VALIDATIONS

- Systématiquement à la suite de chaque debriefing, il est capital que le client fasse un mail de clarification afin que l'agence se concentre sur des aspects très précis



04

LES BONNES PRATIQUES

- Fixer le cadre des recos afin de voir si oui ou non l'agence explore TOUJOURS 360° le champs d'exécution des campagnes;
- Systématiser le résumé des feedbacks par mail
- Labéliser les recos à succès afin de garder en référence

ENFIN: L'EXECUTION

C'est une étape très importante, celle du process de livrables de PAD.

Il est question ici de sortir les éléments à diffuser sur les formats et tailles requises afin que le client passe à la distribution en fonction de son plan media.



95%

DU TEMPS; les delais coincent



STEP BY STEP

LES ETAPES	LES PRATIQUES	LE TEMPS
Exés print	Traitements d’images; mises aux formats; exportations exés	Dépendamment du projet, de 48 heures à 72 heures
Story-boards	Pour les spots vidéos faire le sketch scénarisé du/des films	Dépendamment du projet, de 07 jours à 10 Jours
Validation du Story-board	Debriefing et ajustements	Dépendamment du projet, de 48 heures à 72 heures
Préprod	Recrutement d’acteurs; repérages de sites; Acquisitions accessoires et matériel technique; préparations artistiques; briefing de production...ETC.	Dépendamment du projet, de 01 semaine à 03 semaines
Production	Tournages de films publicitaires + enregistrements de voix off	Dépendamment du projet, de 24 heures à 72 heures
Montages	Derushage + Montages en studio et debriefing + Finalisation	Dépendamment du projet, de 07 jours à 10 jours
PAD	Exportations de formats requis (TV et digital) et partage de fichiers	Dépendamment du projet, de 24 heures à 48 heures

NB: Au cas où nous sommes sur des montages en 3D exclusivement, les délais de multiplient par 2

LA COLLABORATION CLIENT & AGENCE

Ici il est question de presenter les étapes majeures et préciser le schéma d'interactions.



PROCESS DE COLLABORATION (Stratégie)

ETAPES	SUPPORT	RESPONSABLE	STAKEHOLDERS AGENCE	STAKEHOLDERS CADYST
Le Brief	Creative brief	CADYST GROUP	CEO; Key Account & Assistant KA.	Directrice Marketing
Debriefing du brief	Réunion	MATANGA AGENCY		Directrice Marketing & Brand Manager
Propale Agence	Document	MATANGA AGENCY		Directrice Marketing
Debriefing Propale Agence	Réunion	CADYST GROUP		Directrice Marketing & Brand Manager
Budget & Créations	Créas & Storyboards	MATANGA AGENCY		Finances & Directrice Marketing
Feedbacks	Réunion/Mail	CADYST GROUP		Directrice Marketing & Brand Manager
Transmission corrections Axe retenu	Créas & Storyboard revus	MATANGA AGENCY		Directrice Marketing & Brand Manager
Validation créas définitives	Mail	CADYST GROUP		Directrice Marketing
Livraisons déclinaisons & PAD	Exés / PAD	MATANGA AGENCY		Directrice Marketing & Brand Manager

PROCESS DE COLLABORATION (Exécution)

ETAPES	SUPPORT	RESPONSABLE	STAKEHOLDERS AGENCE	STAKEHOLDERS CADYST
Plan opérationnel BTL & Plan Média & Budgets	Documents	MATANGA AGENCY	Key Account & Assistant KA.; Responsable des opérations	Directrice Marketing & Brand Manager + Finances
Retroplanning d'exécution	Documents	MATANGA AGENCY		Directrice Marketing & Brand Manager
Production de supports	BAT	MATANGA AGENCY & CADYST		
Recrutement de ressources	Casting & Contrats	MATANGA AGENCY & CADYST		
Lancements de campagnes	Déploiements & images	MATANGA AGENCY		
Suivi opérationnelle	Réunions & street	MATANGA AGENCY		
Reporting	Documents; Réunions; mails	MATANGA AGENCY		
Réconciliations financières et matérielles	Documents	MATANGA AGENCY & CADYST		Directrice Marketing & Brand Manager + Finances
Evaluation	Réunions & fiches d'évaluations	MATANGA AGENCY & CADYST		Directrice Marketing & Brand Manager

ACTIVITY TRACKER

[illegible]

**THANK YOU
VERY MUCH**