

# Avant le premier *visuel.*

Une opération, plusieurs supports. Posez le cadre avant de décliner.

Remplissez cette fiche à l'écran, enregistrez-la, puis partagez-la avec votre équipe.

Opération / campagne

Date de lancement

À qui s'adresse cette campagne ?

Le message principal à retenir

L'action attendue du public

Ce qui doit rester fidèle à la marque

Liens vers les textes, images utilisables, logos et références

À vérifier : offre, dates, prix et mentions approuvés ; droits des images confirmés.

# Le bon ordre.

## *Le bon départ.*

Listez les livrables, puis choisissez la priorité. Les spécifications viennent du diffuseur ou de l'imprimeur ; prévoyez du temps avant la diffusion.

| Support / usage      | Format / spécifications | Fichiers manquants   | Livraison le         |
|----------------------|-------------------------|----------------------|----------------------|
| <input type="text"/> | <input type="text"/>    | <input type="text"/> | <input type="text"/> |
| <input type="text"/> | <input type="text"/>    | <input type="text"/> | <input type="text"/> |
| <input type="text"/> | <input type="text"/>    | <input type="text"/> | <input type="text"/> |

Le support à traiter en premier

Qui rassemble les retours ?

Qui donne l'accord final ?

Si une modification arrive : supports touchés, décision et nouvelle échéance

## Avant diffusion

- ☐ Textes, dates, prix et mentions vérifiés
- ☐ Lisibilité et recadrage contrôlés dans chaque format
- ☐ Fichiers et versions approuvés ; liens / QR codes testés