

✓ Grille d'évaluation : Examen de la stratégie de campagne

Critère	2 points – Excellent	1 point – Acceptable	0 points – Faible / manquant
1. Objectif de la campagne	Clair, précis et lié à un objectif marketing réel (ex : « augmenter les ventes »).	Un objectif est énoncé, mais il est vague ou général	Pas d'objectif, ou inapproprié (ex : « le rendre intéressant »)
2. Public cible	Public bien défini, réaliste, en lien avec la plateforme et le contenu	Public largement décrit, partiellement pertinent	Le public n'est pas clair ou illogique
3. Plateforme(s)	La plateforme est adaptée au public et à l'objectif (ex : TikTok pour la génération Z)	La plateforme est logique, mais pas la plus adaptée	Le type de contenu ne correspond pas à la plateforme/au public, ou est manquant
4. Type de contenu et planning de publication	Le type de contenu est approprié, clairement décrit et accompagné d'un planning de publication réaliste	Le type de contenu est adapté, mais le planning est vague ou absent	Le type de contenu ne correspond pas à la plateforme/au public, ou est manquant

✅ Grille d'évaluation : Examen de la stratégie de campagne

Critère	2 points – Excellent	1 point – Acceptable	0 points – Faible / manquant
5. KPI (indicateurs)	Jusqu'à 3 indicateurs de réussite réalistes au choix (ex : clics, vues)	Les indicateurs sont répertoriés, mais ils ne sont pas clairs ou trop nombreux/insuffisants.	Les indicateurs sont manquants ou inappropriés (ex : « devenir viral »).

🚩 Score total :

- 8–10 ✅ La campagne est convaincante et approuvée !
- 6–7 🟡 Approuvée avec commentaires / encourager les commentaires courts
- 0–5 ❌ · Pas approuvée – suggérer de réviser et d'améliorer le plan (si le temps le permet)

Points maximum : 10

Note minimale requise pour réussir : 6 points



Conseils supplémentaires pour le maître du jeu :

1. Au lieu de simplement remplir le formulaire, encouragez les participants à :

Présenter brièvement leur campagne (comme lors d'une réunion d'affaires)

Justifier leur choix : « Nous avons choisi TikTok parce que... »

Cela permet aussi de mettre en avant les compétences non verbales (communication, confiance en soi)

📌 S'ils ont des questions, ils peuvent simplement lire leur plan à voix haute.

2. Faites attention aux :

Preuves à l'appui (« Nous avons établi un lien avec l'analyse de la phase A »)

Liens logiques (« Génération Z → TikTok → influenceurs »)

Originalité (idées nouvelles, même imparfaites)

3. Si une équipe à un score bas (ex : 4–5 points) :

Donnez-leur des commentaires constructifs

Demandez-leur : « Que changeriez-vous ? »

Permettez-leur de modifier le plan et de « réessayer » (deuxième version)

📁 Cela renforce l'engagement et l'apprentissage grâce à la correction.

4. Brève réflexion :

« Qu'est-ce qui a été le plus difficile pour vous dans la création de cette campagne ? »

« Si vous aviez travaillé pour une vraie marque, qu'auriez-vous fait différemment ? »

📌 Vous pouvez utiliser des autocollants, des sondages rapides ou simplement une discussion verbale.