

Marketing ISO-aligned

Cahier de collecte du contexte marketing.

Ce cahier structure la collecte du contexte marketing en quinze modules et cinq annexes ISO. Chaque module possède un objectif, des questions, un bloc de sortie structuré et un point de contrôle qualité. Il est pensé pour être rempli en atelier, imprimé ou annoté à l'écran.

MODE D'EMPLOI

- Complétez chaque module avec l'équipe marketing et le responsable de la marque.
- Un critère non tranché est un risque : notez « hypothèse » ou « à rechercher ».
- Reportez les blocs de sortie dans vos prompts et votre chatbot.

Carte de production du contexte

Cochez la case quand le module est validé. Un module non validé est un risque.

Module	Responsable	Statut			Validation
BRIEF_MISSION	[Nom]	A faire	En cours	Valide	[Date]
OFFER_SYSTEM	[Nom]	A faire	En cours	Valide	[Date]
EVIDENCE_BASE	[Nom]	A faire	En cours	Valide	[Date]
SOURCE_ACCESS_REGISTRY	[Nom]	A faire	En cours	Valide	[Date]
BRAND_VALUE	[Nom]	A faire	En cours	Valide	[Date]
BRAND_CHARACTER	[Nom]	A faire	En cours	Valide	[Date]
MARKET_CONTEXT	[Nom]	A faire	En cours	Valide	[Date]
AVATAR_PORTFOLIO	[Nom]	A faire	En cours	Valide	[Date]
PRIMARY_AVATAR_IDENTITY	[Nom]	A faire	En cours	Valide	[Date]
PRIMARY_AVATAR_MOTIVATION	[Nom]	A faire	En cours	Valide	[Date]
PRIMARY_AVATAR_TRANSFORMATI...	[Nom]	A faire	En cours	Valide	[Date]
JTBD_MESSAGE	[Nom]	A faire	En cours	Valide	[Date]
CONTENT_SYSTEM	[Nom]	A faire	En cours	Valide	[Date]
CONVERSION_BASELINE	[Nom]	A faire	En cours	Valide	[Date]
CONTEXT_PACKAGE	[Nom]	A faire	En cours	Valide	[Date]

Module 01 - Cadrer la mission marketing

- Quel résultat commercial ou relationnel est attendu ?
- Quel public est supposé et quelle action de conversion est visée ?

- Quelles conditions d'échec, validations et contraintes non négociables ?

SORTIE STRUCTURÉE - Bloc BRIEF_MISSION - objectif, audience_initiale, conversion_action, scope.

POINT DE CONTRÔLE QUALITÉ - Chaque message peut être relié à une offre, un client, un résultat et une capacité.

Module 02 - Cartographier les offres et le parcours d'achat

- Quelle est la fonction économique de chaque offre ?
- Quel est le lead magnet, l'offre d'entrée, l'offre cour, l'offre premium ?
- Quelle est la preuve de traction et la capacité de livraison ?

SORTIE STRUCTURÉE - Bloc OFFER_SYSTEM - nom, client visé, problème résolu, prix, preuve, rôle.

POINT DE CONTRÔLE QUALITÉ - Chaque message peut être relié à une offre disponible et un résultat.

Module 03 - Constituer la base de preuves

- Quelles sources sont disponibles : CRM, analytics, support, études ?
- Quels verbatims clients décrivent le problème et le résultat obtenu ?
- Quelles objections récurrentes sont formulées avant achat ?

SORTIE STRUCTURÉE - Bloc EVIDENCE_BASE - sources, verbatims, data_gaps, statuts.

POINT DE CONTRÔLE QUALITÉ - Toute affirmation importante possède une provenance, une date et un statut.

Module 04 - Relier les sources numériques au chatbot

- Dans quels outils se trouvent les informations marketing utiles ?
- Quel est le niveau d'accès : public, interne, confidentiel, sensible ?
- Aucun mot de passe, clé API, cookie ou secret n'est saisi dans ce document ?

SORTIE STRUCTURÉE - Bloc SOURCE_ACCESS_REGISTRY - nom, URL, propriétaire, accès, confidentialité.

POINT DE CONTRÔLE QUALITÉ - L'accès est limité à la lecture et au périmètre nécessaire.

Module 05 - Formuler la valeur de la marque

- Quel nom doit apparaître dans la proposition de valeur ?
- Quel client précis est servi et quelle transformation est promise ?
- La phrase évite-t-elle les termes vagues sans explication ?

SORTIE STRUCTURÉE - Bloc BRAND_VALUE - brand_or_offer, promise, proof, anti_promise.

POINT DE CONTRÔLE QUALITÉ - La promesse est observable, différenciante et reliée à une preuve.

Module 06 - Définir le caractère de la marque

- Quelle est la capacité visible de la marque ?
- Quel contrepoids évite la caricature ?
- Quelle conviction est non négociable et quelle vulnérabilité humanise la voix ?

SORTIE STRUCTURÉE - Bloc BRAND_CHARACTER - capacity, counterweight, conviction, vulnerability.

POINT DE CONTRÔLE QUALITÉ - Le Character Diamond est cohérent et observable, pas inspiré d'un stéréotype.

Module 07 - Délimiter le marché et les références

- Quelle est la catégorie de référence et la zone géographique ?
- Quelles sont les références directes, indirectes et les alternatives ?
- Quelles communautés ou événements structurent le marché ?

SORTIE STRUCTURÉE - Bloc MARKET_CONTEXT - category, geographies, references, communities.

POINT DE CONTRÔLE QUALITÉ - Les références sont datées et les inconnues ne sont pas comblées.

Module 08 - Construire le portefeuille d'avatars

- Quels segments candidats émergent des clients et prospects observés ?
- Sur quel critère la stratégie change-t-elle entre segments ?
- Combien d'avatars sont nécessaires et pourquoi ?

SORTIE STRUCTURÉE - Bloc AVATAR_PORTFOLIO - avatar_1 à avatar_5, critère de sélection.

POINT DE CONTRÔLE QUALITÉ - L'avatar retenu est issu d'éléments observés, non d'un stéréotype.

Module 09 - Donner une réalité au client prioritaire

- Quel est le nom de travail de l'avatar prioritaire ?
- Quelles sources d'information et influences le façonnent ?
- Quelle est sa situation professionnelle et son contexte ?

SORTIE STRUCTURÉE - Bloc PRIMARY_AVATAR_IDENTITY - name, role, context, sources.

POINT DE CONTRÔLE QUALITÉ - L'identité est observable et documentée, pas inventée.

Module 10 - Comprendre les tensions, aspirations et décisions

- Quelles sont ses frustrations et peurs majeures ?
- Quelles aspirations et valeurs guident ses choix ?
- Quels déclencheurs et critères d'achat sont déterminants ?

SORTIE STRUCTURÉE - Bloc PRIMARY_AVATAR_MOTIVATION - frustrations, aspirations, triggers, decision_unit.

POINT DE CONTRÔLE QUALITÉ - Les motivations sont tirées d'observations, pas d'intuition.

Module 11 - Décrire la transformation avant / après

- Quelle transformation recherche-t-il précisément ?
- Quelle scène concrète illustre le mieux cette transformation ?
- Quel indicateur permet de mesurer le passage de l'avant à l'après ?

SORTIE STRUCTURÉE - Bloc PRIMARY_AVATAR_TRANSFORMATION - before_state, after_state, scene, metric.

POINT DE CONTRÔLE QUALITÉ - La transformation est concrète, mesurable et observée.

Module 12 - Formuler les Jobs to Be Done et les territoires de message

- Quel est le job à faire dans quelle situation ?
- Quelles métaphores et concepts de campagne le rendent concret ?
- Quels territoires de message sont possibles et lesquels éviter ?

SORTIE STRUCTURÉE - Bloc JTBD_MESSAGE - job, situation, metaphors, message_territories.

POINT DE CONTRÔLE QUALITÉ - Les JTBD sont tirés d'observations, les métaphores testées.

Module 13 - Paramétrer le système de contenu social

- Quelle plateforme, quelle période et quelle cadence de publication ?
- Quelle répartition entre contenu direct et indirect ?
- Quel mix de contenus et quelle capacité de production sont réalistes ?

SORTIE STRUCTURÉE - Bloc CONTENT_SYSTEM - platform, period, cadence, mix, formats, governance.

POINT DE CONTRÔLE QUALITÉ - Le plan est réaliste, mesurable et aligné sur la capacité.

Module 14 - Établir les références de conversion

- Quelle est la performance actuelle sur les indicateurs clés ?
- Quels benchmarks sont recherchés ou comparés ?

SORTIE STRUCTURÉE - Bloc CONVERSION_BASELINE - current_performance, benchmarks, targets.

POINT DE CONTRÔLE QUALITÉ - Les cibles sont réalistes, datées et reliées à des preuves.

Module 15 - Assembler le package de contexte pour les prompts

- Quel est le résumé exécutif à copier dans les prompts ?
- Quelles informations manquent et qui doit les fournir ?
- Quel contrôle final valide la cohérence du package ?

SORTIE STRUCTURÉE - Bloc CONTEXT_PACKAGE - executive_summary, missing_info, prompt_mapping.

POINT DE CONTRÔLE QUALITÉ - Le package est complet, cohérent et validé avant utilisation.

Annexes ISO

Annexe ISO A - Gouvernance du processus et responsabilités

Rôles minimaux, gates obligatoires, responsabilités par module.

Annexe ISO B - Identité numérique, traçabilité et intégrité

Convention d'identification, journal minimal d'exécution IA.

Annexe ISO C - Déclaration d'applicabilité

Périmètre couvert, exclusions, référence aux politiques.

Annexe ISO D - Auto-évaluation de maturité et décision de publication

Grille de maturité, critères de publication, décision documentée.

Annexe ISO E - Dossier de justification qualité

Structure du dossier pour financeur ou donneur d'ordre.

Version 3.1 - réutilisable librement pour vos diagnostics marketing. Un accompagnement sur mesure est disponible sur mickael-umt.com/contact.