

## Votre check-list

ou les 14 questions à se poser  
pour intégrer des goodies  
dans votre stratégie de communication !



- Quel est l'**objectif de mon opération** (notoriété, image, fidélisation, remerciement...)?
- Quelle est ma **cible** (ou quelles sont-elles) ?
- Quels sont les **besoins/les habitudes de fonctionnement** ou de travail de ma/mes cibles (différences à appréhender entre B to C et B to B) ?
- Est-ce que je privilégie un **objet utile/durable/esthétique ou ludique** (ou les quatre à la fois) ?
- Quel est mon **budget** ? Si je dois renouveler l'opération, pourrais-je valider ce budget à l'identique (attention aux effets de rupture) ?
- Quels sont les **composants du produit** que je veux privilégier (bois, coton, métal, papier recyclé...) et ceux que je veux éviter (plastique ou pas) ?
- Quel est le **lieu de fabrication** des objets (France, Europe ou autre) ?
- Quel **marquage possible** (1, 2 ou 4 couleurs/logos, visuels, phrases, personnalisation du destinataire) ?
- Ai-je une **contrainte de délai** ?
- Quel est le **mode de distribution de l'objet** ? Cela peut influencer notamment sur le mode de présentation (besoin d'un étui de protection ou pas).
- De quelle **quantité** ai-je besoin (besoin ponctuel ou anticipation sur une période donnée) ?
- Quels sont les **minima d'approvisionnement** ?
- Quel **type de fournisseurs** à privilégier pour ma demande de devis : entreprise locale ou site internet ?
- Et enfin : **quelle cohérence aura cet objet avec mon message** ? (N'oubliez pas que l'histoire que vous racontez autour du produit choisi permet un ancrage émotionnel plus fort et donc une mémorisation plus importante de votre marque)

