

Co-marquage — 5 marques et leurs pistes

LINDBERGH FORMATION — 16 rue de Maillé, 91310 Montlhéry · RCS Evry 817 946 114

Document établi le 24/09/2026

Trois pistes déclinées par marque, une demi-journée au total · document fictif

Document fictif — exemple de démonstration

Ce document est produit par le site Blue Lemon Agent pour illustrer ce qu'un agent IA remet à ses utilisateurs. Les sociétés, dossiers, montants et personnes qui y figurent sont inventés. Il n'a aucune valeur juridique, comptable ni commerciale.

Document fictif, produit pour la démonstration. **Un mood-board est la planche d'images qui donne la direction visuelle d'une proposition avant toute production.** Les cinq marques sont choisies d'après ce qui a fonctionné chez l'enseigne, pas d'après une liste achetée.

D'où viennent les cinq marques

Trait comparé	Opérations rentables	Opérations non rentables	Lecture
Marque déjà référencée dans les 34 magasins	2 sur 2	0 sur 3	Condition d'entrée
Budget média annuel supérieur à 60 000 €	2 sur 2	1 sur 3	Seuil de viabilité
Absence de studio intégré chez la marque	2 sur 2	0 sur 3	Le trait décisif : c'est lui qui donne de la valeur au vôtre

Ce qui est préparé pour chaque marque

Élément	Contenu	Effet en rendez-vous
Mood-board	Direction visuelle, références, palette d'ambiance	La marque voit avant d'imaginer
3 pistes de campagne	Déclinées sur les 11 formats de l'enseigne	Vous entrez avec des visuels, pas avec une intention
Chiffrage comparatif	Ce que la marque paierait ailleurs pour le même lot	Situe la valeur du studio intégré
Fiche de cadre technique	Hébergement, journalisation, confidentialité avant lancement	Répond à la question qui vient toujours en fin de rendez-vous

Le coût de production de la démarche

Avant	Après	Nature du changement
2 jours de studio par prospect	Une demi-journée pour les 5, relecture comprise	Ce n'est pas un gain de temps : c'est une action qui était impossible à cinq

Ce qui est déconseillé, chiffres à l'appui

Cible écartée	Constat	Conséquence attendue
3 marques de jardinage motorisé	Toutes dotées d'un studio intégré	Sur 3 opérations passées de ce profil, la production a été imposée à 100 % : le budget serait venu, la valeur non

L'argument de fin de rendez-vous : tout vit en France, sur une machine de l'entreprise, avec pour objectif de déploiement des traitements et des accès opérés dans l'Union européenne. **Les visuels non diffusés d'une marque partenaire, ses lancements et ses prix ne sortent pas — et cela se prouve par écrit.**

À fixer par l'entreprise

Marque approchée en premier : _____

Portée de ce document : le service exploité par Blue Lemon Agent. Pour un agent déployé chez vous, la localisation applicable est celle de l'architecture décrite au devis et vérifiée avant mise en service ; l'exécution locale n'est annoncée que pour la configuration explicitement décrite et recettée au devis ; l'isolation applicable dépend du mode de déploiement décrit au devis, aucune isolation dédiée n'étant présumée ; les mécanismes de chiffrement en transit et au repos, leurs composants et la gestion des clés sont ceux documentés pour l'architecture retenue ; les rôles et permissions sont configurés et recettés pour les identités et systèmes effectivement raccordés ; les événements journalisés, leur contenu, leur durée de conservation et leurs accès sont définis pour le déploiement retenu.