

BLOOMFIELD DIGITAL – CAMPAGNE DE
LANCEMENT MULTICANAL

Cahier des charges

Faire connaître le déploiement national de Nectarine dans les
cuisines qui comptent.

2026

Sommaire

01	Contrôle documentaire	2
02	Introduction et périmètre	3
03	Objet et public visé	3
04	Exigences fonctionnelles	3
05	Exigences non fonctionnelles	5
06	Modules du produit	6
07	Spécification des composants	6
08	Hypothèses, contraintes et dépendances	7
09	Phases de mise en production	8

EN BREF

Contrôle documentaire

SPÉCIFICATION

REQ-2026-0398

Émis le 27 juillet 2026

PRÉPARÉ PAR

Bloomfield Digital

Denver, CO 80205

PROPRIÉTAIRE

Sofia Marchetti

Responsable du marketing de croissance, Nectarine Meal Kits

STATUT

Pour révision

Version de référence figée à l'approbation

EXIGENCES

9

Fonctionnelles et non fonctionnelles

01

Introduction et périmètre

Nectarine Meal Kits a validé son modèle sur trois marchés-tests métropolitains mais ne s'est jamais lancé à l'échelle nationale, et deux marques concurrentes de kits repas ont annoncé des expansions pour le même trimestre. Voici le plan pour se lancer dans 40 villes sans faire exploser le budget à l'aveugle.



Objet et public visé

Les trois campagnes de marché test de Nectarine ont été menées ville par ville avec des créations ajustées manuellement et sans cadre de mesure commun, de sorte qu'il n'existe aucune vue unifiée de ce qui génère réellement des inscriptions efficaces à grande échelle. La télévision connectée et les partenariats d'influenceurs sont des canaux entièrement nouveaux pour la marque, et le conseil d'administration a conditionné le prochain tour de financement à une efficacité d'acquisition client démontrée à l'échelle nationale.

Bloomfield Digital propose une campagne de lancement multicanal de douze semaines, construite autour d'un cadre de mesure unique, d'un calendrier de vagues par ville échelonné selon l'expansion des zones de livraison de Nectarine, et d'une optimisation hebdomadaire permettant à l'équipe interne de voir en temps réel ce qui fonctionne. Les sections suivantes présentent l'approche, le périmètre, le calendrier et l'investissement.

Exigences fonctionnelles

ID	EXIGENCE	PRIORITÉ
R-01	Un cadre de mesure unique inter-canaux doit être opérationnel avant le lancement de tout média payant.	OBLIGATOIRE

	R-02 La création publicitaire de la campagne doit provenir d'un système visuel et de message partagé unique, appliqué aux formats social, CTV et influenceurs.	OBLIGATOIRE
	R-03 Le lancement social payant et CTV de la première vague doit couvrir les huit premières villes de la zone de livraison.	OBLIGATOIRE
	R-04 Un tableau de bord de reporting en direct doit être accessible à l'équipe interne de Nectarine pendant toute la durée de la campagne.	OBLIGATOIRE
	R-05 Le contenu d'amorçage des influenceurs doit être publié au moins deux semaines avant le média payant dans chaque vague de villes.	OBLIGATOIRE
	R-06 Un point de contrôle à mi-campagne doit réaffecter le budget vers les canaux et villes les plus performants d'ici la semaine 7.	SOUHAITABLE
	R-07 Les achats CTV doivent inclure un plan de substitution pour tout marché de lancement présentant un inventaire insuffisant.	SOUHAITABLE
	R-08 Le coût par acquisition doit être suivi par ville afin d'orienter le séquençement des vagues deux et trois.	SOUHAITABLE

ID	PRIORITÉ	EXIGENCE
 R-01	Obligatoire	Un cadre de mesure unique inter-canaux doit être opérationnel avant le lancement de tout média payant.
 R-02	Obligatoire	La création publicitaire de la campagne doit provenir d'un système visuel et de message partagé unique, appliqué aux formats social, CTV et influenceurs.
 R-03	Obligatoire	Le lancement social payant et CTV de la première vague doit couvrir les huit premières villes de la zone de livraison.
 R-04	Obligatoire	Un tableau de bord de reporting en direct doit être accessible à l'équipe interne de Nectarine pendant toute la durée de la campagne.
 R-05	Obligatoire	Le contenu d'amorçage des influenceurs doit être publié au moins deux semaines avant le média payant dans chaque vague de villes.

01 Cadre de mesure

Une configuration de suivi multicanal unique et un tableau de bord en direct mis en place avant tout lancement média.

02 Système créatif

Un système visuel et de messages unique, adapté aux formats social, CTV et influenceurs.

03 Lancement sur les réseaux sociaux payants

Stratégie d'audience et achats optimisés chaque semaine sur Meta, TikTok et Pinterest.

04 Achat de télévision connectée

Planification et achat CTV sur les marchés de lancement de la première vague, nouveauté dans le mix de Nectarine.

05 Amorçage d'influenceurs

Partenariats échelonnés avec des micro- et moyens influenceurs avant chaque vague de villes.

06 Planification des vagues

Un calendrier de lancement échelonné synchronisé avec le déploiement en 40 villes.

■ SPÉCIFICATION

Spécification des composants

RÉF.	ÉLÉMENT	SPÉCIFICATION	UNITÉS	DÉLAI	PRIX UNITAIRE
SPC-01	Cadre de mesure et tableau de bord	Mise en place du suivi multicanal et du reporting en direct	1	30 novemb re 2026	\$14,000
SPC-02	Système créatif de campagne	Système visuel et de messages adapté au social, à la CTV et aux influenceurs	1	30 novem bre 2026	\$22,000

	SPC-03	Gestion des médias sociaux payants	Achat Meta, TikTok et Pinterest, campagne de 12 semaines	12	12 sem.	\$1,900 / wk
	SPC-04	Planification et achat de télévision connectée	Stratégie et exécution CTV sur les marchés de la première vague	1	30 novembre 2026	\$26,000
	SPC-05	Programme d'amorçage par influenceurs	Partenariats micro- et moyens échelonnés sur toutes les vagues	1	30 novembre 2026	\$19,200
	SPC-06	Calendrier de lancement par vagues et coordination des villes	Planification échelonnée du déploiement sur 40 villes et coordination des marchés	1	30 novembre 2026	\$8,000

Les spécifications sont fixées à l'acceptation ; tout changement est traité selon la procédure de contrôle des modifications définie dans le présent document.

01

Un seul cadre, tous les canaux

La mesure est construite avant la création, afin que chaque dollar soit comparable entre le social, la CTV et l'influence dès le premier jour.

02

Par vagues, pas d'un seul coup

Un calendrier échelonné par ville permet au budget de suivre la disponibilité des zones de livraison, plutôt que de tout lancer à l'aveugle simultanément.

03

Optimisation hebdomadaire, pas trimestrielle

Un tableau de bord en direct et un point de contrôle intégré en cours de campagne permettent de réorienter les dépenses sous-performantes en quelques jours.

01

SEMAINES 1-2 · STRATÉGIE ET MESURE

Cadre de mesure construit, brief créatif finalisé, marchés de la première vague confirmés.

02

SEMAINES 3-4 · DÉVELOPPEMENT CRÉATIF

Système créatif de campagne produit et adapté au social payant, à la CTV et aux formats d'influenceurs.

03

SEMAINES 5-6 · LANCEMENT DE LA PREMIÈRE VAGUE

Le social payant et la CTV sont lancés dans les huit premières villes, l'amorçage par les influenceurs est déjà en cours.

04

SEMAINES 7-9 · DEUXIÈME VAGUE ET OPTIMISATION

Lancement de la deuxième vague de villes ; le point d'étape à mi-campagne réaffecte le budget aux meilleurs performeurs.

Bloomfield Digital

3535 Walnut St, Denver, CO 80205, États-Unis

hello@bloomfielddigital.com · +1 720 555 0182 ·

bloomfielddigital.com

Bloomfield Digital, LLC · EIN 84-2217690

