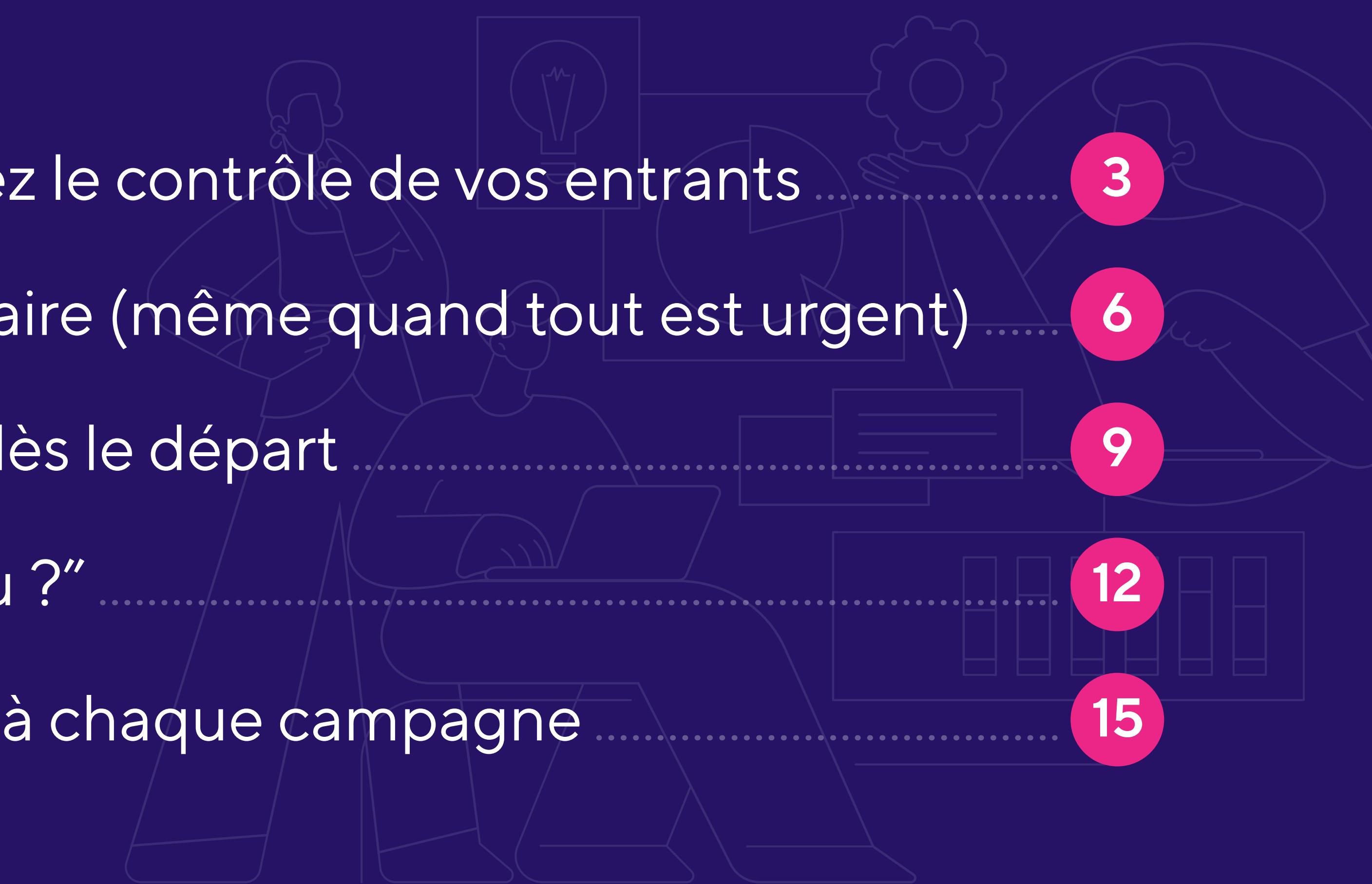


Marketing : 5 clés pour piloter vos demandes entrantes en mode projet



Sommaire

- 
1. Emails, chat, couloir : reprenez le contrôle de vos entrants 3
 2. Définissez une priorisation claire (même quand tout est urgent) 6
 3. Assurez-vous d'être alignés dès le départ 9
 4. Dites adieu aux "On en est où ?" 12
 5. Arrêtez de réinventer la roue à chaque campagne 15

1

Emails, chat, couloir : reprenez le contrôle de vos entrants

Pour plus d'efficacité, centralisez vos sujets !

En théorie, il existe autant de canaux de demande que de points de contact dans votre organisation. Si rien n'est fait, chacun sollicitera votre équipe comme ça l'arrange (à raison !) : par email, par chat, par téléphone ou au détour d'un couloir...

Le problème, c'est que le cumul de tous ces canaux peut vite devenir ingérable. La meilleure solution est donc de prendre les devants, en créant **un espace unique où centraliser toutes vos demandes**, pour simplifier à la fois votre travail... et celui de vos demandeurs.



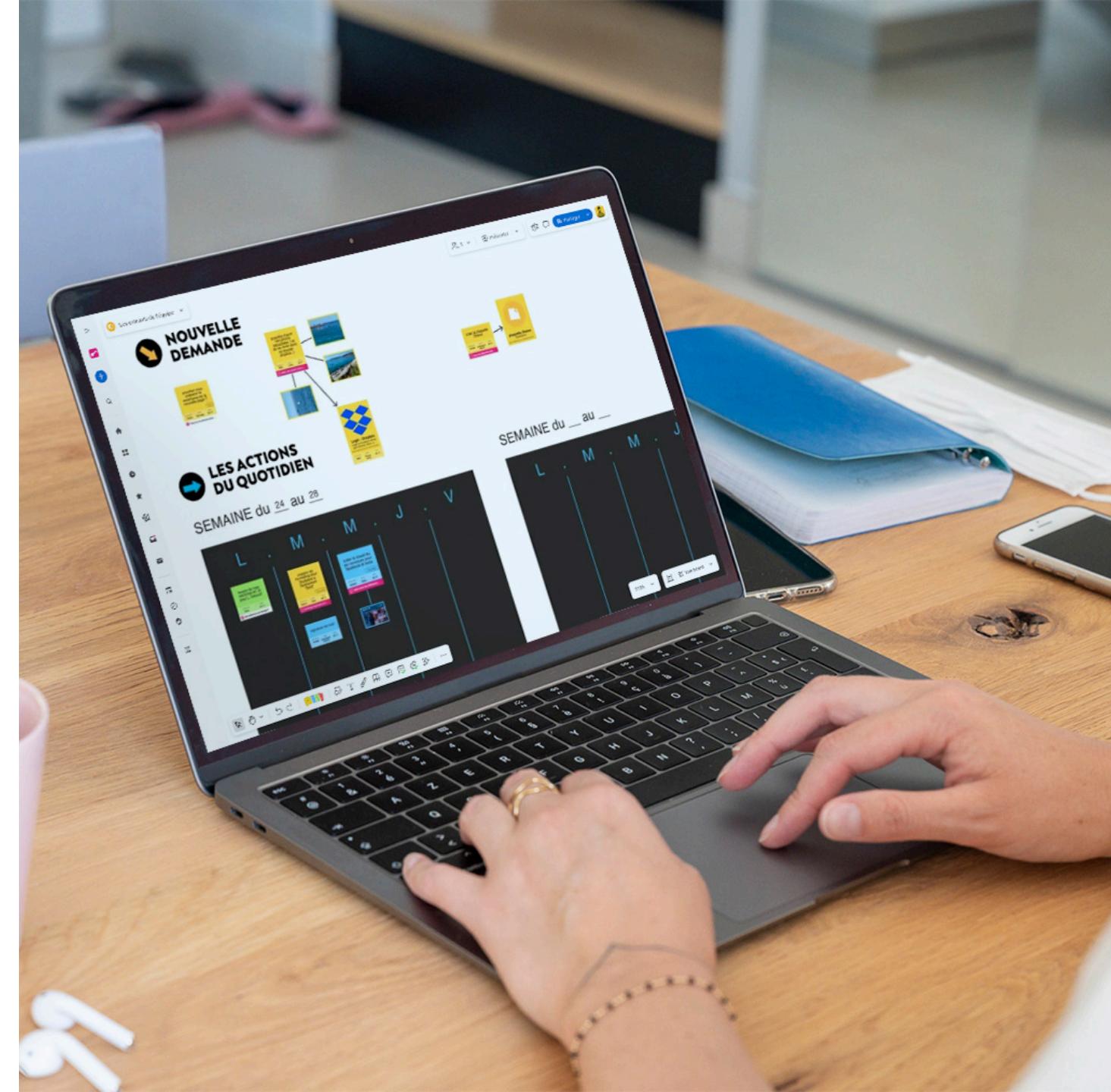
79 %

de la communication interne en entreprise sont répartis entre l'email (36 %), le chat en ligne (26 %) et les outils de gestion de projet (17 %).

(Project.co, 2025)

Et en pratique ?

-  **Identifiez le canal le plus approprié** pour centraliser toutes vos demandes entrantes. Pour cela, vous pouvez solliciter le feedback de l'équipe marketing via un sondage rapide ou un vote pour leur canal préféré dans un whiteboard Klaxoon.
-  **Définissez des briefs-types** et centralisez-les dans un ce canal, whiteboard ou un autre support visuel partagé aux équipes. Pour plus d'efficacité, organisez un atelier de 30 minutes pour présenter votre nouveau processus.
-  **En parallèle, documentez au maximum par écrit** les étapes d'utilisation du canal, afin que les autres équipes puissent revenir à ces informations en asynchrone en cas de doute.



Astuce

Utilisez un modèle prêt à l'emploi comme "Les entrants de l'équipe" pour vous aider à structurer votre espace centralisé et passer plus facilement à l'action.

2

Définissez une priorisation
claire (même quand tout
est urgent)

Prio 1... ou Prio 4 ?

Quand tout est "urgent", il devient difficile de savoir par où commencer. Vous traitez les demandes dans l'ordre d'arrivée, au feeling, ou en fonction de qui relance le plus l'équipe... et les sujets vraiment stratégiques se retrouvent constamment reportés.

Pour y voir plus clair, **définissez des règles de priorité partagées** : critères, délais réalistes, ordre de traitement en cas de conflit. En les rendant visibles par tous, vous réduisez les tensions et concentrez votre énergie sur les sujets qui génèrent le plus de valeur.



40 %

des employés déclarent qu'on leur demande aujourd'hui d'accomplir plus de travail dans le même laps de temps.

(My Hours, 2025)

Et en pratique ?



Intégrez une sélection d'un niveau de priorité à la phase de brief, dans la limite de 3 ou 4 niveaux maximum. Chaque niveau doit être explicité au demandeur le plus objectivement possible : par exemple, Priorité Critique = Impact direct majeur sur les clients ou les revenus.

Créez un tableau de suivi pour visualiser clairement vos priorités.

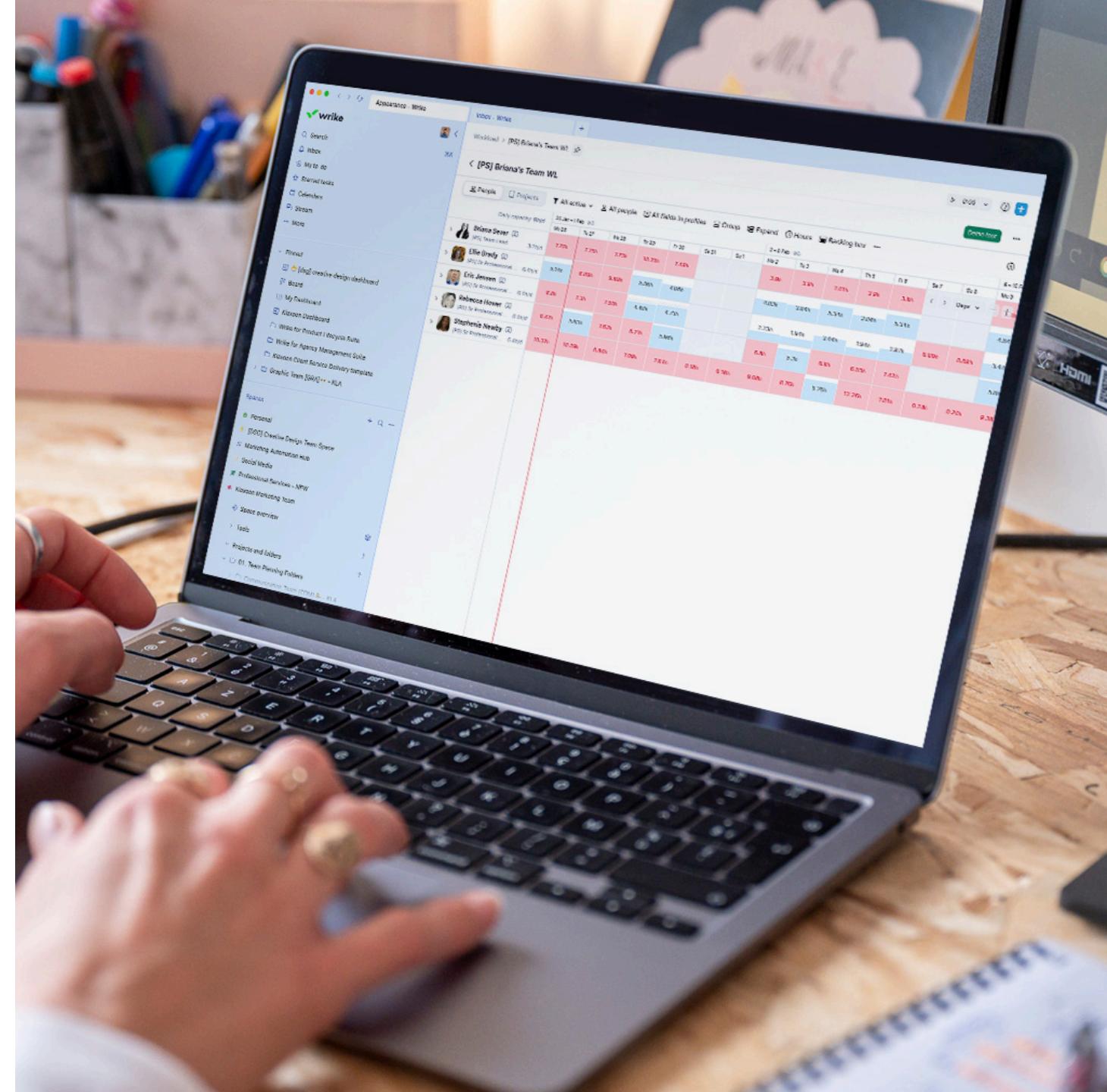


Par exemple, vous pouvez réunir vos demandes dans un tableau Kanban, et utiliser un code couleur pour traduire leur niveau de priorité.



Passez en revue régulièrement vos priorités en équipe.

Par exemple, une réunion de sprint hebdomadaire de 30 minutes peut vous aider à garder une vue d'ensemble, et à identifier les goulets d'étranglement au niveau des urgences à traiter.



Astuce

Si vous utilisez une plateforme de gestion du travail comme Wrike, donnez à vos demandeurs une vue claire sur vos disponibilités en créant un calendrier de capacité directement relié à vos projets dans Wrike.

3

Assurez-vous
d'être alignés
dès le départ

30 min d'alignement... ou 3 semaines de réajustements ?

Si l'alignement n'est pas fait au départ, il se fera de toute façon... mais plus tard, au pire moment. La veille de la livraison, le demandeur commencera à douter, à poser des questions, à multiplier les "On peut revoir ça ?", avec parfois des corrections lourdes (et urgentes) en fin de parcours. Nous l'avons tous connu.

Votre équipe passera alors des heures cumulées à rattraper le tir, à reformuler le besoin ou à modifier des livrables déjà bien avancés. **Un alignement clair en amont évite cette spirale de relances**, de doutes et de retours.



56 %

des équipes considèrent qu'elles devraient échanger sur leur alignement stratégique plus d'une fois par mois.

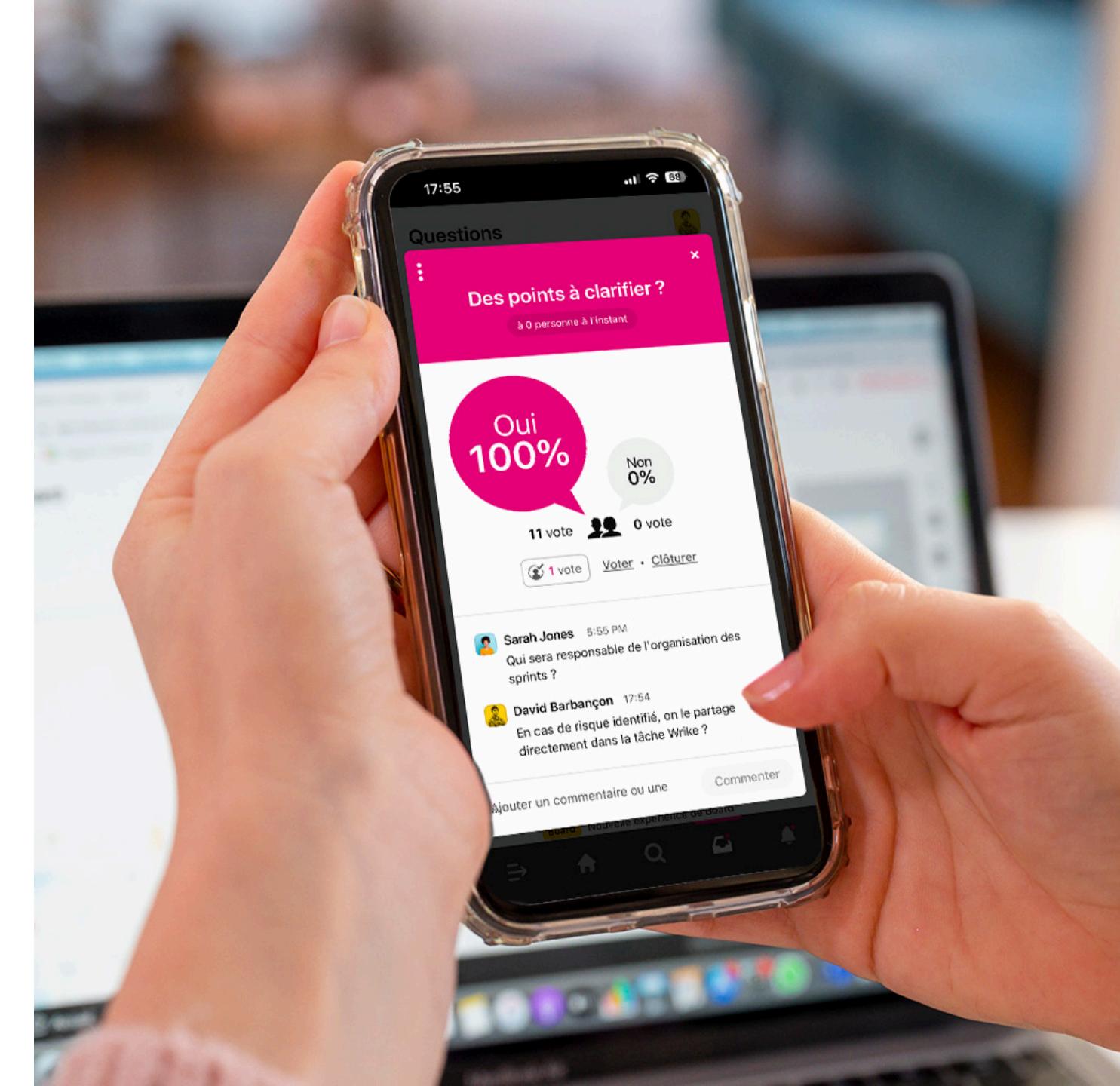
(HBR, 2026)

Et en pratique ?

 **Gagnez du temps sur la forme** : à cette étape, une méthode structurante comme le RACI permet de passer moins de temps à préparer vos échanges, et ainsi vous consacrer entièrement à la partie stratégique à valider ensemble.

 **Formalisez vos décisions par écrit** pour garder la meilleure vision possible du projet (choix actés, contraintes, objectifs, éléments exclus...). N'oubliez pas de demander un maximum de contexte à l'étape de brief.

 **Pour les projets inédits, prévoyez un vrai démarrage.** Si un nouveau projet s'annonce complexe, proposez au demandeur un rapide kick-off pour poser le cadre. Selon l'envergure du projet, planifiez ensuite de brefs points intermédiaires (15 minutes maximum) pour vérifier l'alignement sans attendre la version finale.



Astuce

Utilisez les questions interactives dans Klaxoon pour inviter vos demandeurs à exprimer leurs doutes, leurs interrogations et leurs attentes dès le lancement du projet.

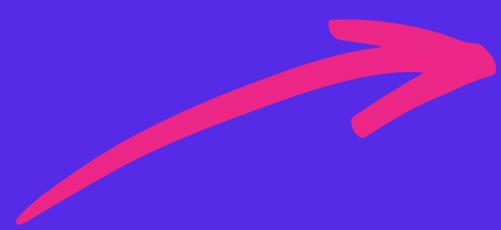


Dites adieu aux
“On en est où ?”

Plus de visibilité, moins de frictions !

Sans endroit désigné pour le suivi du projet, les mêmes questions reviennent en boucle : "On en est où ?", "Tu as une date ?", "Tu peux me renvoyer la dernière version ?". Ces relances incessantes impactent votre concentration, et grignotent votre temps de travail approfondi.

La solution ? Donner à chacun la possibilité de **suivre l'avancement de sa demande en temps réel**, sans devoir vous solliciter systématiquement. Vous réduisez ainsi drastiquement les interruptions... et pouvez vous concentrer pleinement sur la production.



23 min

C'est le temps nécessaire pour retrouver pleinement notre concentration chaque fois que nous sommes interrompus dans une tâche.

(Université de Californie, Irvine, 2022)

Et en pratique ?



Automatisez vos workflows pour gagner du temps dans la mise à jour de vos projets. Par exemple, avec Wrike, vous pouvez assigner automatiquement les bonnes personnes pour la revue ou la validation à chaque nouvelle étape.



Utilisez les commentaires pour tracer les décisions. Par exemple, si vous travaillez dans un Google Doc ou un whiteboard visuel, indiquez en commentaire l'état d'avancement d'un sujet lorsqu'une étape est complétée.



Bloquez des plages de concentration dans votre agenda partagé, et favorisez le travail asynchrone pour réduire les interruptions.



Astuce

Affichez les données d'avancement de vos projets directement dans votre Board Klaxoon en y important des widgets Wrike, pour une meilleure visibilité pour vos demandeurs et une mise à jour en temps réel.

5

Arrêtez de réinventer
la roue à chaque
campagne

"On avait déjà fait un projet comme ça, non ?"

Quand chaque campagne est gérée "à l'ancienne", en recréant briefs, tâches et plannings depuis une page blanche, la charge mentale explose. Votre équipe passe plus de temps à structurer la forme qu'à réfléchir au fond.

Ici, l'enjeu n'est pas de tout figer, mais de **capitaliser sur ce qui existe déjà** : modèles de campagnes, apprentissages des projets passés, bases de données IA... Plus vos formats récurrents sont standardisés, plus vous libérez du temps et de l'énergie pour les sujets nouveaux, les réflexions créatives et les enjeux stratégiques.



5h

Le recours à des outils IA entraînés sur leurs données existantes permet aux équipes marketing de gagner plus de 5 heures de travail par semaine.

(CoSchedule, 2025)

Et en pratique ?

✓ **Entraînez vos outils d'IA internes** avec vos contenus existants (briefs, messages, campagnes réussies) pour qu'ils puissent vous proposer des bases solides pour vos nouveaux projets. Idéalement, créez des agents IA dédiés à vos projets récurrents (webinaires, newsletters, etc.)

✓ **Maximisez l'efficacité de vos échanges** : par exemple, en brainstorming, partagez vos idées en équipe dans un Board Klaxoon, puis sélectionnez-les pour générer un plan d'action complet à l'aide de l'IA.

✓ **Créez des "blueprints" pour vos projets récurrents.** Listez les étapes de création et les ressources utiles dans un processus visuel et partagé, facile à automatiser et à réutiliser pour répondre à vos futures demandes.



Astuce

Testez le modèle visuel de rétrospective de Klaxoon avec votre équipe pour identifier les bonnes pratiques et informations des projets passés que vous pouvez réutiliser dans vos réalisations en cours.



Checklist à retenir



- 1 **Centralisez vos entrants** dans un espace partagé et accessible à tout moment, avec des règles claires pour tous.
- 2 **Priorisez de façon objective** : définissez des critères de priorité partagés pour arbitrer les demandes présentées comme urgentes.
- 3 **Alignez-vous dès le départ** : clarifiez au maximum les points clés du projet avant qu'ils ne génèrent des problèmes critiques.
- 4 **Rendez votre avancement visible** : pour réduire les relances en cours de projet, donnez à chacun une visibilité sur sa progression en temps réel.
- 5 **Standardisez ce qui peut l'être** : capitalisez sur vos sujets passés pour ne plus repartir de zéro à chaque projet.

**Gagnez en sérénité et en efficacité dans
la gestion de vos demandes marketing !**

Découvrez Klaxoon

klaxoon.com

