

# COMMENT RÉALISER UN BRIEF ?

Un projet de communication démarre de la rencontre que l'agence de communication fait avec un annonceur. Celui-ci formulera un besoin qu'il conviendra de faire préciser afin de bien comprendre ses attentes. La demande est alors formalisée dans un document que nous appelons dans notre langage de communicant, **le brief**.

Parfois, l'annonceur rédige lui-même le brief et vous le soumet. Parfois, c'est à vous que revient cette tâche.

En futurs professionnels de la communication, vous devez maîtriser cette compétence. Dans le cadre de votre formation, vous allez certainement vous exercer à rédiger un ou plusieurs briefs.

En tous cas, pour l'oral E6, vous allez présenter votre projet de communication et pour *la compétence « C11.1. S'approprier la demande de l'annonceur »*, le brief est une des annexes qu'il est conseillé de présenter au jury.

Il n'y a pas de méthode type pour réaliser un brief.

Personnellement, grâce à mon expérience en agences de communication, j'ai appris à le rédiger sur une ou deux pages maximum et à ne formuler uniquement que l'essentiel de la demande.

Je vous communique un plan type, à titre d'exemple, à quelque chose près c'est ce que préconisent la plupart des professionnels du secteur.

## LE BRIEF

*Je vais prendre volontairement un exemple que j'ai rédigé pour mes étudiants de BTS*

*COMMUNICATION. L'entreprise éditant le site Internet Zebulon.fr les a missionnés pour travailler sur de nouveaux visuels.*

Voici le plan et le contenu détaillé.

## **1. L'ENTREPRISE**

La société Zebulon.fr a été créée en 1998 par Yann Crispel, un passionné d'informatique.

L'entreprise est une SARL basée à Sophia-Antipolis (06) qui édite le site : [www.zebulon.fr](http://www.zebulon.fr), qui a lui aussi 12 ans. Ce site est son activité principale.

Le modèle économique est basé sur les revenus publicitaires. L'entreprise réalise environ 100 000 euros de CA annuel.

Le site est assez connu par une communauté particulière (les geeks) mais ne fait encore pas partie des «incontournables» auprès du grand public. L'image est celle d'un site de qualité, d'experts mais peu accessible à tous. Toujours présent depuis de nombreuses années, Zebulon a quand même survécu à trois crises économiques dont celle de 2001 (éclatement de la bulle Internet).

En 12 ans, de nouvelles rubriques ont vu le jour, le contenu est plus dynamique. Solide et fédérateur d'une communauté de fidèles, le site évolue plus lentement que ses concurrents et véhicule toujours une image d'amateur, avec l'avantage d'être proche de ses internautes mais l'inconvénient de rester fermé au grand public.

Aujourd'hui, Zebulon.fr souhaite s'ouvrir à un plus grand nombre d'internautes et présenter l'informatique comme « affaire de tous ».

**Audience mensuelle :**

Pages vues par mois : 5 millions

Visiteurs par mois : 1,5 millions

Membres : 100 000

## **2. L'ENVIRONNEMENT DE ZEBULON.FR**

### *a. Le marché :*

Zebulon.fr appartient au marché de l'internet français (gratuit) et intéresse plus précisément les internautes français passionnés de NTIC. Marché dit « à évolution rapide », il est toujours ouvert sur de nouvelles opportunités.

Thématique du site : Trucs et astuces informatiques – Optimisation PC – Actualités High-Tech

### *b. Concurrents :*

- **Comment ça marche (CCM)** - <http://www.commentcamarche.net>
- **PC Astuces** - <http://www.pcastuces.com>
- **Génération NT** - <http://www.generation-nt.com>

### **COMMUNICATION DES CONCURRENTS :**

**CCM :**

- Équipe importante et moyens financiers (plus gros site informatique de France)
- Concentre leur travail sur la production de contenu et l'animation de la communauté

- Investissement important sur le référencement naturel

**PC Astuces :**

- Communication quotidienne auprès des membres (envoi de l'astuce du jour)
- Bonne production de contenu au jour le jour.

**GENERATION NT :**

- Des actualités quotidiennes 7/7 (équipe de pigiste) pour optimiser le référencement
- Se positionne comme le site d'infos informatiques

*c. Consommateurs*

**LA COMMUNAUTÉ DE ZEBULON.FR :**

Les membres de Zebulon.fr constituent une communauté très active, friande de nouveautés. Ils sont par ailleurs très fidèles et certains s'impliquent dans l'animation du site : modération dans les forums, rédaction d'articles, conseils auprès des nouveaux adhérents, etc.

**Leur profil :**

La communauté est constituée essentiellement d'hommes actifs (81%). Le cœur de cible de Zebulon.fr se compose d'hommes, CSP+ sportifs, âgés de 25 à 49 ans, vivant pour la plupart en Province. Ils travaillent dans l'informatique. Le secteur d'activité principal est celui des services. Certains sont même reconnus pour leurs grandes compétences en matière de sécurité informatique.

*d. Distribution* : On-line, Zebulon.fr est un site entièrement gratuit.

### **3. LA DEMANDE DE L'ANNONCEUR**

Il s'agit de gommer l'image du site, celle centrée uniquement sur l'optimisation PC.

**Il faut positionner Zebulon.fr comme un site traitant de toutes les thématiques relatives à l'informatique (matériel High-Tech, téléphonie, jeux vidéo,...)**

**Message : Zebulon.fr fait de l'entraide informatique et est un expert en optimisation, sécurité... mais est ouvert aussi à tout le monde.**

L'objectif général est donc de rendre le site plus attractif et de créer un univers grand public et convivial.

## **4. LA MISSION ASSIGNÉE À L'AGENCE**

**TRAVAILLER SUR UNE NOUVELLE IDENTITÉ VISUELLE ET SUR UNE NOUVELLE VERSION DU SITE.**

## **5. MOYENS ET CONTRAINTES**

BUDGET	5000 euros
RESSOURCES HUMAINES	4 étudiants de BTS COMMUNICATION 1 professeur de communication (consultant) 1 professeur de PAO (consultant)
MOYENS TECHNIQUES	Parc informatique de l'école Logiciels de PAO
DELAI	Projet à rendre dans 3 semaines

**Contraintes :**

- Distance entre l'équipe et le commanditaire
- Délai court

e. *Maintenant, à vous de briefer !*