

TRUC DE

PRO « COMMENT MONTER  
UN BRIEF QUI  
TIENT LA ROUTE? »

## Truc de pro: Comment monter un brief qui tient la route

C'est un fait: tout projet à succès commence par un bon brief. Quand on est surchargé ou pressé dans le temps, ça peut être tentant de tourner les coins ronds ou même, de sauter l'étape du brief. Fausse bonne idée! Négliger les bases de ton projet, c'est courir après le trouble — et au final, tu perds au change.

Le brief, c'est le plan d'architecte de la maison qu'est ton projet. C'est la fondation qui va lui permettre d'être solide, autant dans sa charpente que dans sa finition... en tout cas. Analogies douteuses à part, un brief, t'en as besoin. Point.

**Telles les trois Moires de la coordination, nos chargées de projets se sont réunies dans le but de t'offrir leurs meilleurs trucs pour monter le brief parfait:**

### Va à la pêche aux infos

Quand le client et toi discutez ensemble pour la première fois d'un projet, n'hésite pas: pose des questions, demande plus de spécifications, creuse

les zones grises! Ce faisant, tu démontres non seulement que tu t'investis dans le projet, mais aussi, que tu veux bien faire les choses.

Ne te gêne pas pour reformuler dans tes mots ou demander si tu as bien compris certains aspects du brief. Comme ça, tu t'assures que ton client et toi, vous êtes sur la même longueur d'onde.

Dis-toi que le plus d'informations tu mets dans ton brief, le moins de questions ton équipe aura pour toi. Productivité!

## N'aie pas peur de creuser

Un brief, c'est pas que des specs et des déclinaisons. L'information, c'est bien, mais l'intention, c'est mieux! Avec ton client, tu voudras identifier l'objectif du projet, mais aussi, ses attentes du point de vue créatif.

Un bon brief ne dit pas seulement «quoi», «où» et «quand»: il dit aussi «pourquoi». Quelle est la motivation de ton client? Qu'est-ce qu'il désire atteindre comme résultat? Selon sa réponse, le projet peut prendre un tout nouveau tournant.

Questionne-le aussi sur ce qu'il veut communiquer à son auditoire. C'est quoi, la *vibe* qu'il veut transmettre? Haut de gamme, accessible, enchanteur? Fiable, sympathique, irrévérencieux? On veut savoir!

## Brosse le portrait complet du projet

On le sait, c'est pas toujours possible d'avoir tous les éléments avant d'entamer un mandat... mais c'est l'idéal. Ça permet d'avoir une meilleure vision d'ensemble du projet et donc, de le penser comme un tout, plutôt qu'en pièces détachées.

Quand on débute le mandat, on voudra savoir, par exemple: avec quels formats on doit travailler, sur quels médias ce sera diffusé, si les pièces doivent être bilingues... avoir ces infos dès le départ permet d'anticiper les défis plutôt que de les subir en cours de route.

Et on a même pas encore parlé des délais et des budgets ! Informer ton équipe de ses *deadlines* dès le départ, ça aide à établir les priorités. Quant aux budgets, ils permettent tout simplement de définir le « carré de sable » stratégique.

## Structure ton brief

Tu penses que ton brief ne sert qu'à planter les bases du mandat ? Détrompe-toi. Ça sera l'outil de référence de ton équipe tout au long du projet. C'est pourquoi le brief doit être facile d'accès et simple à consulter.

Le plus de structure, le mieux ! Divise ton brief en fonction de chacun des intervenants du projet. Une designer n'aura pas besoin des mêmes informations qu'un développeur Web, ou qu'une rédactrice.

En construisant ton brief avec attention, ça te permet de faire du ménage dans tes idées. Plus que de fournir des informations, tu voudras les synthétiser. Un bon brief part d'une bonne réflexion.

Rassemble tout à la même place

Quand on parle de brief, on parle bien sûr d'un document texte, mais aussi de toutes les références qui s'y rattachent. As-tu des photos, des logos à fournir au designer ? Des accès, des mots de passe au développeur Web ? Un guide de rédaction, un lexique à la rédactrice ?

Fais en sorte que toutes ces ressources soient accessibles au même endroit, bien classées. Au final, c'est à ton avantage : tout ce que tu fournis au départ, on ne te le demandera pas en cours de route.

En bref : pars toujours tes projets avec un brief clair, structuré et complet : tes coéquipiers vont t'en remercier !

## Parlez-vous !

« La communication, c'est la clé ». Ça sonne comme un dicton de biscuit chinois, mais c'est la vérité. Aussi parfait que ton brief puisse être, la plupart des projets bénéficient d'un échange de vive voix.

Mais quand on dit ça, on veut pas dire « lire d'une voix monotone l'entièreté de ton document écrit ». L'idée, c'est de faire le tour de ton brief rapidement avec ton équipe. Comme pour le brief client, ça permet de s'assurer que tout le monde comprend bien le mandat.

Un problème de compréhension, ça peut mettre des gros bâtons dans les roues d'un projet. C'est si simple à éviter... et en ces temps de télétravail, ça te permet de voir les belles faces de tes coéquipiers. Win-Win!