

Breffage de communication

1. Présentation de l'entreprise et du contexte

Cette section vise à offrir une vue d'ensemble de l'organisation et du contexte actuel. Elle aide l'agence à bien comprendre l'environnement dans lequel elle intervient.

À inclure :

- Mission, vision, valeurs
- Historique de l'entreprise
- Secteur d'activité
- Initiatives en cours
- Enjeux ou défis de communication
- Réputation actuelle
- Changements organisationnels récent

2. Objectifs du projet

Les objectifs définissent ce que vous souhaitez accomplir par cette initiative de communication. Ils doivent être clairs, réalistes et mesurables.

Astuce : Utilisez la méthode SMART :

- Spécifiques
- Mesurables
- Atteignables
- Réalistes
- Temporellement définis

3. Publics cibles

Mieux connaître vos audiences permet d'adapter les messages, les canaux et les formats.

À inclure :

- *Données démographiques (âge, sexe, lieu, profession, etc.)*
- *Comportements et préférences médiatiques*
- *Sensibilités ou valeurs à considérer*

4. Messages clés et ton

Cette section définit ce que vous souhaitez dire et comment vous voulez le dire.

À inclure :

- *2 à 4 messages principaux à faire passer*
- *Ton souhaité (formel, chaleureux, humoristique, inspirant, etc.)*
- *Alignement avec la voix de marque*

5. Contraintes et attentes

Définir clairement les balises du mandat pour éviter toute confusion.

À inclure :

- Délais à respecter
- Formats requis
- Exigences ou éléments à éviter
- Niveau d'accompagnement souhaité
- Type de livrables attendus
 - ex. : visuels, communiqué, infolettre, etc.

6. Documents de références

Donner des exemples aide l'agence à mieux cerner vos goûts, attentes et ambitions créatives.

À inclure :

- Références de campagnes ou visuels appréciés
- Réalisations internes ou externes
- Ce que vous aimez... ou n'aimez pas

7. Mesures de succès

Cette section permet de suivre les résultats et d'évaluer l'impact de la stratégie.

À inclure :

- Indicateurs de performance (KPIs) alignés avec vos objectifs
 - ex. : mentions médias, taux d'engagement, visibilité en ligne
- Méthode de suivi et outils d'analyse utilisés