

Vidéo de communication : comment bien préparer son brief ?

Vous avez un projet vidéo en tête pour votre entreprise, votre institution ou votre marque ? Avant de passer à la production, une étape cruciale s'impose : le brief. Trop souvent négligé, il permet pourtant de gagner un temps précieux et d'éviter les allers-retours inutiles.

Que vous collaboriez avec une agence, un réalisateur ou une société de production comme Lorbac, voici les éléments essentiels à inclure pour bien préparer votre brief vidéo.

Pourquoi faire un brief ?

Parce qu'une vidéo, ce n'est pas juste "filmer des images" : c'est un outil de communication qui doit servir un objectif précis, auprès d'une cible définie. Un bon brief permet de :

- poser les bonnes bases créatives
- guider la production dans les choix artistiques et techniques
- cadrer les attentes (et éviter les malentendus).

En clair, plus le brief est clair, plus la vidéo a des chances d'être réussie... dès la première version.

1. L'objectif : à quoi sert votre vidéo ?

Posez-vous une question simple : Pourquoi voulez-vous faire cette vidéo ?

Quelques exemples :

- Faire connaître votre entreprise ou votre marque
- Présenter un produit ou un service
- Couvrir un événement ou créer une vidéo souvenir
- Expliquer un processus

L'objectif donne le ton et influence le style, le rythme, le format.

2. La cible : à qui s'adresse-t-elle ?

Un message ne s'écrit pas pareil selon qu'il est destiné :

- à des clients B2B
- au grand public
- à vos collaborateurs

Plus la cible est claire, plus la vidéo pourra lui parler avec justesse.

3. Le message à faire passer

Votre vidéo ne doit pas tout dire, mais dire l'essentiel. Listez :

- Le message principal
- Le ton attendu : sérieux, inspirant, dynamique, léger, drôle...

Et n'hésitez pas à préciser ce que vous ne voulez pas : ça aide tout autant.

4. Les contraintes (durée, budget, format...)

Pour que la proposition colle à vos réalités, indiquez dès le départ :

- Le format final souhaité (16/9, carré, vertical ?)
- Les plateformes de diffusion (YouTube, réseaux sociaux, site web...)
- Le budget alloué (ou une fourchette)
- Le calendrier et les éventuelles dates clés

5. Des références visuelles (optionnel mais utile)

Si vous avez vu des vidéos qui vous inspirent, partagez-les. Elles donnent un point de départ utile à l'équipe de production pour cerner vos goûts, vos attentes, ou ce que vous ne voulez surtout pas.

Conclusion

Un brief bien pensé, c'est la base d'un projet fluide et efficace. Même si vous n'avez pas toutes les réponses, poser ces éléments vous permettra de mieux dialoguer avec l'équipe de production et de gagner un temps précieux dans la réalisation.

Vous avez un projet de vidéo à lancer ?

Chez Lorbac Productions, nous accompagnons nos clients dès la phase de brief, pour donner forme à leurs idées et les transformer en images fortes et cohérentes.

Un projet en tête ? Parlons-en.