



Le brief vidéo

La check-list pour bien le préparer

Le message

- l'objectif de la vidéo tient en 1 phrase
- le résumé du sujet tient en 2 phrases
- 3 mots clés peuvent définir le message

Le format

- reportage, Interviews
- film de marque / produit (*digital, tv, cinéma, événementiel*)
- web-série, film fiction
- émission en plateau, podcast vidéo
- motion design, animation 3D

La cible

- l'interne : toute l'entreprise / certains collaborateurs / métiers
- l'externe : grand public, BtoC, BtoB, prescripteurs
- un persona identifié : identité, habitudes, références et préférences

La diffusion

- sur une période/date connue
- en interne exclusivement (*en digital ou en plénière*)
- en interne et/ou externe en organique (*sans achat d'espace*)
- en externe avec campagne média (*sponsoring réseaux sociaux compris*)

Le cadre

- le budget alloué
- un contact unique pour suivre le projet
- la charte graphique à respecter
- la langue de la vidéo (et des sous-titres)
-  la date de livraison des fichiers définitifs



Le saviez-vous ?

Les **choix de diffusion** peuvent impacter le coût des droits (comédiens, voix-off, musiques, illustrations) et les formats et déclinaison à prévoir. Mieux vaut les anticiper.



Pense-bête :

joindre une présentation du sujet avec le brief.