MODÈLE À REMPLIR · BRIEF D'AGENCE

Briefer une agence en une page

Huit rubriques de deux à quatre lignes, à envoyer à toutes les agences consultées

Projet

Entreprise

Contact (nom, fonction, téléphone)

Date

1 Qui nous sommes

Activité, taille, zone géographique, ce qui nous distingue en une phrase.

2 Pourquoi ce projet maintenant

Le déclic : ce qui ne fonctionne plus, ce qui change (nouvelle offre, croissance, image datée, site qui ne rapporte rien).

3 Ce que nous voulons obtenir

Un ou deux objectifs mesurables : demandes de devis, ventes, candidatures, notoriété dans une zone.

4 À qui nous nous adressons

Nos clients principaux : qui ils sont, ce qu'ils cherchent, comment ils nous trouvent aujourd'hui.

5 Ce que nous attendons de l'agence

Le livrable demandé (logo, site, campagne, accompagnement mensuel), et ce qui serait utile en option.

6 Ce qui existe déjà et nos contraintes

Charte, site actuel, outils en place, contraintes réglementaires ou techniques, ce que nous ferons nous-mêmes (textes, photos).

7 Calendrier

Date de lancement souhaitée, échéance impossible à déplacer, disponibilité de l'équipe pour les validations.

8 Budget et décision

Une fourchette, même large. Qui décide, sur quels critères, et la date de réponse attendue.

Un exemple rempli

Le même brief, rempli pour un cas fictif construit pour l'illustration : une entreprise de maintenance industrielle de 40 salariés près d'Aix-en-Provence.

Rubrique	Exemple rempli
1. Qui nous sommes	Maintenance industrielle, 40 salariés, clients dans les Bouches-du-Rhône et le Var. Réactivité d'intervention sous 24 h.
2. Pourquoi ce projet maintenant	Le site a huit ans et ne génère aucune demande. Le bouche-à-oreille plafonne.
3. Ce que nous voulons obtenir	Recevoir des demandes de devis qualifiées chaque mois via le site.
4. À qui nous nous adressons	Responsables maintenance et directeurs de site industriel, qui nous cherchent sur Google.
5. Ce que nous attendons de l'agence	Refonte du site. En option : visibilité locale sur Google.
6. Ce qui existe déjà et nos contraintes	Logo conservé. Nous fournirons les photos de chantier. Les textes sont à rédiger.
7. Calendrier	Mise en ligne avant le salon de mars, date impossible à déplacer.
8. Budget et décision	Entre 6 000 et 10 000 € HT. Décision par le dirigeant et le responsable commercial, réponse attendue sous trois semaines.

L'agence sait ce qui est fixé (le logo, la date du salon) et ce qui reste ouvert (la visibilité locale, en option). Elle peut vous poser des questions précises sur ces points avant de chiffrer.

AVANT D'ENVOYER

- [ ] Vous décrivez un problème à résoudre. « Il nous faut un site avec un blog » ferme la porte à une meilleure idée.
- [ ] Ce que vous ferez vous-même est écrit (textes, photos, mises à jour) : chaque oubli devient un écart de prix entre les devis.
- [ ] Toutes les agences reçoivent le même brief.
- [ ] Une fourchette de budget est indiquée : sans elle, deux agences peuvent chiffrer le même intitulé du simple au décuple.
- [ ] Le brief tient sur une page. Le détail se règle pendant le premier échange.

ENVOYEZ-NOUS VOTRE BRIEF

Transmettez-nous ce brief tel quel, ou venez sans : le premier échange d'une heure est offert, à Aix-en-Provence, chez vous ou en visio, et nous le remplirons ensemble. Vous recevrez ensuite un devis détaillé lot par lot.

agci.fr