

Brief motion design

Un brief clair fait gagner des allers-retours et rend le devis juste. Remplissez ce qui est connu, laissez vide le reste : on le précisera ensemble.

01. La marque et le projet

Maison, produit, lancement ou campagne concernés. Ce qui doit changer après la diffusion.

02. Le message

Une phrase : ce que le public doit retenir. Puis trois mots qui décrivent le ton.

03. Le public

Qui regarde, où, dans quel contexte (vitrine, réseaux, événement, TV).

04. Les formats

Durées et ratios attendus (16:9, 9:16, 1:1, 4:5), nombre de déclinaisons, langues, sous-titres.

05. Les éléments fournis

Charte, typographies, packshots, fichiers 3D (CAD, OBJ), musique, voix off, rushes.

06. Les références

Films, images ou moodboard que vous aimez, et ce que vous voulez éviter.

07. Le calendrier

Date de diffusion, étapes de validation, interlocuteurs qui valident.

08. Le budget

Une fourchette, même indicative : elle oriente les choix techniques (2D, 3D, IA, tournage).

09. Les droits

Durée, territoires et médias de diffusion prévus.

Envoyez ce brief à f.bouadi@gmail.com