

**Modèle de brief créatif**

**pour la refonte**

**de votre site internet**

Ce brief créatif va nous permettre de mieux cerner votre identité et vos attentes afin de les restituer fidèlement dans le design et la tonalité éditoriale de votre site internet.

* Ne vous inquiétez pas si certains points sont encore flous à ce stade : nous vous aiderons à les éclaircir.
* Les espaces de réponse sous chaque question sont présentés à titre indicatif : n’hésitez pas à ajouter toutes les informations qui vous paraissent pertinentes.

#

#

#

# Identité visuelle et charte graphique

**En termes d’identité visuelle, que souhaitez-vous changer par rapport au site actuel ?** Comment décririez-vous ce qui ne va pas (ou qui ne va plus) visuellement ?

**Quels sont les éléments clés de la charte graphique de votre organisation que le nouveau site doit reprendre (ou ceux dont il doit s’inspirer) ?**

Essayez de noter chacun de 1 à 5, où les éléments 1 sont “impératifs” (le nouveau site doit les suivre scrupuleusement) tandis que les éléments 5 sont “indicatifs” (‘peuvent être repris, mais vous souhaiteriez un changement).

**Quels sont les éléments visuels en votre possession qui pourraient être utilisés sur le site ?**

Disposez-vous par exemple de photos (vos bureaux, vos équipes, photos prises pendant des projets, photos emblématiques de la société, etc.) ? Envisagez-vous de faire appel à un photographe ? Disposez-vous d’illustrations, de schémas ou de logos (de certification ou de récompenses obtenues par exemple) ?

**Quels sont les supports de communication (ou de promotion de votre offre) que vous pourriez nous transmettre et qui vous paraissent pertinents ?** Plaquettes, flyers, présentation PowerPoint, dossiers, etc.

# Votre activité

**Comment présenteriez-vous votre activité en quelques mots à un interlocuteur qui n’a jamais entendu parler de votre organisation ou de votre secteur d’activité ?**

#

**Comment décririez-vous le profil de votre visiteur idéal ?**

Qui sont-ils ? Quel est leur contexte personnel/professionnel ? Dans quelles conditions visitent-ils votre site et qu’en attendent-ils ? Astuce : [utilisez cet outil](http://inbound.impala-webstudio.fr/guide-identifier-les-personas-de-votre-site) pour trouver les réponses à vos questions.

**Quelle image voulez-vous donner aux visiteurs de votre site ? Quelles sont les 3 valeurs clés qu’ils doivent percevoir en naviguant sur votre site ?**

Faites une liste par ordre de priorité en vous basant sur 3 termes maximum (au-delà de ce nombre, les termes perdent leur sens).

Ces termes peuvent aussi bien être des mots-clés (leader, pionnier, innovant) que des expressions plus longues (Une équipe nombreuse et qualifiée, une offre particulièrement diversifiée mais de pointe).

**Quelle doit être la première réaction des internautes quand ils arrivent sur le site (par la page d’accueil ou par une autre) ?**

Quelle émotion principale voulez-vous provoquer lorsque les visiteurs arrivent sur votre site pour la 1ère fois ?

##

# Vos inspirations

**Qui sont vos principaux concurrents ? Quelles sont les différences avec votre projet ?**

Nommez et classez vos concurrents par catégories (concurrent direct / indirect) en indiquant l’URL de leur site internet.

**Quels sont vos sites de référence d’un point de vue purement esthétique ?**

Sans parler de secteur d’activité spécifique, il est important pour nous de comprendre où se situe votre niveau de compréhension et d’appréciation d’un « beau » site internet.

##

# Souhaitez-vous donner d’autres indications

#  à nos créatifs ?

N’hésitez pas à ajouter tout élément qui vous paraît nécessaire : des documents qui vous semblent utiles, des liens vers des sites internet, des points sur lesquels vous vous posez encore des questions, etc.

#

#

#

#

#

#

#

# Merci d’avoir complété ce brief !

Ne vous inquiétez pas si certains points sont encore flous à ce stade :

nous serons à vos côtés pour les éclaircir ensemble.

