

Votre brief social media.

1. Le contexte et le changement attendu

À compléter dans votre lecteur PDF ou à imprimer. Champs laissés volontairement vides.

01 / Entreprise et contexte

Votre activité, vos offres et ce qui déclenche la consultation.

02 / Un objectif prioritaire

Quel changement attendez-vous ? Quelle action le public doit-il pouvoir réaliser ?

03 / Les publics et leurs questions

Vos deux audiences principales, leurs attentes et les questions reçues régulièrement.

04 / Les comptes existants

Liens des réseaux, périmètre géographique, état des lieux et statistiques agrégées disponibles.

05 / Les ressources à mobiliser

Charte, photos, vidéos, sujets disponibles et personnes pouvant participer à la production.

Du brief au dispositif.

2. Le périmètre, les responsabilités et la mesure

À compléter dans votre lecteur PDF ou à imprimer. Champs laissés volontairement vides.

06 / Les missions et les livrables

À externaliser / à conserver en interne : stratégie, création, vidéo, publication, modération.
Distinguez contenus originaux, déclinaisons et éventuelles options.

07 / L'organisation et les validations

Référent, décideur, interlocuteurs métier, retours attendus et procédure pour une actualité urgente.

08 / Le calendrier et les contraintes terrain

Lancement, temps forts, dates de tournage possibles, disponibilité et conditions d'accès aux lieux.

09 / Les indicateurs utiles et la réponse attendue

Actions et demandes pertinentes à suivre ; recommandation, équipe, planning et périmètre du devis.

10 / Module sport - si votre projet est concerné

Calendrier des rencontres, publics supporters / partenaires, accès terrain, marques à intégrer.
Précisez les délais des contenus événementiels et les responsables des validations.