← Toutes les astuces

Clients 12 novembre 2026 · lecture 4 min

Le brief en 8 questions : finis les « fais quelque chose de joli » et les cinq retouches

« Fais-moi quelque chose de joli, tu es le spécialiste. » Puis, après livraison : « Ce n'est pas ce que je voulais. » Le problème ne vient pas de ton talent mais du départ : sans brief, tu travailles à l'aveugle. Huit questions suffisent pour viser juste du premier coup.



Une fiche brief à envoyer au client sur WhatsApp avant de commencer.

Pourquoi le brief te fait gagner de l'argent

Chaque retouche non prévue, c'est du temps que tu ne factures pas. Un bon brief réduit le nombre d'allers-retours, montre au client que tu es organisé, et te protège : si le client change d'avis après avoir validé le brief, tu peux facturer la modification en restant poli.

Les 8 questions à poser

- Quel est l'objectif ? Annoncer un événement, vendre un produit, recruter, informer.
- Qui doit voir ce visuel ? Jeunes, parents, fidèles d'une église, commerçants, clients d'un quartier précis.
- Quel est le message principal en une phrase ? C'est lui qui sera en gros.
- Quelles informations sont obligatoires ? Date, heure, lieu, prix, contact, logo des partenaires.
- Où sera-t-il diffusé ? Statut WhatsApp, page Facebook, affiche imprimée, banderole. Cela décide du format.
- Y a-t-il des couleurs, un logo ou des photos à utiliser ? Demande les fichiers originaux.
- As-tu un exemple que tu aimes (ou que tu n'aimes pas) ? Une capture vaut mieux que dix explications.
- Pour quand, et qui valide ? Le délai, et la personne qui a le dernier mot.

Comment le poser sans paraître compliqué

Ne fais pas un interrogatoire. Prépare un message WhatsApp type avec les huit questions numérotées, que le client remplit à son rythme. Pour les clients pressés, pose-les de vive voix en deux minutes et résume par écrit : « Je récapitule : affiche A4 pour le culte de dimanche, message principal… C'est bien ça ? » Ce récapitulatif validé vaut accord.

La dernière question, celle qui change tout

Termine toujours par : « Quelle est la chose la plus importante pour toi sur ce visuel ? » La réponse te dit sur quoi tu ne dois pas te tromper : le nom bien visible, le prix, la photo du produit, ou simplement le respect d'un délai.

Fixe les règles des retouches dès le brief

Annonce clairement : « Deux séries de retouches sont incluses. Merci de regrouper toutes tes remarques dans un seul message. » Cette simple phrase évite les dix messages vocaux successifs qui demandent chacun un petit changement.

À retenir

- Pas de brief, pas de travail : c'est ta meilleure assurance.
- Huit questions : objectif, public, message, infos, diffusion, éléments, exemple, délai.
- Envoie un message type à remplir, puis un récapitulatif à valider.
- Demande ce qui compte le plus pour le client.
- Annonce deux séries de retouches, remarques regroupées.

Gagne du temps : le pack 33 modèles Canva

Mariage, dot, anniversaire, avis de décès, funérailles, culte, promotion, menu, recrutement, cours, soirée : 11 modèles africains en 3 formats, prêts à modifier dans Canva gratuit. 2 000 FCFA, payable par Mobile Money.

À lire aussi

Impression

6 réglages avant l'imprimeur

Business

Combien facturer ses visuels

Design

7 erreurs qui rendent une affiche amateur