



AMIGAS DO
MARKETING
TEAMWORK

Briefing

*Ponto inicial para
um trabalho de qualidade*



> Introdução



Trata-se de uma das ferramentas de marketing e publicidade mais importantes. Na verdade, ele é o primeiro passo para que uma ação de comunicação saia como o planejado.

É um documento que reúne todas as ideias e informações para a realização de determinado projeto, seja um site, uma campanha de marketing, uma peça publicitária, uma identidade visual, entre outros.

É um manual de instruções. Um guia. Ele serve justamente para que a equipe da agência de publicidade ou o profissional trabalhem dentro de um direcionamento sólido.

Ele é construído sempre diante das necessidades que o cliente aponta e informações relevantes que o profissional deve captar.

POR QUE O BRIEFING É IMPORTANTE?

Por que é a partir dele que você vai conseguir: Organização, Inspiração, Inovação, Planejamento, Definição de estratégias, Conhecimento da empresa, dentre outros.

> Etapas do Briefing



Reunir o maior número de informações sobre a empresa;



Preencher o briefing com informações necessárias e relevantes;



Incluir sempre novos dados importantes;



Produção de estratégias e ideias específicas para o negócio.

> Não cometa esses erros



Falta de Foco nos objetivos: Este documento deve conter uma breve descrição sobre os objetivos que se deseja alcançar com o trabalho. O que o seu cliente e você esperam atingir em um período de tempo? Focar nos objetivos faz com que você sempre seja direcionado pelas estratégias corretas.



Documento muito grande: O Briefing deve ser claro, preciso e objetivo. Se ele for muito grande, pode acabar se tornando cansativo. Ele deve apontar os dados relevantes, não contendo nem informações demais, nem de menos. Os dados que não forem de extrema importância, podem ser deixados de lado.



Esquecer na gaveta: de nada adianta obter as informações mais preciosas acerca da empresa se você o esquece na gaveta. O briefing é a parte inicial mais importante para a construção do trabalho e deve caminhar com você durante toda a execução do projeto.

> Atenção



Este é um documento que deve ser preenchido na primeira reunião **(momento em que se escuta o que o empreendedor quer, precisa e sente)**.

Muitas das perguntas ele não saberá responder, então cabe ao profissional ajudá-lo nesse sentido, explicar a necessidade da coleta dessas informações e que está tudo bem caso ele não tenha algumas respostas naquela oportunidade, mas que elas precisarão ser elaboradas em um momento próximo.



Modelo de Briefing



> Modelo de Briefing

Infelizmente, não há uma fórmula única para o *briefing*. Você pode usar diversos formatos, de acordo com o tipo de trabalho a ser desenvolvido. Cada empresa também tem uma preferência própria. Naturalmente, o formato influencia a facilidade de leitura e acompanhamento. O mais importante é que o *briefing* contenha **todas** as informações relevantes aos interessados no projeto.

NOME DA EMPRESA:

MISSÃO (propósito e responsabilidades da sua empresa perante os seus clientes: **Por que a empresa existe? O que a empresa faz? Para quem?**):

VISÃO (descrição do futuro desejado para a empresa):

VALORES (princípios, ou crenças, que servem de guia, ou critério, para os comportamentos, atitudes e decisões. Em suma, regras básicas que norteiam os comportamentos e atitudes dos colaboradores):

SÓCIOS:

DATA DE FUNDAÇÃO:

IDENTIDADE VISUAL: (descrever se tem, se será necessário desenvolver e tudo relacionado a identidade visual: **logo, cores, variáveis**).

> Modelo de Briefing (Negócio)



O que a empresa faz?



Qual o modelo de negócio?



Ticket Médio - o atual e o ideal.



Principal Objetivo - descrever aqui os desejos do cliente, onde ele quer chegar, qual o objetivo dele com a contratação - ex: aumentar futuramente, posicionamento, estar melhor que os concorrentes, vender mais, se tornar conhecido, ser referência, ganhar visibilidade, etc.

> Etapas do Briefing (Negócio)

MERCADO

- » Como a empresa enxerga o mercado em que ela se encontra - saturado? Promissor? Tranquilo?
- » Qual o diferencial da empresa em relação aos concorrentes da área?
- Produtos e Serviços:
- » Descreva minuciosamente todos os produtos oferecidos pela empresa.
- » Qual oferece mais retorno financeiro para o negócio?
- » Qual gostaria que ganhasse mais visibilidade?
- » Qual o diferencial desses produtos?
- » Que benefícios eles oferecem para a persona desta empresa?
- » Quais as dores e necessidades que esses produtos suprem?

CLIENTE

- » Qual a persona dessa empresa? (Analisar e-book sobre PERSONA)
- » Quem são os seus clientes? Onde e quando querem consumir seu produto/serviço?
- » A maioria dos clientes, são recentes ou mais antigos? Ou há um equilíbrio?

> Etapas do Briefing (Negócio)

BRANDING

- » Qual personalidade da marca? Divertida? Inovadora? Sofisticada? Autêntica? Moderna? Conservadora?
- » Qual o valor da marca?
- » Como o público pode ser encantado?
- » Como os clientes deveriam se sentir em relação ao serviço?
- » Que emoção a marca desperta ou deveria despertar no seu cliente?
- » O que atrai os clientes para os produtos?
- » Qual necessidade do cliente que a marca supre? Ex: única empresa que oferece aquele serviço específico na região.
- » O que faz com que você a empresa se destaque no mercado?
- » A empresa explora seus diferenciais em todos os seus esforços de marketing?

MELHORIAS

- » Quais são as principais formas que a empresa tem de alcançar e influenciar os clientes (rede social, WhatsApp, panfleto, boca a boca, televisão)?
- » Neste exato momento, ela está utilizando a melhor dessas formas?
- » O que pode ser feito para melhorar esse controle sobre todos os elementos que influenciam a opinião dos clientes sobre o produto?

> Etapas do Briefing (Negócio)

CONCORRÊNCIA

- » Quais os 5 principais concorrentes da empresa?
Onde estão localizados?
- » Como eles estão se diferenciando?
- » Qual o Instagram e facebook deles?
- » Há quanto tempo eles estão no mercado?

BENCHMARKING

- » Quais empreendimentos são considerados pela empresa como INSPIRADORES?

ORÇAMENTO PRÉ APROVADO PARA ANÚNCIOS FACEBOOK E INSTAGRAM

- » O quanto a empresa está disposta a investir nas redes sociais com anúncios.



AMIGAS DO
MARKETING

BE
TEAMWORK

Briefing

*Ponto inicial para um
trabalho de qualidade*



/amigasdomarketing



@amigasdomarketing



amigasdomarketing.com