

[Nome do Cliente] Script de Reunião de Briefing

O analista comercial apresenta o cliente à equipe.

O analista de Inbound inicia a reunião, fazendo as perguntas abaixo:

1. Quais serão nossos contatos?

- 1.1. Quem será o ponto focal do nosso atendimento? (Nome, E-mail e Skype)
- 1.2. Quem será responsável pelas aprovações de conteúdos?
- 1.3. Quem será responsável pelas implementações de SEO (Caso não seja na Mestre)
- 1.4. Quem será responsável pelas aprovações e acompanhamento de mídia?

2. Existem outros domínios da empresa?

Perguntar ao cliente se existem outros domínios contratados pela empresa, além do site principal.

3. Pedir uma breve explicação sobre o negócio do cliente

- 3.1. Explique-me um pouco sobre sua empresa e seu negócio
- 3.2. Quais são os produtos ou serviços que oferecem? (resumidamente)
- 3.3. Quais são os produtos mais vendidos?
- 3.4. Quais são os produtos que oferecem as melhores condições aos consumidores?
- 3.5. Quais são os principais diferenciais da sua marca / dos seus produtos?
- 3.6. Qual é o seu ticket médio?
- 3.7. Quais são os três principais objetivos da empresa para o projeto de Inbound Marketing?
- 3.8. Quais são as sazonalidades do negócio?
- 3.9. Qual o cenário atual? Por que sua empresa precisa de Inbound Marketing?

4. Alinhamento de Personas

4.1. Persona 01

- 4.1.1. Quem é o público-alvo que mais compra o seu produto ou serviço?
- 4.1.2. Qual o gênero? Masculino ou Feminino?
- 4.1.3. Em quais cidades / estado esse público mora?
- 4.1.4. Alguém influencia a decisão de compra desse público?
- 4.1.5. Quais produtos podemos oferecer para esse público?
- 4.1.6. Quais os impedimentos para que esse público feche negócio?
- 4.1.7. Quais são as dores desse público? Por que ele precisa do seu produto?

4.2. Persona 02

- 4.2.1. Quem é o público-alvo secundário que compra o seu produto ou serviço?
- 4.2.2. Qual o gênero? Masculino ou Feminino?

- 4.2.3. Em quais cidades / estado esse público mora?
- 4.2.4. Alguém influencia a decisão de compra desse público?
- 4.2.5. Quais produtos podemos oferecer para esse público?
- 4.2.6. Quais os impedimentos para que esse público feche negócio?
- 4.2.7. Quais são as dores desse público? Por que ele precisa do seu produto?

4.3. Persona 03

- 4.3.1. Quem é o terceiro público-alvo que compra o seu produto ou serviço?
- 4.3.2. Qual o gênero? Masculino ou Feminino?
- 4.3.3. Em quais cidades / estado esse público mora?
- 4.3.4. Alguém influencia a decisão de compra desse público?
- 4.3.5. Quais produtos podemos oferecer para esse público?
- 4.3.6. Quais os impedimentos para que esse público feche negócio?
- 4.3.7. Quais são as dores desse público? Por que ele precisa do seu produto?

5. Quem são os principais concorrentes?

6. Quais sites / empresas são suas referências?

Por que você considera esse site / empresa uma referência no assunto?

7. Quais são seus parceiros potenciais?

8. Qual será o investimento em Mídia?

- 8.1. Adwords
- 8.2. Facebook
- 8.3. Linkedin (Se houver)

9. Vocês possuem uma base de leads? Se sim, quem são esses leads?

10. [No caso de empresas B2B] Descreva o seu processo de vendas

11. Quem e qual e-mail assinará os e-mails que criaremos?

- 11.1. Solicitar o e-mail de remetente
- 11.2. Solicitar a assinatura de e-mail. Se possível, sugerir uma opção

12. Histórico de Campanhas de Mídia

- 12.1. Vocês já fizeram campanhas de Facebook? Se sim, como foram os resultados? Qual era o objetivo das campanhas?
- 12.2. Vocês já fizeram campanhas de Adwords? Se sim, como foram os resultados? Qual era o objetivo das campanhas?
- 12.3. Vocês já fizeram campanhas de Linkedin? Se sim, como foram os resultados? Qual era o objetivo das campanhas?

13. Existe alguma meta interna que vocês precisam compartilhar conosco?

14. Alinhamento de Comunicação

- 14.1. Para alinharmos nossa comunicação, existem palavras que vocês costumam usar na comunicação interna ou externa e que podemos usar em abundância?
- 14.2. Existem palavras que NÃO devemos usar em nossas ações?
- 14.3. Que imagem queremos transmitir? (moderno, aventureiro, sério, descolado, etc)
- 14.4. Que imagem NÃO queremos transmitir?
- 14.5. Quais cores podemos usar sem riscos?
- 14.6. Quais cores NÃO devemos usar?

15. Alinhamento de SEO

- 15.1. Vocês já fizeram alguma ação de SEO internamente ou com outra agência? Se sim, quais?

16. Alinhamento de Conteúdo

- 16.1. Vocês já trabalharam com a produção de conteúdo anteriormente?
- 16.2. Se sim, a produção era feita internamente ou por uma agência?
- 16.3. Se sim, como foi a experiência? Houve algo de bom ou ruim que queira destacar?
- 16.4. Vocês possuem algum manual de linguagem/tom de voz?
- 16.5. Vocês possuem algumas fontes relevantes do segmento para compartilhar com a equipe de jornalistas da Mestre? Se sim, quais?

17. Coordenadora de Inbound deve fazer uma breve explicação sobre os objetivos da reunião de briefing.

Objetivo 01: Alinhamento de Processos da Mestre com o cliente

- 17.1. Processo dos 45 dias do projeto (compartilhar fluxograma)
 - 17.1.1. Processo de SEO
 - 17.1.2. Processo de Inbound
 - 17.1.3. Processo de Conteúdo
 - 17.1.4. Processo de Mídia
- 17.2. Retorno das pesquisas de satisfação mensalmente
- 17.3. Prazo de aprovação de cinco dias úteis para todos os materiais entregues

Objetivo 02: Tirar dúvidas sobre o cliente para entender o modelo de negócios e construir o Planejamento de Inbound, que unifica todas as estratégias ao longo do projeto.

Finalizar a reunião de briefing explicando que enviará um e-mail solicitando os acessos necessários para o projeto.