

[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.