
Brief.

----- SECCIÓN 01: DATOS DE CONTACTO

¿Cuál es su dirección de correo electrónico?

¿Cuál es el nombre de la empresa?

¿Cuál es la dirección de la empresa?

¿La empresa cuenta con una página web o redes sociales?

¿Cuál es el nombre de la persona de contacto?

¿Cuál es su cargo dentro de la empresa?

¿Cuál es su teléfono de contacto? (oficial/celular)

¿Por qué se ha puesto en contacto con nosotros? ¿Qué le ha hecho elegir nuestra propuesta sobre las demás?

¿Cuál es el objetivo u objetivos principales a cumplir en este proyecto? ¿Cómo luce el éxito de este proyecto para usted?

----- SECCIÓN 02: ACERCA DE LA MARCA

¿Cuánto tiempo lleva tu negocio en el mercado? ¿Tiene una trayectoria o es nuevo?

¿Cuáles son los objetivos de tu negocio actualmente?

¿Cuál es la necesidad que satisface tu marca/negocio?

¿Qué servicios o productos proporciona tú marca?

¿Qué valor único obtienen los clientes al comprar su producto/servicio?

¿Cuáles son las virtudes de la marca?

¿A qué categoría pertenece tu marca?

¿A qué se dedica la marca? (Breve descripción)

¿Qué valores promueve la marca? ¿Qué destacaría?

¿Qué es lo que hace a tu marca diferente a las demás?

¿Cómo quieres que perciban tu marca? (palabras clave) Ej. Una marca cercana y amigable, una marca seria, elegante y con muchos años de experiencia, una marca premium y exclusiva etc.

¿Quiénes son los líderes del sector?

¿Quiénes son sus principales 3-5 competidores?

¿Cómo estás buscando posicionarse en el mercado?

----- SECCIÓN 03: GRUPO OBJETIVO

¿Cuál es el rango de edad de su grupo objetivo? (Las personas que principalmente piensan comprar su producto o servicio)

¿Qué sexo/género es tu grupo objetivo?

¿Cuál es el nivel socioeconómico de tu grupo objetivo?

¿Cuáles son los intereses de tu grupo objetivo?

¿En qué ciclo de vida familiar se encuentra su grupo objetivo?

Con respecto a su grupo objetivo: ¿Cuándo suele comprar? ¿Cómo suele comprar? y ¿con qué frecuencia compra su producto o servicio?

RESUMEN: En general, ¿Quién es tu grupo objetivo? (gustos, necesidades, formas de vivir, edad, estrato social, etc.)

----- SECCIÓN 04: IDENTIDAD DE MARCA

¿Cuáles son tus mayores oportunidades para mejorar? Identifica las cosas que te gustaría que comunicaran tu nueva identidad visual de marca.

¿Cómo es la personalidad de su marca? Resúmelo en 3 palabras

¿Qué quieres que transmita y comunique tu logotipo y la identidad visual de tu marca? ¿Qué objetivos tiene que cumplir esta identidad visual para funcionar correctamente?

¿Cuáles son las posibles aplicaciones en las que se utilizará el logotipo? ¿En dónde se va a desplegar y usar este logotipo?

¿Dónde se utilizará PRINCIPALMENTE el logotipo?

¿Qué paletas / gama de colores quisieras? ¿Alguna razón en particular?

¿Qué elementos gráficos no debería tener la marca? (Elementos que tengan mala imagen dentro del sector/industria o que son parte de la competencia).

¿Te gustaría que tu marca incluya algún símbolo / icono? si es así ¿Cuál?

¿Cómo te gustaría que fuera el estilo de la marca? (Tipográfico – Tipográfico + visual – Híbrido/sello/emblema)

¿Algunas marcas de referencia que le gusten? (No tienen que ser del mismo campo)

¿La marca tiene algún eslogan o lema?

Firma de aprobación del cliente*

Al firmar este documento de briefing estás de acuerdo con las respuestas proporcionadas en el y te comprometes a ser un partícipe activo del proyecto al dar retroalimentación oportuna y fiel con lo propuesto en este documento de manera proactiva

(AÑADE AQUÍ TUS TÉRMINOS Y CONDICIONES EN CASO DE INCUMPLIMIENTO DEL BRIEF)*