

Briefing resumido

Empresa: Alura Publicidades

Público-alvo: possíveis clientes interessados em fazer campanhas, e que não entendem nada sobre publicidade.

Tema do texto: o que é um briefing?

Tamanho: a partir de 500 palavras, sem contar título e subtítulo.

Texto proposto (para ser corrigido)

Título: O que é um briefing? 03 dicas para fazer um briefing caprichado!

Subtítulo: entenda o que é um briefing e quais informações ajudam na hora de montar um projeto!

No processo de criação, seja de qualquer projeto, a equipe contratada precisa passar por muitos processos para que tudo saia de acordo com o que foi pedido. Antes, durante e depois, o empenho para entregar o melhor é o mesmo e demanda suas próprias ferramentas. Existe um documento aplicado logo na etapa inicial de suma importância para todo o projeto: o momento de realizar o popular "*briefing*"! Continue sua leitura para estudar mais sobre o assunto.

"*Briefing*" é uma palavra de origem inglesa que é muito utilizada no ramo do Design, da Publicidade e do Marketing. Se trata de um documento feito no início de todo projeto para tomar conhecimento sobre o que o cliente deseja, qual o *budget* disponível e a *deadline* para o *job*. Além de informações mais técnicas, é onde estão as informações sobre quem é a empresa contratante do serviço, qual o ramo em que atua, sua história e tudo que será preciso para o projeto que será desenvolvido.

Por conter informações valiosas cujo uso irá definir todo o escopo do projeto, o *briefing* deve receber uma atenção cautelosa e especial. Por essa razão, a Alura Publicidades deixará 03 (três) dicas essenciais para realizar uma entrevista esplêndida:

1) Dedique um tempo para entrevista

Como é um momento de muita importância que irá definir o rumo do projeto, será preciso ter um tempo 100% dedicado para a construção desse *briefing*. Por esse motivo, fazer uma entrevista inicial com o cliente é o ideal!

Para otimizar o tempo de conversa, que porventura geralmente não é muito, já deixe as suas perguntas pré-preparadas. Dessa forma, você tem uma maior garantia de que obterá todas as informações principais, e conseguirá se organizar para mudar o roteiro da conversa caso surgir algum questionamento fora do planejado.

2) Conheça melhor a empresa e as possíveis empresas concorrentes

No momento em que tiver refletindo sobre os questionamentos que deseja levantar na entrevista, considere também perguntar sobre a linhagem histórica da empresa, valores que pregam e metas que possuem. Essa ação te ajudará a estruturar melhor o projeto, até mesmo a ter *insights* mais consistentes.

Além disso, é de primordial importância saber quais são os negócios concorrentes da empresa. Procure entender quais serviços são oferecidos e faça uma comparação com o que o seu cliente está se propondo a oferecer, pois para saber como inovar e se destacar, é necessário conhecer o que já existe.

3) Conheça o público-alvo

Compreenda que o projeto não está sendo feito para você, e provavelmente nem para o cliente: está sendo desenvolvido para que outras pessoas usufruam. Pensando nesse fator, elabore questões que façam o responsável pela encomenda do projeto dizer qual grupo de pessoas será o foco. Saber essas informações ajudará a moldar melhor o produto final.

Com essas dicas, é possível desenvolver um *briefing* bem caprichado e funcional para realizar um *job* de resposta! E é exatamente como a Alura Publicidades trabalha: procuramos conhecer o que o cliente quer e o que o público precisa, tudo para o sucesso do seu projeto!

Gostou de conhecer um pouco de nosso trabalho? Estamos aqui para ouvir o que você quer saber! Entre em contato conosco hoje mesmo e faça seu orçamento!

Texto ajustado por mim

Título: Afinal, o que é um "briefing"? 03 dicas para fazer um briefing caprichado!

Subtítulo: entenda o que é um briefing e quais informações ajudam na hora de montar um projeto!

Na criação de um projeto, existem muitos processos para que tudo saia conforme foi pedido. Antes, durante e depois, o empenho para entregar o melhor é o mesmo e demanda suas próprias ferramentas. Existe um documento aplicado logo na etapa inicial de suma importância para todo o projeto: o momento de realizar o popular "*briefing*"! Continue sua leitura para entender mais sobre o assunto.

"*Briefing*" é uma palavra de origem inglesa (que significa "resumo" em tradução livre) que é muito utilizada no ramo do Design, da Publicidade e do Marketing. Se trata de um documento feito no início de todo projeto para tomar conhecimento sobre o que o cliente deseja, qual o orçamento disponível e o prazo final para o trabalho. Além de informações mais técnicas, é também no *briefing* onde estão as informações sobre quem é a empresa contratante, qual o ramo em que atua, sua história e tudo que será preciso para o desenvolvimento do projeto.

Por conter informações valiosas cujo uso irá definir todo o escopo do projeto, esse resumo deve receber uma atenção cautelosa e especial. Por essa razão, a Alura Publicidades deixará 03 (três) dicas essenciais para realizar uma entrevista esplêndida:

1) Dedique um tempo para entrevista

Como é um momento de muita importância que irá definir o rumo do projeto, será preciso ter um tempo 100% dedicado para a construção desse *briefing*. Por esse motivo, fazer uma entrevista inicial com o cliente é o ideal!

Para otimizar o tempo de conversa, já deixe as suas perguntas pré-preparadas. Assim, você tem uma maior garantia de que obterá todas as informações principais, e conseguirá se organizar para mudar o roteiro da conversa caso surgir algum questionamento fora do planejado.

2) Conheça melhor a empresa e as possíveis empresas concorrentes

No momento em que tiver refletindo sobre os questionamentos que deseja levantar na entrevista, considere também perguntar sobre a história da empresa, valores que pregam e metas que possuem. Essa ação te ajudará a estruturar melhor o projeto, até mesmo a ter ideias mais consistentes.

Além disso, também é importante saber quais são os negócios concorrentes da empresa. Procure entender quais serviços são oferecidos e faça uma comparação com o que o seu cliente está se propondo a oferecer, pois para saber como inovar e se destacar, é necessário conhecer o que já existe.

3) Conheça o público-alvo

Compreenda que o projeto não está sendo feito para você, e provavelmente nem para o cliente: está sendo desenvolvido para que outras pessoas usufruam. Assim, elabore questões que façam o solicitante do projeto dizer qual grupo de pessoas será o foco. Essas informações ajudarão a moldar melhor o produto final.

Com essas dicas, é possível desenvolver um *briefing* bem caprichado e funcional para realizar um projeto incrível! E é exatamente como a Alura Publicidades trabalha: procuramos conhecer o que o cliente quer e o que o público precisa, tudo para o sucesso do seu projeto!

Gostou de conhecer um pouco de nosso trabalho? Estamos aqui para ouvir o que você quer saber! Entre em contato conosco hoje mesmo e faça seu orçamento!