



Briefing

A Importância

- O Briefing é inegociável
- NUNCA comece um trabalho de criação de marcas sem um briefing
- É mais que o ponto de partida, ele que guia toda a criação
- Com o briefing captamos
 - A ideia do projeto
 - O objetivo
 - A Mensagem
 - Resultado

Quem deve preencher o briefing?

- O dono do negócio!
- Cuidado com briefings preenchidos pelo "chefe de marketing", diretores, gerentes, "representantes" e até o filho do dono.

O que deve ter no Briefing

Cada designer tem seu briefing de estimação e o modifica ao longo dos anos e às vezes de acordo com o cliente.

Não existe um briefing perfeito

As Perguntas

Sobre a empresa/negócio

- História
- Ramo de atuação
- Concorrentes
- Público alvo
- Sobre o mercado
- Diferenciais

Sobre o projeto de marca

- Motivações
- Objetivo
- Foco

Sobre o gosto pessoal do cliente

- SIM, você deve perguntar sobre o que o cliente espera visualmente do projeto
- Cores
- Tipografias
- Referências Visuais
- Se ele tem alguma ideia do que espera para o símbolo (se houver)

Briefing

1. A Importância

- 1.1. O Briefing é inegociável
- 1.2. NUNCA comece um trabalho de criação de marcas sem um briefing
- 1.3. É mais que o ponto de partida, ele que guia toda a criação
- 1.4. Com o briefing captamos
 - 1.4.1. A ideia do projeto
 - 1.4.2. O objetivo
 - 1.4.3. A Mensagem
 - 1.4.4. Resultado

2. Quem deve preencher o briefing?

- 2.1. O dono do negócio!
- 2.2. Cuidado com briefings preenchidos pelo "chefe de marketing", diretores, gerentes, "representantes" e até o filho do do dono.

3. O que deve ter no Briefing

- 3.1. Cada designer tem seu briefing de estimação e o modifica ao longo dos anos e às vezes de acordo com o cliente.
- 3.2. Não existe um briefing perfeito
- 3.3. As Perguntas
 - 3.3.1. Sobre a empresa/negócio
 - 3.3.1.1. História
 - 3.3.1.2. Ramo de atuação
 - 3.3.1.3. Concorrentes
 - 3.3.1.4. Público alvo

3.3.1.5. Sobre o mercado

3.3.1.6. Diferenciais

3.3.2. Sobre o projeto de marca

3.3.2.1. Motivações

3.3.2.2. Objetivo

3.3.2.3. Foco

3.3.3. Sobre o gosto pessoal do cliente

3.3.3.1. SIM, você deve perguntar sobre o que o cliente espera visualmente do projeto

3.3.3.2. Cores

3.3.3.3. Tipografias

3.3.3.4. Referências Visuais

3.3.3.5. Se ele tem alguma ideia do que espera para o símbolo (se houver)