

**Briefando um cliente comercial**

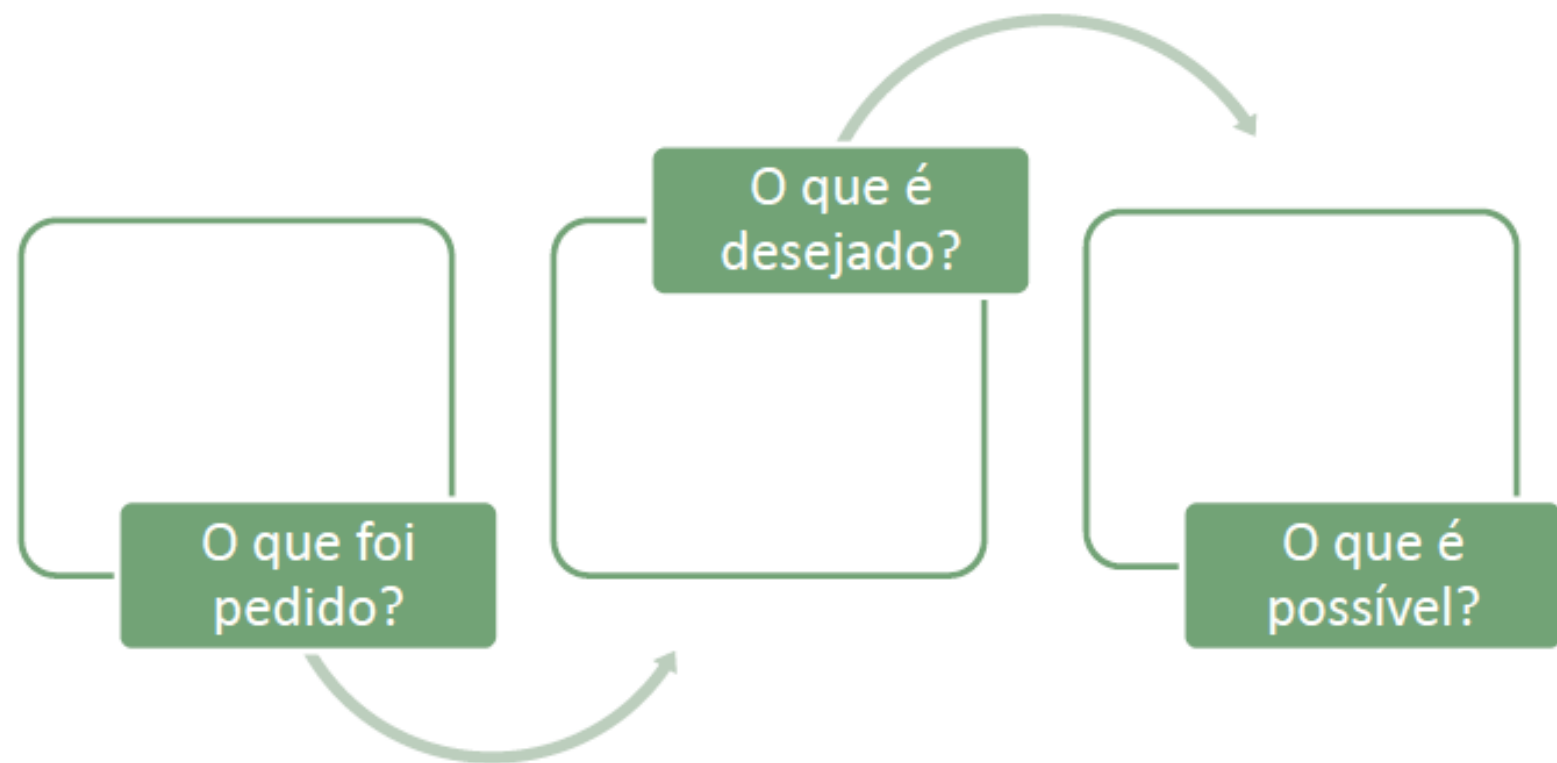
Como funciona um briefing

Ate então estudamos um pouco de história do design, branding e comunicação das empresas, quem são os novos clientes e vimos sobre tendencias com o objetivo de conseguir **entender quem é nosso cliente dentro do contextual atual.**

Entender o cliente - e no nosso caso quem é o cliente do nosso cliente - é o pontapé inicial para iniciarmos o projeto.







Uma vez que o projeto de um espaço comercial é mais um dos componentes da gestão de branding da marca, ele deve ser pensado com uma visão e entendimento global do cliente.



Uma das das, e a principal ferramenta que temos para coletar esses dados é o **briefing**

***Briefing*** é um conjunto de informações, uma coleta de dados a fim de produzir um roteiro de ação para criar a solução que o cliente procura, ou seja, é como mapear o problema e, com as pistas identificadas, ter ideias para criar soluções.

**O briefing é um documento que servirá como um guia para o desenvolvimento do projeto.**

É através do briefing que coletamos informações importantes sobre nosso cliente e estabelecemos condicionantes fundamentais que guiarão o projeto, como prazo, orçamento e os requisitos funcionais do espaço

O briefing é importante para a **organização** dos trabalhos, pois ele reúne em um só documento todas as informações mais relevantes para o desenvolvimento do projeto.

O seu conteúdo pode ser segmentado, por temas e variáveis, assim vc tem uma visão das múltiplas questões envolvidas no desenvolvimento do projeto.

Quando você conhece mais sobre a empresa, o mercado, a buyer persona e os objetivos do projeto, é possível ser mais **assertivo** nas tomadas de decisão e alcançar os resultados esperados.

Uma boa coleta de dados não ajuda somente a entender o cliente, mas também oferece condições para vc designer planejar seu método de trabalho com esse cliente.



Com um processo bem definido, a chance de o projeto sair do foco ou ter ruídos de comunicação que prejudiquem o trabalho diminui. Isso é muito importante, pois **ajuda a mostrar para o cliente que a sua empresa é organizada e entende o que está fazendo.**

Também garante um acerto de linguagem e de referencias, garantindo um alinhamento de expectativas em relação ao projeto. Um bom briefing evita revisões desnecessárias.

Um resultado certo e alinhado só é possível  
quando **todas as ideias do cliente foram  
devidamente captadas.**

Nem sempre é possível impedir as solicitações de alteração, já que cada cliente tem um nível de exigência e nem sempre eles tem uma ideia 100% concreta do que querem.

Entretanto, o briefing pode ajudar muito a reduzir essa margem de insatisfação. É sempre importante considerar que pequenos ajustes são diferentes de retrabalhos.

O desenvolvimento de um briefing amplo e aprofundado é fundamental para que, posteriormente, **não haja a necessidade de alterações maiores no projeto apresentado.**

A importância do briefing está em **direcionar as ações e evitar que os envolvidos no projeto se percam no meio do caminho** e acabem desperdiçando tempo e recursos com soluções sem aderência real aos objetivos do projeto.