



escola
britânica de
artes criativas
& tecnologia

Marketing Digital



Planejamento estratégico



GUIA DA AULA 5



Aplique o briefing estratégico



Briefing estratégico e criativo



Acompanhe aqui
os temas que
serão tratados
na videoaula.



Briefing estratégico e criativo



COMMUNICATION FRAMEWORK COMO FERRAMENTA DE BRIEFING PARA CRIAÇÃO E OUTRAS EQUIPES.

Encontramos no Communication Framework uma maneira de consolidar as principais informações que precisam ser trabalhadas no projeto: objetivo, público-alvo, mensagem chave, tom de voz, personas, canais, etc.

É possível adaptar os modelos de framework de acordo com as informações e com a necessidade do projeto.






#PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

EXEMPLO DE BRIEFING CRIATIVO

ESTRATÉGIA: Campanha de Mídia com foco na segmentação da mensagem a partir do entendimento das personas.



PROTO-PERSONAS	AUDIÊNCIA	OBJETIVO	MENSAGEM CHAVE	TOM DE VOZ
 MÃE DE PET	MM, 25-55, ABC	Informar que o papel toalha é a solução ideal para higienização dos utensílios do pet e possíveis sujeiras causadas por eles.	Mostre o amor pelo seu pet de forma simples e eficiente. Use o papel toalha da XXXX para a limpeza!	Próximo, acolhedor, descontraído e didático
 CASADA COM FILHOS	MM, 35-55, ABC	Mostrar que o papel toalha é uma solução prática e simples para limpezas do dia a dia, mas sem perder eficiência na qualidade da limpeza.	Não quer abrir mão da perfeição na limpeza, mas quer agilidade? Conheça o papel toalha da XXXX!	Acolhedor, didático, próximo e cuidadoso
 TRABALHA E CUIDA DA CASA	MM, 25-55, ABC	Mostrar que essa é uma forma de ficar sabendo de qualquer ocorrência com a mesma agilidade de quem mora perto dos parentes.	Se o tempo é curto, mas a vontade de deixar a casa limpa é grande, conheça o papel toalha da XXXX!	Didático, próximo, descontraído e cuidadoso



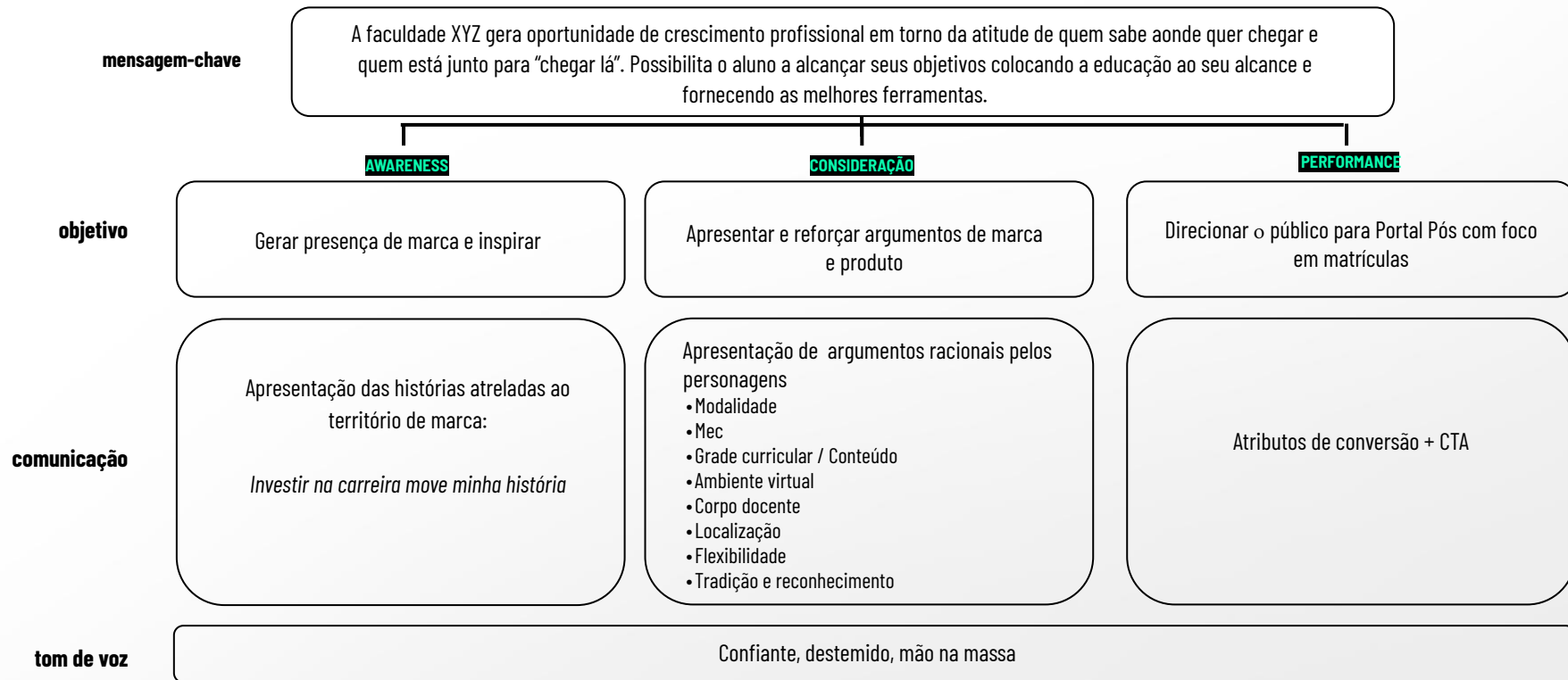
#PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

EXEMPLO DE BRIEFING CRIATIVO

ESTRATÉGIA: Campanha de Comunicação com foco na mensagem a ser trabalhada em cada etapa do funil a partir de um conceito guarda-chuva de campanha.



● PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO | BRIEFING ESTRATÉGICO E CRIATIVO | EXEMPLO



INSIGHT ESTRATÉGICO

PILARES DA MARCA COMO PROTAGONISTAS DA COMUNICAÇÃO

INOVAÇÃO - PROFISSIONALISMO - PROXIMIDADE

AWARENESS

Comunicar a marca como uma marca de experiência completa

Marca com soluções para diferentes segmentos, que entende as necessidades de cada consumidor, com eficiência e qualidade

CONSIDERAÇÃO

Focar no portfólio, inovações em economia e sustentabilidade para diferentes segmentos e necessidades

Portfólio de produtos inovadores, que garantem economia e segurança, sempre próximo em diferentes pontos de contato

CONVERSÃO

Explorar diferentes formas de compra, contato e suporte que a marca oferece

Diferentes formatos de compra, de acordo com a necessidade do cliente, com assistência e apoio em toda a parceria



Bons estudos!

