

SÉRIE MÃOS NA MASSA:

# BRIEFING DE COMUNICAÇÃO



**SEBRAE**

# BRIEFING DE COMUNICAÇÃO

## SUMÁRIO

BRIEFING DE COMUNICAÇÃO: O QUE É?.....	2
POR QUE É IMPORTANTE?.....	4
COMO FAZER UM BRIEFING DE COMUNICAÇÃO?.....	6
<b>1. PERGUNTE SOBRE O OBJETIVO DO PROJETO.....</b>	<b>7</b>
<b>2. DEFINA O PRAZO DE ENTREGA.....</b>	<b>7</b>
<b>3. DESCUBRA O ORÇAMENTO DISPONÍVEL.....</b>	<b>8</b>
<b>4. INCLUA O PÚBLICO-ALVO NO BRIEFING DE COMUNICAÇÃO.....</b>	<b>9</b>
<b>5. INVESTIGUE AS OBJEÇÕES.....</b>	<b>10</b>
<b>6. SOLICITE A DESCRIÇÃO DO NEGÓCIO.....</b>	<b>11</b>
<b>7. PEÇA UM PORTFÓLIO.....</b>	<b>12</b>
<b>8. PESQUISE O GOSTO DO CLIENTE NO BRIEFING DE COMUNICAÇÃO.....</b>	<b>13</b>
<b>9. ENTENDA O ESCOPO DO PROJETO.....</b>	<b>14</b>
QUAIS SÃO AS VANTAGENS PROPORCIONADAS POR ESSE DOCUMENTO?.....	16

# BRIEFING DE COMUNICAÇÃO

<b>O BOM DIRECIONAMENTO DO PROJETO.....</b>	<b>17</b>
<b>O ALINHAMENTO COM O CLIENTE.....</b>	<b>18</b>
<b>O MAIOR NÍVEL DE INSPIRAÇÃO.....</b>	<b>20</b>
<b>AS INFORMAÇÕES SE CENTRALIZAM NO BRIEFING DE COMUNICAÇÃO.....</b>	<b>21</b>
<b>A ORGANIZAÇÃO É MAIS EFETIVA.....</b>	<b>22</b>
<b>DICAS PARA FAZER UM BOM BRIEFING.....</b>	<b>23</b>
<b>TENHA CLAREZA NA DESCRIÇÃO.....</b>	<b>24</b>
<b>DÊ SUGESTÕES CONSTRUTIVAS AO CLIENTE.....</b>	<b>25</b>
<b>O QUE A SUA EMPRESA NÃO DEVE FAZER?.....</b>	<b>26</b>
<b>CUIDADO COM A CONTAGEM DAS PALAVRAS.....</b>	<b>27</b>
<b>EVITE O USO DE MODELOS PRONTOS.....</b>	<b>28</b>
<b>MANTENHA O FOCO NO BRIEFING DE COMUNICAÇÃO.....</b>	<b>29</b>
<b>TENTE NÃO LEVAR AS QUESTÕES PARA O LADO PESSOAL.....</b>	<b>30</b>
<b>EVITE SE COMPORTAR COMO UM ESCRIVÃO.....</b>	<b>31</b>
<b>CONSTRUINDO UM BRIEFING DE COMUNICAÇÃO.....</b>	<b>33</b>

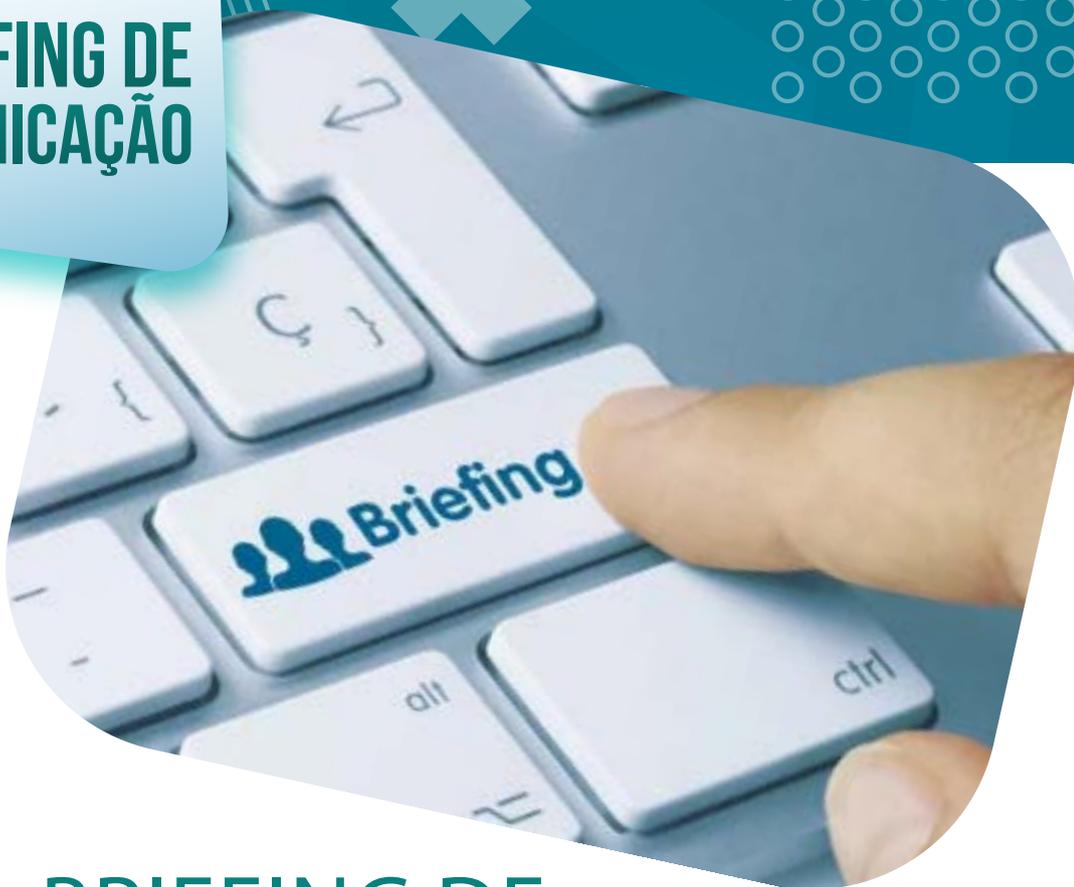
# BRIEFING DE COMUNICAÇÃO

O briefing de comunicação é um elemento crucial para qualquer empresa, desempenhando um papel fundamental na sua estratégia. Sua relevância se estende também ao universo das agências de publicidade, onde se tornou amplamente difundido. Através desse documento, é possível obter uma compreensão clara das ações mais adequadas a serem adotadas em um projeto. No entanto, é importante salientar que durante a etapa do briefing podem surgir desafios significativos em diversas situações.

Um dos problemas mais frequentes nesse contexto é causado por falhas na comunicação entre as empresas e seus clientes. Como consequência, alguns profissionais podem ter dificuldade em compreender a mensagem transmitida. Isso pode levar à insatisfação do cliente com os resultados e, por consequência, exigir retrabalho da equipe. Em certa ocasião, essa dificuldade pode ser atribuída à própria capacidade do cliente em transmitir suas ideias e pensamentos de forma clara.

Entretanto, é comum que em diversas situações o briefing de comunicação não aborde as perguntas realmente essenciais. Para evitar que sua empresa caia nessa armadilha, desenvolvemos um e-book abrangendo todas as questões relevantes nessa temática. Portanto, aproveite a leitura para aprender como elaborar um briefing abrangente para fortalecer sua marca!

## BRIEFING DE COMUNICAÇÃO



# BRIEFING DE COMUNICAÇÃO: O QUE É?

O briefing de comunicação é um documento que coleta todas as informações necessárias para alcançar a meta de um cliente.

Por meio dele a empresa poderá criar as melhores estratégias para entregar um bom resultado. Afinal, a partir de interpretações desse documento, a sua marca apresentará boas soluções ao contratante.

## BRIEFING DE COMUNICAÇÃO

No setor de publicidade o briefing se tornou muito famoso. Afinal, ele ajuda a nortear a criação de logotipos, campanhas, social media, produção de conteúdo, entre outras possibilidades.

Até porque esse documento tem o contexto do trabalho a ser realizado e o objetivo do cliente. Em outras palavras, o briefing de comunicação é um resumo de projeto.

Vale a pena destacar que essa ferramenta faz parte do dia a dia de muitas empresas. Por isso ela não se restringe apenas ao nicho de comunicação. De fato, nem sempre o briefing tem o mesmo formato e nome, no entanto, ele facilita a rotina de organizações dos mais diversos segmentos.



## BRIEFING DE COMUNICAÇÃO



# POR QUE UM BRIEFING DE COMUNICAÇÃO É IMPORTANTE?

É natural que muitas pessoas se perguntem se é realmente necessário fazer um briefing de comunicação. A resposta é sim! Na verdade, esse documento não é obrigatório, no entanto, sua adesão reduz as chances do resultado do trabalho ser rejeitado pelo cliente.

## BRIEFING DE COMUNICAÇÃO

Com efeito, ter em mãos uma explicação detalhada de uma ideia, juntamente com as etapas a serem seguidas, é de suma importância. Esse processo proporciona uma compreensão mais aprofundada do projeto, permitindo uma colaboração harmoniosa com o cliente.

Porém, se a sua empresa não documentar todos os detalhes, corre o risco de esquecer questões importantes. Além disso, as metas podem se tornar mais difíceis de compreender e alcançar. Portanto, é fundamental garantir uma documentação abrangente para evitar essas dificuldades.

Por esse motivo é comum que muitas empresas incluam o briefing de comunicação nas suas estratégias de sucesso.

Afinal, por meio dessa ferramenta todas as informações essenciais estarão documentadas. Esse processo auxilia na prevenção de mal entendidos, uma vez que a conclusão de diversos projetos depende da colaboração de diversas pessoas.

Dessa forma, o briefing assegurará que cada membro da equipe evite fazer interpretações pessoais sobre o projeto. Conseqüentemente, os profissionais serão capazes de absorver as informações precisas e trabalhar de maneira alinhada, respeitando a visão do cliente.

## BRIEFING DE COMUNICAÇÃO



# COMO FAZER UM BRIEFING DE COMUNICAÇÃO?

Para fazer um bom briefing de comunicação é preciso incluir nele os tópicos capazes de coletar as informações do cliente.

Aliás, ele deve ser feito em forma de perguntas para que o cliente possa, de fato, expor as suas ideias. Lembre-se que esse documento servirá como um norte na hora de desenvolver o projeto.

Por isso separamos nove tópicos essenciais para você incluir no briefing da sua empresa. Veja a seguir:

# BRIEFING DE COMUNICAÇÃO

## 1. PERGUNTE SOBRE O OBJETIVO DO PROJETO

Perguntar sobre o objetivo do projeto é essencial para entender o que o cliente está buscando ao contratar sua empresa.

Desse modo, será possível se firmar em bases sólidas na hora de desenvolver as estratégias. Afinal, a sua equipe saberá por que está trabalhando. Além disso, será mais fácil percorrer os caminhos após descobrir o resultado que precisa ser alcançado.

## 2. DEFINA O PRAZO DE ENTREGA

O prazo de entrega do projeto deve estar presente no briefing de comunicação da sua empresa. Por meio dele será possível trabalhar de forma organizada.

Além disso, o prazo ajudará os clientes a entenderem que algumas práticas podem demorar um pouco a surtirem os resultados almejados.

# BRIEFING DE COMUNICAÇÃO

Além disso, é possível que o cliente demonstre maior urgência em relação a um item específico. Essa questão deve ser abordada durante as discussões com o contratante, a fim de garantir uma comunicação clara e alinhada. Ao considerar e tratar essas prioridades, a experiência se tornará positiva para todas as partes envolvidas.

## 3. DESCUBRA O ORÇAMENTO DISPONÍVEL

É importante entender o orçamento que o cliente tem disponível para realizar o projeto. Desse modo será possível desenvolver um plano de ação com base na verba que será investida.

Afinal, a sua empresa precisará desenvolver o trabalho de acordo com as possibilidades apresentadas pelo cliente. Nesse aspecto, é essencial ajustar o projeto à verba disponível, sem que esse processo interfira na qualidade do serviço prestado.

## 4. INCLUA O PÚBLICO-ALVO NO BRIEFING DE COMUNICAÇÃO

Entender o público-alvo do cliente é essencial para entregar um bom serviço. Por isso, descubra o gênero, a faixa etária, a classe social e a profissão, entre outras importantes questões. Essas informações são essenciais para a criação de um projeto bem sucedido.

Caso o cliente não disponha de muitas informações sobre seu público-alvo, torna-se desafiador compreender o perfil do cliente ideal.

Isso, por sua vez, dificulta para sua empresa entender quem são os consumidores reais dos produtos ou serviços do contratante.

Em contrapartida, se você tiver acesso a essas informações, o nível de assertividade do projeto a ser desenvolvido será significativamente maior.

## BRIEFING DE COMUNICAÇÃO

### 5. INVESTIGUE AS OBJEÇÕES

Também é necessário investigar as possíveis exclusões do cliente em relação ao projeto. Portanto, incluindo no briefing de comunicação uma pergunta sobre os requisitos que devem ser excluídos do trabalho.

É importante prestar muita atenção nessa etapa, uma vez que as objeções dos contratantes podem variar.

Isso significa que, enquanto um cliente pode aceitar determinada questão, outro pode rejeitá-la. Essa realidade é especialmente evidente no setor de comunicação.

Portanto, um cliente pode demonstrar grande aceitação por uma cor específica, enquanto outro pode ter aversão a ela. O mesmo padrão tende a ocorrer com imagens e especificações específicas.

## 6. SOLICITE A DESCRIÇÃO DO NEGÓCIO

Antes de iniciar o projeto para o cliente, é crucial que sua empresa compreenda os pontos fracos e fortes do negócio.

Por isso, é importante solicitar ao contratante uma descrição detalhada de sua empresa. Isso permitirá uma compreensão mais precisa do nicho de atuação no mercado. Com essas informações em mãos, será possível estruturar as melhores estratégias para desenvolver o projeto.

Portanto, é fundamental se esforçar para obter o máximo de informações possível. Procure entender, por exemplo, há quantos anos a empresa do contratante está no mercado e qual é seu objetivo. Investigue também o número de clientes atuais e os tipos de produtos ou serviços oferecidos.

Além disso, busque identificar as áreas que precisam ser aprimoradas. Ao adquirir esses insights, você estará mais preparado para criar um projeto eficiente e personalizado.

## 7. PEÇA UM PORTFÓLIO

O portfólio do cliente deve fazer parte do briefing de comunicação da sua empresa.

Por isso solicite todos os tipos de matérias relevantes que ele tiver disponível. Isso inclui fotos de produtos, logotipos, panfletos, entre outros itens importantes.

Em suma, esses materiais devem ser enviados junto com o briefing. Esse processo é muito importante para que a sua empresa entenda melhor o cliente.

Desse modo será possível compreender o resultado que ele busca alcançar.

## BRIEFING DE COMUNICAÇÃO

### 8. PESQUISE O GOSTO DO CLIENTE NO BRIEFING DE COMUNICAÇÃO

Naturalmente, cada cliente possui suas próprias preferências, o que o torna um indivíduo único e distinto. Nesse sentido, é essencial conhecer as preferências do contratante antes de elaborar o projeto. Essa atenção aos detalhes contribui para aumentar o nível de precisão ao entregar os resultados esperados.

Mas como a minha empresa pode investigar as preferências do cliente? Em primeiro lugar, é importante destacar que cada projeto pode envolver aspectos particulares.

Portanto, há perguntas neutras que se adequam praticamente a qualquer tipo de briefing. No entanto, também existem perguntas específicas que não serão aplicáveis a todos os casos.

Com base nisso, como exemplo de briefing de comunicação para a criação de um logotipo, vamos supor que uma marca de chocolate contratou sua empresa para desenvolver um logotipo.

## BRIEFING DE COMUNICAÇÃO

Nesse caso, você pode investigar com o cliente qual é o estilo de fonte que ele prefere: cursiva, vintage, moderna, entre outras opções.

Além disso, é importante saber as cores que devem ser usadas, bem como a possível objeção por uma tonalidade.

Nesse momento também cabe investigar qual tipo de logotipo ele almeja obter: emblema, monograma, combinação de texto e símbolo, entre outras.

Esse cuidado diminuirá as chances de retrabalho da sua equipe. Por isso é sempre indicado conhecer a fundo o gosto do seu cliente antes de desenvolver o projeto.

## 9. ENTENDA O ESCOPO DO PROJETO

Compreender o escopo do projeto é um processo fundamental para planejar e desenvolver um serviço de qualidade. Portanto, é extremamente importante fazer perguntas relevantes e compreender todas as respostas.

## BRIEFING DE COMUNICAÇÃO

Diante disso, caso surja alguma dúvida, é recomendável dialogar com o cliente antes de iniciar a execução do trabalho. Isso garantirá que todas as informações sejam claras e alinhadas desde o início.

Entenda o briefing de comunicação como a primeira etapa do projeto. Lembre-se que qualquer informação mal compreendida pode causar um grande ruído na comunicação.

Portanto, não hesite em esclarecer as possíveis dúvidas com o cliente. Essa atitude pode economizar muitas horas de trabalho da sua equipe.



## BRIEFING DE COMUNICAÇÃO



## QUAIS SÃO AS VANTAGENS PROPORCIONADAS POR ESSE DOCUMENTO?

O briefing de comunicação proporciona muitas vantagens para uma empresa. Em primeiro lugar, ele auxilia o processo de organização de ideias. Além disso, por meio dele é possível controlar as ações a serem praticadas para cada cliente.

## BRIEFING DE COMUNICAÇÃO

Em suma, o maior benefício oferecido pelo briefing está no fato dele nortear o planejamento para todas as ações relacionadas ao projeto.

Por meio dele a sua empresa estará na mesma sintonia que o cliente. Até porque esse documento tem a lista de todas as atividades que precisam ser feitas.

Diante disso, você poderá se planejar de acordo com o nível de prioridade de cada tarefa. Mas, afinal, quais são as vantagens obtidas por meio da aplicação do briefing? Descubra agora!

## O BOM DIRECIONAMENTO DO PROJETO

Antes de tudo, é importante ressaltar que esse documento deve ser percebido como uma espécie de guia para o desenvolvimento do projeto.

Dessa forma, ele serve como uma espécie de direcionamento muito eficiente para os trabalhos da equipe.

## BRIEFING DE COMUNICAÇÃO

Afinal, o briefing de comunicação evitará que os profissionais se percam durante as etapas da execução. Diante disso, será possível economizar tempo e outros recursos que seriam empenhados em práticas desnecessárias.

### O ALINHAMENTO COM O CLIENTE

Os projetos que não obtiveram a aprovação dos clientes podem causar grandes frustrações para as equipes que se dedicaram a desenvolvê-los.

No entanto, empresas que não recebem as instruções necessárias ficam a perder tempo tentando decifrar os pedidos dos clientes.

Nessa situação, é frequente que o contratante se decepcione com a falta de visão criativa das empresas responsáveis pelo projeto.

É fundamental estabelecer uma comunicação clara e efetiva desde o início, a fim de evitar mal-entendidos e garantir que as expectativas do cliente sejam atendidas de forma satisfatória.

## BRIEFING DE COMUNICAÇÃO

É essencial considerar que, nos dias atuais, as demandas estão aumentando, especialmente após a evolução da Covid-19, que provocou uma mudança na forma como os consumidores se relacionam com as empresas.

A internet abriu novas oportunidades, gerou em um diálogo mais imediato entre marcas e clientes. Isso requer maior empatia e envolvimento por parte dos profissionais. Essa tendência é destacada no relatório "2021 Global Marketing Trends", elaborada pela Deloitte.

Diante disso, a sua empresa tende a se beneficiar nesse processo. Afinal, um diálogo esclarecedor e amistoso com o cliente pode acontecer em qualquer hora do dia. Dessa forma, você poderá acioná-lo no momento que houver uma dúvida, de modo a evitar os ruídos na comunicação.

Além disso, atualmente, o briefing de comunicação pode ser enviado por e-mail ou por outros canais online. Sua empresa também pode utilizar o WhatsApp para esclarecer algumas questões.

Essa abordagem garante que a equipe esteja alinhada com as ideias dos clientes. Como resultado, os benefícios serão positivos para ambas as partes envolvidas.

## BRIEFING DE COMUNICAÇÃO

### O MAIOR NÍVEL DE INSPIRAÇÃO

Certamente, se a sua empresa desconhecer a missão e a história do cliente, o processo de produção do trabalho pode sofrer uma estagnação. Portanto, nunca encare a construção de um projeto com o único propósito de apresentá-lo ao contratante.

Na verdade, para alcançar um resultado satisfatório, é necessário fazer uma entrega autêntica. Dessa forma, a equipe sentirá satisfação ao desenvolver o projeto proposto pelo cliente.

Além disso, essa sensação é o primeiro passo para despertar a inspiração. A boa notícia é que o briefing de comunicação ajudará sua equipe a se empolgar com o projeto. Isso permitirá que seus profissionais entreguem um trabalho de qualidade ao cliente.

Por fim, sua empresa também alcançará um objetivo muito importante. Afinal, um cliente satisfeito tende a divulgar a marca de forma espontânea. Além disso, sua empresa terá cumprido a missão pela qual assumiu a responsabilidade.

## BRIEFING DE COMUNICAÇÃO

### AS INFORMAÇÕES SE CENTRALIZAM NO BRIEFING DE COMUNICAÇÃO

Não é novidade que dentro de um ambiente de trabalho muitas informações permanecem desconhecidas.

Para explicar como esse processo é arriscado, imagine uma situação em que um cliente solicita a criação de uma peça gráfica. Para executá-la, o designer recebeu instruções do diretor de arte.

No entanto, antes dessa informação chegar ao diretor de arte, ela foi coletada pela equipe de atendimento. Na verdade, a vontade do cliente era falar diretamente com o designer, mas não houve a possibilidade.

Diante disso, as informações foram alteradas até chegar ao designer, que por sua vez, não conseguiu fazer um material capaz de atender as expectativas do contratante.

## BRIEFING DE COMUNICAÇÃO

Uma das vantagens do briefing consiste justamente em eliminar os gargalos na comunicação.

Até porque todas as informações ficam reunidas em um único documento, de modo a centralizá-las. Com base nisso, a equipe poderá consultar as respostas dos clientes a qualquer momento.

Nesse aspecto, o briefing de comunicação será muito útil, até mesmo quando o projeto não for aprovado pelo cliente.

Através dele, será possível mostrar dados importantes para as adaptações necessárias para uma futura aprovação. Mas, vale a pena ressaltar que se todos os critérios do briefing forem cumpridos, dificilmente o cliente terá argumentos para contestar o que, de fato, ele mesmo indicou.

## A ORGANIZAÇÃO É MAIS EFETIVA

Após analisar o briefing de comunicação, será muito mais fácil organizar as ideias e as ações a serem praticadas.

Portanto, esse documento é essencial para o desenvolvimento dos projetos, em especial, aqueles que demandam ações mais complexas. Com base nesse cuidado, sua equipe se sentirá mais segura ao executar as etapas do trabalho.

## BRIEFING DE COMUNICAÇÃO



## DICAS PARA FAZER UM BOM BRIEFING

É comum que profissionais mais experientes estejam cientes de certos aspectos que fazem uma grande diferença ao criar um briefing de comunicação.

No entanto, nem sempre essas questões são compreendidas imediatamente. Elas geralmente requerem tempo e experiência para serem plenamente compreendidas e aplicadas de forma eficaz.

## BRIEFING DE COMUNICAÇÃO

Porém, se você as colocar em prática, o documento terá um bom nível de eficiência. Esse processo afastará o risco de ocorrer um mal entendido. Por isso resolvemos compartilhar essas questões com você. Elas são simples e efetivas. Veja a seguir:

### TENHA CLAREZA NA DESCRIÇÃO

É verdade que o cliente costuma se alongar ao explicar suas ideias. Muitas pessoas acreditam que, ao fornecer mais detalhes, o profissional será capaz de compreender melhor seus objetivos. Embora essa abordagem possa ter algum sentido, é essencial transformar todo o conteúdo explicado em algo conciso e objetivo.

Portanto, é importante manter a clareza ao descrever as ideias aprovadas pelo cliente. Dessa forma, sua empresa garantirá que a equipe compreenda plenamente o projeto no momento de desenvolvê-lo. É fundamental sintetizar as informações para criar uma base sólida que oriente o trabalho a ser realizado.

## BRIEFING DE COMUNICAÇÃO

### DÊ SUGESTÕES CONSTRUTIVAS AO CLIENTE

É de extrema importância ser participativo no processo de criação. Em certas situações, sua empresa pode auxiliar no aprimoramento das ideias desenvolvidas pelos clientes.

É comum que os contratantes tenham pensamentos inviáveis em relação ao projeto, portanto, é recomendado intervir de maneira educada. No entanto, é essencial evitar ser persuasivo ou independente.

Além disso, as sugestões desempenham um papel fundamental ao orientar ou complementar as ideias do contratante.

Em alguns casos, o cliente pode ter uma boa ideia em mente, mas não sabe como expressá-la da melhor forma, devido à falta de conhecimento técnico na área. Portanto, é importante estar atento e compreender o que o contratante está tentando transmitir, para que sua empresa possa oferecer a melhor solução possível.

## BRIEFING DE COMUNICAÇÃO



# O QUE A SUA EMPRESA NÃO DEVE FAZER NO BRIEFING DE COMUNICAÇÃO?

Além de compreender as práticas essenciais para elaborar um briefing de comunicação eficiente, é igualmente importante que a sua marca esteja ciente das ações que devem ser evitadas.

Essas ações, quando realizadas, tendem a dificultar a criação do documento e podem levar a resultados prejudiciais. Nesse sentido, optamos por enumerar as práticas que a sua empresa deve evitar ao construir um briefing. Confira!

## BRIEFING DE COMUNICAÇÃO

### CUIDADO COM A CONTAGEM DAS PALAVRAS

É possível que você veja em alguns sites recomendações sobre a quantidade adequada de palavras para um briefing de comunicação.

No entanto, uma dica muito valiosa consiste em não se prender a esse fato. Considere apenas que o documento não precisa ser enorme e exaustivo. Porém, é importante que ele também não seja superficial e curto.

Até porque se você impedir o cliente de fazer uma explicação mais profunda, de certo, o projeto não será aprovado na etapa final. É preciso ouvir o que o contratante tem a dizer. Nesse contexto, limitar as palavras pode trazer prejuízo à sua empresa.

Afinal, quando o cliente não aprova o trabalho, a sua equipe terá que fazer um retrabalho. Diante disso, produza um briefing de comunicação claro, objetivo e relevante. Por fim, é importante frisar que ele deve conter todas as informações necessárias para o desenvolvimento de um bom trabalho.

## BRIEFING DE COMUNICAÇÃO

### EVITE O USO DE MODELOS PRONTOS

É natural que os modelos prontos tenham grandes atrativos. Ainda mais porque eles ajudam as empresas a economizarem tempo.

No entanto, é muito importante a elaboração de um documento personalizado. Afinal, a sua equipe deve considerar o histórico do cliente, bem como os objetivos apresentados por ele.

Diante disso, é necessário ter muita atenção no momento de realizar a reunião de briefing de comunicação. A sua equipe deverá criar um roteiro de perguntas adequadas e adaptadas. Com base nele será possível traçar um plano de ação mais eficiente.

Do mesmo modo, a sua equipe precisará entender com profundidade todas as respostas. Essa compreensão ajudará a desenvolver um bom trabalho.

Uma dica consiste em estudar o cenário atual do contratante. Assim, você conseguirá entender os resultados que ele almeja alcançar.

## BRIEFING DE COMUNICAÇÃO

Diante disso, obtenha informações sobre a meta principal. Compreenda também os produtos e serviços vendidos por ele. Esse cuidado aumentará as chances do projeto ser aprovado.

### MANTENHA O FOCO NO BRIEFING DE COMUNICAÇÃO

É comum que muitos profissionais se empolguem nas etapas iniciais do projeto. Ainda mais quando o trabalho está dentro do campo de afinidade deles. Porém, com o passar do tempo alguns colaboradores acabam perdendo o foco na execução das atividades.

Por isso, em algumas situações, o processo de construção do briefing de comunicação pode ser crucial para desmotivar a equipe.

Até porque se esse documento não for completo, de fato, a ausência de algumas informações importantes pode fazer os profissionais perderem o foco central. Portanto, o briefing deve ser muito bem pensado e elaborado.

## BRIEFING DE COMUNICAÇÃO

Em muitas situações os clientes chegarão à sua empresa cheios de planos e sonhos. No entanto eles precisarão do profissionalismo da sua equipe que, por sua vez, não poderá mostrar imparcialidade na hora de discutir os projetos.

Com base nisso, é importante desenvolver um bom briefing de comunicação. Ele servirá como um guia para os profissionais manterem o foco no projeto.

### TENTE NÃO LEVAR AS QUESTÕES PARA O LADO PESSOAL

De um modo geral, dar a sua opinião é um fato que pode ajudar muito na elaboração de um projeto. No entanto, uma boa dica consiste em evitar os argumentos que envolvem desejos e gostos pessoais.

É importante demonstrar um bom nível de imparcialidade. Tenha em mente que a vontade do cliente deve ser levada em consideração a todo o momento. Afinal, o trabalho será elaborado para ele.

## EVITE SE COMPORTAR COMO UM ESCRIVÃO

Antes de tudo, compreenda que um escrivão é o profissional que apenas digita as palavras que são ditas e as ações que estão acontecendo em um ambiente.

Assim sendo, para criar um bom briefing de comunicação, os profissionais da sua empresa não podem adotar essa postura. Muito pelo contrário: é preciso fazer um trabalho caprichoso e mostrar boas ideias.

Diante disso, é necessário realizar um estudo rigoroso e profundo. Aliás, é importante buscar muitos conhecimentos, bem como dominar o assunto. Até porque o cliente gostará de ouvir as opiniões e sugestões da sua equipe.

Mas considere que além de ouvir o contratante, a sua empresa precisará conversar com ele. Nesse ponto, será importante avaliar o que está sendo solicitado e oferecer boas sugestões.

Por isso é importante demonstrar uma postura profissional. Dessa forma o cliente entenderá que a sua empresa é autoridade no assunto.

## BRIEFING DE COMUNICAÇÃO

Elaborar um briefing de comunicação é o primeiro passo para assegurar a entrega de um projeto de ótima qualidade.

Afinal, a sua empresa terá bases sólidas para atender as expectativas do cliente. Por isso, é essencial estimular a participação ativa dele em todo o processo de construção desse documento. De fato, ambas as partes sairão vitoriosas.



## BRIEFING DE COMUNICAÇÃO

# CONSTRUINDO UM BRIEFING DE COMUNICAÇÃO

Qual é o objetivo do cliente com esse projeto?

Qual é o prazo de entrega?

Qual é o orçamento disponível?

# BRIEFING DE COMUNICAÇÃO

Qual é o público-alvo do cliente?

O cliente possui alguma  
objeção? Qual?

Descreva o negócio:

## BRIEFING DE COMUNICAÇÃO

**Quais são os principais  
concorrentes do contratante?**

**O cliente tem portfólio?**

**O que deve ser feito no projeto?**

**O cliente pretende fazer alguma observação  
para ser incluída no projeto?**

**SEBRAE**

[www.sebrae.com.br](http://www.sebrae.com.br) | 0800 570 0800

