**CURSO PARA CREAR UN BRIEF**

**1 ¿Que es un Brief?**



Una serie de ordenes, contiene la información imprescindible de un negocio para así poder empezar a planificar o ejecutar la idea

¿Quién lo puede usar?

Aplicación

Descripción generada automáticamente con confianza media

Interfaz de usuario gráfica, Aplicación

Descripción generada automáticamente

Interfaz de usuario gráfica, Aplicación

Descripción generada automáticamente

Interfaz de usuario gráfica, Texto, Aplicación

Descripción generada automáticamente

SOLUCION:

Mejor conocimiento de la idea de mi cliente, planteamiento de colores, diseños formas y estructura de negocio, creación de contenido, uso y aplicación en diferentes formas

2 – Elementos de un brief Texto

Descripción generada automáticamente

Hay muchos tipos de brief. Estos son los elementos principales.

**Descripción de la empresa o marca**: Dar un poco de contexto, que dé una idea de quién es y cómo se posiciona.

**Producto**: Conocer el producto, posicionamiento, características y cómo se vende a la audiencia.

**Objetivos:** Debe estar alineado a la respuesta del brief.

**Audiencia**: Para quién está destinado esa acción.

**Presupuesto:** Parámetro de qué tan alto podemos volar con nuestras ideas.

**Geolocalización:** Para qué países o región es la acción que se quiere realizar.

**Aspectos legales y sociales**: Hay compañías altamente reguladas que tienen limitaciones con respecto a la publicidad, hay que ser respetuosos con la cultura de cada país.

**Métricas:** Cómo se va a medir el éxito, y para que el equipo se guíe en las estrategias a aplicar.

**Plazos:** Organiza el trabajo del equipo que responde al brief. Incluir puntos de contacto intermedio.

**Entregable**: Formato, de qué manera se presentará la respuesta al brief.

**Contrabriefing**: El equipo que recibió el brief, lo trabaja nuevamente con lo que entendió para aclarar dudas con el equipo que envió el brief.

Agregaría esta pregunta en el brief: ¿Quiénes son sus principales competidores? ¿Cuál es el que más le preocupa de ellos, y porqué?

3 tipos de Brief

Brief publicitario: Se busca un insight para construir las pieza publicitarias.

Brief de marketing: Resume la información sobre una acción de marketing.

Brief de comunicación: Tiene por objetivo su desarrollo una estrategia de comunicación o relaciones públicas

Brief de diseño: Contiene elementos creativos, hay espacio para la creatividad.

Brief de programación: Todo lo que se necesita para elaborar una herramienta o app, generalmente va acompañada a un brief de diseño.

Hay dos categorias de Brief:

* Por su naturaleza: Brief Diario, Brief Informal y Brief Formal
* Por su disciplina: Brief Publicitario, Brief de Marketing, Brief de Comunicación, Brief de Diseño, por ultimo el Brief de Programación.

4 Formatos de Brief

Interfaz de usuario gráfica, Aplicación

Descripción generada automáticamente

5 Ejemplos de Brief

Escala de tiempo

Descripción generada automáticamente con confianza media



\*\*Construir un brief \*\*  
Es transmitir una necesidad concreta para que un equipo de trabajo te de una solución.  
NOTA:

* Detalla la necesidad de forma concreta para evitar confusión.
* No olvides especificar lo que esperas recibir.

\*\*Recibir un brief \*\*  
Es la oportunidad para saber que tanto conoces a tu cliente y determinar si lo que pide es lo que realmente necesita.  
NOTA:

* Tomate el tiempo necesario para leer a detalle el brief
* Anota las dudas que surjan
* Revisa que contenga los objetivos, la audiencia, el presupuesto, entregables y plazos tanto de la fecha de respuesta final como de los touch points previos.

Los elementos indispensables

Objetivos

Audiencia

Presupuestos

Plazos

Contra-briefing y Tissue Session

­

