



UNIVERSIDADE FEDERAL DE RORAIMA
CENTRO DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA
BACHARELADO EM CIÊNCIA DA COMPUTAÇÃO
DCC916 – Ênfase em Desenvolvimento Web (2022.1)
Prof. Thais Oliveira Almeida

AULA 3:

BRIEFING PRELIMINAR

Considerações

- ❖ Um dos pilares do sucesso de um bom *web site* é fazer um bom **briefing** com o cliente. Um **briefing bem feito** e executado pode determinar se um site será bom ou ruim – baseado nas necessidades e expectativas de projeto que o cliente tem.

O que é Briefing?

A definição de “*briefing*”, segundo o Novo Dicionário Eletrônico Aurélio versão 5.0:

1. Conjunto de informações básicas, instruções, diretrizes, etc., elaborado para a execução de um determinado trabalho, ou missão militar, etc.
2. Reunião onde se definem essas instruções, diretrizes, etc.

O que é Briefing?

A Wikipédia, por sua vez, define briefing da seguinte maneira:

"O briefing é um conjunto de informações passadas em uma reunião para o desenvolvimento de um trabalho, sendo muito utilizadas em administração e na publicidade.

O briefing é uma peça fundamental para a elaboração de uma proposta de pesquisa de mercado. É um elemento chave para o planejamento de todas as etapas da pesquisa de acordo com as necessidades do cliente."

O que é Briefing?

Basicamente: o *briefing* é um conjunto de perguntas e/ou atividades que servem para determinar como se dará o projeto, elaboração e execução de determinada coisa – no caso, a “coisa” é um *web site*.

Como fazer um bom Briefing?

O *briefing* deve ser feito na primeira reunião com o cliente, **preferencialmente em um encontro pessoal**. A vantagem de se encontrar pessoalmente com a pessoa que irá contratar seus serviços é poder “sentir” melhor o que a pessoa está realmente precisando e/ou buscando, além de você poder auxiliar e explicar melhor para o cliente o teor e objetivo de cada pergunta.

Encontrando-se cara-a-cara com a pessoa, é mais fácil de mostrar quem você realmente é e uma excelente forma de seu cliente e você estreitarem ainda mais os laços profissionais que, se tudo correr bem, irá uni-los.

Meio de Comunicação

Entretanto, pode ser que fique complicado de se encontrar pessoalmente com o potencial comprador do *web site*. Para sanar essa questão, algumas medidas podem funcionar:

Briefings por e-mail. Esta abordagem seria a mais simples e “tradicional” quando o assunto é *web*. Enviar as perguntas do *briefing* por *e-mail* e receber as respostas também por e-mail é algo fácil, relativamente fácil e, até certo ponto, eficiente;

Conversa por mensageiros instantâneos. Os *instant messengers* são usados pela maioria das pessoas que trabalham com *web* – ou que acessam a rede mundial várias horas por dia. Fazer um *briefing* com o cliente através de um *instant messenger* é mais demorado, mas dá um toque mais pessoal a todo o processo;

Meio de Comunicação

Vídeo conferência. Realizar uma vídeo-conferência é bem próximo de se encontrar pessoalmente com o cliente. Para quem vai fazer um *briefing* com pessoas de outros estados ou países, este deve ser o meio de escolha adequado;

Sistema web de briefings. Para desenvolvedores *web* é bastante simples montar um sistema *online* para realização de *briefing*. Um exemplo seria definir um esquema de IDs para os clientes e programar um formulário com as perguntas separadamente, para cada um; as respostas seriam armazenadas em um banco de dados e/ou num arquivo, como um XML, por exemplo;

Meio de Comunicação

“Misturar” diversas técnicas. Dependendo do caso, pode ser eficiente “misturar” diversas destas técnicas de feitura de *briefing*. Por exemplo, pode-se enviar um *e-mail* com as perguntas e, em uma vídeo-conferência, fazer um acompanhamento com o cliente para auxiliá-lo a responde-las. Outro: elaborar um sistema *online* para a pessoa responder às perguntas do *briefing* e enviar as respostas para seu *e-mail*. Recorra à sua criatividade e certamente bons resultados serão encontrados.

Estratégias para um Briefing Eficiente

1. **“Briefing Preliminar”**. Define-se, sem muito detalhamento, quais as necessidades do cliente, baseando-se em seu público-alvo, os objetivos que quer alcançar com o *site*, breves informações sobre sua concorrência, dentre outros. Este é o *“briefing base”*.
2. **“Briefing Completo” ou “Briefing Detalhado”**. Este, sim, é o *briefing* que trará maior nível de detalhamentos sobre o projeto, necessidades e especificações do *site*, estratégias de divulgação, informações sobre *design* e mais.

Briefing Preliminar

O primeiro *briefing* a ser feito serve para você ter um primeiro contato com as necessidades e ideias que do cliente.

O interessante, nesta fase inicial, é conversar bastante com o cliente e tentar captar, ao máximo, o que está “oculto”. Sim, existem necessidades ocultas em todo projeto que, por motivos diversos, o cliente não pode ou não quer falar.

É papel de quem realiza o *briefing* “extrair” do cliente coisas que nem ele mesmo sabe que quer e/o precisa e, em função disso, trazer uma qualidade maior para o projeto e possível resultado final deste. **Fazer um *briefing* de qualidade demanda prática!**

Briefing Preliminar

As perguntas para este primeiro encontro podem ser de caráter mais geral, mas com o objetivo de um mínimo de informações sobre as características do projeto, tais como:

Público-alvo;

Objetivos do *web site*;

“Imagem” que o cliente quer passar para os visitantes;

Análise da concorrência.