

Briefing

¿Qué es un Briefing?

El briefing es una herramienta esencial en los ámbitos empresarial y creativo para proporcionar información clave y comunicar de manera clara y concisa los detalles y objetivos de un proyecto. Permite alinear a todas las partes involucradas, establecer expectativas y requisitos, y brindar un marco común para la ejecución del proyecto. Es fundamental para evitar malentendidos, facilitar la toma de decisiones y evaluar el progreso del proyecto.



Temas tratados

Durante un briefing, se llevan a cabo discusiones detalladas sobre una serie de temas cruciales para el proyecto. Algunos de los puntos más comunes que se tratan en un briefing son:

- **Propósito y objetivos del proyecto:** Se discute el propósito general del proyecto, es decir, la razón detrás de su ejecución, así como los objetivos específicos que se deben lograr para cumplirlo.
- **Alcance y requisitos del proyecto:** Se define el alcance del proyecto, es decir, los límites y las metas que se deben alcanzar. Además, se establecen los requisitos del proyecto, como los entregables esperados, los criterios de calidad y los plazos de entrega.
- **Roles y responsabilidades:** Se definen los roles y las responsabilidades de cada persona o equipo involucrado en el proyecto. Esto asegura una asignación clara de tareas y una comprensión precisa de quién es responsable de qué.
- **Recursos disponibles:** Se discuten los recursos disponibles para el proyecto, como personal, presupuesto, tecnología y otros activos necesarios. También se aborda la gestión de recursos y cualquier limitación o restricción que pueda afectar la ejecución del proyecto.
- **Plan de acción y calendario:** Se elabora un plan de acción detallado que establece las etapas y las actividades clave del proyecto, así como un calendario que define las fechas importantes y los plazos de entrega.

Es importante realizar una serie de preguntas para obtener información relevante y precisa sobre el proyecto. Estas preguntas ayudan a clarificar los detalles y los objetivos del proyecto, así como a comprender las expectativas y necesidades del cliente.

Objetivos y propósito del proyecto:

- ¿Cuál es el propósito general del proyecto?
- ¿Cuáles son los objetivos específicos a lograr?
- ¿Qué resultados o metas se esperan alcanzar al finalizar el proyecto?

Audiencia y público objetivo:

- ¿Cuál es el perfil de la audiencia objetivo?
- ¿Qué características demográficas o de comportamiento tienen los clientes a los que se dirige el proyecto?
- ¿Cuáles son las necesidades y deseos de la audiencia objetivo?

Contenido y funcionalidades:

- ¿Qué tipo de contenido se debe incluir en el proyecto? (textos, imágenes, videos, etc.)
- ¿Hay requisitos especiales en cuanto a la estructura o el diseño del proyecto?
- ¿Existen funcionalidades específicas que se deben incorporar?

Competencia y diferenciación:

- ¿Quiénes son los principales competidores en el mercado?
- ¿Qué estrategias se pueden implementar para destacar y diferenciarse de la competencia?
- ¿Cuáles son las fortalezas y debilidades actuales en comparación con los competidores?

Plazos y restricciones:

- ¿Cuál es la fecha límite o el plazo para finalizar el proyecto?
- ¿Existen restricciones o limitaciones de presupuesto, recursos o tecnología?
- ¿Hay eventos o fechas importantes que debemos tener en cuenta en el desarrollo del proyecto?



Ventajas y Desventajas

Ventajas:

- **Claridad y alineación:** El briefing permite establecer una comprensión clara y concisa de los objetivos, requisitos y expectativas del proyecto. Ayuda a alinear a todas las partes involucradas, evitando malentendidos y confusiones.
- **Orientación y guía:** El briefing proporciona una guía estructurada sobre cómo se debe llevar a cabo el proyecto. Define roles, responsabilidades y plazos, lo que facilita la planificación y ejecución adecuada del trabajo.
- **Evaluación y seguimiento:** Al establecer metas y objetivos medibles, el briefing permite evaluar y dar seguimiento al progreso del proyecto. Permite identificar desviaciones o ajustes necesarios a lo largo del proceso y asegura el logro de los resultados deseados.
- **Eficiencia y ahorro de tiempo:** Al tener una comprensión clara de los requisitos y expectativas desde el principio, se evitan retrabajos y retrasos innecesarios. El briefing ayuda a optimizar el tiempo y los recursos disponibles.

Desventajas:

- **Limitaciones de información:** Si el briefing no se realiza de manera exhaustiva, podría faltar información crítica o relevante. Esto puede conducir a decisiones inadecuadas o a la falta de dirección clara en el proyecto.
- **Rigidez en los planes:** Si el briefing no permite cierta flexibilidad, podría limitar la capacidad de adaptarse a cambios o nuevas oportunidades que surjan durante el proyecto.
- **Dependencia de la calidad del briefing:** La efectividad del briefing depende de la calidad de la información proporcionada. Si la información es incorrecta, incompleta o poco clara, puede afectar negativamente la ejecución del proyecto.
- **Falta de creatividad:** En algunos casos, un briefing muy detallado puede limitar la creatividad y la innovación en la ejecución del proyecto. Puede restringir la libertad de explorar ideas nuevas y alternativas.

Briefing CORTO Proyecto [MISHKY & RAIMY]

Situación actual de la marca

Implementar una imagen corporativa a un producto tradicional que por décadas ha permanecido en el desconocimiento de un potencial mercado, sugiere grandes esfuerzos, conocimientos y estrategias para promover el impacto deseado en el mercado.

Objetivos

Posicionar la marca en el mercado de la localidad para dar a conocer el producto como algo tradicional y moderno a la vez

- Dar a conocer el producto en el mercado nacional.
- Rescatar lo tradicional.

Público objetivo

Niños, jóvenes y adultos interesados en probar lo tradicional de la provincia.

Especificaciones del proyecto

Para poder realizar este proyecto se necesita de:

- Azúcar
- Maní
- Canela
- Anís
- Papel periódico
- Packing

Presupuesto del proyecto

El dinero reunido por los estudiantes de nivelación de la carrera Mercadotecnia.

Condiciones del proyecto

- Se requiere del aporte de los integrantes del curso para lograr el objetivo.
- inversión de capital para promover la producción del producto con identidad.