***Planejamento***

Herdado do briefing, não pode ser alterado .

Obrigatorio

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Nº Briefing:** | 000\_data (ddmmaa) \_Cliente\_Job | | | | | | | | | |
| **Nome JOB:** |  | | | | | | | | | |
| **Data de Abertura:** | dd/mm/aa | | | **Deadline:** | dd/mm/aa | | | | | |
| / | | | | | | | | | | |
| **Solicitante:** | Nome | | | **Depto:** | Sigla | **Ramal:** |  | | | |
| **E-mail:** | --- | | | | | | | | | |
|  | | | | | | | | | | |
| **Atendimento** |  | | | **Supervisor (a)** | Supervisora do dia | | | | | |
| **Diretor de Arte:** |  | | | **Redator:** |  | | | | | |
|  | | | | | | | | | | |
| **Problema:** | | Produto ou ação a ser devolvida. | | | | | | | | |
| **Objetivo (s):** | | Primários e secundários. Resposta ao problema. | | | | | | | | |
| **Target:** | | Público Alvo – características e necessidades | | | | | | | | |
| **Recursos:** | | Ativos, pessoas, etc. | | | | | | | | |
| **Verba Estimada:** | | Caso seja necessário produzir o material (Anexar ao briefing os orçamentos) | | | | | | | | |
| **Resumo:** | | -Descrição da solicitação do cliente, incluindo referencias. Obrigatoriedade e/ou limitações impostas pelo cliente (expressões são recomendadas, alterações na embalagem, slogan, Assinatura Visual/Logotipo, etc.)  -Pontos a ressaltar  -Pontos a evitar | | | | | | | | |
|  | | | | | | | | | | |
| **Análise SWOT:** | | - Pontos Fortes:  - Pontos Fracos:  - Oportunidades:  - Ameaças: Obstáculos a enfrentar | | | | | | | | |
| **Avaliação:** | | Avaliação da análise swot e os pontos a serem resolvidos | | | | | | | | |
| **Ações:** | | Ações propostas para resolver o problema | | | | | | | | |
| **Estratégias:** | | Estratégias de comunicações utilizadas para realizar as ações. | | | | | | | | |
|  | | | | | | | | | | |
| **Conceito:** | | Ideia central a ser transmitida | | | | | | | | |
| **Abordagem:** | | Como o conceito e campanha serão abordados. | | | | | | | | |
| **Slogan:** | | Não é obrigatório! | | | | | | | | |
| **Tom da campanha:** | | O anunciante pode expressar seu ponto de vista sobre a campanha. Podemos dar vários tons a uma campanha: Agressivo promocionalmente, Formal / Alegre, Pedaços da Vida, Humor, institucional grandioso, etc. | | | | | | | | |
| **Peças:** | | Que tipos de peças serão criadas e quais as suas especificações | | | | | | | | |
|  | | | | | | | | | | |
| **Cronograma** | | | | | | | | | | |
| **Data** | | **Ação** | **Responsavel** | | | | | **função Selet:** | **Inicio** | **Fim** |
|  | | Ação ou atividade a ser realizada: apresentação do Briefing, apresentação de Campanha, entregas, aprovação, etc. | Nome da criança | | | | | * Atendimento * Planejamento/produção * Redação * Direção de Arte * Supervisora * Cliente | calendario | |

Caso haja orçamento fazer upload