

## Briefing de Naming | Forasteiro

- Qualquer empresa que se preze não vai começar a exploração criativa sem um briefing de projeto. Base para todos os esforços da criação de nome, o briefing criativo é um documento estratégico que destila aspectos-chave de sua estratégia, fornecendo direções importantes sobre suas expectativas e posicionamento de marca almejado.
- As perguntas que constam aqui são fundamentais para que você possa chegar a resultados relevantes e com máxima eficiência estratégica. Reserve um tempo para responder todas as questões com calma e de forma completa.
- Bom preenchimento!

### SEÇÃO 1 – CONHECENDO SEU MERCADO

#### **O que você vende?**

Descreva exatamente do que se trata a sua empresa. Quais produtos ou serviços, especificamente, sua empresa oferece aos seus clientes? Qual é o carro-chefe?

---

#### **Para quem você está vendendo?**

Queremos conhecer melhor quem é o público específico do seu serviço ou produto: são pessoas físicas ou jurídicas? Existe uma personalidade compartilhada entre eles?

---

#### **Como o nome vai ser usado?**

É importante identificar todos os contextos de marketing que o nome será usado: fachadas, cartão de visita, etiquetas, etc.

---

#### **Em quais segmentos você está competindo?**

Em que categorias do mercado sua empresa se encaixa? Onde o seu público iria se não fosse na sua empresa?

---

**Quem são seus concorrentes e quais tipos de nomes eles estão usando?**

Quais são seus principais concorrentes diretos e indiretos? Quanto mais nomes você conseguir incluir, melhor.

---

**SEÇÃO 2 – POSICIONAMENTO DE MARCA**

**Qual é sua história?**

O que o motivou a criar este negócio/produto? Em que ano começou a trabalhar neste setor e por quê? Se você tiver alguma história específica, uma pessoa, um lugar, tudo pode servir como inspiração de nome.

---

**O que tem de único em você que seus clientes se importarão?**

Qual é o diferencial mais importante do seu negócio, que torna vocês especiais e insubstituíveis em relação ao resto do mercado? Tente elencar somente um - o mais importante de todos.

---

**Quais são seus valores?**

Quais são os valores que norteiam a elaboração dos seus produtos/serviços? Pode fazer uma lista, se forem múltiplos.

---

**Qual é sua visão de mundo?**

Porque esse negócio é importante para você? Qual é sua visão de mundo em relação à sua área de atuação? Como você deseja marcar o mundo através de seus produtos e serviços?

---

### **Qual é seu papel na vida do público?**

Como seus produtos e serviços vão tornar a vida dos clientes melhor? Porque o seu negócio será importante para seus clientes?

---

### SEÇÃO 3 – SOBRE O NOME

#### **Como você imagina o nome da sua marca?**

Como você descreveria o nome ideal para o seu negócio? O que é importante em um nome de marca para você?

---

#### **Qual é a impressão inicial que vocês querem causar com o nome?**

- Que mensagem você quer que o nome comunique? Que sentimentos você deseja que o público sinta ao ler/ouvir o nome? Como vocês querem ser lembrados?

---

**Selecione 4 tonalidades que você classifica como ideais para o seu nome de marca (você também pode criar outras por conta própria, mas busque focar em apenas 4).**

Suave	Delicada	Conservadora
Energética	Ambiciosa	Extrovertida
Agressiva	Motivadora	Sóbria
Inteligente	Jovem	Sonhadora
Tecnológica	Aventureira	Acolhedora
Rústica	Caseira	Sólida
Clássica	Requintada	Direto ao Ponto
Amigável	Visionária	Questionadora
Masculina	Acessível	Reflexiva
Feminina	Divertida	Relaxante

**Tem mais alguma coisa que você gostaria de acrescentar ao seu briefing?**

Este espaço é reservado para quaisquer observações ou informações importantes para a realização do trabalho

---