**BRIEFING**

**Agência: Inter Travel’s**

ESTRATÉGIA

1) Quais são os principais objetivos do site? Informar? Vender? Dar suporte?

O site deverá ter informações detalhadas dos serviços, informações dos pacotes para intercâmbio e dos destinos, é importante relatar as experiências de clientes que já usufruíram de nossos serviços. A princípio, o site não teria o objetivo de vender diretamente, mas sim indiretamente, é essencial que nosso público-alvo e clientes se sintam instigados a saber mais e consequentemente, o processo da venda final seria concluído em uma de nossas lojas.

2) Que tipo de site ele é? Puramente promocional? Coletor de Informações? Uma

publicação?

Seria principalmente um site de informações e de vendas indiretas.

3) Quais são as mensagens mais importantes que o site deve passar aos visitantes?

Deve transmitir credibilidade, clareza e confiabilidade.

4) Quais são os planos para promover o site?

A princípio a promoção seria através da internet, também pelas redes sociais, como Facebook, Twitter, ou até mesmo vídeos pelo You Tube. Uma segunda opção seria a mídia impressa, que compartilhe do mesmo público-alvo.

5) Há uma data aproximada para que o site esteja pronto?

No máximo seis meses.

INFORMAÇÕES GERAIS SOBRE O WEB SITE

6) Descreva o negócio/produto/empresa como se fosse uma pessoa … sério? Jovem?

Confiável? Justifique.

Deverá ser principalmente confiável, perceptível e com um toque de ousadia. Confiável e perceptível porque se trata de vendas de pacotes de intercâmbios e são indispensáveis tais requisitos, e um toque de ousadia para atrair nosso público-alvo que são estudantes e profissionais de 16 a 35 anos aproximadamente.

7) Quais são os pontos fortes e fracos do negócio/produto/empresa? Por quê?

Pontos fortes: intercâmbio seguro, assistência e auxílio dedicados a cada um de nossos clientes.

Pontos fracos: muitos concorrentes.

8) Qual a mensagem que melhor descreve o conteúdo/atuação do

negócio/produto/empresa?

Mensagem de clareza, credibilidade, confiabilidade e ousadia.

9) É necessário obter dados dos visitantes? O que é preciso saber? Por quê?

É importante ter um campo com um formulário onde o cliente poderá se cadastrar e receber informações, e também para obtermos mais dados e consequentemente um contato para que seja feito um trabalho de fidelização.

PÚBLICO-ALVO

10) Foi apontado na última reunião que o público-alvo são estudantes e profissionais de 16 a 35 anos aproximadamente. Para complementar, qual é o público-alvo secundário e terciário? Descreva interesses, necessidades e o que mais souber a respeito.

Não se tem uma idade limite para fazer um intercâmbio, porém a maioria dos clientes que procuram nossos serviços são pessoas com as idades citadas acima, porém também temos a preocupação de atingirmos as expectativas de outros públicos.

11) O que o site irá oferecer ao seu público-alvo?

Irá oferecer informações completas sobre intercâmbios, experiências de clientes, um campo para que os usuários possam se cadastrar e receber mais informações e para que também possamos sanar suas dúvidas.

12) O que os visitantes devem fazer no site?

Devem acima de tudo conhecer nossos serviços, o usuário deve passear pelo site e ter a percepção da segurança do que oferecemos, e se sentirem estimulados a adquirirem nossos pacotes, por isso o site deve ser de fácil acesso.

13) Qual o conhecimento que os visitantes do site tem de internet/web? E o conhecimento

técnico?

A maioria de nossos visitantes estão familiarizados com a internet, porém acreditamos que o nível técnico seja regular.

14) Qual a "capacidade técnica" de acesso de seus usuários (navegador, velocidade de

acesso, tempo de acesso diário, etc)?

Acreditamos que estão sempre conectados com a internet, e que os acessos são diários, mas não são acessos contínuos e sim intercalados, com pausas.

CONTEÚDO

15) Que informação do site mudará (atualização)? Com que frequência e com que

abrangência?

As atualizações serão basicamente sobre os pacotes, como por exemplo, destinos mais procurados, e as experiências reais de nossos clientes.

16) Quem se beneficia com as atualizações?

Os usuários cadastrados em nosso sistema, bem como todos que nos acompanham pelas redes sociais.

17) Quais são as funcionalidades que precisam existir?

Facilidade de interpretação das informações, os usuários não podem notar “barreiras” quando forem nos contatar.

18) Qual é o "aceite" do site (o que precisa existir para "aceitar" que ele está pronto)?

O site precisa ser coeso, com todas as informações e ideias implementadas, assim como seu layout deve ser equilibrado e atrativo.

APARÊNCIA (DESIGN)

19) Tem em mente alguma aparência para o web site?

Sim, temos em mente uma aparência que transmite leveza, clareza, seriedade e ao mesmo tempo deve ser arrojado, é importante que não tenham excessos.

20) Existem padrões existentes, como logotipos e cores, que devem estar presentes?

Não temos uma ideia exata sobre o logotipo e as cores, mas o logotipo deve impactar, não por ser exagerado, porém deve ter um design agradável, e enxuto. Para as cores deverão seguir a mesma regra.

21) O site parte de um site maior ou grupo de sites com padrões de design que precisam ser

correspondidos?

Temos uma variedade de sites concorrentes, alguns com ótimas propostas, outros são carregados de conteúdos desnecessários. Equilíbrio é a palavra de ordem quando pensamos em design do site.

22) Quais são alguns outros sites da web que você gosta? Se possível, envie links de referência.

<http://www.ci.com.br/>

<http://www.experimento.org.br/>

<http://www.ef.com.br/>

23) O que não pode haver na web site, em função dos concorrentes?

Conteúdo exagerado, que possa provocar confusão em nossos visitantes.

Adaptado do artigo: Briefing para desenvolvimento de web sites: considerações, dicas e modelos.