**MODELO DE BRIEFING**

**NOME DA EMPRESA:**

**Breve histórico da empresa (tempo de atuação, porte, local)**
Escrever aqui

**Categoria (tipo de produto ou serviço - ramo de atividade ou negócio)**

Escrever aqui

**Local, forma e frequência de uso do produto, serviço ou marca. Pode ser realizado em outros estados? Ou apenas no local do escritório físico?**

Escrever aqui

**Preços praticados:**

Escrever aqui

**Pontos positivos (vantagens):**

Escrever aqui

**Pontos negativos (desvantagens):**

Escrever aqui

**Principais características diferenciadoras da concorrência:**

Escrever aqui

**Situação atual do anunciante - problemas x oportunidades**

Escrever aqui

**Presença Digital (quais canais online a empresa tem? Site, LinkedIn, Instagram, etc)**

Escrever aqui

**PÚBLICO-ALVO**

**Perfil do consumidor (sexo, idade, profissão, classe social, escolaridade,etc.):**

Escrever aqui

**Hábitos e atitudes dos consumidores em relação ao produto (periodicidade de compra, quantidade comprada, principais serviços contratados):**

Escrever aqui

**Razões de compra do produto (Racional/Emocional/Necessidade):**

Escrever aqui

**CONCORRÊNCIA**

**Principais concorrentes:**

Escrever aqui

**Preços praticados por concorrentes:**

Escrever aqui

**Presença Digital dos concorrentes (onde estão comunicando?):**

Escrever aqui

**OBJETIVOS**

**Relacionar todos os objetivos que pretende atingir. Ex.: Lançamento no mercado. Criar uma imagem institucional para a empresa. Fortalecer o reconhecimento de marca. Aumentar os leads e, consequentemente, as contratações.**

Escrever aqui

**RECURSOS/MÊS**

**Funcionários (salário, condições, benefícios):**

Escrever aqui

**Ferramentas (hospedagem do site, domínio, ferramentas pagas):**

Escrever aqui

**Orçamento de marketing (verba de mídia, fee da agência):**

Escrever aqui

**PRAÇA DE ATUAÇÃO EM CAMPANHAS**

**Locais (Cidades, Estados País). Qual região é mais forte? Mais fraca? Qual foco principal?**

Escrever aqui

**OUTRAS INFORMAÇÕES**

**Toda e qualquer informação que de uma forma ou outra podem ajudar o trabalho de pesquisa, criação, planejamento e mídia. Ex.: Pontos a serem ressaltados ou evitados nas peças/textos publicitários.**

Escrever aqui