


|   |   |   |
|---|---|---|
|  | <b>Faculdade de Tecnologia da Paraíba</b> |   |
|   | CURSO                                     | <b>CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM SISTEMAS PARA A INTERNET</b> |
|   | DISCIPLINA                                | <b>DESENVOLVIMENTO DE APLICAÇÕES WEB ESTÁTICAS</b>              |
|   | PERÍODO: <b>P2</b>                        | Semestre: <b>2008.2</b>   |
|   | PROFESSOR                                 | <b>Geraldo Rodrigues de Melo Neto</b>                           |

Artigo originalmente publicado em duas partes no site plugmasters.com.br

## Briefing – O que é? Para que serve?

---

**João Henrique Endler Formando em Comunicação, João Henrique trabalha com desenvolvimento web há 7 anos. Atualmente é sócio fundador da Garra Soluções Web - <http://www.garrasolucoes.com.br> e trabalha ativamente no desenvolvimento de sistemas para internet e soluções interativas para Internet.**

---

Salve Galera da Plugmasters. Como vão vocês?

Hoje vamos falar de um assunto bem complicado na nossa área. Eu vou falar um pouco sobre Briefing, com ênfase a parte do Webdesign, que é mais a minha área. No entanto, existem formas distintas de explicar o que Briefing na área de comunicação, design e afins.

Vou abaixo relacionar os conceitos de Briefing com fontes da própria Internet:

**to brief** : resumir.

**Briefing:** resumo; conjunto de dados fornecidos pelo anunciante para orientar a sua agência na elaboração de um trabalho de propaganda.

**Briefing:** relatório em que estão colocados os dados necessários para elaboração de uma campanha de comunicação. Briefing não é a resposta de um questionário, mas um relatório, ou seja, relatar sobre determinados enfoques;

Bom pessoal, já deu para pegar um pouco a idéia do que é Briefing, mas nessa primeira etapa, vou explicar um pouco mais sobre essa poderosa ferramenta, que pode auxiliar e muito a vida de um profissional, pois auxilia no desenvolvimento de um bom trabalho, pois na realidade a grosso modo, é o modo de coletar informações do cliente, da empresa onde você está trabalhando, saber como a empresa trabalha, quais são os objetivos e planos da empresa para o futuro, dando um exemplo prático, para que você no desenvolvimento possa construir um Layout de forma pensada com as informações ali passadas, você necessariamente deverá conhecer a empresa para onde está trabalhando, esse a grosso modo seria um Briefing.

Na parte de comunicação que o Briefing também é usado, podemos dar um exemplo prático da organização de um evento que vai acontecer na cidade do Rio de Janeiro. Um bom evento antes de ser lançado conta com o Briefing, pois é através dele que você pode alcançar o sucesso. Sabe porque? Porque você precisa ver o Público que vai atingir, se o local é acessível a esse público, que tipo de banda contratar para agradar esse público. Isso consolida

a organização, porque você já sabe porque as pessoas estão prestigiando o evento, porque você fez uma pesquisa disso.

Uma citação excelente sobre o que é Briefing vem Cezar Calligaris.

**“O briefing é o começo de tudo. Ele traz as informações que as equipes da agência que não têm contato direto com o cliente precisam para desenvolver qualquer trabalho. E, por isso, um bom briefing dá trabalho para fazer. Primeiro para o cliente, que tem que saber exatamente o problema que a agência precisa resolver e fornecer as informações que ela vai necessitar para isso. Depois para a equipe de atendimento, que precisa reunir o máximo de informações e passá-lo corretamente para as outras equipes.”**

Ou seja, é necessário que você conheça o lugar onde você está trabalhando. Então estude, veja os problemas da empresa, tente solucionar, argumentar dar sugestões objetivas, pois o cliente ou chefe geralmente irá gostar das sugestões, porque ele vai ver que você como funcionário ou encarregado de determinada função, está preocupado com a Imagem da instituição. Isso é você fazer o Briefing e já executar, no Briefing da empresa por exemplo, você irá ver que a empresa têm problemas, que as vezes ficam fáceis de ser resolvidos. Nesse caso, você já está usando as ações que você viu no Briefing.

Briefing é, portanto, a eficiência de grandes empresas de Webdesign, Comunicação e outros, pois se elas cresceram é devido ao Planejamento, e dentro desse planejamento o Briefing é uma das primeiras etapas. Porque? Porque você não deve ir fazendo ações sem conhecer de fato como atingir e como explorar determinado público. E sobretudo, de um Briefing bem organizado e planejado. Pensem nisso!

Estamos chegando ao final dessa 1ª parte, que realmente foi um pouco simples. Mas porque simples? Porque a maioria das pessoas que visitam esse artigo são leigas no assunto. Isso é você planejar o seu Briefing, entenderam? Na próxima parte estarei “ensinando” uma forma simples de se fazer um Briefing e de como aplicar ao cliente, e com isso estarei colocando um Modelo de Briefing no final do trabalho para que vocês possam usar.

### **Vocês relembram o que quer dizer e como é Utilizado o Briefing?**

Briefing é a forma eficaz de se conectar com o cliente, e de conhecer um pouco do trabalho que você terá dentro da empresa, conhecendo os pontos altos e baixos, e com a ajuda do cliente definir uma estratégia de elaboração, seja de um site, ou de uma campanha de marketing, por exemplo.

Mas como vamos elaborar esse Briefing? Esse Briefing que vou elaborar vai ser da seguinte forma, vamos escolher uma empresa qualquer, e vamos pelo ramo da empresa elaborar um Briefing.

A empresa seria a Garra Soluções (Minha Empresa), com foco de Informática (Meu foco real é Webdesign e Desenvolvimento Web), estou precisando de um novo site que solucione meus problemas de usabilidade e design clean.

A primeira pergunta seria essa que já foi respondida acima:

#### **Porque vossa empresa precisa de um novo site?**

R: Porque o mercado atual, pede cada vez o site limpo, com navegabilidade, e sempre usual, ou seja, se para eu encontrar determinado assunto, eu tenha que esperar mais de 2 minutos, com certeza meu site, irá ser fechado. Por isso estou precisando desta solução.

#### **O que a empresa vende?Qual a imagem que quer passar ao público?**

R: A empresa é relacionada à informática, vendemos acessórios para computador, Suporte Técnico, desenvolvimento de sistemas, trabalhamos também com hospedagem de sites e

registro de domínios na Internet. A imagem que pretendemos passar é de que nossa empresa já tem mais de 20 anos de estrada, portanto, trabalhamos com tradição e modernidade.

**Quais são os diferenciais da sua empresa? Como o Sr. pretende informar sobre esses diferenciais?**

R: O Diferencial da minha empresa é o suporte técnico, ou seja, temos profissionais altamente qualificados, gostaria de com isso poder informar cases de sucesso também na área de modernização na área de Informática, mostrando que também as empresas podem contar com os nossos serviços de modernização.

Tendo em vista o que foi respondido, você pode fazer mais perguntas, por exemplo.

**O senhor pretende no site, expandir a idéia de tradição, ou do suporte técnico altamente qualificado?**

R: Acredito que a Tradição é acima de tudo a chave para que possamos conquistar novos clientes que ainda não nos conhecem, já em relação ao suporte técnico, gostaria de que os Cases sejam colocados em uma área estratégica, para que possam ser acessados facilmente.

**Qual será todo o conteúdo do site? O site precisará de alguma área Dinâmica? (Áreas Dinâmicas são áreas que vão precisar ser programadas em alguma linguagem, por exemplo, em PHP ou ASP, deve ser explicado isso ao cliente)**

R: O conteúdo do site será a exposição dos nossos serviços, valores, especificações dos produtos, suporte técnico (com os cases de sucesso, sendo que gostaria que na página principal tivesse o ultimo case desenvolvido pela empresa). Ultimas Notícias no ramo da informática, e também da empresa. Gostaria que tivesse uma área dinâmica para atualização tanto de noticias, quanto de cases que serão adicionados constantemente.

**Quais serão os objetivos da empresa com o desenvolvimento desse novo site?**

R: Os objetivos do nosso site, será de chamar a atenção com o seu visual, e também com o conteúdo, que ao mesmo tempo será de conhecer a empresa, e também com as noticias mundiais do que está acontecendo no mercado.

**Qual o Público Alvo do Site?**

R: O Público alvo do site, são pessoas da Planalto Norte Catarinense, interessados na área de Informática, e também pessoas que precisam de acessórios na área de Informática, sejam periféricos, sistemas...

**Qual a documentação disponível para o Desenvolvimento do Site? (logo, folders, manuais etc):**

R: Vocês terão a disposição para o desenvolvimento do site, todo o conteúdo do website antigo, além de logo, cartazes de divulgação tanto de Newsletters, quanto as enviadas para jornais.

**Como a sua empresa é divulgada atualmente, quais as ferramentas de marketing utilizadas?**

R: São utilizadas hoje, anúncios em Jornais, Flyers com produtos em promoção, anúncios em rádios, e também, em portais na Internet da região. Um site como o <http://www.portaldemafra.com.br> (Exemplo Fictício, não existe).

**Tem alguma objeção no desenvolvimento do site? (Cores, não quer animações, site pesado, por exemplo).**

R: Gostaria que sua empresa não utiliza-se cores fortes, como lhe disse, quero um site leve, então não pretendo ter muitas animações, somente uns retoques na logo. Não quero um site pesado.

**Qual o prazo estipulado pela sua empresa para que a nossa empresa desenvolva seu novo site?!**

R: Nós aqui da DesignDler, precisamos sempre do mais rápido possível, pois é o nosso trabalho em jogo, mas pensamos em algo como 30 dias úteis para o desenvolvimento. Mas o prazo final é sua empresa que deverá nos passar em um documento formalizado.

**Como poderemos entrar em contato com a sua empresa com mais facilidade? Quais os principais contatos?**

Bom, aqui na empresa utilizamos bastante o Skype para que possamos sempre estar conversando com clientes na parte de Suporte, e também com os fornecedores, então vocês terão meu skype, meu MSN, os telefones aqui da Empresa, E-mails. E sempre estaremos de portas abertas caso vocês queiram nos fazer uma visita.

Agradecemos o contato, em breve estaremos entrando em contato para que possamos iniciar os projetos. Muito Obrigado.

Bom pessoal foi feito um exemplo bem simples para que vocês tentassem entender como funciona o Briefing, e de como executar ele de forma correta. Certamente as perguntas vão variar dependendo do cliente, e também do foco que o cliente quer no novo site, por exemplo. Não serão apenas perguntas levadas prontas, mas sim, todas as dúvidas da sua empresa sobre o trabalho, para que se possam sanar todas as dúvidas na hora do desenvolvimento.

Colocando de lado também um pouco da parte da área de Comunicação que também usa muito o Briefing. Nessa área, o Briefing é como comentado na parte 1, é necessário antes de se fazer um Planejamento, seja de um evento, de um produto ou de uma marca por exemplo, associar os pontos positivos e negativos, porque isso vai ser bom para a sociedade? Para que eu vou usar esse nome? Atinge o público que eu vou atender? Qual o Público? Quais as metas que eu tenho para esse projeto? Eu vou usar algum meio de divulgação de massa? (Rádio, TV, Jornal?). Seria mais ou menos assim, acredito que a grosso modo de para entender.

Deixo em anexo um modelinho pronto de BRIEFING encontrado na Internet. Espero que esse artigo seja de grande valia para vocês. Logicamente que esse não vai ser o BRIEFING que as grandes empresas usam, o que é usado é um grande estudo, de certa forma aprimoramento de todas estas etapas que eu acabei de passar para vocês, até porque para grandes empresas é necessário mais do que nunca um bom Briefing, porque você irá precisar repassar o conteúdo do Briefing para a equipe de Desenvolvimento.

Era isso pessoal, **gostaria de receber sugestões em meu e-mail sobre próximos artigos**, para que eu possa suprir a necessidade de vocês! Meu muito Obrigado por vocês terem chegado até aqui!

# Briefing, você tem que fazer. Siga este roteiro.

---

Renato Fridschtein ([info@meio.ws](mailto:info@meio.ws)) é [consultor](#) sobre recursos de marketing

---

13 de novembro de 2006, 1:15

***As pessoas entopem seus canais criativos com conceitos negativos e acreditam que não sabem criar. Use este modelo para montar o seu briefing e verá a criatividade fluir.***

Por [Renato Fridschtein](#)

*Confie nessa vizinha insistente que diz: "Talvez isso funcione; eu vou tentar"*  
— *DianeMariechild*

Muita gente me diz que não é criativa, só que isso é uma grande falácia.

Na verdade, todo mundo é criativo. Para começar você tem de recriar o seu mundo todos os dias. E quem sabe recriar pode muito bem criar.

O que ocorre com algumas pessoas é que elas entopem seus canais criativos com conceitos negativos, sendo o primeiro deles a crença de que não são criativas!

Pensando nessas pessoas, elaborei este artigo que apresenta e comenta um modelo de briefing criativo. É uma abordagem mais racional da criatividade que pode te ajudar a refazer os seus conceitos sobre criatividade.

Briefing tem várias traduções possíveis, mas trata-se de um sumário de informações que é usado em campanhas de marketing. Então use este modelo para criar o seu documento ou de seu cliente, e em menos de uma hora terá os sucos de criatividade fluindo em seus canais.

## ***Modelo de briefing de criativo***

**Nome da empresa** (insira o nome da empresa)

**Nome do projeto ou campanha** (insira o nome da campanha)

**Data de realização:**

## ***Tarefa (o que deve ser realizado nesta atividade)***

.

.

(deixe um espaço aqui)

.  
.

**Objetivos do projeto: (o que você quer alcançar)**

.  
.  
(deixe um espaço aqui)  
.  
.

**Objetivos do negócio**

.  
.  
(deixe um espaço aqui)  
.  
.

**Objetivo desta comunicação**

.  
.  
(deixe um espaço aqui)  
.  
.

**Contexto do projeto: (detalhes relevantes do contexto)**

.  
.  
(deixe um espaço aqui)  
.  
.

**Estratégia**

.  
.  
(deixe um espaço aqui)  
.  
.

**Público alvo**

.  
.  
(deixe um espaço aqui)

.  
.

**Estratégia do projeto:** (como vamos motivar nosso público-alvo a agir da maneira como desejamos?)

.  
.

(deixe um espaço aqui)

.  
.

**Vantagem competitiva circunstancial:** (porque eles iriam considerar o seu produto ou serviço em detrimento de outros?)

.  
.

(deixe um espaço aqui)

.  
.

**Mensagem chave:** (Qual é a promessa ou benefício único mais importante para o cliente? Em 25 palavras ou menos.)

.  
.

(deixe um espaço aqui)

.  
.

**Suporte:** (quais as provas que suportam a mensagem chave?)

.  
.

(deixe um espaço aqui)

.  
.

**Obrigações:** (que elementos devem ser incluídos no trabalho criativo? Isto é, gráficos, logos, parafernália legal, etc)

.  
.

(deixe um espaço aqui)

.  
.

**Orçamento:**

.  
.

(deixe um espaço aqui)

.  
.

**Datas chave:**

**Data do briefing:**

**Conceitos criativos apresentados pela agência:**

.  
.

(deixe um espaço aqui)

.

Participaram da elaboração deste documento: (insira aqui os nomes de todos os envolvidos)

### ***Mãos à obra***

Táí. Agora está com você. Vista o seu chapéu pensador, ligue ou sente-se com os outros envolvidos e aplique este modelo. Você acaba de economizar alguns milhares de reais e possivelmente, elucidado, ou ao menos, abordado as principais questões que permitirão ao seu empreendimento tornar-se um sucesso. **[Webinsider]**



## Bibliografia

---

**FRIDSCHTEIN, RENATO.** Briefing, você tem que fazer. Siga este roteiro.  
<http://webinsider.uol.com.br> (acesso em 12/04/2008)

**ENDLER, JOÃO HENRIQUE.** Briefing – O que é? Para que serve?  
<http://www.plugmasters.com.br> (acesso em 2008)