BRIEF



Un brief es un documento usado por agencias y creativos para poder llevar a cabo un proyecto requerido por un cliente.

Bien sea que se trate del diseño de identidad corporativa, una campaña publicitaria, o la elaboración de material y piezas de comunicación

ORIGEN



A pesar de estar muy asociado al mundo de la publicidad, en realidad el concepto es propio del lenguaje militar siendo usado para describir reuniones en las que de manera oficial se daban los detalles y las instrucciones que se debían seguir en una operación y la forma como esta debía ser abordada para que fuera exitosa.

CONTENIDO



OBJETIVO DE LA CAMPAÑA O PROYECTO.
PÚBLICO AL QUE VA DIRIGIDO
DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA
NECESIDADES ESPECÍFICAS
DOFA
CONDICIONES O LIMITACIONES
ESTIMACIÓN PRESUPUESTARIA
TIMMING
LOOK&FEEL O ESTILO CON EJEMPLOS
FORMATO DE ENTREGA CON LAS ESPECIFICACIONES TÉCNICAS NECESARIAS



CONCLUSIÓN

El brief es un documento imprescindible para un mejor entendimiento entre cliente y proveedor. Hacer un buen uso de ellos facilita mucho el trabajo del proveedor y permite que el cliente obtenga un resultado más cercano a lo que quiere y necesita.

Como sucede con muchas cosas, a veces sólo es necesario poner las cosas por escrito para aportar claridad y permitir que el trabajo se haga mejor.

