

Definir un buen briefing
para obtener el resultado
que esperas



En el briefing debemos de trabajar los cimientos de tu marca, el ADN de tu empresa y en este documento crearemos la base para que tu identidad sea un éxito

DEBES DE RELLENAR A CONTINUACIÓN LAS PREGUNTAS E INTENTAR SER LO MÁS ESPECÍFICO POSIBLE, CUÁNTO MÁS CLARO SEAS MEJOR PODRÉ CONOCER LA ESENCIA DE TU MARCA

LAS BASES DE TU NEGOCIO

¿QUÉ SERVICIOS O PRODUCTO PROPORCIONA TU EMPRESA?

¿CUÁL ES TU MISIÓN O TU SUEÑO AL CREAR ESTE NEGOCIO?

¿CÓMO TE VES DENTRO DE 5 Y 10 AÑOS?

En 5 años...

En 10 años...

POSICIONAMIENTO ¿EN QUÉ TE DIFERENCIAS DEL RESTO DE
COMPETENCIA?

¿CUÁL ES LA PERSONALIDAD DE TU MARCA?

¿QUÉ VALORES QUIERES TRANSMITIR?

DEFINE A TU CLIENTE IDEAL

¿CÓMO ES TU CLIENTE IDEAL?

NOTA: cuánto más definido tengas a tu cliente mejor se adaptará tu imagen de marca a lo que quieras transmitir

¿DÓNDE VIVE?

¿ES HOMBRE O MUJER?

¿A QUÉ SE DEDICA? ¿QUÉ LE GUSTA HACER EN SU TIEMPO LIBRE?

SOBRE EL DISEÑO

¿TIENES ALGUNA FECHA DE ENTREGA ESTIMADA?

SI YA TIENES UNA IDENTIDAD CREADA PREVIAMENTE ¿QUÉ ES LO QUE TE GUSTA Y QUÉ ES LO QUE NO?

¿POR QUÉ HAS DECIDIDO CAMBIARLO?

Espero que hayas podido definir las bases de tu marca para así crear una bonita identidad basada en las emociones y en los valores. ¡Estoy segura que será todo un éxito!

LAURA INAT
STUDIO

www.laurainat.com