

BRIEFING EVENTOS

CLIENTE

SEGMENTO

PRODUTO/MARCA

NOME DO JOB

BUDGET

CONCORRENTES DO JOB

DATA BRIEFING

APRES. INTERNA

APRES. CLIENTE

LINKS DE REFERÊNCIAS

SITE(S) RELEVANTE(S)

(Link para site do cliente, produto, evento)

GUIDELINES

(Link Dropbox)

HISTÓRICO E REFERÊNCIAS

(Link Dropbox)

EQUIPE RESPONSÁVEL PELO JOB

ATENDIMENTO

PLANEJAMENTO

CRIAÇÃO

PRODUTOR

FATURAMENTO

CARACTERÍSTICAS

HISTÓRICO DO CLIENTE

Descrever por que o cliente precisa deste evento neste momento. Qual é o cenário atual da empresa, que momento eles estão atravessando?

POSICIONAMENTO DA MARCA

Descrever a imagem que a marca passa com sua comunicação ao público-alvo, MVV.

POSICIONAMENTO DO PRODUTO

Descrever principais produtos do cliente e a imagem que o produto passa através de sua comunicação a seu público-alvo.

ATUAL ASSINATURA / SLOGAN

Slogan de comunicação da marca e do produto, se identificado.

- Slogan marca:
- Slogan produto:

DIAGNÓSTICO DE MERCADO

1. Quais são os três principais concorrentes diretos e quais são suas iniciativas?
2. Quais são os pontos favoráveis e desfavoráveis em relação à concorrência?
3. Qual é a imagem da empresa/produto no mercado e com seu público-alvo?
4. Quanto fatura a empresa ou divisão da empresa com quem estamos falando?
5. O concorrente também faz algum evento parecido?
6. Existe concorrência entre datas, ou alguma predileção pelo público-alvo em comparecer a um evento, e não ao outro?

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

Objetivos que motivam a ação. Está relacionado ao cenário atual da empresa. Podem ser da área de marketing, RH, imprensa, etc. Este objetivo definirá o caminho para o planejamento.

DESAFIO DA AGÊNCIA

1. Qual é o principal problema a ser resolvido?
2. Como agência, onde vamos surpreender e encantar o cliente?

PÚBLICO-ALVO

Descrever o perfil com número de componentes, sexo, idade, nível socioeconômico, ocupação profissional, localização geográfica, gostos pessoais, pessoas com quem se parecem, preferências, características pessoais, relação com a marca/produto, etc.

- Público Interno
- Público Externo

DESCRIPTIVO DO EVENTO

Informações Básicas:

1. Data e local definidos pelo cliente?
2. Foram considerados dias de montagem e desmontagem, e ensaios?
3. Qual o horário/duração do evento?
4. Há dia/horário de chegada e saída definidos?

Logística

1. Responsabilidade do cliente ou da agência?
2. Se do cliente, qual é a empresa responsável?
3. Logística de staff e contratados?
4. Hotel foi reservado?
5. Está previsto sala de apoio e/ou demais salas para atividades?
6. Há alguma agência de viagens envolvida?
7. Transporte dos participantes (aéreo, traslado) é responsabilidade do cliente ou da agência?
8. Alimentação deve constar na planilha?
9. Help desk e entrega de material no quarto será necessária?
10. RSVP de confirmação e informações aéreas/do evento é necessário?

Agenda

- Pré-ação: haverá alguma atividade pré-evento? Teaser, aquecimento, intervenção?
- Ação: qual é a programação básica do evento?
- Pós-ação: haverá alguma atividade pós-evento? Pesquisa de satisfação, residual no retorno do evento, etc?

Conteúdo e programação

1. Haverá palestrante?
2. Qual o conceito/perfil?
3. Case ou profissional?
4. Há histórico de palestrante que a empresa gostou?
5. MC da empresa ou contratado?
6. Quantas pessoas falam, por quanto tempo, em qual horário?
7. Haverá atividade outdoor?
8. Passeio na cidade?
9. Staff do cliente costuma ensaiar?
10. Evento noturno, diurno, o dia todo?
11. Algum evento fora do hotel?
12. De que tipo, quais dias?
13. O material de apresentação será produzido pela agência?
14. É necessário desenvolver PPT, vídeo de abertura, vídeo de encerramento, VT.
15. memória, VT de abertura, VT conceitual?
Haverá entrega de prêmios, homenagens, ou outros “momentos especiais”?
16. Para quantas pessoas/categorias?
17. Há histórico e previsão de duração?

Cenografia

1. Qual é a expectativa do cliente?
2. Tem verba prevista?
3. Devemos cenografar plenária?
4. Palco?
5. Cenografia para noites?
6. Sinalização?
7. Recepção?
8. Qual conceito vamos explorar nessa cenografia?

Comunicação

- Mensagem central
- Qual é a ideia principal a ser transmitida?
- O que o cliente deseja comunicar neste evento?
- Existe uma mensagem central ou tema a ser explorado e desenvolvido?

Tom da comunicação

Definir qual deve ser a abordagem para o público-alvo.

- Formal
- Emocional
- Descontraído/bem-humorado
- Impessoal
- Clássico
- Moderno/arrojado
- Institucional
- Motivacional
- Informal
- Promocional
- Outro

Alinhamento de comunicação

Existe alguma campanha publicitária/interna associada?

Se sim, descrever.

RESULTADOS ESPERADOS

1. Qual é o desejo do cliente?
2. O que ele espera receber, o que ele gostaria de fazer, quais ideias ele tem?
3. Quais referências pessoais ele possui, de outras marcas ou do mesmo evento em edições anteriores?
4. O que ele não gostaria de ver?
5. Quais são as possíveis metas e métricas esperadas pelo cliente?

OUTRAS CONSIDERAÇÕES

Referências, obrigatoriedades, limitações e outras informações importantes.