

BRIEFING CAMPANHA DE INCENTIVO

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

1. EMPRESA

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:

INFORMAÇÕES MERCADOLÓGICAS

Quais são os três principais concorrentes diretos e quais são suas iniciativas? Quais são os pontos favoráveis e desfavoráveis em relação à concorrência? Qual é a imagem da empresa/produto no mercado e com seu público-alvo? Quanto fatura a empresa ou divisão da empresa com quem estamos falando? Região geográfica (qual a abrangência de atuação da empresa)? Se for varejo: quantas lojas?

2. SOBRE O PROGRAMA / CAMPANHA

HISTÓRICO DE CAMPANHAS

O cliente já fez alguma campanha de incentivo? Quais ações foram realizadas, qual foi o objetivo, mecânica, premiação, resultado alcançado, tema e peças desenvolvidas, valor de investimento, canais de comunicação, conceito e peças de comunicação? Se é uma campanha recorrente, buscar histórico com imagens, conceitos, recursos utilizados, pontos fortes e fracos das edições anteriores.

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.

Texto

DESAFIO DA AGÊNCIA

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

PÚBLICO-ALVO

1. Canal e/ou área de atuação.
2. Definição do tipo de equipe (equipe de vendas ou não; externa ou interna; clt ou pj).
3. Público Interno.
4. Público Externo.
5. CLT.
6. PJ.
7. Cargo/categoria e quantidade.
8. Onde estão? Qtd. de filiais e distribuição de participantes.
9. Organograma.
10. Perfil demográfico.
11. Perfil psicográfico.
12. Influência ambiental e cultural.
13. Função e rotina de equipe.
14. Ambiente de trabalho: escritório? Bancadas? Call center? Qual a estrutura de trabalho: mesas e cadeiras fixas, por turno...
15. A equipe já tem algum tipo de premiação por atingimento de objetivos em outros produtos?

16. A equipe já participou de algum tipo de campanha de incentivo?
O que acharam?
17. Segmentação: como estão distribuídas as equipes? Região? Porte?
Faixas e classificação (ex.: volume de vendas, etc).
18. Foi realizada algum tipo de pesquisa com o público?

2. PERÍODO, DATA DE LANÇAMENTO

SAZONALIDADES

Há algum tipo de sazonalidade? Podemos/devemos aproveitar determinadas datas ou se existe um momento/acontecimento-chave dentro desse período?s, conceitos, recursos utilizados, pontos fortes e fracos das edições anteriores.

PRODUTOS / SERVIÇOS DO CLIENTE ENVOLVIDOS NA AÇÃO

- a. Característica da comercialização/venda dos produtos.
- b. Custo médio de mercado.
- c. Diferencial em relação ao concorrente?
- d. Gostaria de passar algum conceito específico nesta campanha?
- e. Principais concorrentes.
- f. Imagens de embalagens, folheto técnico, etc.

Previsão de vendas anual e no período.

Apresentar dados ou referências dos anos anteriores.

3. MECÂNICA

PARTICIPAÇÃO

1. Como geralmente o público participa das campanhas? Entram no site, cadastram-se e dão aceite no regulamento? Participação automático via mailing já existente?...
2. Qual histórico de participação: mailing geral x mailing ativo?

AVALIAÇÃO

1. Quem irá compor as metas?
2. Como estão dimensionadas as vendas – metas, por unidade, por faturamento, por superação? Possui dados históricos de vendas do produto?
3. Se for por região, qual o % de cada uma?
4. Metas serão gerais ou por categoria de produto?
5. Haverá meta de produto foco?
6. Qual o incremento de vendas para o período?
7. Quais indicadores para a campanha? (kpis)

8. Qual a expectativa de fases para a campanha?
9. Qual foi a melhor mecânica já aplicada na empresa e por quê?
10. Qual o histórico de avaliação e mecânica (o que deu certo e o que não deu)
11. Qual a expectativa de mecânica:
 - Bateu, ganhou!
 - Vendeu*, ganhou!
 - Vendeu*, acumulou, ganhou!
 - Superou, ganhou!
 - Ranking
 - Sorteio
12. Qual o percentual geralmente atende a meta, por segmento?
*vendeu, positivou ou outro desafio sem meta.

APURAÇÃO

1. Quem realiza a apuração | processamento de dados e resultados?
2. Caso seja a agência, como e de onde vem os dados para serem apurados?
3. Quem envia a informação?
4. Com que frequência vem os dados?
5. No caso da ação ter consumidor misterioso: qual o histórico de visitas e frequência de visitação? O que foi avaliado? E como foi a premiação?

CONTROLE

1. Historicamente é realizada algum tipo de auditoria, em relação aos dados recebidos?

PREMIAÇÃO

1. Quais foram as premiações e campanhas anteriores?
2. Qual o histórico de valores de premiação? Qual o total de investimento em prêmios e valor por premiado?

PELO HISTÓRICO DE CAMPANHAS ANTERIORES O QUE O PÚBLICO GOSTARIA DE GANHAR:

1. Pontos para resgate em catálogo (histórico de valor de pontos, ou nova composição de valor).
2. Histórico de catálogos já utilizados e modelo de contratação.
3. Pontos para resgate em cartão (histórico de cartão já utilizado).
4. Prêmios instantâneos.
5. Produtos – todos os tipos, quais.
6. Viagens (para onde já fizeram).

7. Experiências.
8. Histórico de cursos e para qual nível.
9. Carro.
10. Moto.
11. Casa.
12. Outros....

COMUNICAÇÃO

1. Qual o mote da campanha?
2. Qual o 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
3. Existe alguma campanha publicitária/interna associada?
Se sim, descrever:
 - A logo da empresa deve estar associada a logomarca ou ela poderá assinar as peças separadamente?
 - Existe um manual de aplicação da marca (guide line) que deve ser respeitado nesse momento de criação, ou o que não pode ser feito em relação a marca e suas aplicações.
 - O público participante tem acesso a telefone celular (smartphone) e internet?
 - Se o público for interno, quais canais de comunicação: intranet; mural...
 - Existiram eventos de lançamento, encontros no período ou evento de premiação nas campanhas anteriores? Onde, como e para quem foram realizados?
 - Como geralmente é realizado o lançamento para os públicos de campanhas anteriores?
 - Qual material de comunicação utilizado para sustentação nas campanhas anteriores?
 - Favor encaminhar logo e exemplo de peças das campanhas anteriores

PORTAL

1. Existiu portal e/ ou app nas campanhas anteriores?
2. Qual expectativa para esta campanha:
3. Portal.
4. App (android e/ ou ios).
5. Site simples – apenas front end.
6. Quais relatórios necessários, em qual formato (relatórios simples com exportação para excel, ou dashboards) e em qual frequência?

OPERAÇÃO

1. Existe alguma necessidade específica em relação ao back office desta campanha? Ex.: profissional de atendimento diferente para cada área envolvida; profissional part time na empresa; promotores...
2. Central de atendimento: a empresa possui uma central para suporte à campanha ou geralmente é contratada com a agência?
3. Entrega de materiais – a logística será via agência ou via cliente?
4. Jurídico será da agência ou do cliente.

BUDGET

1. Qual o budget previsto para a campanha?
2. Como geralmente atuam na proporção: comunicação; suporte (sistema | portal | app | operação | jurídico) e premiação?
3. Qual a forma de pagamentos e emissão de notas? exportação para excel, ou dashboards) e em qual frequência?

DADOS COMPLEMENTARES

1. As campanhas anteriores conseguiram atingir os resultados esperados?
2. O público realmente ficou incentivado em relação a campanha?
3. Existem outras campanhas na área solicitante? (se sim: para qual público e como funciona? (mecânica | premiação | período...).
4. Já está prevista alguma convenção de vendas?
5. Quais são os eventos realizados anualmente pela empresa?