

## BRIEFING PROMOÇÕES

**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

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. Região geográfica (qual a abrangência de atuação da empresa)?
6. Se for varejo: quantas lojas?

## 2. SOBRE A 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 reincidente, 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.

### 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 da equipe.
14. Ambiente de trabalho: escritório? Bancadas? Call center? Qual a estrutura de trabalho: mesas e cadeiras fixas, por turno...

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?

### PRODUTOS/SERVIÇOS DO CLIENTE ENVOLVIDOS NA AÇÃO

1. Característica da comercialização/venda dos produtos envolvidos.
2. Custo médio de mercado.
3. Diferencial em relação ao concorrente?
4. Gostaria de passar algum conceito específico nesta campanha?
5. Principais concorrentes.
6. Imagens de embalagens, folheto técnico, etc.
7. Previsão de vendas anual e no período.
8. Apresentar dados ou referências dos anos anteriores.

### RESUMO

1. Período de Participação: xx dias (O site deverá ficar no ar xx dias).
2. Modalidades: (exemplo: Assemelhado a Sorteio + Concurso).
3. Prêmios:
  - Assemelhado: xx prêmios de R\$ xxxx. ( xx por dia. Serão sorteios semanais, total de 0xxsorteios).
  - Concurso: xx Kits as semifinalistas + R\$ xxx para a vencedora.

### ESTRUTURA

1. Home.
2. Chave visual da promoção;
3. Menu de navegação;
4. Chamadas informando sobre as premiações (instantâneas e a final);
5. Informar período de participação (início e término da promoção);
6. Data do sorteio;
7. Botão “Cadastre-se” (Direciona para formulário de cadastro);
8. Área de login e senha, área para o participante que já se cadastrou.
9. Como participar:
  - a. Descrição da mecânica da promoção;

- 10. Prêmios.**
  - a. Descrição dos prêmios instantâneos e a premiação final da promoção.
  - b. Botão “Cadastre-se”;
- 11. Cadastro.**
- 12. Campo para 1º acesso, solicitando os seguintes dados: nome completo, data de nascimento, CPF, endereço completo, telefone de contato, e-mail e cadastramento de uma senha.**
  - a. Cadastrar os produtos adquiridos;
  - b. Cadastrar receitas;
- 13. Ganhadores:**
  - a. Relação de contemplados. (Considerar o período em que não teremos os ganhadores).
- 14. Regulamento:**
  - a. Regulamento sorteio final.
  - b. Regulamento sorteios intermediário.
- 15. Dúvidas:**
  - a. Perguntas e respostas frequentes.
  - a. Formulário para mandar perguntas (Nome, E-mail, Campo para escrever a questão).

#### **MECÂNICA DA OPERAÇÃO DETALHADA (exemplo)**

- 1. Consumidor compra 01 produto da promoção;**
- 2. Acessa o site da promoção; (prever a compra do domínio).**
- 3. Fazer o seu cadastro pessoal; (dados básicos: Nome completo, CPF, Endereço, Telefones de Contato e e-mail).**
- 4. Cadastra a compra. (Digitando: os dados da nota fiscal - coo, cnpj, data da compra e valor + Código de barras e pin code - que estará nas embalagens).**
- 5. Ao finalizar ganha um número da sorte automaticamente e concorre a sorteios semanais. (Número da sorte referente a compra do produto).**
- 6. Após da compra, ele poderá continuar a 2ª etapa cadastrando para participar da premiação final.**
- 7. Caso ele não queira cadastrar a receita na hora, poderá retornar depois na área de login e senha e cadastrar a mesma. Então ele terá que visualizar cada PIN cadastrado e neste painel ele conseguirá ver os PINS com ou sem receita).**
- 8. Ao cadastrar a forma de participação, ele ganhará outro número da sorte, válido para o período promocional vigente).**
- 9. Semanalmente teremos a transição de bases de participantes para a realização dos sorteios. Com base no resultado da loteria federal (fornecido pela nossa assessoria jurídica) vocês terão que localizar os ganhadores (Seguindo as regras de aproximação que teremos no regulamento).**
- 10. Após a identificação do ganhador de cada sorteio, vocês deverão nos fornecer os dados dos ganhadores para que possamos formalizar a entrega da premiação.**

11. Após a nossa validação os dados dos ganhadores deverão ser disponibilizados no hotsite promocional.
12. Disparo de e-mail MKT ao banco cadastrado na promoção para incentivar a participação da promoção:
13. 1ª Fase- Disparo semanal pelo período da promoção (xxx dias) + xx disparo final -Total de disparos do Banco de Dados – xx disparos. Serão produzidas xx artes de e-mail para esta fase, contemplar o envio com base de

## OPERAÇÃO

Pontos Importantes que precisam ser considerados na sua programação e operação:

1. Domínio: Prever a compra do domínio. Ainda está indefinido o nome da campanha.
2. Segurança: Avaliar as exigências do cliente.
3. Programação: O site deverá ser responsivo e deverá ser configurado nas versões disponíveis dos principais navegadores. Hospedagem: Prever a hospedagem do site por xx dias e do banco de dados dos participantes xxx dias. (Teremos que receber um back-up do bd).
4. Acessos simultâneos: Considerar até xxx usuários simultaneamente.
5. Quantidade de participações: Considerar xxx participantes. Com xxx produtos cada.
6. Sistema para a geração de números da sorte automático: Considerar que teremos até xxx.000 números da sorte, divididos em xxx séries.
7. Sistema para a geração de números da sorte: Mecânica de compra + Mecânica complementar.
8. Fora do da loteria federal (fornecido pela nossa assessoria jurídica) vocês terão que localizar os ganhadores (Seguindo as regras de aproximação que teremos no regulamento).
10. Criação de pincodes, para ser inseridos nas embalagens dos produtos participantes.
11. Área de Admin para que possamos ter acesso às informações diárias sobre: total de cadastros, total de premiados, total de números da sorte gerado, gerar base de dados geral para envio para Auditoria para cada sorteio, geração da base completa das receitas para escolha dos semifinalistas.
12. Tagueamento: Google Analytics e Botões do Site.
13. Manutenção: (Precisamos prever, se acordo com a experiência de vocês o tempo para manutenção)
  - a. Inserção de ganhadores.
  - b. Ajustes necessários em layout.
  - c. Soluções caso ocorram problemas no site quanto:
15. Ataque.
16. Problemas para se cadastrar Cadastro.

### 3. 2ª FASE

#### RESUMO

1. Período: xxxdias (O site deverá ficar no ar xxx dias).
2. Modalidades: Assemelhado a Sorteio + Vale Brinde.
3. Prêmios:
  - Assemelhado: xxxxxxxxxxxx.
  - Vale Brinde: Centenas de vales de até R\$ 499,00. (Serão xxx mil reais distribuídos em xx a xx vales brindes).

#### ESTRUTURA

1. Home.
  2. Chave visual da promoção;
  3. Menu de navegação;
  4. Chamadas informando sobre as premiações (instantâneas e a final);
  5. Informar período de participação (início e término da promoção);
  6. Data do sorteio;
  7. Botão “Cadastre-se” (Direciona para formulário de cadastro);
  8. Área de login e senha, área para o participante que já se cadastrou
  9. Como participar:
    - a. Descrição da mecânica da promoção;
    - b. Botão “Cadastre-se”;
  10. Prêmios:
    - a. Descrição dos prêmios instantâneos e a premiação final da promoção.
    - b. Botão “Cadastre-se”;
  11. Cadastro.
  12. Campo para 1º acesso, solicitando os seguintes dados: nome completo, data de nascimento, CPF, endereço completo, telefone de contato, e-mail e cadastramento de uma senha:
    - a. Cadastrar os produtos adquiridos;
    - b. Cadastrar receitas;
    - c. Visualizar os números da sorte que possui;
    - d. Informações se ganhou ou não o prêmio instantâneo.
  13. Ganhadores:
    - a. Relação de contemplados. (Considerar o período em que não teremos os ganhadores).
  14. Regulamento:
    - a. Regulamento sorteio final.
    - b. Regulamento sorteios intermediário.
- obs.: Serão duas janelas com barra de rolagem interna.
17. Dúvidas:
    - a. Perguntas e respostas frequentes.
    - a. Formulário para mandar perguntas (Nome, E-mail, Campo para escrever a questão).

## MECÂNICA DA OPERAÇÃO DETALHADA

1. Consumidor compra 01 produto da promoção;
2. Acessa o site da promoção; (será o mesmo domínio da fase 1).
3. Fazer o seu cadastro pessoal; (dados básicos: Nome completo, CPF, Endereço, Telefones de Contato e e-mail) (os participantes da primeira fase já estarão pré-cadastrados).
4. Cadastra a compra. (Digitando: os dados da nota fiscal - coo, cnpj, data da compra e valor + Código de barras e pin code - que estará nas embalagens).
5. Após a compra ele vota na receita preferida.
6. Ao finalizar sabe se ganhou o prêmio instantâneo na hora.
7. Se ganhou: Aparecerá a tela com o prêmio + o número da sorte. (Sistema de Contador).
8. Se não ganhou: Aparecerá apenas o número da sorte. (Sistema de Geração de Números da sorte).
9. Ganha um número da sorte automaticamente e concorre ao sorteio final. (número da sorte referente a compra do produto).
10. Após o sistema identificar ganhadores dos prêmios instantâneos deveremos receber um avio no administrativo.
11. A agência fará a identificação dos ganhadores e liberará via sistema a divulgação dos ganhadores. (Pode ser manual, mas vocês terão que prever este processo para divulgação dos ganhadores).
12. No final da promoção teremos a transição de bases de participantes para a realização do sorteio. Com base no resultado da loteria federal (fornecido pela nossa assessoria jurídica) vocês terão que localizar o ganhador (Seguindo as regras de aproximação que teremos no regulamento).
13. Após a identificação do ganhador, vocês deverão nos fornecer os dados dos ganhadores para que possamos formalizar a entrega da premiação.
14. Após a nossa validação os dados do ganhador deverão ser disponibilizados no hotsite promocional.
15. Também teremos um BD com um ranking das receitas mais votadas, ao final da campanha ele deverá ser enviado para a auditoria para validar o resultado do sorteio.
16. Um disparo antes de iniciar a promoção para o Banco de dados da primeira fase + Disparo semanal pelo período da promoção (60 dias) + 01 disparo final. Total de disparos do Banco de Dados – 12 disparos. Serão produzidas 03 artes de e-mail para esta fase. (Considerar o custo a parte).

## OPERAÇÃO

Pontos Importantes que precisam ser considerados na sua programação e operação:

1. Domínio: Prever a compra do domínio. Ainda está indefinido o nome da campanha.
2. Teremos a integração com sites externos?
3. Segurança: Avaliar as exigências do cliente.
4. Programação: O site deverá ser responsivo e deverá ser configurado nas versões disponíveis dos principais navegadores.
5. Hospedagem: Prever a hospedagem do site por xxx dias e do banco de dados dos participantes xxx dias. (Teremos que receber um back-up do bd).
6. Acessos simultâneos: Considerar até xxxxx usuários simultaneamente.
7. Quantidade de participações: Considerar xxx.000 participantes. Com xxx produtos cada.
8. Sistema para a geração de números da sorte automático: Considerar que e teremos até xxx .000 números da sorte, divididos em xxx séries.
9. Sistema para a geração de números da sorte.
10. Sistema para prêmios instantâneos.
11. Formulário de cadastro: Trava para o mesmo CPF, trava para campos em branco (todos serão obrigatórios), trava para dados duplicados.
12. Banco de dados com os votos. (Deverá ser disponibilizado para nosso auditor).
13. Operação de Vale Brinde: Descrita acima.
14. Operação Sorteio: descrita acima.
15. Criação de pincoodes, para ser inseridos nas embalagens dos produtos participantes;
16. Área de Admin para que possamos ter acesso às informações diárias sobre: total de votos por receita, total de cadastros, total de ganhadores de prêmios instantâneos, total de números da sorte gerado, gerar base de dados geral para envio para Auditoria para cada sorteio.
17. Tagueamento: Google Analytics, Tudo Gostos e Botões do Site.
18. Manutenção: (Precisamos prever, se acordo com a experiência de vocês o tempo para manutenção).
19. Inserção de ganhadores.
20. Ajustes necessários em layout.
21. Soluções caso ocorram problemas no site quanto:
  - Fora do Ar - Lentidão
  - Ataque
  - Problemas para se cadastrar Cadastro
  - Problemas de Acesso Cadastro
  - Reclamações sobre acesso ao Site