



# BRANDING BRIEF CREATIVO

## ¿Qué es el briefing creativo?

El briefing creativo es un documento escrito, donde el cliente nos aporta información sobre su empresa, ayuda a direccionar las estrategias a partir de los valores, personalidad, diferenciadores, promesas, los objetivos que persigue, a qué público le interesaría llegar, cuál es su competencia, qué mensaje quiere enviar y cualquier otra información que pueda ayudarnos a enfocar el proyecto correctamente. Se suele completar en las primeras reuniones con el cliente y no se comienza a diseñar sin él.

### 1. Información sobre el cliente:

- \* Descripción de la empresa (Somos una empresa dedicada a...
- \* ¿Tiene algún significado el nombre de su empresa? ¿Cómo surgió?
- \* ¿Cuáles son las 5 cosas más sagradas para nosotros y nuestro negocio?
- \* Sector en el que desempeña su labor.
- \* Cuáles son sus productos o servicios.
- \* Valores o filosofía de la empresa.
- \* Sus ventajas competitivas frente a la competencia.

### 2.Cuál es el objetivo del proyecto:

- \* Conseguir nuevos clientes.
- \* Fidelizar clientes ya existentes.
- \* Cambiar la imagen de marca.
- \* Otro ¿Cuál?

### 3. Público objetivo (target o audiencia):

A quién queremos llegar con este proyecto, cuanto más definida sea la audiencia más fácil será crear un diseño efectivo:

- \* Edad, sexo, localización geográfica.
- \* Ocupación, estatus social, nivel económico.
- \* Gustos aficiones, hábitos, conductas.
- \* Cuál es el más fuerte motivador para elegirnos?
- \* ¿En qué momento nos elige?
- \* ¿Cuál es la necesidad que estamos supliendo que nuestros competidores no?
- \* ¿Qué les contará a sus amigos cuando obtenga lo mejor de nosotros?
- \* ¿Qué me hace diferente de mi competencia?
- \* ¿Qué me hace sobresalir en el mercado?

### 4. Y ahora concentrémonos en el logo.

- \* Qué dos o tres valores de su empresa desea transmitir en el logo: dinamismo, juventud, clase, sobriedad, innovación, fuerza, alegría, velocidad, tradición, elegancia, etc.
- \* Qué marca famosa personifica los valores de manera más fuerte?
- \* Si fuera un carro, cuál sería y por qué?
- \* Si fuera una persona famosa quién sería y por qué?
- \* Qué colores le gustan para representar su negocio, ¿por qué?
- \* Qué logotipos de la competencia le gustan y cuáles no ¿por qué?
- \* ¿Hay algún elemento que deba aparecer en el logo?
- \* ¿Hay algún elemento que el diseñador deba evitar?



Alejandro A. Arango Berrío.  
Director General  
Más Creativos Medellín

