The Branding Brief

Fuente: The Chartered Institute of Marketing UK

Adaptación: Rafael Salguero Rosero

Liderazgo transformacional
en la **Dirección**
Creativa

Ciente/Marca:		Fecha:	
Proyecto:		Empresa:	
Redactor del Brief: writer:		Presupuesto:	

Objetivo	Branding Brief
	<p>¿Cuál es exactamente el objetivo por el cuál solicita el servicio?</p> <p>¿Cuáles factores considera críticos para llegar al éxito?</p> <p>¿Cómo considera llegar al éxito? ¿Qué indicadores considera usted para saber que es exitoso?</p> <p>¿Habrá una medición cualitativa como cuantitativa?</p>

Posicionamiento – Anote un breve “elevator pitch” –Tipo de Discurso– Branding de su empresa.
<p>Sea claro cuál es el problema por resolver, por qué es un problema, y que tiene este problema.</p> <p>A continuación, rellenar los espacios, a continuación, crear el “pitch” discurso:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Ha sido creado para (Escriba sus criterios demográficos / segmento / público objetivo usuario / cliente)2. Quién (Indicar su necesidad / su problema).3. El o La (Nombre de su producto / servicio)4. es un (El tipo de producto / servicio que es)5. Eso (Una declaración de sus principales ventajas. La razón por la que su público lo necesita / va a comprar).6. A diferencia de (su principal competidor / alternativa a su producto / servicio)7. Nosotros (¿Cómo se diferencia de las alternativas de la competencia / existente?).

Posicionamiento deseado actualmente / Breve imagen de marca Branding	Branding Brief
	<ol style="list-style-type: none">1. ¿Cuál es el posicionamiento actual y deseado de la marca? ¿Es su promesa de Marca? ¿Su personalidad? [Por ejemplo, Mercedes podría colocarse como el coche mejor diseñado del mundo.]2. ¿Cuál es la imagen de marca actual y deseada? [Imagen de la marca Mercedes podría ser "superioridad de la artesanía y la seguridad hasta el más mínimo detalle"]

Destinatarios**Branding Brief**

¿Qué conocimiento relevante posees de la audiencia principal? ¿Hay datos de una investigación real?
¿Qué los motiva a adquirir el producto y/o servicio? ¿Qué problemas tienen?
¿Cuál es el grupo etareo, demográfica, geo-demográfica, gustos, lo que no les gusta, etc.?

Competidores**Branding Brief**

¿Cómo se diferencian?
¿Cuál es su posicionamiento de marca?
¿Cuál es su Promesa de Marca?
¿Cuál es la personalidad de la marca?
¿Impresión de la marca?
¿Identidad de marca?

Valores de la Compañía**Branding Brief**

Lista de valores más importantes de la marca de fábrica / de la empresa a sus clientes.
¿Qué hace que la empresa sea diferente / mejor que sus competidores?
¿Se pueden justificar estos diferenciadores?

Brand promotion -Promoción de Marca-**Branding Brief**

¿Cómo se promoverá la marca - interna - externamente?
¿Existen limitaciones o inclusiones obligatorias?

Budget -Presupuesto-**Timings -Calendarización-**

¿Cuál es el presupuesto para este trabajo?
(producción, impuestos, medios de comunicación, etc.)
¿Incluye los costos de terceras personas que intervengan?

¿Cuáles son todas las fechas críticas?

Aprobación

NOMBRE :**FECHA:****NOMBRE :****FECHA:**