

Brief

Prima di costruire
un progetto di comunicazione
per qualcuno, devi conoscere
le fondamenta del suo lavoro
e lo snodo di tutti i processi:
in quella profondità risiede il DNA
del brand che dovrai
raccontare.



Brief

Utilizza un modello o un questionario per indagare diverse aree:

- Strategie di marketing: *analisi dei bisogni aggiornate*
- Il mercato nel quale opera l'azienda: *chi sono i competitor - innovazioni in atto*
- Vision e Mission: *coerenti e attuali*
- Target di riferimento: *personas - analisi aggiornate*



Brief

- Strategie di comunicazione: *linguaggio, tov, canali, terreni narrativi*
- Processo di vendita: *percorso che porta alla proposta*
- Processo di acquisto: *percorso che porta all'acquisto*
- Insight: *cosa vuole il target*
- Budget a disposizione del nuovo progetto



Brief

Per ogni area vai in profondità costruendoti una visione chiara del brand (azienda/persona).

Fai domande utili a comprendere se management e valori sono ancora corrispondenti e se nei vari processi è rintracciabile la visione dell'azienda.



Brief

ESEMPI DI DOMANDE

Se manca allineamento di visione, valori e missione, approfondisci con domande mirate:

- Perchè hai creato questa attività
- Che valore ha per te oggi?
- Quello che fai come serve la tua mission ?



Brief

- Indica tre parole chiave con le quali definiresti oggi la tua attività
- Quali avvenimenti, negli ultimi anni, hanno modificato la tua visione del mondo?

E così via, più scendi in profondità, più farai emergere elementi di allineamento al momento presente.



Brief

Da questa analisi verticale, otterrai:

- chiarezza per te e per il cliente che, ripercorrendo le fondamenta, capirà se sono ancora solide o se vanno modificate prima di approcciare nuovi lavori
- il tempo impiegato nell'analisi sarà tempo risparmiato nella progettazione



Brief

- la scrittura di un brief chiaro e coerente con il momento presente
- la definizione di un budget dal quale partire, che non cambia in corsa
- la possibilità di lavorare senza dover correggere più volte la direzione.

