

Brief

Descripción del proyecto

Fecha:

Empresa:

Marca:

Sub-marca:

Categoría:

1) Descripción del proyecto:

Marca / Imagen

Empaque

Envase / etiqueta

Colaterales

Producto

Nuevo

En el mercado

Alcances:

Local

Regional / Nacional

Internacional

Diseño:

Propuesta

Adaptación

Otro

¿Cuentan con manual de imagen o marca? _____

¿Qué restricciones tiene la marca, se encuentra registrada? _____

Posicionamiento ¿Cuál es el posicionamiento de la marca?

¿Hay alguna marca o identidad aval, qué jerarquía tiene? _____

¿Existe algún estudio de mercado ante su competencia?

Si

No

Porque: _____ ¿Estarían dispuestos a realizarlos?

Si

No

¿Qué fuerza tiene la marca, que tan distintiva es la marca?

Nuevo Diseño, Re diseño: Cuál es la razón del cambio?

Extensión de línea:

Cuántos SKU's:

Cuántas adaptaciones:

¿Se tiene un brief creativo?

Si

No

¿Quién lo propone?

metagraf

Cliente

Tipo de producto:

Consistencia del producto:

Caducidad: (Perecedero)

2) Objetivo principal de comunicación

¿Qué debemos lograr? _____

(No se trata de incrementar la facturación, hay que establecer el mensaje que debemos transmitir para que las personas nos compren)

Utilidad de la marca / Características de la marca

Personalidad de la marca

Nivel Socio económico (NSE)

Sexo

Edad

Personalidad

¿A quién le estamos hablando? (Grupo objetivo Demográfico / Definir Segmentos)

¿Cuál es el perfil psico-demográfico? Hábitos, actitudes en relación a la oferta y el beneficio que le vamos a dar.

¿Qué necesidad voy a satisfacer con el producto? ¿Qué problema le voy a solucionar?

Brief

Descripción del proyecto

Objetivos de comunicación

¿Cuál es la promesa del producto?	¿Es para atacar a la competencia?	Si <input type="radio"/>	No <input type="radio"/>
¿Cuáles son sus motivaciones de compra?	¿Se tienen muestras anteriores o de la competencia?	Si <input type="radio"/>	No <input type="radio"/>
¿Cuáles son los frenos de compra?	Calidad de la competencia	Si <input type="radio"/>	No <input type="radio"/>
¿De qué clase se considera el producto?	Desventajas contra la competencia		
¿Dónde se vende o venderá?	Ventajas contra la competencia		
¿Dónde se consume el producto?	¿El producto cuenta actualmente con algún tipo de problema?		
¿Cuál es su competencia directa?	¿Dentro de su categoría, qué valor tiene?		
Costo contra la competencia	¿Cuál es su color, sabor o presentación de poder?		
	¿Qué diferenciación se tienen o se quiere mantener?		

Objetivos de comunicación / Re diseño / Promoción

Unique Selling Proposition (Propuesta Única de Venta)

¿Cuál es la oferta o promoción que voy a promover?

¿Qué tiene mi oferta o promoción que no tienen las demás?

¿Qué beneficio debo transmitir? (No son las características o forma de pago sino qué beneficio aportan esas características)

¿Qué le voy a prometer? ¿Cómo lo voy a solucionar? Evitar promesas subjetivas, p.ej. El Mejor.. El Más... El Único...

¿Por qué me lo va a creer? (No es el respaldo de la empresa, sino el racional que este respaldado por la oferta)

Puede ser la Marca, La presencia en el mercado, la garantía...

¿Posicionamiento de la oferta o promoción?

¿Qué limitantes / desventajas tiene mi oferta contra la competencia?

¿Qué quiero que el cliente aprenda? (Mensaje claro, informativo, sencillo)

¿Qué quiero que el cliente sienta?

¿Qué quiero que el cliente haga?

¿Qué implica que el cliente responda a la oferta o promoción?

Definir tono y manera.

Consumidor meta

Detonador de compra:

Del producto:

De la categoría

Antecedentes:

Descripción de la imagen y personalidad de la marca

¿Está el proyecto relacionado con alguna campaña publicitaria?

¿Por qué se quiere hacer el proyecto?:

¿Qué representa para la empresa este proyecto?

¿Qué momento te da a ti como líder del proyecto dentro de la empresa?

¿Qué momento vive el equipo involucrado en el proyecto?

¿De cuántos productos estamos hablando?:

¿Hay algún tema o prioridad a destacar?:

¿Se tienen los textos finales?: Si No ¿Quién los propone? Cliente metagraf

¿Hasta dónde es el alcance de metagraf en este proyecto?:

Diseño

Diseño, coordinación

Desarrollo y supervisión del proyecto completo

Tiempos

	L	M	M	J	V	S/D	L	M	M	J	V	S/D

Muestras de producto o material recibido.

Puntos a mejorar o a considerar:

Producto

Manual de uso

Medio digital

Folletos

Otros

Describe: _____

Manual de imagen

Logotipos

Colores / Pantones

Fuentes

Fotografías / ilustraciones

Requisitos de ejecución (Guidelines o Lineamientos)

a. Arquitectura de marca

i. Jerarquía de la información

b. Elementos gráficos o físicos deben incluirse

Mandatorios Legales

Gráficos

Brief

Descripción del proyecto

Requisitos de ejecución (Guidelines o Lineamientos)

i. Layout

ii. Marca / Logotipo

iii. Grs / Volts / Cont. Net. / etc

iv. Vitaminas u otro elemento adicional

v. Product Shot o imagen

vi. Personaje

¿Qué restricciones tiene la marca o identidad corporativa?:

Lineamientos de diseño o consideraciones a aplicar

¿Cómo se va a distribuir?

¿Qué formato se tiene pensado, se puede sugerir? Si No

¿Cuántas páginas se tienen pensadas, puede cambiar el número de páginas? Si No

¿Qué tipo y cuánta información será publicada?

Estilo u orientación: Infantil Adulto Serio Alegre Impactante

Sutil Sencillo Elegante Conservador Tradicional Moderno Lujoso

Otro:

¿Se requiere nomenclatura para el producto?, ¿Quién lo propone? Cliente metagraf

¿Se requiere hacer manual de usos y aplicaciones de la marca?

¿Se requiere de un slogan o existe alguno?, ¿Cuál?:

¿Se requiere de una mascota primaria? ¿Mascota Secundaria?

¿Se tienen los textos finales?, Si no, ¿Quién los propone? Cliente metagraf

¿Existen restricciones jurídicas o legales, cuales?

Se tiene pensado el uso de: viñetas ilustración fotografía

La fotografía es de: banco de imágenes stock anterior nueva producción otro:

¿metagraf se hace cargo de la contratación del fotógrafo o ilustrador? Si No con:

¿Quiéere el cliente estar en la producción fotográfica?: Si No

En caso de fotografía de producto, ¿Qué tiempo le lleva recolectar todo el material?

¿Algún permiso especial para el acceso a sus instalaciones en caso de tomas fotográficas o visitas necesarias? Si No

¿Se requiere de supervisión fotográfica?: Si No

Lineamientos de diseño o consideraciones a aplicar

¿Con qué métodos de producción contamos, se pueden cambiar?:

¿Se cuenta actualmente con algún tipo de problema en la producción?

¿Métodos de producción?:

¿Con algún proveedor en especial?:

Método de impresión

Tipo de material

¿Se puede proponer?

¿Alguna restricción o limitante en la producción?

¿Cuántas tintas?

¿Se puede proponer?

¿Algún material en especial para imprimir?

Tiraje: ¿Cuántas piezas serán producidas?:

¿Qué tiempo lleva la producción?

¿Cuándo se quiere tener la pieza lista?:

¿Cuándo se quiere tener el producto en el mercado?

¿Se requiere de supervisión en la impresión?

Si

No

¿Quiere el cliente estar en la firma de pliegos en imprenta?

Si

No

¿Se requieren copias extras de dummies preliminares antes de impresión para autorización o presentaciones?:

Si

No

Extras

¿Se requieren de materiales extras?

Imágenes

Boards

Presentaciones

Material POP

¿Qué tipo?:

Otro:

Alguna otra observación o comentario?:

Aprobación

Gerente de marca

Gerente de grupo

Director de Mercadotecnia

Autor: