**I.E. CENTRO FORMATIVO DE ANTIOQUIA
COMO HACER UN BRIEF INFORMATIVO PARA UN PROYECTO DE DISEÑO**

Cuando tenemos que realizar un proyecto, sea cual sea, el punto de partida debe ser la recopilación de la información. Esto nos va a ayudar a establecer un punto de partida y a definir metas que se tendrán que cumplir con el proyecto en cuestión. Además nos proporciona una guía sobre cuáles serán las posibles soluciones. En diseño no es la excepción, sea cual sea la rama, gráfico, web, multimedia, interiores, industrial.

¿Qué es un brief? Es un resumen donde se citan las características, metas y entorno, a grandes rasgos, de una empresa o producto. Nos permite conocer mejor al cliente y así tener un mejor panorama para realizar una planeación más efectiva.

La estructura básica se compone de tres partes básicas: **información general de la empresa, cuestionario e información adicional**. En la primera parte que es la información general recopilamos los datos generales de la empresa como son: nombre, dirección, teléfono, sitio web, etc., tipo de proyecto (folleto, logo, sitio web, etc.) y además una parte clave en el desarrollo: la persona de contacto por parte de la empresa, con sus respectivos datos, teléfono, teléfono celular, e-mail y horario de trabajo. De esta forma sabremos con quién habremos de dirigirnos y a qué hora lo podremos encontrar, esto nos evitará muchísimos dolores de cabeza.

Seguimos con el cuestionario de recopilación de información. Aquí hay infinidad de maneras de organizar las preguntas y también una gran cantidad de preguntas que podemos hacer a nuestro cliente, aunque pueden resumirse en un cuestionario de 20 preguntas claras y sencillas organizadas en 5 secciones.

La primera sección corresponde a las preguntas sobre la empresa, esto nos permitirá darnos un panorama general sobre la filosofía de nuestro cliente.

1.- ¿Cuál es el propósito de la empresa o producto?

2.- ¿Cuál es la historia de su empresa?

3.- ¿Cuál es su misión?

4.- ¿Cuáles son las metas más importantes de la empresa o producto (en orden de importancia de mayor a menor)?

5.- Describa sus productos o servicios

6.- Defina en una sola frase su empresa o producto

En la segunda sección hacemos las preguntas sobre el mercado meta a quien va dirigido el producto, la audiencia.

 7.- ¿Cuál es su meta de mercado?

8.- ¿Cómo quiere ser percibido por sus clientes?

9.- ¿Por qué sus clientes prefieren su producto o servicio sobre otros?

Seguimos con la tercera sección, una vez que tenemos un conocimiento general sobre nuestro cliente es momento de saber cómo percibe a su competencia con las siguientes preguntas:

10.- ¿Quiénes son sus competidores?

11.- ¿Cuáles son sus ventajas contra la competencia?

12.- ¿Cuáles son sus desventajas contra la competencia?

13.- Existe algún competidor al que admire ¿Cuál es y por qué?

En la cuarta sección hacemos las preguntas que corresponden al entorno donde se desenvuelve el cliente, que lo afecta, que lo beneficia, las cruentas serían las siguientes:

14.- ¿Qué tendencias o cambios afectan a la industria?

15.- ¿Qué visión de su empresa tiene a corto y mediano plazo?

16.- ¿Tiene alguna forma de medir la efectividad de su producto o servicio?¿Cuál es?

En la quinta sección, hay que saber si el cliente sigue alguna estrategia de comunicación o si en el pasado la ha implementado, esto es de suma importancia ya que muchas veces las empresas tienen directivas acerca del manejo de su imagen y estas tienen que considerarse cuando desarrollemos el proyecto. Las preguntas son las siguientes:

17.- ¿Ha implementado alguna estrategia de comunicación anteriormente, cual?

18.- Si contestó afirmativamente la pregunta anterior ¿Qué resultados obtuvo?

19.- ¿Qué podría afectar el éxito de su empresa o producto?

20.- ¿Tiene planes de expansión de su empresa o desarrollos de nuevos productos en un corto plazo? ¿Cuáles?

Por último, la tercera parte de nuestro brief es la de la información adicional. En caso de nuestro cliente tenga datos adicionales que agregar es importante que lo haga, comentarios, recomendaciones o dudas. También, podemos agregar información que nosotros hayamos recopilado o algún punto que queramos hacer notar.

De esta manera con 20 sencillas preguntas tenemos la información necesaria para iniciar un proyecto con una visión más clara sobre nuestro objetivo y esto nos permite ofrecer mejores propuestas que satisfagan las necesidades de nuestro cliente con un producto adecuado.

Es importante recalcar que un brief es una herramienta muy flexible que se debe adaptar a nuestras necesidades, las preguntas que mencione anteriormente corresponden a brief informativo que nos ofrece los puntos clave de nuestro cliente, pero habrá ocasiones en las que necesitamos saber algo más especifico, entonces será necesario especificarlo y agregar las preguntas correspondientes. Lo importante es obtener la mayor cantidad de información relevante y no abrumar a nuestro cliente con muchas preguntas sin sentido.

Webgrafía:

<http://www.mexside.com/tutorial/como-hacer-un-brief-informativo-para-un-proyecto-de-diseno>