**BRIEFING 1**

**(BORRA LA PARTE AMARILLA Y RELLÉNALA)**

1 Situación inicial

(Descripción de la empresa, productos o servicios, formas de ventas, fortalezas, debilidades, etc. Conocer también la parte digital: su página web, rrss y acciones realizadas en el pasado).

2 Público objetivo

Cuanta más precisión a la hora de saber el público objetivo según el producto/servicio mejor (edad, género, intereses, estilo de vida, actitudes, etc). Y definir segmentos concretos.

3 Presupuesto

Conocer el presupuesto disponible para poder recomendar los métodos más eficaces para el caso en concreto de la empresa.

4 Objetivos a corto y medio plazo

Qué cambios está buscando la empresa, objetivos generales del negocio, expectativas realistas a corto y medio plazo.

5 Aspectos a mejorar

Definir los principales canales potenciales de crecimiento y mejora, elegir las fortalezas que se quieren comunicar y potenciar.

**BRIEFING 2**

**(BORRA LA PARTE AMARILLA Y RELLÉNALA)**

1 Datos empresa

Misión, visión, valores, objetivos, conocer un poco el estilo de la empresa y sus métodos. Otros datos o ideas que puedan ser de interés para el proyecto.

2 Productos/Servicios

Descripción, características, líneas afines, política de marca y ofertas, precios. Todo lo que se ha hecho anteriormente y lo que se tiene en mente para mejorar.

3 Mercado y público

Cuota de mercado, competencia directa/indirecta, proyección futura y crecimiento anterior, segmentación de mercado, público objetivo (intereses, sexo, edades, etc.), posibles nuevos nichos y segmentaciones.

4 DAFO Global

Debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades (en cualquier ámbito de la empresa).

5 Objetivos

Marcar líneas de objetivos por temporalidad y acciones.