ÁREA DE FORMAÇÃO: GESTÃO DA MARKETING

BRIEFING EFICAZ: O PRIMEIRO PASSO PARA GRANDES IDEIAS

DATA	HORÁRIO	DURAÇÃO	LOCAL
19/01/2027 20/01/2027	9h/13h – 14h/18h 9h/13h	12 horas	Lisboa

OBJETIVO GERAL:

No final deste curso, os participantes deverão ser capazes de preparar um *brief* que inspire equipas criativas a procurar a melhor resolução criativa de um problema.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- ✓ Conhecer e aplicar um conjunto de conceito-base;
- ✓ Conhecer e aplicar um conjunto de modelos e ferramentas de planeamento estratégico de comunicação;
- ✓ Saber preparar, pensar e discutir um *brief* de cliente;
- ✓ Saber redigir e partilhar um *brief* de agência;
- ✓ Saber avaliar o trabalho criativo.

CONTEÚDOS:

Tema	Carga horária	Conteúdos
Ideias: o objetivo do *brief*	1h	➢ O que são? como se obtêm? as suas propriedades; diferença entre conceito e execução. ➢ O papel do b*rief* no processo criativo.
Conceitos-base: *speed dating*	1h	➢ Para saber do que falamos quando falamos de marca e produto, ✓ posicionamento, *brand idea* e propósito e, ✓ por fim, de planeamento estratégico de comunicação.
A caixa de ferramentas	4h	➢ <u>Modelos e ferramentas:</u> ○ *Planning Cycle*; ○ *Diamonds are forever*; ○ Perguntas para um *Brief*; ○ *Brand Key;* ○ *SWOT*; ○ Ciclo de Vida de Produto; ○ Matriz BCG; ○ *Sales-increasing Tautology*; ○ *Sale of Advertising Response*; ○ *Consumer Buying System*; ○ Motivadores e Discriminadores; ○ *Sheep and Goats*; ○ *Planning Square*; ○ *The Big Ideal*; ○ *Golden Circle*; ○ *WSP*; ○ *Disruption*; Arquétipos; ✓ Exercícios.

Antes do b*rief*: a radiografia do mercado e o b*rief* do cliente	1h	➢ Como ajudar os anunciantes a tirar o melhor partido da(s) sua(s) agência(s)? ✓ radiografia do mercado; ✓ problema ou oportunidade? ✓ *template* de *brief* do cliente.
O *brief*: direção e inspiração	4h	➢ Funções; ➢ *Dos and don'ts;* ➢ *Insights*: o que são e como obtê-los? ➢ *Templates* de *briefs* de agência; ➢ Exercícios práticos.
Depois do *brief*: a avaliação criativa	1h	➢ Critérios; pensamento lateral e cartas criativas.

PREÇO ASSOCIADO: 240€+IVA **PREÇO NÃO ASSOCIADO: 310€+IVA**

FORMADOR: NUNO MELO

O Nuno é professor adjunto convidado da ESCS e *planning director* da ACNE, a agência criativa da Deloitte. É licenciado e pós-graduado em comunicação, pós-graduado em marketing e fez a parte curricular do mestrado em ciências da comunicação na FCSH/NOVA.

Começou a sua carreira na banca – no Crédit Lyonnais –, foi diretor de contas na TBWA e diretor de serviço a clientes e planeamento estratégico na J. Walter Thompson, função que desempenhou de 2000 a 2022. Tem 30 anos de experiência em cliente e agências - no retalho, banca, telcos, energia, FMCG, indústria farmacêutica, Estado e 3º setor - em quase todas as disciplinas de comunicação.

Ajudou a lançar o Euromilhões com o conceito da "excentricidade", a fazer de Sumol um refrigerante escolhido, ao mesmo tempo, por pais e filhos, a IKEA a levar o *design* para as nossas casas e a desenvolver as campanhas da Galp e da Sagres de apoio à seleção nacional de futebol em Europeus e Mundiais.

Em 2010, atravessou o Atlântico a bordo do navio-escola Sagres para escrever o diário de bordo.

Acredita que todas as organizações e marcas devem procurar o seu propósito e organizar toda a sua proposta de valor e comunicação em torno deste. E que isso começa com um bom *brief*.

É pai – orgulhoso - da Maria e da Teresa.