

BRIEF CANVAS

O QUE IMPORTA?



UM MODELO PARA BRIEFING

Reuniões de Briefing servem para apresentar uma demanda de serviço/produto a alguém. Porém, cada vez mais, as reuniões de briefing estão se configurando como oportunidades para exploração de uma realidade indesejada e conhecimento do negócio do Cliente do que com uma apresentação estruturada de um pedido.

No Workshop Briefing (16 HORAS), os participantes entendem como este momento estratégico faz parte do processo de **PROBLEM SOLVING**, uma vez que definir e estruturar um problema (**PROBLEM FINDING/FRAMING**) já faz parte de sua solução.

O **DIAGRAMA BRIEF CANVAS** foi criado para ajudar pessoas a anotarem, sucintamente, as informações que irão compor o documento **Brief**. São questões que guiarão a elaboração da **PROPOSTA COMERCIAL**. Porém, trata-se de uma ferramenta genérica que eu criei para incentivar você a criar a sua própria ferramenta.

No **WORKSHOP**, cada um concebe um modelo único de diagrama e documento, de acordo com sua área de atuação. Se você tem um grupo de pessoas interessadas em aperfeiço-

ar suas competências em Briefing, reuniões, documentação e comunicação com outras equipes, agende uma turma **IN COMPANY**.
www.sensemakers.com.br/#workshops

COMO PREENCHER A FERRAMENTA BRIEF CANVAS

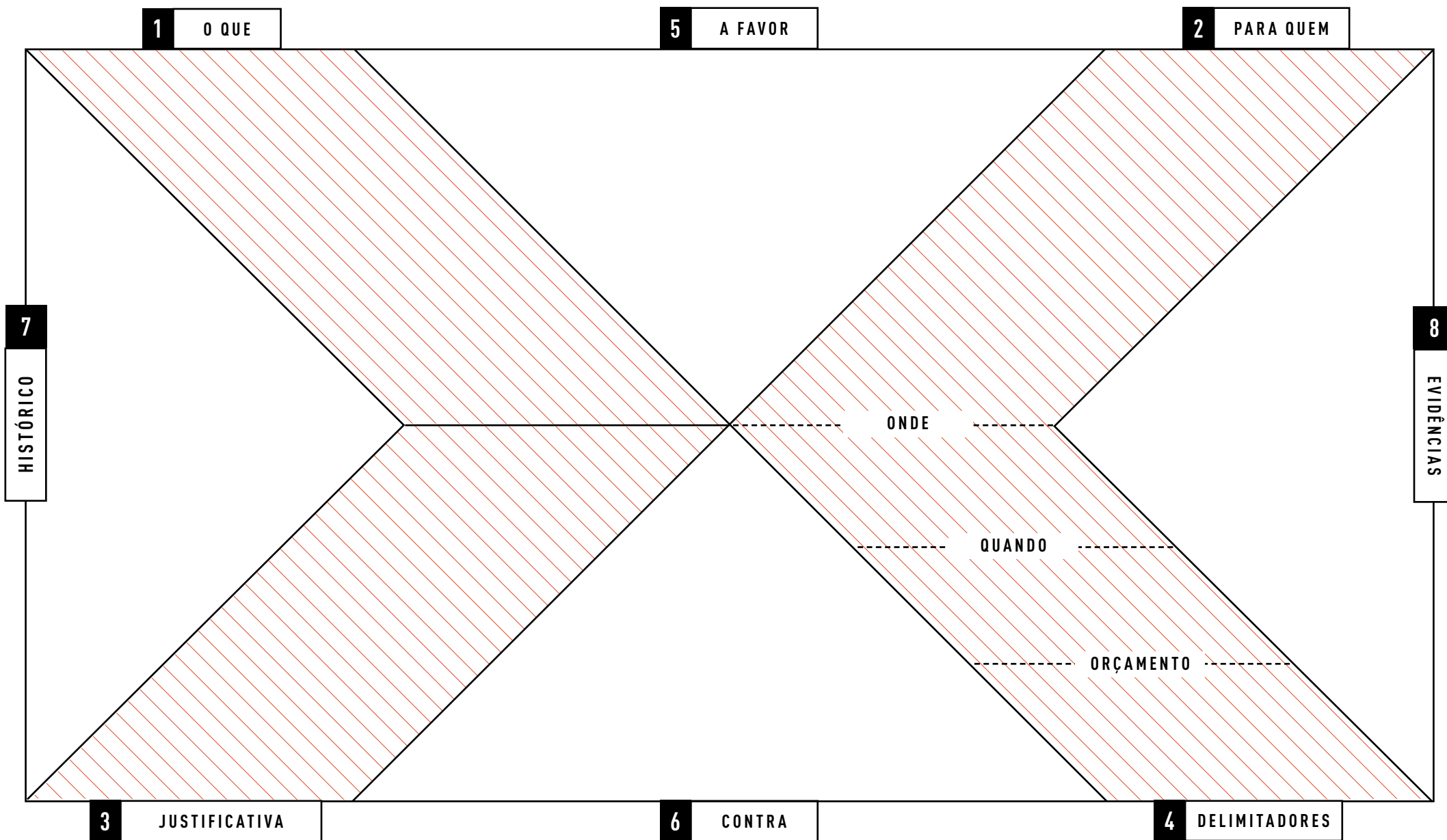
Siga a numeração indicada no diagrama para estruturar as informações em ordem lógica, independente da ordem em que elas aparecem durante a reunião. As dinâmicas da reuniões são um tópico à parte no **WORKSHOP BRIEF**.

Use verbos fortes e claros como **MANTER, CRIAR, INVESTIGAR, REDUZIR, IMPLEMENTAR** etc. Evite adjetivos e advérbios. Concentre-se nos verbos e substantivos.

O diagrama foi projetado para ser impresso em A4 (ou formato ofício), justamente para forçar você a ser preciso e conciso no preenchimento. Esta competência pode ser desenvolvida no workshop.

Ver **WORKSHOP SÍNTESE TEXTUAL**.
www.sensemakers.com.br/#workshops

BRIEF CANVAS ▷ UM MODELO PARA BRIEFING



BRIEF CANVAS ▷ UM MODELO PARA BRIEFING

I FIRST THINGS FIRST COMECE PELAS QUESTÕES DIRETAS E OBJETIVAS

O QUE: Descreva a demanda, mesmo que ela seja apresentada como uma solução. Exemplo: Cliente precisa de uma solução para armazenagem, transporte e display de sapatos, mas pede um novo modelo de CAIXA. Ou o cliente quer aumentar a retenção de funcionários em uma área da empresa e pede um TEAM BUILDING.

PARA QUEM: Para quem será desenhada a solução?

JUSTIFICATIVA: Por que esta demanda surgiu?

DELIMITADORES: Verifique se existem restrições para sua imaginação. Há uma previsão de orçamento, uma mídia pré-definida, uma data específica, como um evento, por exemplo? Mas não desanime: restrições são insumos para a criatividade.

ONDE: Pode ser um local ou uma mídia, depende do contexto.

QUANDO: Em quanto tempo esperam receber a solução?

ORÇAMENTO (QUANTO): Nem sempre é revelado. Depende do tipo de demanda e do nível de relacionamento entre os envolvidos.

II ENCONTRE AS FORÇAS OCULTAS

A FAVOR: Quais são as circunstâncias favoráveis à nova solução? Exemplo: A pesquisa de clima organizacional foi positiva. Ou, uma celebridade fez um selfie de grande repercussão utilizando a marca voluntariamente.

CONTRA: Quais são as circunstâncias desfavoráveis à nova solução? Exemplo: Novo Diretor é pouco empático. Ou, concorrência lançou produto similar há poucos dias.

PASSADO: Histórico - O que já foi tentado para solucionar o problema na empresa? O que aconteceu, quando foi, quais eram as circunstâncias.

FUTURO: Evidências - Quando a solução for uma realidade, como o cliente saberá que foi bem sucedida? Pergunta de ouro: quais os indicadores de sucesso deste projeto?

ATENÇÃO

O BRIEF não responde ao **COMO**.

A PROPOSTA COMERCIAL responde ao **COMO**.

O BRIEF CANVAS não deve ser enviado ao Cliente.

É uma ferramenta interna que serve para estruturar as informações coletadas nas interações com o Cliente.

A próxima etapa é elaborar o **BRIEF DOC**

(documentação do brief para validação do cliente).

Este documento não pretende esgotar as possibilidades de uso da Ferramenta BRIEF CANVAS. Se você tem um grupo de pessoas interessadas em conhecer ou aperfeiçoar suas competências em BRIEFING, PROBLEM FRAMING E PROBLEM SOLVING, agende uma turma IN COMPANY.

www.sensemakers.com.br/#workshops

BRIEF CANVAS ▷ UM MODELO PARA BRIEFING

FAZ DIFERENÇA QUEM FAZ SENTIDO



Denise ELER
contato@sensemakers.com.br

CONHEÇA TAMBÉM OUTRAS FERRAMENTAS

RADAR

ONDE ESTÁ A COMPETITIVIDADE
DO SEU MODELO DE NEGÓCIOS?



SABATINA

EXPLORE QUESTÕES PARA O
POSICIONAMENTO DE MERCADO
DE UM SERVIÇO OU PRODUTO.



CONHECE ALGUÉM QUE GOSTARIA
DE TER ACESSO A ESTE MATERIAL?

COMPARTILHE: www.sensemakers.com.br/#gifts

Este documento faz parte do material didático do
Programa de Capacitação em Design Thinking & Sensemaking, de Denise Eler



DESIGNED BY: DENISE ELER

WWW.SENSEMAKERS.COM.BR