

Per definire un progetto di comunicazione abbiamo il nostro coltellino svizzero: il Brief!

Il **Brief** è il documento che il cliente scrive quando affida un nuovo progetto di comunicazione alla sua agenzia. Deve contenere **istruzioni precise** e **sintetiche** su quanto si desidera sviluppare e gli obiettivi da raggiungere. *Sembra semplice eh!?*

Diciamo che negli anni ci è capitato raramente di ricevere un documento con queste caratteristiche già in prima battuta. E non sempre è colpa del cliente, anche da parte nostra non è facilissimo mantenere sempre il focus sulle domande giuste, si sa la creatività fa girare la testa, le idee... e a volte ci si perde.

Così, per aiutarci tutti, con gli anni l'intero staff di BMC (Giulia, Martina, Giampaolo, Valeria e sì pure io) abbiamo messo assieme tutti gli **elementi fondamentali** che dobbiamo conoscere e sapere quando si parte con un **nuovo progetto**.

*"Sono nati dei **modelli di brief** che aiutano i nostri clienti (e noi) a **raggruppare le idee e i dati fondamentali** senza dimenticare nulla!"*

Ne abbiamo davvero tanti oramai:

il primo fra tutti è il **BRAND PERSONA** che ci aiuta a creare una panoramica del Brand, tracciandone la **personalità**, il **tono di voce**, il **lessico visivo** - che detto in parole più semplici significa individuare colori e caratteri affini - e il **target**.

Lo usiamo per lo sviluppo delle Brand e Corporate image

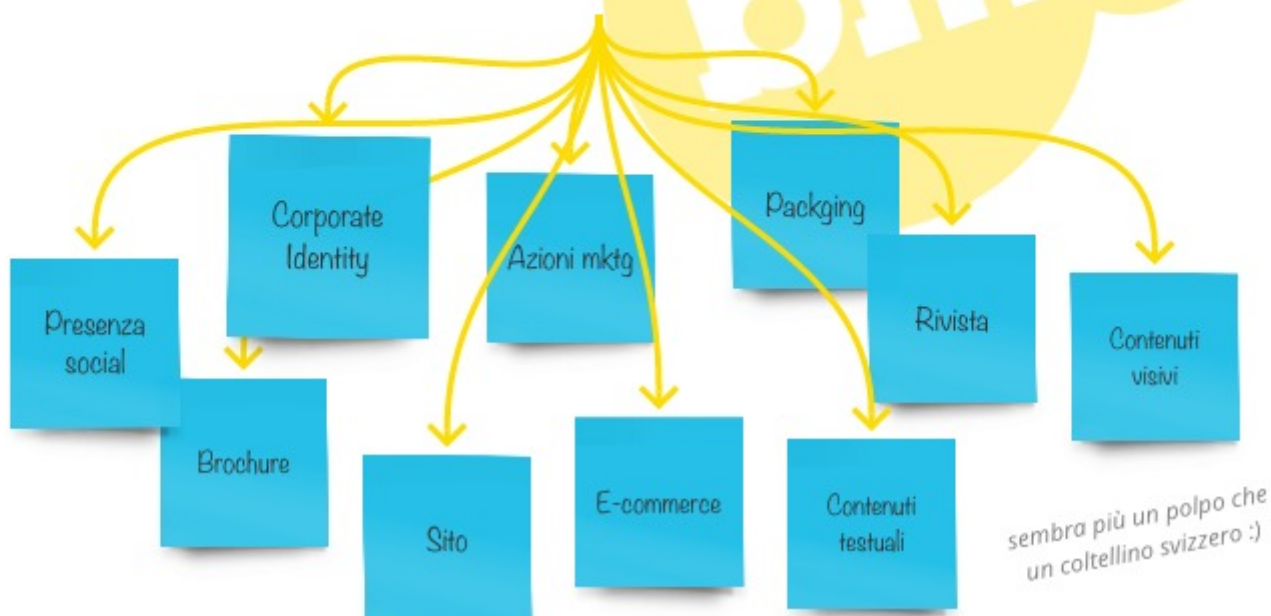
*"E' bello chiamarlo **Brand Persona**, piuttosto romantico! Ci permette di immaginare l'azienda come un **personaggio** dandole un **carattere specifico** che la renderà **riconoscibile ed unica** in tutte le sue espressioni"*

Il Brand Positioning è la prima tra le strategie di Marketing

Poi c'è il brief sul **BRAND POSITIONING** che ha il compito di scattare un'**istantanea del brand in relazione al mercato** e soprattutto ai suoi **competitor**. Serve a far riflettere in modo molto profondo sulle **caratteristiche** e sugli **attributi** che un'azienda deve avere nel suo specifico settore e a mettersi in discussione rispetto alle aziende concorrenti. Può generare frustrazione all'inizio ma è un percorso fondamentale per **staccarsi dalla massa**.

Per definire un progetto di comunicazione abbiamo il nostro coltellino svizzero: il Brief!

Poi abbiamo i brief **più operativi**, che escono, proprio come in un coltellino svizzero, al momento giusto!



In definitiva il Brief è davvero importante e se anche a te è capitato di avviare un progetto di comunicazione che poi non ha preso la strada giusta chiedi:

- >> Avevo **raccolto le idee** in un unico documento?
- >> Mi sono posto **le domande giuste** per sviluppare al meglio il mio progetto?

Se la risposta è "sì, mi è capitato" allora veniamo in tuo aiuto, chiedici il brief che ti serve saremo felici di passartelo.

Ti basterà scrivere una mail all'indirizzo info@bmc.it con il nome del brief di cui hai bisogno!

