

Briefing para desenvolvimento de web sites

Um dos pilares do sucesso de um bom *web site* é fazer um bom **briefing** com o cliente. Um **briefing bem feito** e executado pode determinar se um site será bom ou ruim – baseado nas necessidades e expectativas de projeto que o cliente tem.

Um cliente insatisfeito com seu layout, pode ser expressão de um briefing mal feito, carente de informações necessárias

1. O que é “Briefing”?

A definição de “*briefing*”, segundo o Novo Dicionário Eletrônico Aurélio versão 5.0:

1. Conjunto de informações básicas, instruções, diretrizes, etc., elaborado para a execução de um determinado trabalho, ou missão militar, etc.
2. Reunião onde se definem essas instruções, diretrizes, etc.

O briefing é uma peça fundamental para a elaboração de uma proposta de pesquisa de mercado. É um elemento chave para o planejamento de todas as etapas da pesquisa de acordo com as necessidades do cliente.

Basicamente, é mais ou menos isso, mesmo: o *briefing* é um conjunto de perguntas e/ou atividades que servem para determinar como se dará o projeto, elaboração e execução de determinada coisa – no caso, a “coisa” é um *web site*.

2. Como fazer um bom briefing?

Quando procuramos na *internet* sobre *briefing* e quais as melhores maneiras de se fazer um, encontramos diversas opiniões, modos de pensar, pareceres, dicas e até modelos prontos de *briefing* para *web sites*.

Pessoalmente, creio que o melhor é filtrar alguns resultados/modelos que pareçam de melhor qualidade e confiabilidade – usando sempre o bom senso e discernimento pessoal para esta decisão.

Uma opção é agrupar diversos modelos e extrair o que você achar mais coerente, baseado nas suas escolhas pessoais e no seu modo de trabalho, e a partir disso, elaborar o seu próprio briefing.

O *briefing* deve ser feito na primeira reunião com o cliente, **preferencialmente em um encontro pessoal**. A vantagem de se encontrar

pessoalmente com a pessoa que irá contratar seus serviços é poder “sentir” melhor o que a pessoa está realmente precisando e/ou buscando, além de você poder auxiliar e explicar melhor para o cliente o teor e objetivo de cada pergunta.

Se o encontro pessoal não for possível seguem algumas alternativas:

- **Briefings por e-mail.** Esta abordagem seria a mais simples e “tradicional” quando o assunto é *web*. Enviar as perguntas do *briefing* por *e-mail* e receber as respostas também por e-mail é algo fácil, relativamente fácil e, até certo ponto, eficiente;
- **Conversa por mensageiros instantâneos.** Os *instant messengers* são usados pela maioria das pessoas que trabalham com *web* – ou que acessam a rede mundial várias horas por dia. Fazer um *briefing* com o cliente através de um *instant messenger* é mais demorado, mas dá um toque mais pessoal a todo o processo;
- **Vídeo conferência.** Realizar uma vídeo-conferência é bem próximo de se encontrar pessoalmente com o cliente. Para quem vai fazer um *briefing* com pessoas de outros estados ou países, este deve ser o meio de escolha adequado;
- **Sistema web de briefings.** Para desenvolvedores *web* é bastante simples montar um sistema *online* para realização de *briefing*. Um exemplo seria definir um esquema de IDs para os clientes e programar um formulário com as perguntas separadamente, para cada um; as respostas seriam armazenadas em um banco de dados e/ou num arquivo, como um XML, por exemplo;
- **“Misturar” diversas técnicas.** Dependendo do caso, pode ser eficiente “misturar” diversas destas técnicas de feitura de *briefing*. Por exemplo, pode-se enviar um *e-mail* com as perguntas e, em uma vídeo-conferência, fazer um acompanhamento com o cliente para auxiliá-lo a responde-las. Outro: elaborar um sistema *online* para a pessoa responder às perguntas do *briefing* e enviar as respostas para seu *e-mail*. Recorra à sua criatividade e certamente bons resultados serão encontrados.

3. Estratégias para fazer um briefing eficiente

Geralmente são necessários **no mínimo** 2 encontros com o cliente.

“Briefing Preliminar”. Define-se, sem muito detalhamento, quais as necessidades do cliente, baseando-se em seu público-alvo, os objetivos que quer alcançar com o *site*, breves informações sobre sua concorrência, dentre outros. Este é o “*briefing base*”.

“Briefing Completo” ou “Briefing Detalhado”. Este, sim, é o *briefing* que trará maior nível de detalhamentos sobre o projeto, necessidades e especificações do *site*, estratégias de divulgação, informações sobre *design* e mais.

3.1. Briefing Preliminar

O primeiro *briefing* a ser feito serve para você ter um primeiro contato com as necessidades e ideias que do cliente. O interessante, nesta fase inicial, é conversar bastante com o cliente e tentar captar, ao máximo, o que está “oculto”. Sim, existem necessidades ocultas em todo projeto que, por motivos diversos, o cliente não pode ou não quer falar.

É papel de quem realiza o *briefing* “extrair” do cliente coisas que nem ele mesmo sabe que quer e/ou precisa e, em função disso, trazer uma qualidade maior para o projeto e possível resultado final deste. **Fazer um *briefing* de qualidade demanda prática!**

As perguntas para este primeiro encontro podem ser de caráter mais geral, mas com o objetivo de um mínimo de informações sobre as características do projeto, tais como:

- **Público-alvo;**
- **Objetivos do *web site*;**
- **“Imagem” que o cliente quer passar para os visitantes;**
- **Análise da concorrência.**

Outras coisas mais podem ser abordadas; entretanto, estes são elementos básicos que devem figurar no primeiro *briefing*. É muito importante sair do encontro com pelo menos estas informações.

Muita gente, quando vai fazer este primeiro *briefing*, prefere levar papel e caneta; isso dá um toque pessoal à reunião e contato com o cliente. Pode parecer bobagem, mas o simples ato de mostrar sua caligrafia transmite personalidade e mostra que você não se importa de “perder tempo” escrevendo informações sobre o projeto ao invés de digitar tudo.

3.2. Briefing Completo ou Briefing Detalhado

Como dito, este é o *briefing* que será feito posteriormente ao *briefing* preliminar e que serve para detalhar tudo o que foi aprendido por você sobre o negócio, produto ou empresa de seu potencial futuro cliente. As perguntas que formam esta segunda parte da “entrevista” feita com seu cliente lhe darão informações mais profundas, confiáveis e com qualidade superior.

Em função de, nesta fase, o número de perguntas ser maior e a necessidade de as respostas para estas perguntas também precisarem ser mais minuciosas, é importante que se disponha de mais tempo para a realização deste *briefing*. Para tanto, evite agendar o encontro em “horários de pico” da pessoa e, previamente, avise que o encontro de vocês precisa ser mais prolongado que da última vez.

O *briefing* completo pode ser dividido em seções, para facilitar o entendimento da pessoa que responde às perguntas e evitar uma eventual fadiga por parte de quem o faz. Por exemplo, as perguntas deste *briefing* pode ser divididas da seguinte maneira:

- **Estratégia;**
- **Informações gerais;**
- **Público-alvo;**
- **Conteúdo;**
- **Aparência (*design*);**
- **Outras informações.**

Colocar cerca de 3 a 6 perguntas em cada uma das seções já deve bastar para colher as informações necessárias.

4. Considerações finais

Fazer um ***briefing* de qualidade**, que realmente “extraia” do cliente todas as informações que você precisa para elaborar um projeto que seja bom, é realmente uma questão de prática. Mesmo alguns daqueles que trabalham no ramo de desenvolvimento para *web* há anos consideram que ainda não sabem fazer um *briefing* que consiga, plenamente, fornecer o que é preciso para se fazer o *site*.

Modelos

SEU LOGOTIPO

BRIEFING PRELIMINAR [nome do cliente]

PÚBLICO-ALVO

OBJETIVOS DO WEB SITE

IMAGEM" A SER TRANSMITIDA

CONTEÚDO DINÂMICO? QUAL?

CONCORRENTES (vantagens / desvantagens)

REFERÊNCIAS (web sites)

OBSERVAÇÕES

BRIEFING COMPLETO/DETALHADO – MODELO 01

ESTRATÉGIA

- 1) Quais são os principais objetivos do site? Informar? Vender? Dar suporte? ...?
- 2) Que tipo de site ele é? Puramente promocional? Coletor de Informações? Uma publicação? ...?
- 3) Quais são as mensagens mais importantes que o site deve passar aos visitantes?
- 4) Quais são os planos para promover o site?
- 5) Há uma data aproximada para que o site esteja pronto?

INFORMACOES GERAIS SOBRE O WEB SITE

- 6) Descreva o negócio/produto/empresa como se fosse uma pessoa ... sério? Jovem? Confiável? ...? Justifique.
- 7) Quais são os pontos fortes e fracos do negócio/produto/empresa? Por que?
- 8) Qual a mensagem que melhor descreve o conteúdo/atuação do negócio/produto/empresa?
- 9) É necessário obter dados dos visitantes? O que é preciso saber? Por que?

PÚBLICO-ALVO

- 10) Foi apontado na última reunião que o público-alvo é [colocar público-alvo]. Para complementar, qual é o público-alvo secundário e terciário? Descreva interesses, necessidades e o que mais souber a respeito.
- 11) O que o site irá oferecer ao seu público-alvo?
- 12) O que os visitantes devem fazer no site?
- 13) Qual o conhecimento que os visitantes do site tem de internet/web? E o conhecimento técnico?
- 14) Qual a "capacidade técnica" de acesso de seus usuários (navegador, velocidade de acesso, tempo de acesso diário, etc)?

CONTEÚDO

- 15) Que informação do site mudará(atualização)? Com que frequência e com que abrangência?
- 16) Quem se beneficia com as atualizações?
- 17) Qual são as funcionalidades que precisam existir?
- 18) Qual é o "aceite" do site (o que precisa existir para "aceitar" que ele está pronto)?

APARENCIA (DESIGN)

- 19) Tem em mente alguma aparência para o web site?
- 20) Existem padrões existentes, como logotipos e cores, que devem estar presentes?
- 21) O site parte de um site maior ou grupo de sites com padrões de design que precisam ser correspondidos?
- 22) Quais são alguns outros sites da web que você gosta? O que você gosta a respeito deles? Se possível, envie links de referencia.

OUTROS

- 23) Quem será o responsável pelo contato com para eventuais esclarecimentos sobre o projeto e envio de materiais?
- 24) No Briefing Preliminar, foram apontados como concorrentes [colocar nome dos concorrentes informados no 1ro briefing]. O que é mais preocupante em relação a eles? Teria alguma informações mais detalhadas a respeito?
- 25) O que não pode haver no web site, em função dos concorrentes?

Adaptado do artigo : Briefing para desenvolvimento de web sites: considerações, dicas e modelos.

BRIEFING COMPLETO/DETALHADO – MODELO 02

Perguntas sobre a empresa

- 1) Você já possui um website? Qual é a URL?
- 2) Descreva os produtos / serviços que você vende.
- 3) Quais são seus principais concorrentes? Como você se difere deles?
- 4) Quais são suas principais chateações com seu website atual?
- 5) O quê você mais gosta em seu website atual?
- 6) Quais são os websites de concorrentes que você gostaria de se inspirar? O quê há neles de bom que você gostaria que tivesse no seu website?
- 7) Qual é a faixa etária dos seus clientes?

Perguntas sobre o projeto

- 8) Qual é o conhecimento técnico dos seus clientes? Coloque numa escala de zero a dez, sendo zero o menor nível técnico e dez o maior.
- 9) Os visitantes de seu website possuem algum tipo de necessidade especial? (Versão para dispositivos móveis, suporte à multiplas linguagens, fontes maiores para facilitar a leitura, etc.)
- 10) Imagine seu website daqui a 5 anos. Complete a frase: “Eu sei que meu website funciona porque...”
- 11) Cite 3 coisas que são extremamente importantes sobre o design do seu novo website.

(Grafismo, localização de menus, páginas)

12) Cite 3 coisas que são menos importantes para o design de seu novo website.

13) Você tem alguma preferência para cores? Quais são as cores atuais da marca? Há alguma cor que você queira incluir ou excluir?

14) Liste alguns websites que você gosta, se possível passando-nos os links.

15) Prazo esperado ou data exata para entrega total do projeto.

16) Você tem idéia do quanto pretende investir para criação do seu novo website?

Perguntas Adicionais

17) Você quer a possibilidade de atualizar seu website facilmente, sem precisar que a gente faça isso por você? (Ex.: CMS)

18) Este website terá vendas online? (eCommerce) Venderá produtos com processamento de pagamentos online ou apenas por formulário enviado por e-mail?

19) Você possui contrato com bandeiras de cartão de crédito para efetuar as transações ou você prefere utilizar meios automáticos terceirizados de pagamento, como Paypal ou Pagseguro?

20) Você precisa de um redator? Se você for utilizar o mesmo conteúdo do site atual, este conteúdo será modificado de alguma forma?

21) Seus logos estão em vetor? (Adobe Illustrator, Corel Draw) Você possui arquivos originais ao menos em PSD?

22) Você já possui todas as fotos / imagens que quer em seu novo website ou precisa que novas fotos / imagens sejam tiradas ou compradas por nós?

23) Como você pretende atualizar seu website no futuro? (apenas se ele não estiver utilizando CMS)

24) Você precisará de ajuda com otimização para mecanismos de buscas (SEO), registrando a URL em mecanismos de buscas, adicionando a empresa no Google Business Center, Google Analytics para estatísticas, etc.?

25) Você já possui um domínio e hospedagem para seu novo website? Se sim, você possui as informações de acesso FTP e ao painel de controle?

26) Mais algum item que você gostaria que fosse incluído? Habilidade de login, calendários, fóruns, blog, RSS, newsletter por e-mail?