rockcontent

Creative Brief 101

O que é e como fazer o melhor uso

Mariana Cervi

Managing Editor
mariana.cervi@rockcontent.com

O que você vai ver nesta apresentação

- **Por que este webinar é para você?**
  10min
- **O que é Creative Brief?**
  30min
- **Como fazer o melhor uso do Creative Brief?**
  20min
- **Vamos juntos?**
  Q&A - 30min

Por que este webinar é para você?

Começando pelo básico

Open your eyes, open your
minds, and open your hearts.
© Freeform

Você está aqui porque é um Talento Pro

O Creative Brief é uma inteligência da Rock Content. É uma **documentação estratégica e criativa** desenvolvida especificamente para entregas de Managed Services.

Em **Managed Services**, planejamento, redação e revisão são etapas exclusivas dos Talentos Pro, profissionais da base da Rock Content, como você, que têm acesso a **projetos diferenciados** devido a:

- assiduidade e comprometimento
- consistência e qualidade das entregas
- participação ativa com feedbacks e insights para colegas

E o foco deste webinar é garantir que você terá as orientações necessárias para que a sua experiência com **Managing Editors**, analistas de Managed Services, seja a melhor possível!

Conheça o time de **Managing Editors**

Diorela Kelles
diorela.kelles@

Eduarda Marques
eduarda.marques@

Giovanna Mozelli
giovanna.mozelli@

Karen Antonieta
karen.antonieta@

Mariana Cervi
mariana.cervi@

Mariana Scherma
mariana.scherma@

Michael Barbosa
michael.barbosa@

Wenddy Dias
wenddy.dias@

O que é Creative Brief?

Entendendo as bases da jornada de conteúdo

Os pilares da produção de conteúdo

A **criatividade** é o espaço para o desenvolvimento de ideias em busca da melhor geração de valor para a estratégia de conteúdo.

A **performance** é o trabalho construído em ciclos, para garantir que a produção de conteúdo seja frequente e de alto nível.

Definição básica de Creative Brief

Creative Brief é uma documentação completa de orientações gerais da marca e especificidades de cada novo conteúdo. O documento é o **pilar da produção coletiva** entre Managing Editors e Talentos Pro.

E como funciona?

Em projetos de Managed Services, todos os Talentos Pro usam o Creative Brief.

O objetivo é que os profissionais estejam 100% alinhados pelos mesmos vetores.
O time de Managing Editors organiza e atualiza as diretrizes de cada Creative Brief.

Fluxo de produção com o Creative Brief

O time de Managing Editors **estuda a estratégia** dos clientes para cada ciclo.

Depois, **desenvolve o Creative Brief,** com orientações das marcas e dos novos conteúdos.

Talentos de **planejamento** criam as ideias a partir do Creative Brief.

Talentos de **redação** produzem os conteúdos.

Talentos de **revisão** validam os conteúdos.

O time de Managing Editors faz a **curadoria** dos conteúdos, guiado pelo Creative Brief.

Também **anota feedbacks** e alinhamentos e mantém contato com os clientes.

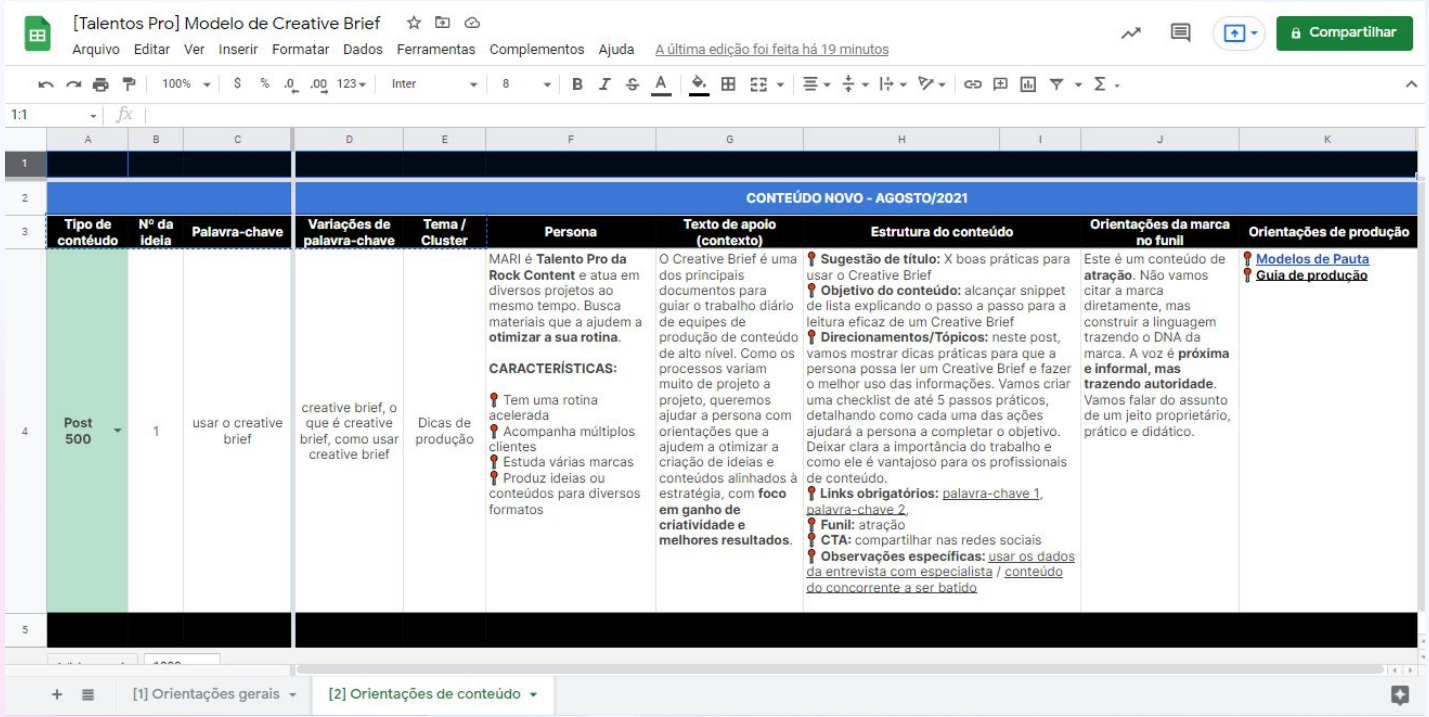
O time do cliente valida os conteúdos planejados no Creative Brief, compartilhando **feedbacks** e **ajustes**.

Publica os conteúdos e analisa a estratégia.

Os principais objetivos do Creative Brief

MISSÃO	SOLUÇÃO
Melhorar o alinhamento entre Talentos Pro	• Centralização das informações básicas de produção em um documento estratégico
Garantir entregas de alto valor para os clientes	• Organização objetiva e sistematizada das principais orientações das marca e dos novos conteúdos

O template do Creative Brief



[Talentos Pro] Modelo de Creative Brief

Arquivo Editar Ver Inserir Formatar Dados Ferramentas Complementos Ajuda — A última edição foi feita há 19 minutos

Compartilhar

	Tipo de conteúdo	Nº da ideia	Palavra-chave	Variações de palavra-chave	Tema / Cluster	Persona	Texto de apoio (contexto)	Estrutura do conteúdo	Orientações da marca no funil	Orientações de produção
2				CONTEÚDO NOVO - AGOSTO/2021						
4	Post 500	1	usar o creative brief	creative brief, o que é creative brief, como usar creative brief	Dicas de produção	MARI é **Talento Pro da Rock Content** e atua em diversos projetos ao mesmo tempo. Busca materiais que a ajudem a **otimizar a sua rotina**. **CARACTERÍSTICAS:** 📍 Tem uma rotina acelerada 📍 Acompanha múltiplos clientes 📍 Estuda várias marcas 📍 Produz ideias ou conteúdos para diversos formatos	O Creative Brief é uma dos principais documentos para guiar o trabalho diário de equipes de produção de conteúdo de alto nível. Como os processos variam muito de projeto a projeto, queremos ajudar a persona com orientações que a ajudem a otimizar a criação de ideias e conteúdos alinhados à estratégia, com **foco em ganho de criatividade e melhores resultados**.	📍 **Sugestão de título:** X boas práticas para usar o Creative Brief 📍 **Objetivo do conteúdo:** alcançar snippet de lista explicando o passo a passo para a leitura eficaz de um Creative Brief 📍 **Direcionamentos/Tópicos:** neste post, vamos mostrar dicas práticas para que a persona possa ler um Creative Brief e fazer o melhor uso das informações. Vamos criar uma checklist de até 5 passos práticos, detalhando como cada uma das ações ajudará a persona a completar o objetivo. Deixar clara a importância do trabalho e como ele é vantajoso para os profissionais de conteúdo. 📍 **Links obrigatórios:** palavra-chave 1, palavra-chave 2, 📍 **Funil:** atração 📍 **CTA:** compartilhar nas redes sociais 📍 **Observações específicas:** usar os dados da entrevista com especialista / conteúdo do concorrente a ser batido	Este é um conteúdo de **atração**. Não vamos citar a marca diretamente, mas construir a linguagem trazendo o DNA da marca. A voz é **próxima e informal, mas trazendo autoridade**. Vamos falar do assunto de um jeito proprietário, prático e didático.	📍 Modelos de Pauta 📍 Guia de produção

[1] Orientações gerais | [2] Orientações de conteúdo

[Conheça o template]

Fluxo de trabalho com **Creative Brief**

Por que o Creative Brief é importante para ideias e conteúdos de sucesso?

Pense que o Creative Brief é a receita, mas o bolo delicioso mesmo é uma ideia ou um conteúdo. Pensou?

Com os ingredientes da jornada alinhados de ponta a ponta, o resultado fica BEM recheado!

Como fazer o melhor uso do Creative Brief?

Colocando as orientações em prática

Diante da enorme quantidade de conteúdos à qual estamos submetidos 24 horas por dia,
é preciso apresentar um diferencial claro para o seu público e não ser 'apenas mais um'.

Dimitri Vieira,
O que é Storytelling?

This is my plan for the day.
© Freeform

Creative Brief 101

Passos de produção

- Comece analisando a aba **Orientações gerais** e, então, passe para a aba **Orientações de conteúdo**
- Identifique cada ideia/conteúdo pelas colunas:
  - Tipo de conteúdo
  - Nº da ideia
  - Palavra-chave e Variações de palavra-chave
  - Tema / Cluster

Creative Brief 101

Passos de produção

- Foque a criação/validação do storytelling a partir das colunas:
  - Persona
  - Texto de Apoio (contexto)
  - Estrutura do Conteúdo
- Entenda a proposta para cada momento a partir da aba **Orientações da marca no funil**
- Produza seguindo os links da coluna **Orientações de produção**

Creative Brief 101

Dicas importantes

- Organize a área de trabalho para criar ideias/conteúdos de maneira **focada e produtiva**
- Desenvolva métodos pessoais que ajudem na leitura das documentações. Ex:
  - fazer **anotações** das especificidades de cada projeto
  - sistematizar visualmente os elementos, para não esquecer nenhuma orientação
- **Sempre que possível**, estude o cliente antes de começar o processo criativo
- Não “cumpra tabela”: só use informações relevantes para a construção do *storytelling*
- Converse sempre com o time de Managing Editors para **qualificar a sua experiência com o Creative Brief**

Vamos juntos?

Tirando dúvidas e trocando experiências

© Freeform

rockcontent

Muito obrigada!

Dúvidas? Conta comigo!

Mariana Cervi
Managing editor
mariana.cervi@rockcontent.com