



Business design

Esquema de Briefing



Antes de afrontar la tarea de realizar un briefing es recomendable hacer una recopilación de información respecto de la persona, marca o empresa. Es un ejercicio de reflexión interna que define la empresa y el proyecto y ayuda tanto a la parte contratante como al equipo de diseño a situarse mejor a la hora de afrontar el proyecto.

Sobre la empresa

- ¿Cuál es la historia de la empresa?
- ¿Cuál es su actividad principal?
- ¿Cuál es la estructura de la empresa?
- ¿Cuál es el ámbito geográfico de actuación de nuestra empresa?
- ¿Cuáles son sus mayores hitos?
- ¿Cuál es nuestro público objetivo?
- ¿Cuales son nuestros valores fundamentales?

Sobre el mercado

- ¿Qué posicionamiento tenemos en el mercado?
- ¿Cuál es nuestra competencia directa?
- ¿Cuál es nuestra competencia indirecta?
- ¿Cómo ha evolucionado el mercado en los últimos años?

Sobre el encargo

- ¿Cuál es nuestro objetivo?
 - Comunicar la actividad, productos y/o servicios
 - Prestación de servicios o funciones
- ¿Cuál es el ecosistema de servicios en el entorno? (Con detalle de las relaciones entre los diferentes roles)
- ¿Cuál sería el nuevo concepto de servicio o PSS?
- ¿Y su destinatario potencial?
- ¿Qué cambios va a introducir el servicio o PSS en el ecosistema?



¿Qué valor aporta para la organización?

¿Cuáles son las interacciones entre usuario y servicio o PSS a lo largo del ciclo de vida del público?

¿Cuáles son los escenarios de funcionamiento del servicio o PSS desarrollados para diferentes públicos?

KPIs
(basados en investigación
secundaria y primaria)

Principales perspectivas de creación de valor a tener en cuenta en función de la estrategia corporativa

Para cada perspectiva, factores de éxito

Para cada factor de éxito, indicadores más relevantes y sus márgenes de tolerancia

Maqueta de cuadro de mando

Test de usuario del conjunto de KPIs dentro de la organización

