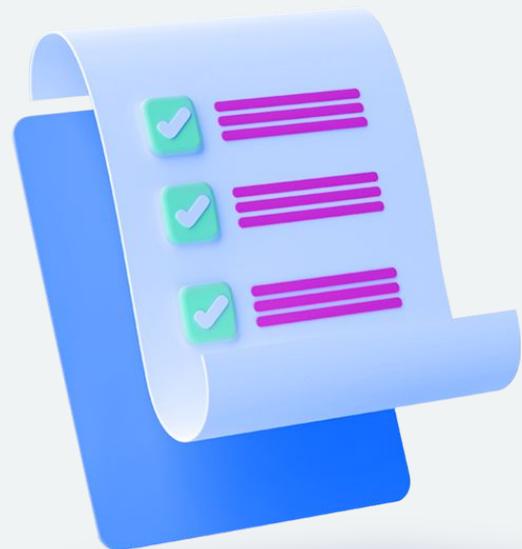


# IL BRIEF CHE FUNZIONA

**Guida pratica (e usabile davvero)  
per scrivere un brief chiaro, concreto  
e impossibile da ignorare.**



# HAI UN PROGETTO. HAI UN OBIETTIVO. MA SE NON SAI SPIEGARLO BENE, NESSUNO POTRÀ REALIZZARLO COME VUOI TU.

**Scrivere un brief** non è burocrazia. È **chiarezza**. È la base su cui poggia qualsiasi progetto che abbia davvero possibilità di riuscire. In questo documento troverai una **struttura concreta**, pensata per aiutarti a **raccontare bene ciò che hai in mente**, ciò che vuoi ottenere e ciò che ti serve da **chi lavorerà con te**.

// *Un brief non  
è burocrazia.  
È chiarezza.* //

# CHI SEI: L'AZIENDA E IL CONTESTO.

Prima ancora di definire obiettivi e target, serve **raccontare chi sei**. Questa sezione dà il **contesto** a chi leggerà il brief. Aiuta a interpretare correttamente le tue **esigenze** e le **priorità** del progetto.

## DOMANDE GUIDA

→ In poche righe, chi sei e cosa fai?

.....  
.....

→ Cosa ti distingue nel tuo mercato?

.....  
.....

→ In che fase si trova l'azienda oggi?

.....  
.....

→ Perché hai deciso di attivare questo progetto adesso?

.....  
.....

“

*Ogni buon progetto nasce  
da una buona storia: la tua.*

”

# OBIETTIVI DEL PROGETTO.

Se **non sai** cosa vuoi ottenere, nessun fornitore potrà **aiutarti davvero**. Qui definisci il "**perché**" del progetto.

## DOMANDE GUIDA

→ Cosa vuoi ottenere?

.....  
.....  
.....  
.....

→ Qual è il risultato ideale?

.....  
.....  
.....  
.....

→ Entro quanto tempo?

.....  
.....  
.....  
.....



*Obiettivi vaghi =  
risultati vaghi.*



**Ricorda il  
metodo SMART**

*Specifico*

*Misurabile*

*Attuabile*

*Rilevante*

*Temporale*

# IL TUO TARGET.

Chi vuoi raggiungere? Non basta scrivere "PMI" o "donne 25-45". Più sei **preciso**, più la comunicazione sarà **efficace**.

## DOMANDE GUIDA

→ A chi ti rivolgi?

.....  
.....

→ Quali sono le loro esigenze, problemi, abitudini?

.....  
.....

→ Cosa li spinge ad acquistare o scegliere un partner?

.....  
.....



*Dire 'PMI' non basta.  
Descrivi le persone reali  
con cui vuoi parlare.*



# BUDGET E RISORSE.

Non è obbligatorio avere un **budget preciso**. Ma una fascia, un **range**, un riferimento sì. È il modo migliore per costruire **soluzioni realistiche**.

## DOMANDE GUIDA

→ Qual è il budget disponibile?

.....  
.....

→ Quali risorse interne puoi mettere in campo?

.....  
.....

→ Hai dei limiti o vincoli tecnologici, legali, operativi?

.....  
.....



*Nessuno ti giudica per il budget.  
Ma se non lo dici, rischiamo  
solo di sprecare tempo.*



# MESSAGGI CHIAVE E TONO DI VOCE.

**Comunicare** non vuol dire solo parlare: vuol dire **dire la cosa giusta, nel modo giusto.**

## GRIGLIA

Messaggi da comunicare	Cose da evitare assolutamente	Tono preferito
..... .....	..... .....	..... .....

## LINK A MATERIALI UTILI



*Inserisci qui link a siti, pdf, campagne, video che ti ispirano o che vorresti prendere a riferimento.*

→ .....  
.....  
.....



**Non tutto quello che vuoi dire  
è quello che serve dire.**



# COSA È GIÀ SUCCESSO.



**La storia insegna.** E anche i **progetti falliti** possono essere una miniera d'oro (se **raccontati bene**).

## DOMANDE GUIDA

→ Hai già lavorato a progetti simili?

.....  
.....

→ Quali risultati hai ottenuto?

.....  
.....

→ Cosa NON vuoi ripetere?

.....  
.....



*Ogni errore passato è un briefing più intelligente oggi.*



# SCADENZE, VINCOLI E OUTPUT.



Tutto il **tempo** del mondo non basta se non c'è una **scadenza**. E ogni **output** ha delle **aspettative**: dichiarale subito.

- Deadlines da rispettare
- Milestone intermedie
- Tipologia di output richiesti (PDF, sito web, video...)
- Vincoli tecnici o formali

Seleziona il box, clicca col destro  
e scegli il simbolo  per compilare la tua checklist!

# CHECKLIST FINALE.



Hai completato tutto? Rivedi questi **6 punti** prima di inviare il brief:

- Ho spiegato chi siamo e in che fase ci troviamo
- Ho definito obiettivi chiari e misurabili
- Ho descritto il target in modo specifico
- Ho dichiarato budget e risorse disponibili
- Ho chiarito cosa comunicare (e cosa no)
- Ho indicato tempi, vincoli e output

Seleziona il box, clicca col destro e scegli  
il simbolo  per compilare la tua checklist!

// *Compilare questo file richiede  
un'ora. Sbagliare senza averlo fatto  
può costare settimane.* //



# ORA HAI IL BRIEF. TI MANCA SOLO IL PARTNER GIUSTO.

Hai fatto più di quanto faccia l'**80% dei clienti**. Ora tocca a noi.  
**Prenota una call**, parlaci del tuo **progetto** e **costruiamo**  
qualcosa che **funziona** davvero.

[ribrainstudio.com](https://ribrainstudio.com) | [hello@ribrainstudio.com](mailto:hello@ribrainstudio.com)

**PRENOTA UNA CALL**