

CREATIVE BRIEF

ZADANIE PRE TVORBU KREATÍVY A KAMPANÍ

Tento dokument slúži ako východiskový bod projektu pre vedenie on-line komunikačných kampaní. Vďaka nemu si môžeme ujasniť základné informácie potrebné na začatie akejkoľvek ďalšej činnosti. Bez dôslednej špecifikácie nie je možné zaručiť kvalitné a relevantné výstupy. Dokument je možné vyplniť v spolupráci so zástupcom spoločnosti. Zo správne vyplneného briefu musí vyplynúť, čo a pre koho budeme komunikovať, aké sú ciele celého projektu, prípadne akékoľvek ďalšie relevantné informácie, ktoré pomôžu lepšiemu strategickému plánovaniu kampane.

Projekt:

Klient:

Vypracoval (za klienta):

Kontaktné údaje (za klienta):

Dátum prvej verzie:

Verzia (upravuje agentúra):

BRIEF

W. R. P. R.

1ST REAL - TIME PUBLIC RELATIONS AGENCY

1. Pozadie projektu:

Prečo sa bude projekt realizovať?

2. Zadanie:

Čo potrebujete vytvoriť? Ako si predstavujete riešenie?

3. Výzva:

Aká je kreatívna výzva projektu?

4. Typ kampane:

Čoho sa kampaň týka / Čo ideme komunikovať?

5. Ciele kampane:

Aké sú hlavné komunikačné ciele kampane? Aký efekt má kampaň zahechať?

6. Hodnotenie kampane:

Čo má byť kampaňou dosiahnuté, aby sme ju mohli považovať za úspešnú?

Dôležité sú merateľné hodnoty KPI.

7. Formát kampane:

- TV/Cinema
- Press
- Radio
- Outdoor
- Digital
- Social media
- Mobile
- PR
- Direct
- Promo/Activation
- Events/Sponsorship
- Experience/New media/Ambient

8. Charakteristika spoločnosti:

Aké je poslanie/ciele Vašej spoločnosti?

9. Konkurencia:

Kto je Vaša relevantná konkurencia a čím sa Vaša spoločnosť od nej odlišuje?

10. Výhody

Aké sú hlavné výhody produktu/ služby pre zákazníka?

11. Nevýhody

Aké sú nevýhody služby/ produktu?

Tieto nevýhody nebudeme explicitne komunikovať, ale je potrebné o nich vedieť a pripraviť sa na ich prípadnú obhajobu.

12. Cieľová skupina:

Primárna CS, zvyklosti CS, ako vníma CS značku?

(Např. muži aj ženy 50:50, vek 18-36, mestskí, slobodní, otvorení, akční,...)

STRATEGY & EXECUTION

W. R. P. R.

1ST REAL - TIME PUBLIC RELATIONS AGENCY

13. Ciel' komunikácie:

Čo si myslí cieľová skupina teraz?

Čo chceme aby si cieľová skupina myslela potom?

14. Key message:

Kľúčové posolstvo, ktoré chceme odovzdať cieľovej skupine?

Má byť: dôveryhodné, motivujúce

15. Dôvod uverit'

Prečo by tomu mali uverit'?

Top racionálne argumenty

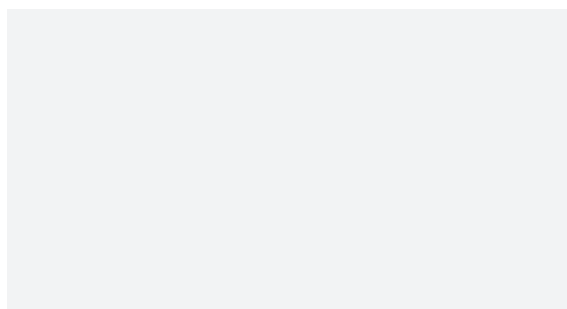
Top emocionálne argumenty

16. Odmena a prísľub

Akú odmenu a prísľub chceme dať cieľovej skupine?

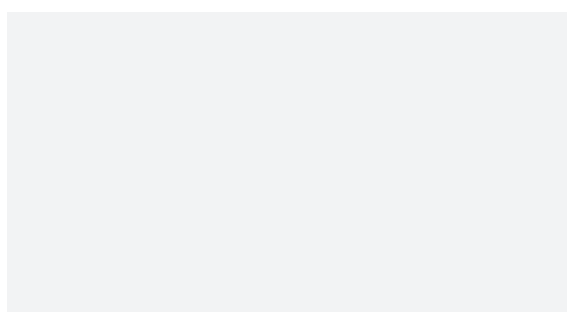
17. Osobnosť a tón

Aký zvolíme tón komunikácie?



18. Obmedzenia a povinnosti:

Čo musíme použiť a čomu sa máme vyvarovať?



PRODUCTION DETAILS

W. R. P. R.

1ST REAL - TIME PUBLIC RELATIONS AGENCY

19. Deadline konceptu

Aký je termín odovzdania kreatívneho konceptu a prezentácie?

20. Deadline realizácie:

Aký je termín realizácie kreatívy/kampane?

21. Budget:

Aký je Váš rozpočet pre tento projekt? (kreatíva + realizácia)?

Ak máte stanovený rozpočet, uveďte ho prosím sem. V prípade, že nemáte stanovený rozpočet, prosím, uveďte finančný interval pre tento projekt.

22. Zodpovedná osoba:

Kto je zodpovedný za vedenie a komunikáciu a kto za záverečné schvaľovanie?