



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 asociácie. Zo správne vyplneného briefu musí vyplynúť čo a pre koho budeme komunikovať, aké sú (merateľné) 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)

1. **Pozadie projektu:**
Prečo sa bude projekt realizovať?

2. **Zadanie:**
Čo potrebujete vytvoriť? Ako si predstavujete riešenie?

3. **Výzva:**
Aká je kreatívna výzva projektu?

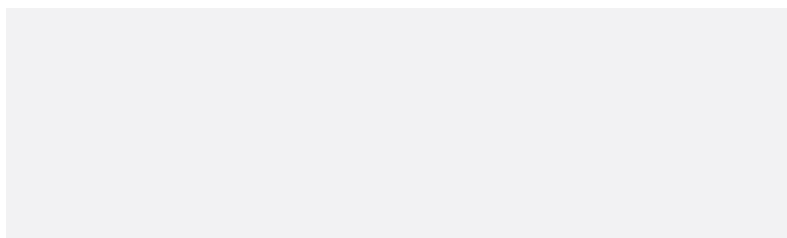
4. **Typ kampane:**
Čoho sa kampaň týka / Čo ideme komunikovať?
(Napr. launch produktu / služby, image-ová kampaň na podporu značky...)

5. **Ciele kampane:**
Aké sú hlavné komunikačné ciele kampane? Aký efekt má kampaň zanechať?
(Napr. Zvýšenie povedomie o značke a pod...)

6. Hodnotenie kampane:

**Čo má byť kampaňou dosiahnuté,
aby sme kampaň mohli označiť
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. Hlavné benefity:

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?

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

13. Cieľ 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, jedinečné

15. Dôvod uveriť:

Prečo by tomu mali veriť?

Top racionálne argumenty

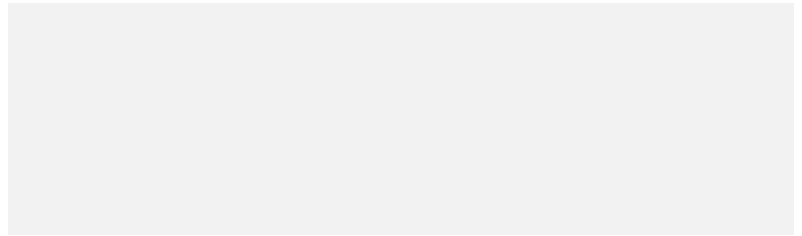
Top emocionálne argumenty

16. Odmena a prísľub:

Akú odmenu a prísľub chceme dať cieľovej skupine?

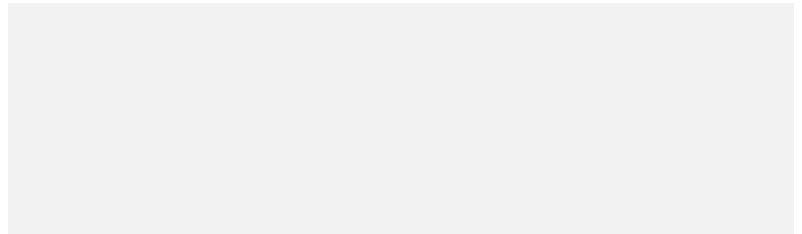
17. Osobnosť a tón:

Aký zvolíme tón komunikácie?



18. Obmedzenia a povinnosti:

Čo musíme použiť a čomu sa máme vyvarovať?



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?**

Prosím uďte zoznam mien, pozíciu, email adre-
su a tel. číslo.