

# Brief:

# PR kampaň



Vyplňa: zadávateľ

**1 Organizácia/firma:**

**2 Názov projektu/kampane:**

**3 O zadávateľovi:**

Poslanie, smerovanie, ciele zadávateľa v kontexte PR, a informácie dôležité pre pochopenie reputačných faktorov zadávateľa, jeho produktov alebo služieb.

**4 Timing (trvanie a štart):**

**5 Rozpočet:**

**6 PR ciele kampane:**

**7 Cieľové skupiny:**

Primárne cieľové skupiny, vnímanie témy/značky týmito skupina. Prípadne špecifikujte aj skupinu potenciálnych hejterov pre danú tému/značku.

**8 Kontext kampane:**

Priblížte širší spoločenský, ekonomický alebo politický kontext kampane. Okolnosti alebo limity, ktoré je dôležité poznať pri návrhu riešenia. Ako je zadávateľ vnímaný v téme/oblasti, ktorej sa týka PR kampaň? Aká je pozícia konkurencie v téme?

**9 Kľúčové posolstvá kampane:**

Definujte naratív a prípadne to, čo si má cieľová skupina z komunikácie odnieť.

**10 USP (Unique Selling Proposition):**

V čom je produkt/služba iná oproti konkurencii.

**11 Preferované kanály a formáty:**

V ktorých kanáloch a formátoch sa má PR kampaň primárne objaviť (tradičné médiá, sociálne siete, netradičné kanály) a aké sú preferované formáty (text – video – audio).

**12 Partneri kampane:**

Chceli by ste sa pri tejto komunikácii/projekte spojiť s inými partnermi (samospráva, združenia, neziskové organizácie) alebo inými značkami? Ak áno, uveďte, ktoré organizácie a dôvody spojenia.

**13 Hodnotiace kritériá:**

Kvalitatívne a kvantitatívne kritériá pre výberové konanie aj pre úspešnosť kampane.