Бриф на креатив

Приветствуем вас, коллеги! Перед вами бриф на креатив. Просим вас внимательно заполнять каждое поле брифа. Для этого, возможно, вам потребуется встреча с членами рабочей группы и ЛПР.

Заполнение брифа может занять у вас от получаса. Важно, что чем больше полей брифа вам удастся заполнить и чем подробнее описать ваши пожелания, тем больше нам удастся синхронизировать понимание задачи.

|  |  |
| --- | --- |
| Общая информация | |
| ФИО контактного лица \*  *(\* – менеджер проекта со стороны Заказчика)* |  |
| Должность контактного лица |  |
| Телефон контактного лица |  |
| E-mail контактного лица |  |
| Наименование компании Заказчика |  |
| Основные направления деятельности компании |  |
| Сайт компании |  |
| Миссия вашей компании |  |
| Дата заполнения брифа |  |
| Команда проекта со стороны Заказчика (Руководитель проекта и участники рабочей группы по проекту) |  |
| I. Задача | |
| Для чего нужно разработать креатив:   1. Для компании 2. Для бренда 3. Для товара / услуги |  |
| Что требуется? *(опишите задачу)* |  |
| Охарактеризуйте причины новых разработок? |  |
| Охарактеризуйте цели новых разработок? |  |
| Необходимы ли дополнительные услуги: *(выберите один или несколько подходящих вариантов)*   1. Разработать слоган 2. Создать нейминг 3. Разработать персонажа 4. Отрисовать товарный знак / логотип 5. Задать основы фирменного стиля 6. Разработать дизайн упаковки 7. Осуществить дизайн и программирование сайта 8. Другое *(укажите)* |  |
| Ваши идеи по креативу |  |
| Какие сроки заложены вами на выполнение задачи? |  |
| II. Бренд | |
| История бренда / компании *(основные факты, цифры, достижения)* |  |
| Где мы можем получить дополнительную информацию о вашем бренде / товаре /услуге? |  |
| Опишите позиционирование бренда:   * существующее и предполагаемое; * на функциональном, эмоциональном и ценностном уровнях |  |
| Опишите основные отличия от конкурентов:   * функциональные * эмоциональные и пр. |  |
| III. Продукт / услуга | |
| Описание продукта/услуги |  |
| Описание ситуации потребления/использования продукта или услуги |  |
| Уникальные свойства, особенности продукта/услуги (если существуют), отличающие от конкурентов |  |
| Основной продукт/услуга, выбранный для продвижения: |  |
| IV. Потребитель и товар / услуга | |
| Социально-демографические характеристики потребителя (пол, возраст, доход, семейное положение) |  |
| Стиль жизни потребителя |  |
| Базовые ценности потребителя |  |
| Выгода потребителя (повод для покупки / обращения за услугами), то, что вы ему даете? |  |
| Уникальное торговое предложение (чем ваша компания/товар/услуга отличается от конкурентных)? |  |
| География продаж товаров (город, страна, точки продаж) / оказания услуг |  |
| Сложившееся у потребителя отношение к компании / бренду |  |
| Сложившееся у потребителя отношение к компаниям / брендам конкурентам |  |
| Что самое важное для вашего потребителя? |  |
| Чего не хватает вашему потребителю? |  |
| Проводили ли вы ранее исследования целевой аудитории, что они показали? |  |
| Опишите ассортиментную матрицу ваших товаров / перечень оказываемых услуг |  |
| V. Креативная коммуникация | |
| Главное рекламное сообщение, которое нужно донести до потребителя |  |
| Желательная интонация рекламного сообщения (призыв, строгая информативность, заигрывание, юмор, выгодность и т.п.) |  |
| Желательные / нежелательные ассоциации |  |
| Отношение бренда к юмору |  |
| Сроки проведения рекламных кампаний |  |
| География рекламной кампании |  |
| Каналы коммуникации (ATL, BTL) |  |
| Основной рекламный носитель |  |
| Планируемые рекламные носители (желательно в порядке приоритета) |  |
| Рекламные материалы |  |
| Особенности рекламного воздействия (если есть) |  |
| VI. Конкуренты | |
| Кто является конкурентами продвигаемым товарам /услугам, для которых разрабатывается креатив:   1. Ключевые конкуренты *(перечислите)* 2. Второстепенные конкуренты *(перечислите)* 3. Товары / услуги заменители *(перечислите)* |  |
| Позиционирование основных конкурентов (рациональное, эмоциональное, функциональное, ценовое) |  |
| Информация о рекламе конкурентов (в виде фото и видео материалов) |  |
| В каком ценовом сегменте находятся ваши товары / услуги по сравнению с конкурентами? |  |
| Перечислите 5-10 креативов, которые вам нравятся и почему. (Желательно и конкурентов, и из представителей других/смежных областей) |  |
| Перечислите 5-10 креативов, которые вам НЕ нравятся и почему. (Желательно и конкурентов, и из представителей других/смежных областей) |  |
| Опишите дополнительные требования к креативу, которые НЕ вошли в бриф, но имеют весомое значение при разработке |  |

Спасибо, что подробно и внимательно заполнили бриф!

Он не короткий, но вся проделанная вами работа поможет нам разработать

идеальный креатив именно для вас!

Хорошего вам дня!