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!