**КРЕАТИВНЫЙ БРИФ**

|  |  |
| --- | --- |
| Рабочее название проекта |  |
| **Сведения о Заказчике** | |
| Полное название Заказчика |  |
| Продвигаемый продукт и бренд |  |
| **Рынок** | |
| Основные конкуренты Заказчика (компании / бренды, рыночная доля конкурентов и Заказчика) |  |
| Сильные и слабые стороны основных конкурентов |  |
| Сильные и слабые стороны компании / бренда Заказчика |  |
| Косвенные конкуренты  (смежные категории / др. продукты и т.п.) |  |
| **Сведения о продвигаемом бренде / продукте** | |
| Образ бренда / компании Заказчика на данный момент |  |
| Желаемый образ бренда / компании Заказчика  (какие образы и ценности должны связывать потребители с образом бренда) |  |
| Категория продукта  (специфика, особенности) |  |
| Продуктовая линейка Заказчика  (лидеры линейки, причины лидерства) |  |
| Стоимость продукта |  |
| Дистрибьюция  (основные места продаж, присутствие в сетях, конкурентность дистрибьюции Заказчика по сравнению с основными конкурентами) |  |
| Основные регионы продаж  (стратегически важные регионы, регионы-лидеры) |  |
| **Целевая аудитория** | |
| Описание Ц.А.  соц.-дем. (пол, возраст, уровень дохода, разделение аудиторий в % соотношении и т.п.)  и психографика (портрет потребителя. lifestyle и т.д) |  |
| Ситуации потребления продукта  (как часто, в каких ситуациях)  Мотивация потребления продукта  (рациональные и эмоциональные причины потребления) |  |
| **Рекламная кампания** | |
| Цели рекламной кампании  - бизнес цель  - маркетинговая цель |  |
| Побудительная задача кампании  (что потребитель должен сделать после получения рекламного сообщения) |  |
| Эмоциональная задача  (какое впечатление необходимо произвести на ц.а.) |  |
| Ключевое сообщение / посыл потребителю |  |
| Тональность сообщения |  |
| Как должно изменится восприятие ц.а. о бренде благодаря кампании |  |
| Планируемые к использованию медиа  (ТВ / радио / наружка / пре-роллы youtube, mobilу vido, баннеры и т.д. ) |  |
| Период проведения кампании / старт кампании |  |
| Бюджет кампании  (креатив, продакшн, медиа с рзабивкой) |  |
| Охват кампании  (национальный / конкретные регионы или города) |  |
| **Предыдущая маркетинговая активность бренда / зонтичного бренда** | |
| Виды активности, периоды проведения, используемые рекламные материалы |  |
| Результаты предыдущих кампаний, их эффективность, плюсы/минусы |  |
| **Дополнительные требования** | |
| Пожелания к основным идеям рекламных материалов |  |
| Обязательные требования к рекламным материалам  (какие элементы должны присутствовать в р.м., чему они должны соответствовать) |  |
| Чего следует избежать при разработке материалов  (что не должно в них присутствовать) |  |
| Базовые цвета, шрифты, брендбук, гайдлайны, иные требования |  |
| **Дополнительные пожелания Клиента** | |
|  |  |
| **Задачи Агентства** | |
| 1.  2.  3.  ... | 1. Разработать Креативную концепцию \_\_\_\_ и следующие материалы к ней:   * \_\_\_ * \_\_\_ * \_\_\_   2. Осуществить креативный надзор за производством \_\_\_\_  …  … |
| **Порядок принятия работы** | |
| 1. Лица, принимающие решения  2. Лицо, принимающее финальное решение  3. Планируется ли тестирование, если да, какое  … |  |
| 1. Критерии оценки разработки Агентства  (в порядке приоритета)  2.Очная/заочная презентация  3. Наличие промежуточных встреч/дебрифинги |  |
| **Этапы и условия работы**  1. Стоимость участия в тендере (если речь о тендере)  2. Сроки, формат предоставления предложения  …  … |  |

**Подписи сторон**

Бриф составлен Заказчиком, проверен Исполнителем.

|  |  |
| --- | --- |
| Заказчик: | Исполнитель: |
|  |  |
|  |  |