

BRIEF PRE DLHODOBÚ SPOLUPRÁCU

Tento dokument slúži ako zadanie pre reklamnú agentúru. Výstupom zadania je návrh stratégie, positioningu značky a/alebo komunikačného konceptu, resp. platformy na dlhšie časové obdobie.

Základné informácie

Zadávatel'

Názov spoločnosti:

Kontaktná osoba

Meno a priezvisko:

Pozícia:

E-mail:

Telefón:

Ďalšie kontakty:

Termíny

Chemistry meeting (nepovinné):

Zaslanie briefu:

Debrief:

Prezentácia 1. kolo:

Feedback:

Prezentácia 2. kolo:

Vyhodnotenie tendra:

Feedback:

Oslovené agentúry

Pozadie projektu

Prečo sa bude projekt realizovať? Opíšte východiskovú situáciu z pohľadu vašej značky.

Aká je situácia na trhu, na ktorom vaša značka pôsobí?

Opíšte situáciu a vývojové trendy na trhu.

Kto sú vaši hlavní konkurenti?

Koho považujete za hlavných konkurentov? Akú pozíciu má vaša značka oproti konkurentom? V čom je silnejšia? V čom je slabšia? Máte svoju pozíciu zameranú prieskumom?

Ciele a výzvy

Definujte hlavnú výzvu, pred ktorou stojí vaša značka. Aké sú hlavné komunikačné a/alebo obchodné ciele? Čo chcete dosiahnuť zmenou komunikačného konceptu/stratégie?

O značke

Ako je vaša značka z hľadiska komunikácie zdefinovaná?

Aký je positioning a tone of voice značky?

Prečo vaša značka existuje?

Čo je poslaním vašej spoločnosti?

Cielová skupina

Kto je vaša primárna cieľová skupina? Koho chcete osloviť? Čo túto skupinu charakterizuje?

Čo chcete dosiahnuť?

Želaná reakcia, zmena správania cieľovej skupiny, vnímanie značky/produktu:

Reason to believe

Prečo by mali ľudia uveriť kampani/službe/produktu? Čo ich má presvedčiť? Opíšte hlavný benefit produktu/služby pre zákazníka.

Klíčové posolstvo

Popíšte v jednej vete, čo si má cieľová skupina zapamätať. Čo chcete, aby si o vašej značke/vašom produkte mysleli?

Prehľad predchádzajúcej komunikácie

Aké mala v minulosti výsledky, čo fungovalo a chceli by ste v tom pokračovať, čo naopak nefungovalo a aké poučenie ste si z toho zobrali?

Doplňujúce informácie

Požadovaný výstup

Čo potrebujete vytvoriť? Uvedte, čo má byť výstupom (napr. nastavenie stratégie značky, positioning, definovanie komunikačného konceptu, ukážka imidžovej či produktovej kampane a pod.).

Povinné prvky a obmedzenia

Uvedte, čo musí byť súčasťou výstupu a čomu sa vyvarovať. Priložte brand guidelines, dizajn manuál.

Referencie

Uvedte príklady a ukážky komunikácie lokálnych alebo zahraničných značiek, ktoré považujete za referenčné k vášmu zadaniu. Prosím, uvedte aj prečo práve tieto konkrétne ukážky.

Nasadenie

Aký je termín spustenia pripravovanej stratégie/komunikačného konceptu?

Rozpočet

Aký je plánovaný rozpočet? Uvedte rozpočet na agentúrnu prácu, produkciu aj médiá. Definovanie produkčného rozpočtu je dôležité na to, aby agentúry mohli ponúknuť uskutočniteľné riešenia.

Hodnotiace kritériá

Presne definujte hodnotiace kritériá (stratégia, kreatíva, cena, tím a iné) a ich váhu pri rozhodovaní.

Skicovné

Uvedte výšku skicovného ako odmeny pre zúčastnené agentúry.

Rozsah dlhodobej spolupráce

Aký rozsah prác zo strany agentúry očakávate? Uvedte, ktoré oblasti komunikácie má agentúra v rámci dlhodobej spolupráce zastrešovať. Napr. imidžové a produktové kampane, social media, interná komunikácia, PR atď.

Extras

Prílohy, dizajn manuál, ukážky predchádzajúcej komunikácie:

