Wytyczne do briefu.

Poniżej kilka wskazówek, które pomogą Ci stworzyć brief.

Brief to dokument pozwalający Agencji na rozpoczęcie pracy, zadawanie pytań i określenie sposobu jak osiągnąć Twoje cele. Im więcej informacji, tym lepiej. Możesz udzielić odpowiedzi pod każdym pytaniem lub rozpisać go w wygodniejszej dla formie, korzystając z poniższych wskazówek.

1. Podaj nazwę swojej firmy wraz z lokalizacją.
2. Podaj dane osób odpowiedzialnych za komunikację z Agencją.
3. Podaj ważne dla Ciebie terminy (termin pierwszej prezentacji, termin działań, termin wdrożenia).
4. Opisz swoje cele (np. zwiększenie sprzedaży, rebranding, wprowadzenie produktu na rynek, projekt opakowania).
5. Opisz swój produkt.
6. Jakie ma przewagi konkurencyjne Twój produkt?
7. Jakie słabości ma Twój produkt?
8. Opisz rynek, na którym funkcjonujesz.
9. Opisz swoją konkurencję.
10. Opisz swoją dotychczasowa aktywność reklamową.
11. Opisz swoje potrzeby (np. strona www, kampania w Internecie, kampania w mediach klasycznych, projekt opakowania, plakat).
12. Czy możesz wskazać media, które Twoim zdaniem są najkorzystniejsze dla promocji Twojego produktu?
13. Czy masz swoje rekomendacje co sposobu do realizacji zadania?
14. W jakiej formie mamy przestawić wyniki naszej pracy? (prezentacja bezpośrednia, prezentacja online, prezentacja do samodzielnej oceny).
15. Podaj budżet, którym dysponujesz.