

**Креативный бриф для разработки \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

Компания:

Продукт компании:

Дата составления брифа:

Контактная информация:

|  |
| --- |
| 1. ПРЕДИСТОРИЯ ПРОЕКТА |
| *Кратко расскажите о том, почему вы решили запустить данный проект? Как вы пришли к этому решению? Был ли у вас уже опыт реализации таких проектов? Расскажите об этом опыте: что на ваш взгляд было выполнено хорошо, а что вам не понравилось и вызывало сложности. Какие результаты были достигнуты в плане роста продаж, клиентов, посещаемости, знания по продукту?* |

*\*проектом может: разработка рекламного ролика и любого рекламного сообщения для продукта компании, создания макета буклета о товаре компании или разработка фирменного стиля продукта.*

1.1 Причины реализации проекта:

…

1.2 Опыт ранних проектов:

…

1.3 Положительные и отрицательные моменты:

…

1.4 Достигнутые результаты прошлых проектов:

…

|  |
| --- |
| 2. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ТЕКУЩЕЙ КОММУНИКАЦИИ |
| *Опишите основные коммуникационные цели, которых вы хотите достичь с помощью реализации данного проекта? (сформировать потребность, увеличить знание товара, сформировать определенный имидж и отношение к товару, стимулировать пробную покупку)*  *Опишите ваши ожидания относительно того, что данный проект даст вашему бизнесу?*  *Опишите планируемую отдачу от проекта?*  *Опишите основные задачи, который должно выполнить агентство для реализации поставленных целей: разработать концепцию коммуникации, снять ролик, подготовить концепт дизайна, печать и т.п. (все действия, кт ожидается полуичть от агентства)* |

2.1 Коммуникационные цели проекта:

…

*\*более подробно о коммуникационных целях в маркетинге читайте в нашей статье:* [*http://powerbranding.ru/mediastrategiya/reklamnye-celi/*](http://powerbranding.ru/mediastrategiya/reklamnye-celi/)

2.2 Выгода для бизнеса:

…

2.3 Ожидаемый результат от проекта:

…

2.4 Задачи агентства:

…

|  |
| --- |
| 3. ОСНОВНАЯ МЫЛЬ СООБЩЕНИЯ |
| *Напишите 1-2 предложениями то, что должен понять потребитель, прочитав или посмотрев ваше рекламное сообщение?*  *Опишите, какие эмоции должен испытать потребитель, после взаимодействия с рекламным сообщением, что он должен почувствовать?* |

3.1 Основная мысль в 1 предложение:

…

3.2 Основные эмоции потребителя:

…

|  |
| --- |
| 4. ОБЯЗАТЕЛЬНЫЕ СОСТАВЛЯЮЩИЕ РЕКЛАМНОГО СООБЩЕНИЯ (ПРОЕКТА) |
| *Опишите все важные требования и обязательные элементы, которые должны быть учтены при реализации проекта.*  *Опишите, как должен быть показан продукт в рекламном сообщении? (если есть к этому особые пожелания)? Какие образы и какую стилистику желательно использовать?* |

…

|  |
| --- |
| 5. ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ ДЛЯ КОММУНИКАЦИИ |
| *Дайте характеристику текущим потребителям, которые покупают ваш товар (пол, возраст, доход, семейное положение, социальный статус и род деятельности, увлечения и основные ценности в жизни).*  *Дайте характеристику потребителям, на которых будет направлена ваша коммуникация (проект).*  *Опишите потребителей, которые никогда не купят ваш товар и наиболее вероятные причины отказа от покупки.*  *Опишите основные потребности, желания и проблемы, которые ваши текущие и потенциальные клиенты хотят решить, покупая ваш товар.*  *Опишите основные требования, которые ваши потребители предъявляют к свойствам товаров вашего рынка, по каким критериям они выбирают продукты?*  *Опишите кратко процесс покупки товара потребителем: где он покупает продукт, как часто? Как обычно использует купленный товар? Как часто возвращается за повторной покупкой? Рекомендует ли товар знакомым?*  *Опишите наиболее вероятные основные причины, по которым потенциальные покупатели не покупают ваш продукт?* |

5.1 Описание текущих потребителей:

…

5.2 Описание потребителей коммуникации:

…

5.3 Описание тех, кто никогда не купит товар:

…

5.4 Основные потребности , желания и проблемы целевой аудитории

…

5.5 Основные требования к свойствам товара:

…

5.6 Описание процесса покупки:

…

5.7 Наиболее вероятные причины отказа от покупки товара:

…

|  |
| --- |
| 6. ПРОШЛЫЕ КОММУНИКАЦИИ КОМПАНИИ |
| *Если вы уже проводили рекламные кампании по вашим продуктам, напишите текст сообщения, который вы говорили потенциальным потребителям о компании. Приведите примеры таких кампаний (готовые рекламные макеты, брошюры, ролики).*  *Если вы не проводили рекламных кампаний, представьте, что у вас есть возможность прорекламировать свой продукт (или всю компанию): Что бы вы рассказали о компании потенциальным потребителям?* |

…

|  |
| --- |
| 7. ОПИСАНИЕ КОМПАНИИ И РЫНКА |
| *Расскажите о деятельности вашей компании. Опишите рынок, на котором работаете, как он растет, потенциал и основные источники роста рынка. Род деятельности компании (производство, торговля, услуги). Кратко напишите историю развития вашей компании: сколько на рынке существует компания, с чего вы начинали, в какой последовательности расширяли свой ассортимент. Расскажите о том, какое положение на рынке занимает ваша компания или отдельные продукты (доля рынка, место на рынке №1,2,3; известность)? Есть ли у вас награды и особые достижения, которые говорят о вашем успехе и признании потребителей?* |

7.1 Описание рынка (что за рынок, рост, потенциал):

…

7.2 Род деятельности и история развития компании:

…

7.3 Положение на рынке компании или отдельных товаров:

…

7.4 Награды, достижения, отзывы

…

|  |
| --- |
| 8. УГРОЗЫ И ВОЗМОЖНОСТИ РЫНКА |
| *Опишите основные источники роста для вашего бизнеса в будущем (расширение рынка сбыта, привлечение новых покупателей, увеличение частоты использования существующих продуктов, выпуск новых товаров или услуг)?*  *Опишите основные угрозы со стороны рынка, изменения поведения покупателей и роста давления конкурентов? Что может помешать росту продаж?* |

8.1 Источники роста для бизнеса:

…

8.2 Угрозы для бизнеса:

…

|  |
| --- |
| 9. ГЛОБАЛЬНЫЕ ЦЕЛИ КОМПАНИИ НА РЫНКЕ |
| *Укажите, каких результатов планирует достичь ваша компания в долгосрочной перспективе – другими словами, опишите глобальные стратегические цели товара: место на рынке, уровень продаж и прибыли (не точные цифры, а ориентир по отношению к текущим продажам и прибыли).*  *Опишите, каких маркетинговых целей вы хотите достичь в долгосрочной перспективе: привлечь новых потребителей, изменить привычки использования продукта, увеличит лояльность текущих покупателей?* |

*\*более подробно о целях в маркетинге и иерархии маркетинговых целей читайте в нашей статье:* [*http://powerbranding.ru/marketing-strategy/biznes-celi/*](http://powerbranding.ru/marketing-strategy/biznes-celi/)

9.1 Бизнес цели:

…

9.2 Маркетинговые цели:

…

|  |
| --- |
| 10. АССОРТИМЕНТ И СТРУКТУРА ПРОДАЖ |
| *Перечислите товары (или услуги), которые вы продаете, в порядке значимости продаж. Опишите, что представляет собой каждый продукт, страна происхождения и его основные свойства, характеристики (то, что вы рассказываете о товаре покупателям). Какая товарная группа, товар или услуга являются лидерами продаж, основным источником прибыли для вашей компании и почему?* |

10.1 Структура продаж (все товары в порядке значимости продаж):

…

10.2 Описание каждого продукта (услуги) подробно:

продукт 1:

продукт 2:

…

10.3 Лидеры продаж (в том числе причины лидерства):

…

|  |
| --- |
| 11. ЦЕНОВОЕ ПОЗИЦИОНИРОВАНИИ КОМПАНИИ |
| *Опишите уровень цен на товары вашей компании относительно средней цены по рынку: ваши товары продаются дешевле, чем в среднем по рынку (в низко-ценовом сегменте); по средне-рыночным ценам (в средне-ценовом сегменте); дороже, чем в среднем по рынку (в высоко-ценовом сегменте).* |

…

|  |
| --- |
| 12. КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА |
| *Опишите такие характеристики вашей компании (или отдельных продуктов), которые уникальны и не встречаются у ваших конкурентов? Чем ваша компания (или отдельные продукты) лучше конкурентов?*  *Конкурентными преимуществами могут быть: отдельные свойства, комбинация свойств, технологии обслуживания, качество персонала, выгодная цена, выполнение каких-то свойств лучше всех на рынке и т.п.* |

…

|  |
| --- |
| 13. ХАРАКТЕР И ИМИДЖ КОМПАНИИ (ОТДЕЛЬНЫХ ТОВАРОВ) |
| *Охарактеризуйте вашу компанию 5-10 словами (прилагательными или словосочетаниями), которые отражают желаемый образ компании на рынке. Перечислите все слова в порядке важности и значимости.* |

…

|  |
| --- |
| 14. КОНКУРЕНТЫ |
| *Перечислите основных конкурентов: компании, с которыми вы соперничаете за получение текущих и потенциальных клиентов. По каждому конкуренту напишите краткую характеристику: что это за компания, по каким товарам вы с ней конкурируете. Если сравнивать ваш проект с подобными проектами конкурентов, в чем ваш проект должен быть лучше?* |

Название компании 1:

Описание компании 1:

По каким товарам конкурируете:

В чем вы хотите быть лучше:

…

|  |
| --- |
| 15. ХОРОШИЕ ПРИМЕРЫ |
| *Если у вас есть примеры проектов, которые вам нравятся и являются идеальным воплощением желаемого результата – приведите их в данном пункте или в приложении к брифу. Для каждого приведенного примера напишите понравившиеся элементы.* |

…

|  |
| --- |
| 16. БЮДЖЕТ |
| *Укажите ограничения по бюджету на проект (в руб.)* |

…

|  |
| --- |
| 17. СРОКИ И ФОРМАТ РАБОТЫ |
| *Напишите желаемые сроки реализации проекта и получения финального результата. Кратко напишите желаемый формат предоставления материалов и процесс утверждения выполненных работ. Обязательно пропишите, по каким критериям будет принимать работа.* |

…