

Virtue s.r.o.  
Malinovského 243  
916 21 Čachtice

032 77 87 443  
virtue@virtue.sk  
www.virtue.sk



# Creative brief

## Zadanie pre tvorbu kreatívy a kampaní

Tento dokument slúži ako východiskový bod projektu pre vedenie on-line komunikačných kampaní. Vďaka nemu si môžeme ujasniť základné informácie potrebné na začatie akejkoľvek ďalšej činnosti. Bez dôslednej špecifikácie nie je možné zaručiť kvalitné a relevantné výstupy. Dokument je možné vyplniť v spolupráci so zástupcom asociácie. Zo správne vyplneného briefu musí vyplynúť čo a pre koho budeme komunikovať, aké sú (merateľné) ciele celého projektu, prípadne akékoľvek ďalšie relevantné informácie, ktoré pomôžu lepšiemu strategickému plánovaniu kampane.

**Projekt**

**Klient**

**Vypracoval** (za klienta)

**Kontaktné údaje** (za klienta)

**Dátum prvej verzie**

**Verzia** (upravuje agentúra)

1. **Pozadie projektu:**  
**Prečo sa bude projekt realizovať?**

2. **Zadanie:**  
**Čo potrebujete vytvoriť? Ako si predstavujete riešenie?**

3. **Výzva:**  
**Aká je kreatívna výzva projektu?**

4. **Typ kampane:**  
**Čoho sa kampaň týka / Čo ideme komunikovať?**

(Např. launch produktu / služby, image-ová kampaň na podporu značky...)

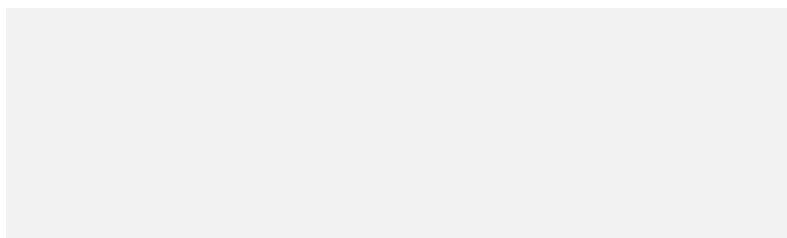
5. **Ciele kampane:**  
**Aké sú hlavné komunikačné ciele kampane? Aký efekt má kampaň zanechať?**

(Např. Zvýšenie povedomie o značke a pod...)

## 6. Hodnotenie kampane:

**Čo má byť kampaňou dosiahnuté, aby sme kampaň mohli označiť za úspešnú?**

Dôležité sú merateľné hodnoty KPI.



## 7. Formát kampane:

TV / Cinema

Press

Radio

Outdoor

Digital

Social media

Mobile

PR

Direct

Promo / Activation

Events / Sponsorship

Experience / New media / Ambient



**8. Charakteristika spoločnosti:**

**Aké je poslanie / ciele Vašej spoločnosti?**

**9. Konkurencia:**

**Kto je Vaša relevantná konkurencia a čím sa Vaša spoločnosť od nej odlišuje?**

**10. Hlavné benefity:**

**Aké sú hlavné výhody produktu / služby pre zákazníka?**

**11. Nevýhody:**

**Aké sú nevýhody služby / produktu?**

Tieto nevýhody nebudeme explicitne komunikovať, ale je potrebné o nich vedieť a pripraviť sa na ich prípadnú obhajobu.

**12. Cieľová skupina:**

**Primárna CS, zvyklosti CS, ako vníma CS značku?**

(Např. muži aj ženy 50:50, vek 18-36, mestskí, slobodní, otvorení, sebaistí, očarujúci, akční..)

**13. Cieľ komunikácie:**

Čo si myslí cieľová skupina teraz?

Čo chceme aby si cieľová skupina myslela potom?

**14. Key message:**

**Kľúčové posolstvo ktoré chceme odovzdať cieľovej skupine?**

Má byť: dôveryhodné, motivujúce, jedinečné

**15. Dôvod uveriť:**

**Prečo by tomu mali veriť?**

Top racionálne argumenty

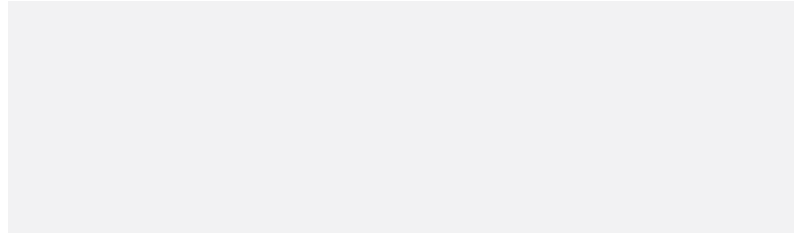
Top emocionálne argumenty

**16. Odmena a prísľub:**

**Akú odmenu a prísľub chceme dať cieľovej skupine?**

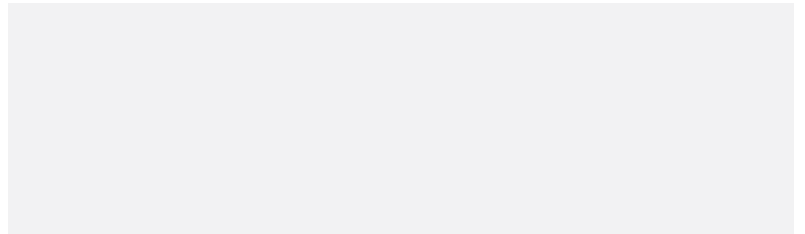
**17. Osobnosť a tón:**

**Aký zvolíme tón komunikácie?**



**18. Obmedzenia a povinnosti:**

**Čo musíme použiť a čomu sa máme vyvarovať?**



**19. Deadline konceptu:**

**Aký je termín odovzdania  
kreatívneho konceptu  
a prezentácie?**

**20. Deadline realizácie:**

**Aký je termín realizácie kreatívy /  
kampane?**

**21. Budget:**

**Aký je Váš rozpočet pre tento  
projekt (kreatíva + realizácia)?**

Ak máte stanovený rozpočet, uveďte ho prosím  
sem. V prípade, že nemáte stanovený rozpočet,  
prosím, uveďte finančný interval pre tento projekt.

**22. Zodpovedná osoba:**

**Kto je zodpovedný za vedenie  
a komunikáciu a kto za záverečné  
schvaľovanie?**

Prosím uďte zoznam mien, pozíciu, email adre-  
su a tel. číslo.