

CZYM JEST I Z CZEGO POWINIEN SKŁADAĆ SIĘ BRIEF KREATYWNY?

BRIEF KREATYWNY TO NIEZWYKLE WAŻNY DOKUMENT, NA PODSTAWIE KTÓREGO NASZE STUDIO MOŻE PRZYGOTOWAĆ STRATEGIĘ.

Dobry brief kreatywny powinien być dokładnie przemyślany i składać się z kilku istotnych elementów, do których zaliczamy:

1. Cel

Precyzyjnie zdefiniowany cel pomaga uniknąć błędów w dalszych działaniach. Określając cel warto wcześniej przygotować sobie odpowiedzi na pytania takie jak: Dlaczego działania zostają podjęte? Co dają oraz jakie efekty mają przynieść?

2. Termin realizacji

3. Grupa docelowa

Aby dopasować działania do grupy docelowej należy stworzyć opis szczegółowy odbiorcy – personę. Oprócz standardowych danych demograficznych warto zgłębić analizę o elementy takie jak na przykład aktywność w czasie wolnym, cechy osobowości lub rodzaj wykonywanej pracy.

4. Key message

Key message jest esencją tego, co marka chce przekazać odbiorcom. Sformułowanie kluczowego przekazu ułatwi dalsze działania pracownikom agencji.

5. Wartość oraz pozycja marki na rynku.

Pomoże projektantom określić charakter, styl oraz zasięg potencjalnych odbiorców. Informacja na temat wielkości firmy, oferty i pozycji marki na rynku jest kluczowa. Inaczej zostanie zaprojektowana strategia dla firmy dopiero zaczynającej, od tej która od wielu lat istnieje na rynku.

6. Oczekiwania wobec projektu

Jakie cele chcemy osiągnąć inwestując w dany projekt i z jakim rezultatem.

7. Budżet

Wpisanie ramowego budżetu pozwoli na dostosowanie rodzajów działań/materiałów do określonego przedziału cenowego. Rynek dostarcza nam setki dostawców przeróżnych usług. Określenie budżetu pomaga daje wiele korzyści, np. wybranie odpowiedniego dostawcy usług w zadowalającej nas cenie. Tworzenie koncepcji przewyższającej nasze możliwości finansowe można śmiało określić stratą czasu.

8. Należy jednak pamiętać, aby dostosować elementy briefu do celu działań – jeśli analiza konkurencji nie będzie potrzebna, nie warto jej umieszczać itp. Dobry brief kreatywny powinien zmieścić się na jednej kartce A4 i zawierać konkretne informacje, które skłonią team kreatywny do podjęcia odpowiednich działań i przygotowania dopasowanej strategii.