**Бриф на разработку рекламной кампании**

**Общая информация**

|  |  |
| --- | --- |
| Название компании |  |
| Род деятельности компании |  |
| Контактное лицо (ФИ, должность) |  |
| Контакты (телефон, e-mail) |  |
|  |

**Информация о компании/бренде.**

|  |  |
| --- | --- |
| Название компании |  |
| Торговый знак или знак обслуживания (если есть) |  |
| История компании |  |
| Виды деятельности компании |  |
| Конкурентные преимущества компании |  |
| Ценовая политика компании |  |

**Целевая аудитория продукта**

|  |  |
| --- | --- |
| Корпоративные потребители |  |
| Индивидуальные потребители:  География проживания  Демографические характеристики |  |
| Социально-экономические характеристики |  |
| Психологические характеристики целевой аудитории |  |
| Поведенческие характеристики ЦА |  |
| Мотивация целевой аудитории |  |
| Кто, когда и как принимает решение о покупке товара данной марки? |  |

**Информация о товарах/услугах:**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Названия товаров / услуг (марочное название, если оно есть) |  | |
| Перечислите потребительские свойства (характеристики) рекламируемого товара/услуги. Каковы особенности товара/услуги (если они есть) |  | |
| В чем конкурентные преимущества рекламируемого товара/услуги? |  | |
| Уровень цен |  | |
| Особенности использования товара/услуги ( если имеется) |  | |
| Почему покупатели выбирают (или должны выбрать) именно ваш товар/услугу? |  | |
| Имеет ли потребление товара сезонный характер? Каковы сезонные колебания? |  | |
| **Информация о конкурентах** | | |
| Кто является конкурентом? | |  |
| Конкурент, представляющий наибольшую угрозу | |  |
| Уровень цен и качества товаров/услуг конкурентов | |  |
| Преимущества конкурентов | |  |
| Недостатки конкурентов | |  |
| **Цели и задачи будущей РК** | | |
| Цели и задачи, которые ставятся перед рекламным агентством |  | |
| Предполагаемый рекламный бюджет и предпочтения в распределении бюджета по СМИ |  | |
| Предполагаемые сроки рекламной кампании |  | |
| Позиционирование продукта |  | |
| Предполагаемые средства распространения рекламы (пожелания, если есть) |  | |
| Смысл основного рекламного сообщения |  | |
| Предложение, которое делается целевой группе |  | |
| Тон рекламного сообщения |  | |