



Prosimy o udzielenie odpowiedzi na poniższe pytania. Pozwoli nam to dostosować koncepcję strategiczną i kreatywną do charakteru projektu.

W tym dokumencie powinien zostać zawarty opis projektu, jaki mamy zrealizować.

Od zakresu umieszczonych w nim informacji na temat marki i celu projektu zależy jakość rozwiązań jakie proponujemy.

Jeśli w trakcie wypełniania briefu cokolwiek okaże się niejasne, lub potrzebna będzie nasza pomoc – prosimy o kontakt telefoniczny lub mailowy.

Po otrzymaniu briefu na pewno pojawią się pytania po naszej stronie, stąd bardzo ważne jest umieszczenie w metryczce informacji kontaktowych osoby, która będzie odpowiedzialna za projekt i będzie mogła udzielić nam odpowiedzi.

**Powodzenia!**

## Dane identyfikacyjne (Identification)

Prosimy podać nazwę Państwa firmy/instytucji, imię i nazwisko, stanowisko, telefon kontaktowy, email oraz ewentualnie stronę www.

### Dane firmy (Company Details)

Dane podstawowe firmy, status prawny, dokumenty rejestrowe.

### Osoba kontaktowa (Contact Person)

Imię i nazwisko osoby reprezentującej Klienta (osoba odpowiedzialna za przygotowanie briefu, kontakty, udzielenie dodatkowych informacji).

### Stanowisko (Position)

Jakie stanowisko piastuje osoba kontaktowa i za co jest odpowiedzialna?

### E-mail (E-mail Address)

Jaki jest główny adres poczty elektronicznej przeznaczony do komunikacji z agencją?

### Nr telefonu stacjonarnego (Landline Phone number)

Jaki numer telefoniczny przeznaczony będzie do komunikacji z agencją?

### Nr telefonu komórkowego (Cell Phone number)

Jaki numer komórkowy przeznaczony będzie do komunikacji z agencją? Jaki system operuje telefonem komórkowym?

## Forma odpowiedzi na brief (Brief Response Form)

### Data briefu (Brief Date)

Kiedy wypełniany jest brief?

### Data odpowiedzi na brief (Brief Response Date)

Do kiedy powinniśmy udzielić odpowiedzi na brief?

### Forma odpowiedzi na brief (Brief Response Form)

W jaki sposób powinniśmy odpowiedzieć na brief? Czy oczekiwana jest osobista prezentacja, prezentacja przesłana mailem, a może wyłącznie oferta cenowa?

### Język komunikacji (Communication Language)

W jakim języku powinniśmy przygotować odpowiedź? Możemy to zrobić po polsku lub po angielsku, niemiecku, szwedzku, duńsku, rosyjsku, flamandzku.



## Opis produktu i firmy (Product and Company Description)

### Opis firmy (Company Description)

Informacje o firmie, branży w jakiej operuje, pozycji rynkowej, realizowanej strategii.

### Opis produktu/usługi (Product/Service Description)

Informacje o produkcie/usłudze oferowanej przez firmę, główne wartości, unikalne wartości, metoda sprzedaży.

### Rodzaj produktu/usługi (Product/Service Type)

Jaki jest rodzaj produktu lub usługi, której dotyczy projekt?

### Cel projektu (Project Objectives)

Jaki jest główny cel projektu? Cel powinien zostać określony na tyle dokładnie na ile to możliwe. Czy poza głównym celem istnieją cele dodatkowe projektu?

### Grupa docelowa (Target Group)

Jaka jest grupa docelowa projektu? Czy definiowana jest wyłącznie kryteriami demograficznymi, czy też da się w niej wyróżnić dodatkowe kryteria? Ten opis powinien dać nam pełny obraz grupy, do której będziemy mówić, prosimy więc aby zawierał możliwie pełną informację.

### Unikalne cechy produktu/usługi (Reason To Believe)

Jakie są unikalne cechy produktu lub usługi, której dotyczy projekt? Czym różni się od konkurencji? Co zyskuje klient wybierając właśnie ten produkt lub tę usługę?

### Postrzeganie produktu/usługi (Product/Service Perception)

Jakie jest obecne postrzeganie produktu lub usługi przez klientów? W jaki sposób powinno się zmienić dzięki realizacji projektu?

### Konkurencja (Competition)

Jakie firmy stanowią głównych konkurentów?

### Partnerzy (Partners)

Jakie firmy pozostają w relacjach partnerskich?



## Opis projektu (Project Description)

### Zadanie agencji (Agency Task)

Jakie jest zadanie agencji? Czy mamy zbudować stronę internetową, aplikację, przygotować kreacje do kampanii internetowej? A może przygotować plan wielokanałowej akcji marketingowej czy całkowity branding?

### Ton komunikacji (Target Group and Insights)

W jakim tonie powinna być utrzymana cała komunikacja? Formalnym, luźnym, żartobliwym, a może bardzo poważnym? Jakie są ograniczenia i elementy wymagane, jakie są ewentualne restrykcje prawne?

### Pożądana reakcja (Communication objective)

Co należy osiągnąć poprzez przygotowany projekt? (Zbudowanie świadomości marki/odświeżenie wizerunku, promocja produktu, prezentacja)

### Dotychczasowe działania (Relevant Background)

Jakie działania podejmowane są do tej pory przez firmę (oczywiście tylko te, które są istotne dla projektu)? Jakie działania podejmuje konkurencja?

### Główny komunikat (Single Minded Message)

W jednym zdaniu proszę opisać jaki jest główny komunikat, jaki ma przekazywać projekt.

### Budżet projektu (Budget)

Jaki jest przewidywany budżet na realizację projektu? Ta informacja jest dla nas niezwykle istotna, ponieważ pozwala nam dopasować zaproponowane rozwiązania i proces realizacji do ograniczeń budżetowych projektu.



## Specyfikacja wymagań (Requirements Specification)

### Harmonogram (Timing)

Jakie są kluczowe daty dla realizacji projektu? Jakie są wytyczne związane z przygotowaniem i realizacją działań? W tym briefing, terminy dostarczenia i przeglądu pomysłów, terminy akceptacji pomysłów, terminy przeglądu projektów, terminy akceptacji pomysłów, terminy dostarczenia materiałów i zakończenia działań.

### Sugerowane środki przekazu (Channels)

Jakie materiały muszą powstać?

### Wymagane elementy (Mandatories)

Jakie dokładnie elementy wchodzi w skład projektu? W przypadku strony internetowej czy są dodatkowe wymagania, takie jak np. system CMS, w przypadku kreacji dla kampanii marketingowej i reklamowej jakie są wymagane formaty?

### Wymagania techniczne (Technical Requirements)

Jakie wymagania techniczne powinien spełnić projekt? W jakiej technologii powinien być realizowany? Czy istnieją jakieś ograniczenia, które musimy wziąć pod uwagę?

### Prezentacja pomysłu (Idea Presentation)

Jakie przewidywane są miejsca, czas i sposób prezentacji pomysłów i projektów.

## Wygląd i odczucia (Look & feel)

### Preferencje użycia fontu (Font usage preferences)

Jakiego rodzaju fonty powinny zostać użyte w projekcie? Proszę podać styl/krój lub nazwę fontu nie przedstawionego poniżej.

Serif

Lorem Ipsum

Script

Lorem Ipsum

Condensed

Lorem Ipsum

Grunge

LOREM IPSUM

Sans Serif

Lorem Ipsum

Geometric

Lorem Ipsum

Slab Serif

**Lorem Ipsum**

Inna, proszę opisać:

### Wizerunek (Image)

Jaki wizerunek powinien zostać zachowany lub uzyskany?

Prosty

Czysty

Gładki

Komiksowy

Pastelowy

Unikalny

Relaksujący

Zrównoważony

Brudny

Tradycyjny

Nowoczesny

Profesjonalny

Kolorowy

Spokojny

Szczegółowy

Grunge

Retro

Vintage

Biznesowy

Jasny

Zachęcający

Silny

Błyszczący

Teksturowany

Elegancki

Żartobliwy

Wyciszony

Interesujący

Mocny

Matowy

## Uwagi i sugestie (Executorial guidelines)

Jeśli standardowe punkty briefu nie wyczerpują całości opisu projektu, tutaj można uzupełnić wszelkie informacje jakie powinniśmy otrzymać. Sugestie Klienta, nieformalne pomysły.

Wydrukuj/Zapisz (Print/Save)