



life-netdesigning

CREATIVE BRIEF

od: KLIENT
do: AGENTURA

ZNAČKA

Základní hodnoty značky jsou:

Osobnost značky je:

V čem je naše značka **ODLIŠNÁ** od ostatních značek, jaká je naše **DIFERENCUJÍCÍ** idea:

Jak naši značku vnímají naši zákazníci:

Jak naši značku vnímají zákazníci konkurence:

SPOTŘEBITEL

Kdo je naše cílová skupina vč. psychologických charakteristik:

Spotřební chování v rámci naší kategorie lze popsat následujícími dimenzemi:

Jak se spotřebitel orientuje v problematice, nakolik je pro něj přehledná a jasná?

Hlavní kritéria výběru (ze strany zákazníka) jsou:

Nakolik zákazník „věří“ benefitům, které jsou mu konkurečními firmami?

Lze efektivně získávat nové spotřebitele „přetahováním“ jiným značkám?

- ano
- ne



KONKURENČNÍ POSTAVENÍ

Z pohledu tržního podílu patříme spíše k:

Naše konkurence konkuruje především následujícími prvky:

Největší přednosti a nedostatky naší konkurence:

Nejvyšší dosažený tržní podíl v naší kategorii je%.

(Náš Share of Spend je %.)

Spontánní znalost naší značky je%.

Nejvyšší dosažená spontánní znalost v naší kategorii je%. TRH/KATEGORIE

Celková velikost trhu/rok v Kč činí:

Trend dynamiky trhu je:

- rostoucí
- stagnující
- klesající

Kategorii lze dále dělit na následující subkategorie:

Do budoucna lze ze strany vlády očekávat zásahy:.....,
které povedou k následujícímu:

Již dnes lze vyzorovat trendy:.....,
které v nedaleké budoucnosti budou mít na naše podnikání následující vliv:.....
.....



life-netdesigning

CO CHCEME

Chceme po Vás, abyste navrhli strategii značky vč. komunikačních aktivit, která bude směřovat ke splnění následujících cílů:

- 1.
- 2.
- 3.

KOMUNIKAČNÍ AKTIVITY

Zde uveďte, jaké komunikační aktivity (reklama, DM, promotion, PR, CRM, atd.) budou z hlediska dosažení stanovených cílů zapotřebí. Uveďte strukturu i posloupnost.

JAK TO BUDE ČASOVĚ NÁROČNÉ

Zde, prosím, uveďte, jak bude celý proces časově náročný. Pokuste se rozdělit celý proces do několika fází a každou fázi časově ohraničit.

KOLIK TO BUDE STÁT

Vzhledem ke stanoveným cílům – pokuste se co nejpřesněji vyjádřit finanční náročnost celého procesu a také finančně ohodnotit jeho jednotlivé fáze.

JAK TO BUDEME MĚŘIT

Vycházíme z toho, že úspěšné ukončení každé fáze celého procesu je podmínkou pro úspěšné splnění fáze následující a tím dosažení stanovených cílů. Uveďte tedy, **co** se bude měřit, **jak** (tj. metodologie) se to bude měřit a **kolik** peněz to bude stát. Snažte se také uvést, jaké naměřené hodnoty lze považovat za úspěšné tj. dávající velké šance na úspěšné pokračování celého procesu.