Бриф на кейвижуал

Приветствуем вас, коллеги! Перед вами бриф на кейвижуал. Просим вас внимательно заполнять каждое поле брифа. Для этого, возможно, вам потребуется встреча с членами рабочей группы и ЛПР.

*Ключевой визуальный образ (или кейвижуал, или key visual)* – это повторяющийся в рекламных коммуникациях бренда визуальный образ (картина), обладающий высокой запоминаемостью и доносящий до зрителя (потенциального потребителя) особое маркетинговое сообщение.

Заполнение брифа может занять у вас от получаса. Важно, что чем больше полей брифа вам удастся заполнить и чем подробнее описать ваши пожелания, тем больше нам удастся синхронизировать понимание задачи.

|  |
| --- |
| Общая информация |
| ФИО контактного лица \**(\* – менеджер проекта со стороны Заказчика)* |  |
| Должность контактного лица |  |
| Телефон контактного лица |  |
| E-mail контактного лица |  |
| Наименование компании Заказчика  |  |
| Основные направления деятельности компании |  |
| Сайт компании  |  |
| Миссия вашей компании |  |
| Дата заполнения брифа |  |
| Команда проекта со стороны Заказчика (Руководитель проекта и участники рабочей группы по проекту) |  |
| I. Задача |
| Для чего нужно разработать ключевой визуальный образ:1. Для компании
2. Для бренда
3. Для товара / услуги
4. Для города / субъекта РФ
 |  |
| Что требуется? *(опишите задачу в нескольких словах)* |  |
| Какая маркетинговая задача стоит за разработкой кейвижуала? |  |
| Охарактеризуйте причины новых разработок? |  |
| Охарактеризуйте цели новых разработок? |  |
| Необходимы ли дополнительные услуги:*(выберите один или несколько подходящих вариантов)*1. Проведение маркетингового исследования
2. Разработать слоган, байлайн, клеймы, миссию, ценности, пресс-релиз или другие тексты
3. Создать нейминг
4. Разработать персонажа для бренда
5. Отрисовать уникальные иллюстрации
6. Отрисовать товарный знак / логотип
7. Задать основы фирменного стиля
8. Разработать дизайн упаковки
9. Осуществить дизайн и программирование сайта
10. Провести фотосъемку
11. Создать видеоролик
12. Создать презентацию или каталог
13. Разработать дизайн полиграфии
14. Другое *(укажите)*
 |  |
| Ваши идеи по ключевому визуальному образу |  |
| Были ли у бренда ранее разработанные кейвижуал, и если были, то какие *(можете приложить ссылки)* |  |
| Опишите, чем не подходят ранее разработанные кейвижуал (если они были) текущей маркетинговой задаче? |  |
| Какие сроки заложены вами на выполнение задачи?  |  |
| II. Бренд |
| История бренда / компании *(основные факты, цифры, достижения)* |  |
| Где мы можем получить дополнительную информацию о вашем бренде / товаре / услуге? |  |
| Опишите предполагаемое или желаемое позиционирование бренда *(каким бы вы хотели его видеть, что добавить)* |  |
| Расскажите, какие рациональные и функциональные преимущества приобретает потребитель при общении с вашим брендом / покупкой вашего товара? |  |
| Расскажите, какие эмоциональные преимущества приобретает потребитель при общении с вашим брендом / покупкой вашего товара? |  |
| Опишите основные отличия от конкурентов:* функциональные
* эмоциональные и пр.
 |  |
| III. Продукт / услуга |
| Описание продукта / услуги, для которой нужен кейвижуал |  |
| Описание ситуации потребления / использования продукта или услуги, для которой нужен кейвижуал *(как, где, при каких обстоятельствах потребитель использует ваш товар?)* |  |
| Уникальные свойства, особенности продукта/услуги (если существуют), отличающие от конкурентов |  |
| Какой основной (флагманский) продукт / услуга бренда |  |
| IV. Потребитель и товар / услуга |
| Опишите социально-демографические характеристики потребителя (пол, возраст, доход, семейное положение) |  |
| Каков стиль жизни вашего потребителя |  |
| Базовые ценности потребителя |  |
| Выгода потребителя (повод для покупки / обращения за услугами), то, что вы ему даете? |  |
| Уникальное торговое предложение (чем ваша компания / товар / услуга отличается от конкурентных)? |  |
| География продаж товаров (город, страна, точки продаж) / оказания услуг |  |
| Сложившееся у потребителя отношение к компании / бренду |  |
| Сложившееся у потребителя отношение к компаниям / брендам конкурентам |  |
| Что самое важное для вашего потребителя? |  |
| Чего не хватает вашему потребителю? |  |
| Проводили ли вы ранее исследования целевой аудитории, что они показали? |  |
| Опишите ассортиментную матрицу ваших товаров / перечень оказываемых услуг |  |
| V. Кейвижуал |
| Какое сообщение нужно донести до потребителя посредством кейвижуал? *(пример, «порошок не царапает поверхность при ее очищении»)* |  |
| Сформулировано ли у вас текстовое рекламное сообщение для кейвижуала? |  |
| Каким должен быть тон общения с потребителем: юмористическим, серьезным, рациональным, эмоциональным, «как хозяйка с хозяйкой», дружеским и т.п. *(напишите)* |  |
| Желательные ассоциации (для использования в кейвижуал) |  |
| Совершенно не желательные ассоциации (для использования в кейвижуал) |  |
| Использует ли бренд в своих коммуникациях гротеск, каламбур, иронию, пародию, сарказм и др. стилистические приемы?  |  |
| Каковы сроки проведения и сезонность рекламных кампаний, для которых требуется кейвижуал? |  |
| Опишите географию рекламной кампании |  |
| Какие каналы коммуникации (ATL, BTL) вы планируете использовать? |  |
| На каких носителях вы планируете использовать будущий кейвижуал? *(выберите один или несколько подходящих вариантов)*1. Брендинг автомобилей
2. Рекламные щиты (билборды)
3. На сайте
4. На упаковке или этикетке
5. В рекламных видеороликах
6. На полиграфических промо-материалах
7. Другое *(укажите)*
 |  |
| Какой основной рекламный носитель, для которого разрабатывается кейвижуал? |  |
| Расположите все планируемые рекламные носители для кейвижуал в порядке приоритетности *(перечислите и укажите для каждого желаемые размеры)* |  |
| Хотели бы вы использовать в кейвижуал людей, детей, животных? |  |
| Какие графические (визуальные) образы обязательны для использования в кейвижуал? |  |
| VI. Конкуренты |
| Кто является конкурентами продвигаемым товарам / услугам, для которых разрабатывается кейвижуал: 1. Ключевые конкуренты *(перечислите)*
2. Второстепенные конкуренты *(перечислите)*
3. Товары / услуги заменители *(перечислите)*
 |  |
| Позиционирование основных конкурентов (рациональное, эмоциональное, функциональное, ценовое) |  |
| Информация о рекламе конкурентов *(можно в виде фото и видео материалов, ссылок на них)* |  |
| В каком ценовом сегменте находятся ваши товары / услуги по сравнению с конкурентами?  |  |
| Перечислите 5-10 кейвижуалов, которые вам нравятся и почему *(желательно и конкурентов, и из представителей других / смежных областей)* |  |
| Перечислите 5-10 кейвижуалов, которые вам НЕ нравятся и почему *(желательно и конкурентов, и из представителей других / смежных областей)* |  |
| Опишите дополнительные требования к креативу, которые НЕ вошли в бриф, но имеют весомое значение при разработке |  |

Спасибо, что подробно и внимательно заполнили бриф!

Он не короткий, но вся проделанная вами работа поможет нам разработать
идеальный кейвижуал именно для вас!

Хорошего вам дня!