**Brief Reklamowy**

**Firma i Rynek**

* 1. Sytuacja rynkowa
	2. Miejsce firmy na obecnym rynku/rynkach
	3. Mocne i Słabe strony
	4. Szanse i zagrożenia
	5. Informacje o firmie (zakres działalności)
	6. Źródła przewagi konkurencyjnej

..................................................................................................................................................................................................................................... .......................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................... .....................................................................................................................................................................................................................................

**Produkt**

* 1. Jakie produkty oferuje firma?
	2. Dlaczego klienci kupują produkty firmy?
	3. **Co wyróżnia Produkty firmy na tle konkurencji (cechy, korzyści)**
	4. **Mocne i słabe strony produktów firmy na obecnych rynkach**
	5. Jak komunikujemy produkt/ofertę w bieżących działaniach marketingowych online

..................................................................................................................................................................................................................................... .....................................................................................................................................................................................................................................

**CEL planowanej kampanii reklamowej oraz kluczowe czynniki sukcesu**

* 1. Sprzedaż online (Direct Respons)
	2. Wzmocnienie pozycji brandu (Branding)
	3. Pozyskanie ruchu na stronę (Traffic)

..................................................................................................................................................................................................................................... ..................................................................................................................................................................................................................................... ..................................................................................................................................................................................................................................... ..........................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................

**Grupa docelowa**

* 1. Do kogo adresujemy przekaz reklamowy? (obecni klienci, potencjalni, klienci konkurencji itp.
	2. Co wiemy o grupie docelowej:
		1. Demografia (m.in. wiek, płeć, status majątkowy, zamieszkanie, grupa zawodowa, itd.)
		2. Zachowanie/przyzwyczajenia
		3. Zainteresowania
		4. Jaka jest jej Geolokalizacja na terenie kraju np. ze względu na sieć dystrybucyjną
	3. W jaki sposób grupa reaguje/odbiera dotychczasową komunikację marketingową Firmy, postrzega produkt i markę (Aktywnie bierze udział w promocji, charakteryzuje się dużą/małą lojalnością w stosunku do naszej marki, itd.)

.......................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................... ..........................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................

**Przekaz reklamowy**

* 1. Co chcemy przekazać? - Koncepcja przekazu – zawartość merytoryczna, jakie korzyści/cechy produktu/oferty komunikujemy
	2. W jaki sposób – sformułowania – Slogan, Tagline, Claim, motyw przewodni
	3. Za pomocą jakich produktów - preferowane formy reklamowe (jeśli oczekujesz naszej propozycji, napisz o tym)

.......................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................... ..........................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................

**Czas trwania kampanii (kampania okresowa, ciągła obecność)**

.....................................................................................................................................................................................................................................

**Budżet na kampanię**

.....................................................................................................................................................................................................................................

**Dane kontaktowe**

Nazwa: ........................................................................

Osoba kontaktowa: ........................................................................

Telefon: ........................................................................

email: ........................................................................

Strona www: ........................................................................