

(DE) BRIEFING CREATIEF BUREAU / CONCEPTONTWIKKELING/ CAMPAGNEONTWIKKELING

Naam van de klant:
(Werk)titel project:
Projectnummer:

Datum briefing:

Team

Projectmanager:
Creative director:
Artdirector:

Opdracht beschrijving:

Beschrijf hier kort waar het project over gaat en wat de bedoeling is.

Doelstelling:

Communicatieconcepten hebben als doel om merken te profileren, aanzetten tot verkoop, of mensen te informeren, activeren, mobiliseren of bewustmaken. Beschrijf kort wat de insteek is. Kies voor doelstellingen die meetbaar zijn.

Doelgroep:

Wat weet je over de doelgroep? Welke reactie hebben ze met het merk. Waar ligt de behoefte die het merk kan bedienen.

Visie van de klant:

Omschrijf hoe de klant denkt over een eventuele creatieve invulling, de kernboodschap. Waarom denkt de klant de vraag van de doelgroep met het product of dienst te kunnen beantwoorden?

Onze visie:

Beschrijf jouw visie op het project. Waarom denk jij dat het product of dienst de vraag van de doelgroep kan beantwoorden. Wat is het bestaansrecht ervan?

Jouw visie die ten grondslag ligt aan het concept

Beargumenteer waar het concept over moet gaan. Beschrijf wat de 'reasons to believe' zijn voor de doelgroep, wat de overtuigende argumenten zijn, op welke emotie en behoefte er ingespeeld wordt.

Concept en boodschap

Geef een (werk)titel aan het creatieve concept en beschrijf de belangrijkste boodschap aan de doelgroep. Schrijf een korte storyline. Geef ook aan waarom de doelgroep gevoelig zal zijn voor het concept en of het concept beantwoordt aan de visie. Indien het concept uiteenvalt in meerdere boodschappen per middelen geef dan voor elk middel de boodschap aan.

Beleving

Geef aan welke primaire emotie/beleving het concept oproept bij de doelgroep. Wat zal de doelgroep denken, voelen, willen als reactie op de communicatie? Denk aan emoties als verassing, verlangen, ontroering, shock, vrolijkheid, geluk etc.

Presence

Omschrijf de uitstraling waaraan het middel moet voldoen en de wijze waarop het concept zich manifesteert. Bijvoorbeeld de tone-of voice en beeldtaal.

Middelen en timing

Omschrijf acties, middelen en media. Als je nog in de conceptfase bent, houd dit dan zo open mogelijk. Beschrijf hoe lang het project loopt en welke belangrijke communicatiemomenten er zijn. Als bepaalde middelen vaststaan geef dan specificaties als formaat, locatie, hoeveelheid, materiaal, oplage.

Randvoorwaarden

Wat zijn vaststaande zaken? Wat moet er sowieso vermeld, getoond of gebruikt worden?

Planning

Beschrijf hoe lang het duurt om het concept tot uitvoering te brengen. Beschrijf de productietijd van de communicatiemiddelen. Maak een timeline met communicatiemomenten.

Budget

Geef een indicatie van het benodigde budget waarbinnen het concept gerealiseerd kan worden, of bevestigd dat het concept gerealiseerd kan worden binnen het budget van de klant.

Handling/levering

Geef aan hoe bestanden aangeleverd worden, welke programmatuur nodig is om met de bestanden te kunnen werken. Beschrijf hoe de klant er mee om kan gaan, bijvoorbeeld wat er wel en niet aangepast kan worden, en wie dat doet.

Overeenkomst

Gelezen en goedgekeurd door opdrachtgever

Gelezen en goedgekeurd door opdrachtnemer

Datum