

BRIEF PRO ÚČELY ZADÁNÍ KOMUNIKAČNÍ STRATEGIE PRO ZNAČKU / PRODUKT

*Dovolujeme si Vás poprosit o několik informací, které nám pomohou připravit pro Vás komunikační strategii a mediální plán dle Vašich cílů, požadavků a potřeb. Předem děkujeme za spolupráci.
Tým Wolfmouse*

KLIENT

Jméno klienta:.....

Kontaktní osoba – pozice:.....

Jméno:.....Příjmení.....

Tel.:.....e-mail:.....

BRAND, PRODUKTY Jméno (a) produktů či služeb, pro kterou chcete připravit návrh komunikační strategie (produkty, služby, pobočky, kamenné obchody, e- atd).

1.
2.
3.

POSTAVENÍ NA TRHU: Krátké zhodnocení vaší pozice na trhu ve vašem segmentu. Jak si průběžně stojíte v pomyslném žebříčku mezi konkurenty.

ZNALOST ZNAČKY: Jak je vaše značka či produkty vnímána a jaká je její znalost mezi spotřebiteli.

KONKURENCE: Jmenovitě uvést největší konkurenty a dle vašich slov popsat v čem a proč si myslíte, že jsou lepší než vy nebo horší.

1. .
2. .
3. ...

KONKURENČNÍ VÝHODY: Uvedte, jaké jsou vaše konkurenční výhody (pozice značky na trhu – jednička ve své oblasti, cena, srovnání s konkurencí - v čem a proč jste lepší – na tuto konkurenční výhodu či výhody se zaměří komunikace), máte-li možnost srovnání.

1. .
2. .
3. ...

SPOTŘEBITELÉ ZNAČKY: Popište vaše současné zákazníky. Kdo si váš produkt či službu kupuje, jestli více muži či ženy. Kolik jim je asi let? Zda-li jsou z větších či menších měst. Do jaké sociální vrstvy spadají (přibližné výdělky, manažeři, ředitelé, všeobecně všechny ženy, atd.?) Máte-li více produktů, popište cílovou skupinu (či skupiny) u každého z nich.

PORTFOLIO ZNAČKY Popsat veškeré produkty vaší značky, případně produktu, pro který chcete vytvořit komunikační strategii:

HISTORIE KOMUNIKACE A SOUČASNOST Pokud možno, uveďte Vaše dosavadní komunikační a marketingové aktivity + představu o budoucnosti, máte-li:.

1. Uveďte vaše dlouhodobé a krátkodobé cíle, které by komunikační aktivity měly splnit (navýšení prodeje služeb/výrobků, zvýšení povědomí o značce, zvýšení návštěvnosti v případě webových stránek, expanze do dalších lokalit, a další.)

2. Které historické či současné marketingové aktivity se Vám osvědčily a chtěli byste je nadále zahrnovat do propagačních a prodejních aktivit? (soutěže, participace na TV pořadech, product placement, road-show, atd, outdoor, on-line formy a formáty – PPC, bannery, partnerství, atd....)

3. Máte konkrétní media-typy či plochy, které využíváte s oblibou, ale rádi byste se dostali na příznivější ceny? Pokud ano, uveďte jaké, případně na jaké ceny byste se chtěli dostat (procentuální slevy, konečné ceny)

Pokud jste došli až na konec tohoto briefu a zodpověděli většinu z dotazů, blahopřejeme.

S námi se připravte na úspěch!

*Pokud jste nevyplnili většinu dotazů, Vaše sekretářka má dovolenou, a preferujete vše projednat spíše osobně či po telefonu, zavolejte nám kdykoli na: **777 662 750***