

„Wiele rzeczy małych
stało się wielkimi, tylko dzięki
odpowiedniej reklamie”

Mark Twain

1. Nazwa firmy / Imię, Nazwisko

2. Branża

3. Adres strony internetowej

4. Oferowane produkty, usługi

5. Firmy konkurencyjne

6. Informacje dotyczące identyfikacji wizualnej firmy (logo, kolorystyka)

Agencja Reklamowa
ul. Władysława Łokietka 334/2
31-334 Kraków
tel./fax: +48 12 635 16 20
tel. kom. +48 502 838 908
www.promotechnika.pl
biuro@promotechnika.pl

„Wiele rzeczy małych
stało się wielkimi, tylko dzięki
odpowiedniej reklamie”

Mark Twain

7. Grupa docelowa (Do jakiej grupy docelowej firma chce dotrzeć)

8. Działania reklamowe (Jakie działania reklamowe były do tej pory wykorzystywane,
jakie przyniosły efekty)

9. Od czego zaczynamy? (Co jest przedmiotem współpracy)

10. Cel (Jaki cel firma chce osiągnąć)

11. Preferowana stylistyka / kolorystyka

12. Wizja (wygląd graficzny, informacje techniczne - wymiary)

„Wiele rzeczy małych
stało się wielkimi, tylko dzięki
odpowiedniej reklamie”

Mark Twain

13. Czy klient posiada materiały niezbędne do stworzenia projektu (szkice, ilustracje, zdjęcia, treść)

14. W jakim stopniu materiały podlegają obróbce

15. Jakim budżetem firma dysponuje?

16. Opcje dodatkowe (wykonanie, montaż)

17. Oczekiwany termin realizacji

18. Uwagi

Agencja Reklamowa
ul. Władysława Łokietka 334/2
31-334 Kraków
tel./fax: +48 12 635 16 20
tel. kom. +48 502 838 908
www.promotechnika.pl
biuro@promotechnika.pl

Wszelkie informacje zawarte w briefie objęte są klauzulą poufności.
Wykorzystane zostaną jedynie w celu opracowania i przygotowania oferty.