



brief Pate Media  
kampania reklamowa



# 01.

Brief klient – agencja.

Kampania reklamowa full service.

Brief klient – agencja. Kampania reklamowa full service.

Data briefingu:

Data prezentacji / odpowiedzi  
na brief:

Lider projektu po stronie klienta /  
brief przygotował / kontakt:

Forma prezentacji  
(język, wysyłka w formie pliku czy  
prezentacja podczas spotkania itp.)

Brief klient – agencja. Kampania reklamowa full service.

## MARKA/PRODUKT

### OPIS RYNKU

Ogólna definicja rynku: wielkość rynku, sezonowość sprzedaży, czynniki wpływające na sezonowość, wydarzenia dotyczące produktu, czynniki pozarynkowe.

### OPIS PRODUKTU / USŁUGI / OFERTY / PROMOCJI PRZEZNACZONYCH DO REKLAMY

Prosimy o podanie: przeznaczenie, funkcje, warunki cenowe, parametry techniczne, okres trwania, cechy wizualne, użytkowanie, historia, warianty, plany na przyszłość, cena, dystrybucja, sezonowość, sposób konsumpcji, cykl zakupowy, wzorzec decyzyjny, lojalność, proces decyzyjny, częstotliwość zakupów, inicjatorzy zakupów, wzorzec użytkowania, promocje.

### PODSTAWOWE POZYCJONOWANIE MARKI (CELE, WARTOŚCI)

Marka naczelną lub submarka, w zależności od przyjętej architektury marki, wymiary pozycjonowania, sytuacja aktualna i docelowa.

Brief klient – agencja. Kampania reklamowa full service.

## OGÓLNE TENDENCJE RYNKOWE / POSTAWY KONSUMENTÓW

Aktualne informacje o rynku, dynamika kategorii, wyniki ostatnich badań rynkowych, ogólne nastawienia konsumentów.  
Otoczenie konsumenckie: świadomość marki, dodatkowe informacje o konsumencie.

## DOTYCHCZASOWA AKTYWNOŚĆ REKLAMOWA

Historia reklamowa produktu, na co kładziono nacisk w reklamie, jakie było jej oddziaływanie, wnioski płynące z dotychczasowych doświadczeń. Layout'y, badania dotyczące wcześniejszych kampanii reklamowych produktu.

## KONKURENCJA

Działania konkurencji, stopień zagrożenia, ocena skuteczności, wydatki, kanały komunikacji, strategia komunikacji.

Brief klient – agencja. Kampania reklamowa full service.

## CELE MARKETINGOWE I KOMUNIKACYJNE KAMPANII

Jakie wymierne cele sprzedażowe, wizerunkowe, penetracyjne, przychodowe, retencyjne itp. chcemy osiągnąć.

### GRUPA DOCELOWA

Dostępne zmienne socjodemograficzne i psychograficzne, sposoby używania, nabywania produktu. Jest istotne, aby nie była to bardzo szeroka, amorficzna grupa, lecz żeby wiedzieć, gdzie jest „środek tarczy”, w który mierzymy (bull's eye), np. 25-latek, ze średnim wykształceniem, mieszkający w dużym mieście.  
Jeżeli dysponujemy własną segmentacją konsumentów, to wskazujemy określony segment. Jakie są postawy, zachowania grupy docelowej wobec marki, produktu.

## CO CHCEMY OSIĄGNAĆ POPRAZ KAMPANIĘ REKLAMOWĄ

Na jaki odzew wśród konsumentów liczymy, jaką reakcję w zachowaniu lub postawach chcemy wywołać.  
Dlaczego właśnie teraz chcemy się reklamować, jaka jest najpilniejsza potrzeba lub najlepsza sposobność do reklamy.

Brief klient – agencja. Kampania reklamowa full service.

## NAJWAŻNIEJSZA RZECZ, KTÓRĄ CHCEMY ZAKOMUNIKOWAĆ

a) Korzyść konsumenta

Najważniejsze cechy produktu lub usługi, które wyróżniają nas w stosunku do konkurencji i są najważniejsze dla wybranej grupy docelowej.

b) Uzasadnienie

Najważniejsze argumenty uzasadniające przewagę naszych korzyści dla konsumenta wobec oferty konkurencji.

## ELEMENTY OBOWIĄZKOWE / ZALECENIA KOMUNIKACYJNE

Niezbędne elementy merytoryczne lub egzekucyjne, które muszą się znaleźć w reklamie.

## WARUNKI SZCZEGÓŁOWE KOMUNIKACJI / KAMPANII

Proszę podać: terminy kampanii, zasięg, kanały komunikacyjne, media, formaty.

Brief klient – agencja. Kampania reklamowa full service.

## SZACUNKOWY BUDŻET KOMUNIKACJI / KAMPANII

Szacunkowy budżet  
(lub jego widełki), który Klient  
planuje przeznaczyć na działania  
komunikacyjne.

Szacunkowy budżet powinien uwzględniać: zakup mediów, produkcję komunikacji, wynagrodzenie agencji (za opracowanie strategii i kreacji komunikacji).

Rekomenduje się wskazywanie w ramach podawanego budżetu udziału procentowego środków przeznaczonych na zakup mediów, ponieważ najczęściej zasięg medialny kampanii generuje koszty wielokrotnie wyższe niż sama produkcja i opracowanie kampanii (projektowanie graficzne).

Agencja powinna znać szacunkowy budżet, aby przygotować pomysły strategiczne i kreatywne kampanii, które na poziomie produkcyjnym i przy mediowych założeniach Klienta na pewno zmieszczą się w budżecie planowanych przez niego działań.



Brief klient – agencja. Kampania reklamowa full service.

## TERMIN WDROŻENIA

Proszę podać planowany czas realizacji projektu. Podane terminy obejmować będą: kreację pomysłu, prezentację koncepcji, feedback, korektę, akceptację koncepcji, datę oddania projektu, termin ostatecznej realizacji.

LISTA ZAŁĄCZNIKÓW DO BRIEFU  
(jeśli występują)

Prosimy o dodanie załączników (hasła, teksty, zdjęcia, grafiki, opakowania produktów, logotypy marek, inne).

## Ważne informacje

Przekazanie materiałów agencji reklamowej Pate Media

Zamawiający potwierdza, że w przypadku dostarczenia przez Zamawiającego jakichkolwiek informacji lub materiałów do wykonania Prac, w tym zdjęć, grafiki, logo itp., dostarczone informacje lub materiały nie będą naruszały chronionych prawem dóbr osobistych lub majątkowych osób trzecich, w szczególności praw autorskich, praw pokrewnych, praw z rejestracji wzorów przemysłowych, praw ochronnych na znaki towarowe lub tajemnicy przedsiębiorstwa ani jakichkolwiek przepisów prawa. W przypadku wystąpienia przez osobę trzecią z jakimikolwiek roszczeniami przeciwko Wykonawcy w związku z informacjami lub materiałami dostarczonymi przez Zamawiającego, Zamawiający zobowiązuje się do zwolnienia Wykonawcy z wszelkich roszczeń i do wystąpienia przeciwko takim roszczeniom na własny koszt i ryzyko, do zaspokojenia wszelkich uzasadnionych roszczeń, a także do naprawienia wszelkiej szkody powstałej po stronie Wykonawcy w związku ze zgłoszonymi roszczeniami osoby trzeciej, w tym wszelkich związanych z tym wydatków i opłat, włączając w to koszty procesu i obsługi prawnej.

## Klauzula informacyjna RODO dla osób będących naszym klientem lub kontrahentem

Informujemy, że administratorem Pana/Pani danych osobowych jest firma Pate Media Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością Spółka komandytowa, z siedzibą w Bielsku-Białej 43-300, ul. Karpacka 24/B26, NIP: 547 217 34 66 .

Wypełniając wymogi Rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z 27.04.2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE (RODO) (Dz.Urz. UE L 119, s..1) informujemy, że: Pani/Pana dane osobowe będą przetwarzane w celu:

- A.** realizacji transakcji kupna-sprzedaży na podstawie umowy, zlecenia, serwisu sprzedażowego, bazując na podstawie prawnej art.6. ust.1.lit.b RODO,
- B.** wystawionej dokumentacji finansowo-księgowej potwierdzającej transakcje kupna-sprzedaży bazując na podstawie prawnej art.6. ust.1.lit.c RODO,
- C.** dochodzenia roszczeń bazując na podstawie prawnej art.6. ust.1.lit.f RODO,
- D.** marketingowych na podstawie prawnego interesu Administratora bazując na podstawie prawnej art.6. ust.1.lit.f RODO,
- E.** statystycznych i analitycznych ukierunkowanych na badanie potencjału sprzedażowego bazując na podstawie prawnej art.6. ust.1.lit.f RODO,
- F.** realizacji reklamacji bazując na podstawie prawnej art.6. ust.1.lit.f RODO. Pani/Pana dane osobowe mogą być przekazywane urzędom skarbowym, bankom, przewoźnikom, Poczcie Polskiej S.A., firmom kurierskim, kancelariom prawnym, Krajowej Administracji Skarbowej, tłumaczom, firmom umożliwiającym obsługę lub wsparcie sprzedaży i obsługi zamówień, firmom realizującym usługi marketingowo-reklamowe.

Pani/Pana dane osobowe nie będą przekazywane do państw trzecich i organizacji międzynarodowych. Pani/Pana dane osobowe będą przetwarzane: Cel **A.** Zgodnie z ustawą o rachunkowości. Cel **B.** Zgodnie z ustawą o rachunkowości. Cel **C.** Do czasu przedawnienia roszczeń. Cel **D.** Do momentu zakończenia współpracy. Cel **E.** Do czasu zakończenia relacji biznesowej. Cel **F.** Do zakończenia postępowania reklamacyjnego oraz zgodnie z ustawą o rachunkowości. Przysługuje Pani/Panu prawo wniesienia skargi do organu nadzorczego, gdy uzna Pani/Pan, że przetwarzanie Pani/Pana danych osobowych narusza przepisy RODO. Organem nadzorczym jest Prezes Urzędu Ochrony Danych Osobowych. Udostępnione dane osobowe nie będą podlegały zautomatyzowanemu podejmowaniu decyzji, w tym decyzji będących wynikiem profilowania. Posiada Pani/Pan prawo dostępu do treści swoich danych oraz prawo ich sprostowania, usunięcia, ograniczenia przetwarzania, prawo do przenoszenia danych oraz wyrażenia sprzeciwu (dotyczy Celu **C-F**). Podanie przez Pana/Panią danych osobowych jest dobrowolne lecz niezbędne do wypełnienia obowiązku ciążącego na administratorze i realizacji umowy.

wyślij brief





# kontakt

Pate Media

Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością spółka komandytowa

ul. Karpacka 24/B26  
43-300 Bielsko-Biała  
tel. +48 33 851 43 44

[www.pate.pl](http://www.pate.pl)

Jerzy Tessar  
dyrektor zarządzający

tel. +48 602 496 890  
e-mail: [jurek@pate.pl](mailto:jurek@pate.pl)

Dominik Kotowski  
dyrektor kreatywny

tel. +48 668 385 361  
e-mail: [dominik@pate.pl](mailto:dominik@pate.pl)

# do zobaczenia

Zespół Pate Media

