



brief  
strony internetowej



# 01.

## Brief klient – agencja. Strona www

Brief klient – agencja. Strona www

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. Strona www

## ZADANIE AGENCJI

|                |   |
|----------------|---|
| NAZWA PROJEKTU | Prosimy o podanie nazwy projektu, pod którą będzie projekt nazywany np.: Strona www marki X lub/i kampania wrześniowa marki X, itp. |
|----------------|---|

## ZADANIE

|           |  |
|-----------|--|
| CEL AKCJI | Prosimy o nakreślenie w jednym zdaniu istoty oczekiwań w stosunku do agencji np.: Przygotowanie działań e-marketingowych dla marki X jesień rok YYYY. lub Stworzenie strony internetowej dla marki X; strategia działań w obszarze mediów społecznościowych w roku YYYY.<br><br>Prosimy o określenie oczekiwanych efektów działania sprzedażowych lub/i wizerunkowych np.: Wzrost w obszarze mediów społecznościowych w roku YYYY. |
|-----------|--|

Brief klient – agencja. Strona www

## CZYNNIKI SUKCESU

Prosimy o określenie ilościowych / procentowych danych, które będą punktem odniesienia do określenia sukcesu działania np. wzrost świadomości o X %, lub kontakt z X XXX użytkowników lub wzrost ruchu na stronie www o X%.

## BUDŻET PROJEKTU

Prosimy o podanie budżetu na produkcję, budżetu na umieszczanie w środkach przekazu, budżetu na inne instrumenty promocji.

Brief klient – agencja. Strona www

## MARKA/PRODUKT

### INFORMACJE O PRODUKCIE/MARCE

Prosimy o wprowadzenie do marketingowego świata marki (pozycjonowania); Prosimy o zdefiniowanie grupy docelowej (krótko o grupie docelowej). Krótka definicja marki, kategorii. Co wnosi marka dla konsumenta?; Wartości i osobowość marki; Korzyści racjonalne emocjonalne; Slogan marki – komunikacja wyrażona hasłem.

### GRUPA DOCELOWA

Prosimy o określenie demo/psycho-graficzne grupy docelowej; jeśli jest problem w określeniu grupy – prosimy o zdefiniowanie demograficzno-społecznych wskaźników umożliwiające planowanie mediów: wiek, wykształcenie, płeć, dochód, wielkość miejscowości zamieszkania, status społeczno-zawodowy.

### POTRZEBY GRUPY DOCELOWEJ

Jakie są potrzeby członka grupy docelowej – związane bezpośrednio z działaniem interaktywnym.

## Brief klient – agencja. Strona www

### DOTYCHCZASOWE DZIAŁANIA MARKI W INTERNECIE

Prosimy opisać, które z obszarów interaktywnych są wykorzystywane: marketing w sieci, reklama na portalach (reklama on-line, graficzna display, reklama Google AdWords), reklama pocztą e-mail, reklama na portalach społecznościowych, optymalizacja dla wyszukiwarek internetowych (SEO), kampanie linków sponsorowanych (SEM).

### KONKURENCJA – POZYCJONOWANIE

Prosimy o określenie bezpośredniej konkurencji i ewentualnie o zdefiniowanie przewag / pozycjonowania konkurenta jako marki.

### DZIAŁANIA KONKURENCJI

Prosimy o przedstawienie działań konkurencji, które uważają Państwo za udane lub nie.

Brief klient – agencja. Strona www

## AKCJA

RODZAJ STRONY WWW

Czy jest to strona korporacyjna, produktowa, e-commerce (sprzedaż internetowa, sklep internetowy) etc.

GŁÓWNA MYŚL / IDEA STRONY

Przesłanie, które ma dominować w przekazie mediów interaktywnych.

ZAWARTOŚĆ STRONY WWW

Jaka powinna być kolorystyka strony? Obowiązkowe elementy kreacji wynikające z wytycznych marki macierzystej/marki producenta, itp.



## Brief klient – agencja. Strona www

### SYTUACJA WYJŚCIOWA / GENEZA PODJĘCIA DECYZJI O DZIAŁANIU

Proszę o krótki opis, dlaczego dana aktywność jest podejmowana – sytuacja, która zmusza nas do podjęcia działania, założenia strategii marki, na podstawie czego wyciągnięto wnioski, czy były prowadzone badania itp.

### REAKCJA GRUPY DOCELOWEJ NA AKCJĘ/STRONĘ

Oczekiwana reakcja grupy docelowej na akcję np.: 10-ciominutowa wizyta na stronie, albo przekazanie informacji o promocji znajomemu itp.

### PRZEWIDYWANE OBSZARY WSPARCIA DZIAŁAŃ INTERAKTYWNYCH

Rekomendacje co do wykorzystania kanałów/technik online np.: marketing w sieci, reklama na portalach (reklama on-line, graficzna display, reklama Google AdWords), reklama pocztą e-mail, reklama na portalach społecznościowych, optymalizacja dla wyszukiwarek internetowych (SEO), kampanie linków sponsorowanych (SEM).

Brief klient – agencja. Strona www

WARUNKI PRZEPROWADZENIA  
AKCJI INTERNETOWEJ /  
DZIAŁANIA POZA SIECIĄ  
INTERNETOWĄ

Prosimy o informacje dotyczące terminu aktywności, komunikacji offline jeśli działanie online jest wsparciem szerszej aktywności itp.

PRZYKŁADOWE STRONY WWW,  
KTÓRE PODOBAJĄ SIĘ KLIENTOWI

Adresy stron internetowych, które podobają się klientowi w kontekście planowanej strony www.

Brief klient – agencja. Strona www

## Konkretne oczekiwania w stosunku do agencji

### Konkretne zadania

Prosimy wylistować konkretne elementy/oczekiwania, które muszą być przedstawione podczas prezentacji np.: makiety funkcjonalne, kreacja strony głównej plus duch podstron. itp.

### Załączniki

Prosimy o dodanie załączników (dane o sprzedaży w ujęciu regionalnym, dane o sprzedaży w ujęciu czasowym, wyniki badań postaw i preferencji odbiorców reklamy, 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

Dziękujemy Zespół Pate Media





# 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

