

## Бриф на создание креативной концепции кампании социальной рекламы.

Название вашей компании / фонда / общественной организации	
Информация о вашей организации	
Сфера деятельности, место расположения	
Осуществленные проекты	
Название проекта	
Цель проекта, для чего проект осуществляется. По каким параметрам можно измерить эффективность рекламы?	
Целевая аудитория (на кого направлена кампания) по демографическим характеристикам (возраст, пол, доход, место жительства, семейное положение и т.д.)	
Целевая аудитория по психографическим характеристикам (какой стиль жизни у этих людей, как они проводят свое время, какая их жизненная позиция)	
Описание проблемы, которая должна решить социальная реклама. Опишите поведение целевой аудитории, которое является причиной проблемы. Каковы причины такого поведения. На какие мотивы ЦА лучше всего «упираться», чтобы вызвать действия ведущие к решению проблемы	
Единственное сообщение, которое должно остаться в умах потребителей. (Реклама не всегда эффективно передает сложные сообщения. Сформулируйте в одном предложении, самое важное из того, что потребитель должен запомнить из рекламы)	
Какой рекламный продукт Вам необходим	
Элементы, которые должны обязательно присутствовать в рекламе	
Как с Вами связаться Контактное лицо \ Электронная почта \ Контактный телефон \ Адрес	

