KREATIVT BRIEF *for grafisk arbejde*

(Download filen og udfyld dokumentet)

START	HVEM	HVAD	HVOR	MÅL
Om projektet *Kort beskrivelse af projektet, som produktet skal indgå i. Herunder navn. Fx 'Aktivitetshæfte til familiespejder'*	***Målgruppe*** *Hvem skal produktet nå?* *Alder?* *Enhed?*	***Produktet*** *Plakat, samtalekort, hæfte eller lignende, samt formatspecifikationer*	***Hvor skal det ud?*** *Sociale medier, hjemmeside, nyhedsbrev eller andet?*	***Hvad vil projektet opnå/hvad skal det kunne?*** *Formål?*
Kontaktinfo *Styre-/arbejdsgruppe og kontaktperson med mail og telefonnummer*		***Fotos og illustrationer*** *Har vi brug for en illustration, bestemte fotos eller fotograf til at lave noget specifikt?*	***Hvornår*** ***Tidsplan** for projektet. Fx:* *Uge xx: Overlevering til grafiker* *Uge xx: Grafiker layouter* *Uge xx: 1. korrektur* *Uge xx: 2. korrektur* *Uge xx: Tryk* *Uge xx: Levering*	

Vejledning

Dette dokument er din aftale om udarbejdelsen af et produkt. Det bruges, når du skal starte en proces vedrørende udarbejdelse af en udgivelse i samarbejde med kommunikationsteamet. Det kan fx være en tryksag, et mærke, et produkt til print-selv-portalen eller lignende.

Før I udfylder briefet, skal I internt have haft en snak om projektet og hvordan/hvornår, I ønsker, at det skal udarbejdes og være færdigt. Kommunikationsteamet bruger informationerne til at tidsbestemme jobbet, adskille opgaverne fra hinanden og tage beslutninger om layout/design og produktion.

Kontakt kommunikationsteamet på: kommunikation@kfumspejderne.dk

Format, tryk, antal og andre trykketekniske specifikationer

Under HVAD skriver I format, antal *(hvis det er en tryksag)*. Se eksempel på specifikationer i bilaget: Cases - tryksagsproduktion.

Vi foretrækker at lave så bæredygtig en produktion som muligt, men overvej gerne, om I har særlige krav til jeres tryksag. ***Skriv dem her.*** Kommunikationsteamet står for at indhente tilbud på tryksagen. Du modtager et samlet tilbud for tryk.

Hvor skal den ud at leve?

Under HVOR skriver I, hvad der skal ske, når tryksagen er færdig.

- Hvordan kommer tryksagen ud at leve hos målgruppen?
- Hvilke kanaler kan benyttes? Fx nyhedsbrev, distriktsnyhedsbrev, hjemmeside, print-selv, Facebook, Instagram eller noget helt syvende?

Tal med kommunikationskonsulenterne om mulighederne for netop din publikation.

Overlevering

Det er meget vigtigt, at du har dit materiale færdigt, når du overleverer opgaven. På den måde letter det processen for alle - især i forhold til korrekturgange. De ting, du skal være opmærksom på, er:

Billeder

Det er godt at gøre sig nogle tanker om billedmaterialet. Fx:

- Udtryk (ifm. budskab + målgruppe)
- Kvalitet (min. 250dpi til tryk)
- Rettigheder (hvis vi ikke selv har rettigheder, skal du have en godkendelse fra ejeren/medvirkende)

Tekst

- Læs korrektur, så det er den endelig tekst, du leverer til layout. Korrekturgangen efter layout skal kun bruges til tastefejl og andre fejl, der kan opstå ved layout af tekst. Det gælder ikke omformuleringer og andre større tekstændringer.

Logo

- Er der andre logoer, der bør indgå end KFUM-Spejdernes? Fx samarbejdspartneres.

Det færdige materiale

Sørg for at samle alt det nødvendige materiale, der skal bruges i layout-fasen, så det er overskueligt og nemt at gå til. Det vil sige tekst for sig og billeder for sig. Struktur i mapper, hvis der er meget materiale. Tekst skal leveres i Word eller Drev Docs. Fjern formatering.

Tidsplan

Vær i så god tid som muligt og læg gerne en lille buffer ind til uforudsete ting. Tidsplanen er udelukkende en produktionsplan for kommunikationsteamet. Det vil sige, at materialet, der leveres, skal være færdigt og klar til layout. Vær opmærksom på at kommunikationsteamet har ekstra travlt i perioder fx ved Spejdernes Lejr, landsmøde/træf med mere. Tal med kommunikationsteamet omkring mulige deadlines i den periode, du ønsker at få udarbejdet en tryksag. Det tager typisk 10 uger, fra du leverer dit materiale, til tryksagen er færdigproduceret.

Eksempel på tidsplan

Tidsplanen skal som udgangspunkt indeholde mindst følgende punkter:

Uge 1 *Mandag:* Indhold leveres til kommunikationsteamet: færdig tekst + billedmateriale + evt. illustration/grafik
Layout starter

Uge 5 1. korrektur (én ekstern - arbejdsgruppe)

Uge 6 2. korrektur (én intern - kom. team)

Uge 7 Projektansvarlig modtager PDF til godkendelse inden tryk

Uge 8 PDF sendes til trykkeri

Uge 10 Forventet modtagelse af tryksag

Opfølgning

Selvom projektet er afsluttet, og materialet er sendt ud, er det en god idé at lave en opfølgning.

- Hvordan blev materialet modtaget?
- Virkede det efter hensigten?
- Hvad lærte vi af processen?
- Er der noget vi kan gøre bedre til næste gang?