**Wrocław, data: ….……………….**

**BRIEF COPY/SM**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nadawca briefu:**   | Tel:E-mail: |

|  |  |
| --- | --- |
| **Odbiorca briefu:** | Dział Komunikacji Marketingowej, Centrum Promocji |

1. Projekt główny:

|  |
| --- |
|  |

2. Wstęp:

Kilka słów o organizacji, o koncepcji projektu.

|  |
| --- |
|  |

3. Kontekst projektu:

Jakie mamy działania, co już mamy zrobione, jak wygląda organizacja, czego oczekują od organizatorów firmy współpracujące itp.

|  |
| --- |
|  |

4. Jakie sposoby reklamy zostały już wdrożone?

Co już działa, jakie ma plusy i minusy, co przynosi największą korzyść?

|  |
| --- |
|   |

5. Oczekiwane działania:

Czego oczekujecie od Centrum Promocji? Z jakich form promocji powinniśmy skorzystać? (aktualność na stronie www UEW, posty w social mediach itp.)

|  |
| --- |
|  |

6. Cele:

|  |
| --- |
|  |

7. Proponowana treść komunikatu(-ów):

Gotowy komunikat, ew. co powinno znaleźć się w komunikacie (komunikatach)

|  |
| --- |
|  |

8. Grupy docelowe:

|  |
| --- |
|  |

9. Budżet:

Wypełnić jeśli działania wymagają zaplanowania budżetu (np. artykuł sponsorowany, kampania płatna SM).

Proszę o określenie, z jakiego budżetu będą dysponowane pieniądze na potrzebne działania dla projektu.

|  |
| --- |
|  |

12. Ramy czasowe

|  |  |
| --- | --- |
| Harmonogram realizacji zlecenia, przewidywane daty publikacji. |  |