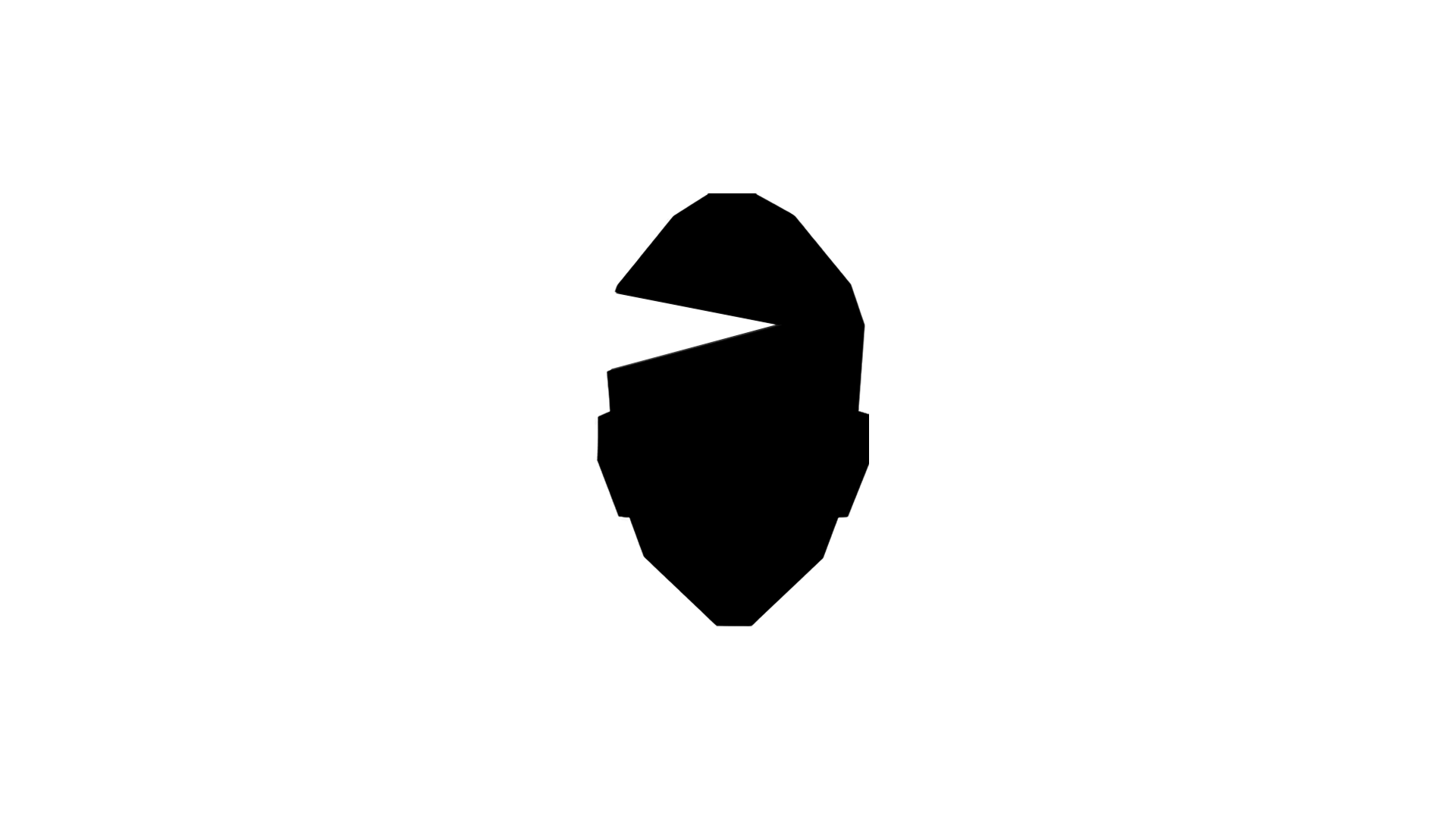
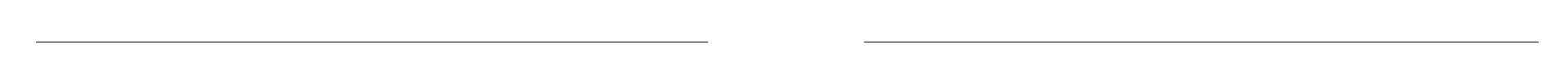
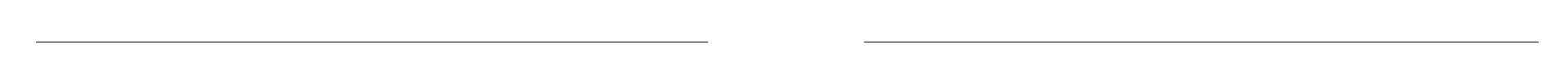
**Production Brief**

Информация о заказчике

|  |  |
| --- | --- |
| **Заказчик** | Пример: Рекламное агентство Маска |
| **Brand** | Пример: SpaceX |

Информация о заказчике



|  |  |
| --- | --- |
| **Продукт / Услуга** | Пример: Экскурсии на Марс |
| **Описание продукта / услуги** | Пример: С 1 апреля SpaceX предлагает своим клиентам билеты на Марс по доступным ценам. |
| **УТП продукта / услуги**  Преимущество бренда/товара/услуги | Пример: Уникальная возможность посетить Марс. |
| **Рациональная польза продукта / услуги** | Пример: Если Вам нужно добраться до Марса, SpaceX доставит Вас туда быстро и с комфортом. |
| **Эмоциональная польза продукта / услуги** | Пример: Главное приключение жизни. |
| **Конкурентное окружение**  Опишите текущую ситуацию в Вашем сегменте. Укажите преимущества и недостатки конкурентов. Укажите главных конкурентов, почему. | Пример: На данный момент по этому направлению в нашем сегменте нет конкуренции. |
| **Целевая аудитория**  Возраст | Пол | Семейный статус | Социально-демографические характеристики | Жизненный стиль | Пример: 21-35 лет, М/Ж, достаток – выше среднего, авантюристы-путешественники. |
| **Ситуация потребления**  При каких обстоятельствах ЦА принимает решение о покупке/использовании товара/услуги? Чем руководствуется? Каково текущее отношение к товару/услуге? Кто влияет на решение? Характер решения: планируемый/спонтанный? | Пример: Посмотрел новости по ТВ (по центральному телеканалу) и решил присмотреть себе другую планету. |
| **География** | Пример: Планета Земля. |

|  |  |
| --- | --- |
| **Текущая рекламная активность** | Пример: Проводим презентации услуги оффлайн по всему миру и запускаем вирусные ролики в социальных сетях. |
| **Позиционирование на рынке** | Пример: Всегда первые. |
| **Возражения / опасения ЦА** | Пример: Опасения ЦА, связанные с полетом в космос. |
| **Цель создания видеоролика/ов** | Пример: Оповещение ЦА о новой услуге и укрепление доверия к бренду. |
| **Ключевое сообщение** | Пример: Полет на Марс – теперь это возможно, комфортно и безопасно. |

|  |  |
| --- | --- |
| **Тип ролика**  Продуктовый | Имиджевый | Корпоративный | Обучающий | Отчетный | Промо | Контент для социальных сетей | Другое (свой вариант) | Пример: Смешанный: имиджево-продуктовый |
| **Формат ролика**  Игровой (постановочный с привлечением актеров)| Документальный | Анимационный (2D / 3D графика, инфографика) | Комбинированный | Пример: Комбинированный: с привлечением актеров, использованием документальных кадров и компьютерной 2D графики. |
| **Версии для соц сетей (соотношение сторон) и их кол-во**  Вертикальный ,квадратный | Пример: Вертикальные версии каждого ролика для инстаграм сторис |
| **Размещение**  ТВ | Интернет | Места продаж | Кинотеатры | Пример: Интернет + Места продаж. |
| **Количество роликов** | Пример: 2. |
| **Количество монтажных версий** | Пример: 4 – каждый ролик в длинной и короткой версиях. |
| **Хронометраж ролика/ов** | Пример: Длинные - 1 минута, короткие – 15 секунд. |
| **Тональность коммуникации**  Авторитетный | Официальный | Неформальный | Юмористический | Повествовательный | Экспертный | Другое (свой вариант) | Пример: Экспертно, но неформально. |
| **Ограничения**  Что нельзя использовать в ролике? Юридические | Практические | Этические | Другие (свой вариант) | Пример: Не касаться политики, религии, темы инопланетян, не использовать желтый цвет, не шутить про батут. |
| **Бюджет** | Пример: 2 млрд $ |

|  |  |
| --- | --- |
| **Наличие готового креатива / сценария** | Пример: Есть внутренние идеи. Хотели бы обсудить их с продакшеном. Требуется написание сценария. |
| **Описание ролика**  Опишите в свободной форме ощущения после просмотра будущего ролика. | Пример: У зрителя должно перехватить дыхание. Он должен вспомнить детство, когда он мечтал стать космонавтом. |
| **Пожелания**  Желаемые и обязательные элементы ролика. | Пример: обязательно показать космос и планету Марс, нашу ракету, восторг открытий, синего динозаврика |
| **Brand book**  Ссылки на материалы или файлы. | Пример: Ссылка на brand book 2020 года / Прикрепляем файл в письме. |
| **Референсы**  Ссылки на работы, близкие к желаемому результату. | Пример: По настроению нам нравится ролик: (ссылка) По формату идеален ролик: (ссылка). |

**ТАЙМИНГ**

|  |  |
| --- | --- |
| **Сроки разработки креатива** | Пример: Необходимо утвердить сценарии не позднее \*\*.\*\*.202\*. |
| **Сроки создания ролика** | Пример: Готовые ролики и все монтажные версии необходимо получить до \*\*.\*\*.202\*. |

|  |  |
| --- | --- |
| **Дата заполнения брифа** | Пример: \*\*.\*\*.202\*. |

