|  |  |
| --- | --- |
| **Firma**  **Produkt** |  |
|  |  |
| 1. **Brand/product description**   *Wskazania, które mają być promowane (według ChPL + praktyka kliniczna, zwyczaje pacjentów)* |  |
| 1. **Competitors** Konkurenci bezpośredni I pośredni (inna kategoria/zwyczaje) |  |
| 1. **Target group and insights**   *Jakie są grupy docelowe. Kim oni są*  *(demografia, psychografia, zwyczaje zakupowe, podejście do stosowania tej kategorii leczniczej)?*  *Jaki insight pomoże osiągnąć nam cel komunikacyjny?* |  |
| 1. **Relevant background**   *Jakie działania były podejmowane w przeszłości i jak to się ma do obecnej sytuacji (dlaczego zdecydowano się na komunikację)?* |  |
| 1. **Communication objective**   *Jaką reakcję odbiorcy chcemy wywołać (co ma pomyśleć, jak ma zacząć postrzegać produkt, co ma zrobić)?* |  |
| 1. **Benefits**   *Jakich korzyści racjonalnych dostarcza produkt/marka?*  *Jakich korzyści emocjonalnych dostarcza produkt/marka?* |  |
| 1. **Discriminator**   *Co wyróżnia produkt spośród konkurentów?* |  |
| 1. **Tonality/personality/values**   *Jaka powinna być stylistyka naszej komunikacji?* |  |
| 1. **Brand essence**   *Jaka jest jedna rzecz, którą chcemy przekazać o produkcie?* |  |
| 1. **Reason to believe**   *Dlaczego adresaci komunikacji mają w to uwierzyć?* |  |
| 1. **Project description**   *Zadania dla Kreacji = jakie materiały muszą powstać?* |  |
| 1. **Mandatories**   *Co trzeba uwzględnić  w pracach kreacyjnych?* |  |
| 1. **Executional guidelines**   *Sugestie Klienta, nieformalne pomysły* |  |
| 1. **Timing** | * Briefing: * De-briefing: * Gotowe materiały: |