

Brief do przygotowania strategii komunikacyjnej: Social Media.



Nazwa projektu.	
Osoba zlecająca.	
Timing kampanii.	
Otoczenie rynkowe/konkurencja.	
Postrzeganie negatywnych i pozytywnych elementów marki przez target.	
Opis projektu.	
Opis grupy docelowej. Co lubi, jak się ubiera, jak spędza wolny czas itp.	
Cele projektu.	Cele długookresowe:
	Cele krótkookresowe:

Brief do przygotowania strategii komunikacyjnej: Social Media.

Planowane aktywności w innych mediach.	
Dotychczasowe działania w zakresie social media – wnioski, efektywność tych działań.	
Portfolio produktów.	
Oczekiwany zakres działań Agencji oraz oczekiwania wobec zespołu Agencji (oczekiwany skład i doświadczenie specjalistów pracujących nad realizacją zadania Klienta, w tym wymagania odnośnie ich kompetencji, posiadanych certyfikatów np. DIMAQ, itp.).	
Budżet projektu.	
Oczekiwana efektywność oddziaływania w zakresie skali oraz intensywność.	