

# DEN PERFEKTA KREATIVA BRIEFEN

Den perfekta kreativa briefen finns inte. Den skapar du.  
Här är en mall att börja jobba med:

## UTMANINGEN

Vad är problemet, som vi ser som en utmaning?

## MÅLGRUPPEN

Vem talar vi till och vad vet vi om dem som är relevant?

## FÖRÄNDRINGEN

Vad vill vi att målgruppen ska veta, känna och göra?

## KOMMUNIKATIONENS ROLL

Hur kan reklam lösa problemen?

## HUVUDBUDSKAPET

Vilket budskap vill vi att konsumenten kommer ihåg?

## BEVISEN

Varför ska de tro på budskapet? Vad vet de inte redan?

## PERSONLIGHETEN

Hur ska målgruppen uppfatta varumärket?

## INSIKTEN

Vilken är den avgörande insikt som vi kan bygga kampanjen på?