**MODELLO DI BRIEF CREATIVO SENZA SCOPO DI LUCRO **

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **CLIENTE** |  |  |
|  |   |   |
| **NOME DEL PROGETTO** |  |  |
|  |   |   |
| **MARCHIO** |  | **PRODOTTO** |
|  |  |  |
| *Nome del contatto del clienteNumero di telefonoOpezzo di posta Elettronica riga dell'indirizzo 1Riga dell'indirizzo di posta 2Riga dell'indirizzo di posta 3* |  | *Nome del contatto dell'aziendaNumero di telefonoOpezzo di posta elettronicaRiga dell'indirizzo di posta 1Riga dell'indirizzo di posta elettronica 2Riga dell'indirizzo di posta elettronica 3* |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **DATTERO** |  | **AUTORE** |
|  |  |  |

PROGETTO |  |  |
| **SCOPO | Eh*?*** |
|   |
| **| OPPORTUNITÀ *Impatto ultimate?*** |
|   |
| **QUESTIONE ECONOMICA /SOCIALE** |
|   |
|  |  |  |
| OBIETTIVO E SFIDE |
| **INVITO ALL'AZIONE | *Cosa vuole ottenere il progetto?*** |
|   |

|  |
| --- |
| ANALISI ATTUALE DEL BRAND / CAMPAGNA |
| **ASPETTI POSITIVI | *Cosa funziona e perché?*** |
|   |
| **ASPETTI NEGATIVI | *Cosa non funziona e perché no?*** |
|  |
|  |  |  |
| ELEMENTI CREATIVI / DI DESIGN |
| ***Quali sono le componenti creative/progettuali fondamentali del progetto*** ***(ad esempio, guide di stile, look and feel, pezzi stampati specifici)?*** |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |  |
| TARGET |
| **| TARGET DEL PROGETTO *Che cosa stiamo cercando di raggiungere?*** |
|   |
| **| TARGET DEL BRAND *A chi parla il marchio?*** |
|   |
| **REAZIONE DESIDERATA | *Quali azioni desideri che il tuo mercato intraprenda?*** |
|   |

|  |
| --- |
| ATTEGGIAMENTO |
| **| TONO DEL PROGETTO *Quali tratti stiamo cercando di trasmettere?*** |
|   |
| **PERSONALITÀ DEL MARCHIO | *Quali caratteristiche definiscono il marchio?*** |
|   |
|  |  |  |
| ANALISI COMPETITIVA |
| **REFERENZE | *ricerca, ispirazione e stili all'interno di settori simili e altri*** |
|   |
| **IL | DA ASPORTO *Qual è l'idea chiave da ricordare?*** |
|  |
| **TAGLINE | *copia preparata, parole chiave o tema*** |
|  |
|  |  |  |
| STRATEGIA MULTIMEDIALE E REQUISITI DI IMMAGINE |
| **LINEE GUIDA DI MARKETING** |
|   |
| **MATERIALI DI MARKETING** |
|   |
| **GRAFICA** |
|   |
| **FOTOGRAFIA** |
|   |
| **MULTIMEDIA** |
|   |
|  |  |  |
| PROGRAMMA |
| **TIMELINE PROIETTATA** |
|   |
| **DATE / SCADENZE IMPORTANTI** |
|   |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

|  |
| --- |
| BILANCIO |
| **IMPORTO** |
|   |
| **FONTI FINANZIARIE** |
|   |
| **PROIEZIONI FINANZIARIE AGGIUNTIVE / NOTE** |
|   |
|  |  |  |
| INOLTRE |
| ***Includi eventuali informazioni critiche aggiuntive.*** |
|   |
|  |  |  |
| COMMENTI E APPROVAZIONE |
| **COMMENTI** |
|   |
| **DATTERO** | **FIRMA** |
|   |   |

**DISCONOSCIMENTO**

Tutti gli articoli, i modelli o le informazioni fornite da Smartsheet sul sito Web sono solo di riferimento. Mentre ci sforziamo di mantenere le informazioni aggiornate e corrette, non rilasciamo dichiarazioni o garanzie di alcun tipo, esplicite o implicite, circa la completezza, l'accuratezza, l'affidabilità, l'idoneità o la disponibilità in relazione al sito Web o alle informazioni, agli articoli, ai modelli o alla grafica correlata contenuti nel sito Web. Qualsiasi affidamento che fai su tali informazioni è quindi strettamente a tuo rischio.