# Elementy briefu – najbardziej kompletna lista

* Marka
  + Sytuacja rynkowa
  + Historia
  + Parametry wizerunkowe
* Produkt
  + Cechy fizyczne
  + Postrzeganie
  + Konkurencja
* Planowane działania
  + Co jest do zrobienia przez agencję – czyli przedmiot briefu
  + Kontekst innych działań marketingowych planowanych w ramach kampanii lub oddziałujących na ew. zadanie dla agencji
* Grupa celowa
  + Demografia
  + Psychografia
  + Segment McAlistera
  + Segment AIO
* Insight konsumencki
* Główny przekaz
  + Rola tego przekazu
  + Uzasadnienie przekazu (reason to believe)
* Charakter komunikacji
  + Styl
  + Forma
  + Ton
* Zadania przetargowe – co agencja ma przedstawić, na jakiej podstawie będzie oceniana
* Budżet (w przypadku prostych, pojedynczych zadań do pominięcia)
* Terminy
  + Prezentacji oferty
  + Realizacji kampanii/ akcji
* Dodatkowe uwagi
  + Elementy, których sobie życzymy
  + Sugestie na podstawie znajomości branży, historii marki itp.
* Elementy obowiązkowe
  + Konieczne elementy brandingu
  + Stałe wyróżniki marki, układ layoutu, kolorystyka itp. niezbędne dla tożsamości marki
* Załączniki
  + Podręcznik CI
  + Wyniki badań
* Dane do kontaktu