# 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