

**БРИФ**  
**ТЕХНИЧЕСКОЕ И ТВОРЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ**  
на создание рекламного ролика

Компания-заказчик \_\_\_\_\_  
Предполагаемый бюджет \_\_\_\_\_  
Дата заполнения \_\_\_\_\_  
Телефон \_\_\_\_\_  
Факс \_\_\_\_\_  
WWW \_\_\_\_\_  
Контактное лицо \_\_\_\_\_  
E-mail \_\_\_\_\_

**I. Общие вопросы (необходимо для разработки концепции видеоролика)**

**1. Описание сферы деятельности Вашей компании, основные направления**

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

**2. Главные цели создания рекламного ролика**

- Трансляция ролика по ТВ
- Трансляция ролика в Интернете
- Трансляция на презентационном оборудовании на выставках, семинарах, симпозиумах, конференциях
- Создание настроения аудитории перед открытием торжественного мероприятия
- Переключение внимания аудитории между выступлениями докладчиков
- Создание фона для сопровождения банкета и т.п.
- Раздача видеоролика на дисках; *укажите, кому:*

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Другое: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

**3. Впечатление, которое должен произвести видеоролик (если не одно – укажите порядок предпочтений)**

- Рациональное \_\_\_\_\_
- Эмоциональное \_\_\_\_\_
- Серьезное \_\_\_\_\_
- Юмор \_\_\_\_\_
- Имиджевое \_\_\_\_\_
- Другое: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

**4. Что должно отложиться в голове у зрителя в конечном итоге**

- Конкретная информация, содержащаяся в ролике \_\_\_\_\_
- Основные идеи ролика \_\_\_\_\_
- Просто хорошее эмоциональное впечатление о ролике, гордость за причастность к компании \_\_\_\_\_
- Другое: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

**5. Какой реакции Вы ждете от зрителя, посмотревшего ролик**

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

**6. Специфика целевой аудитории, на которую рассчитан ролик**

- Корпоративный клиент \_\_\_\_\_
- Оптовый клиент/ дилер \_\_\_\_\_
- Розничный клиент \_\_\_\_\_
- Потенциальный клиент \_\_\_\_\_
- Сотрудники компании \_\_\_\_\_

Другое: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

**7. Портрет типичного представителя целевой аудитории – зрителя данного видеоролика (опишите более подробно)**

- VIP \_\_\_\_\_
- ТОП менеджер \_\_\_\_\_
- Менеджер среднего звена \_\_\_\_\_
- Другое: \_\_\_\_\_

**II. Описание конечного продукта, который Вы хотите получить**

**8. Вид видеоролика:**

- Событийно-репортажный
- Постановочный с участием актеров-сотрудников компании
- Игровой с привлечением профессиональных актеров
- Анимационный рекламный ролик

**9. Структура рекламного ролика (основные блоки информации):**

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

**10. Наполнение ролика**

- Съемка корпоративных событий \_\_\_\_\_
- Репортажная съемка (офис, здания, интерьер, процесс работы, интервью и т.п.) \_\_\_\_\_
- Съемка продукции, процесса оказания услуг \_\_\_\_\_
- Акценты на бренд (мелькание логотипов и слоганов) \_\_\_\_\_
- Мнение партнеров \_\_\_\_\_
- Другое: \_\_\_\_\_

**11. Необходимое или желательное анимационное наполнение**

- 3D анимация \_\_\_\_\_
  - 2D анимация \_\_\_\_\_
  - Мультипликационный герой, сопровождающий ролик \_\_\_\_\_
  - Мультипликационные сюжеты \_\_\_\_\_
- Другое: \_\_\_\_\_

**12. На какие детали необходимо сделать акценты при съемках видеоролика (эмоциональная атмосфера внутри компании, лица сотрудников, дизайн помещений, прочие детали)**

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**13. Длительность рекламного ролика (-ов): \_\_\_\_\_ секунд**

**14. Голос диктора**

- Мужской
- Женский
- Дикторская озвучка не нужна

**15. Необходимые характеристики дикторского голоса в ролике**

- Эмоциональность \_\_\_\_\_
- Спокойствие \_\_\_\_\_
- Плавность \_\_\_\_\_
- Тихо \_\_\_\_\_
- Громко \_\_\_\_\_
- Другое: \_\_\_\_\_

**16. Характеристики фоновой музыки (музыкального сопровождения) видеоролика**

- Спокойная
- Сдержанная
- Импульсивная
- Динамичная
- Медленный темп
- Быстрый темп
- Другое: \_\_\_\_\_

**17. Язык дикторского озвучивания ролика**

- Русский

- Английский
- Немецкий
- Французский
- Другой: \_\_\_\_\_

**18. Наличие аналогичных продуктов/ услуг у конкурентов/ партнеров**

- Да \_\_\_\_\_
- Нет \_\_\_\_\_
- Неизвестно \_\_\_\_\_

Если известно, то у кого:

\_\_\_\_\_

**19. Преимущества Вашей компании и / или ее услуг (несколько основных преимуществ и достоинств)**

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**III. Что необходимо дополнительно**

- Написание дикторских текстов \_\_\_\_\_
- Дикторское озвучивание \_\_\_\_\_
- Создание авторской фоновой музыки \_\_\_\_\_
- Фотосъемка \_\_\_\_\_
- Перевод на иностранные языки \_\_\_\_\_
- Другое \_\_\_\_\_

**Необходимость тиражирования**

- Тиражирование не нужно
- Тиражирование на CD дисках
- Тиражирование на mini CD дисках
- Тиражирование на CD- визитках
- Тиражирование на DVD
- Тиражирование на дисках нестандартной формы
- Другое \_\_\_\_\_

Тиражирование в количестве \_\_\_\_\_ экземпляров

**IV. Наличие обязательной выходной информации**

- Телефон \_\_\_\_\_
- Адрес \_\_\_\_\_

- Электронная почта \_\_\_\_\_
- Слоган \_\_\_\_\_
- Другое: \_\_\_\_\_

#### **V. Наличие исходных материалов**

- Фото- материалы \_\_\_\_\_
- Видео- материалы (укажите формат) \_\_\_\_\_
- Тексты \_\_\_\_\_
- Полиграфическая продукция (перечислите)  
\_\_\_\_\_
- Другие материалы в электронном виде (перечислите)  
\_\_\_\_\_
- Brand-book (логотип, слоган, корпоративные цвета и др.)  
\_\_\_\_\_
- Другое: \_\_\_\_\_

*Приложите к брифу рекламные материалы компании.*

#### **VI. Сроки выполнения работы**

---

---

---

#### **VII. Последовательность действий**

1. Вы заполняете бриф
2. Предлагается 2-3 варианта концепта видеоролика
3. Выбираете лучший концепт
4. Оплачиваете разработку сценария
5. Пишется сценарий и производится раскадровка
6. Вы утверждаете сценарий
7. Создается смета
7. После оплаты мы приступаем к изготовлению видеоролика