

ТВОРЧЕСКАЯ РАЗРАБОТКА

(входная и выходная информация, процесс творческой разработки)

Задача творческой разработки: творческая интерпретация и визуализация маркетинговых разработок, ходов, методов, и др. маркетинговых способов решения задач рекламной кампании, за счет творческой проработки направлений, и путей решения задач сформулированных на этапе маркетинговой разработки.

Для успешного и качественного решения творческих задач проекта, необходимо иметь “на входе” информацию в полной мере раскрывающую их суть (творческих задач), информацию имеющую маркетинговое обоснование тех или иных маркетинговых ходов и приемов, подлежащих творческой проработки с целью воплощения на последующих стадиях комплексного рекламного проекта.

В перечне вопросов “Творческого задания” отражен полный объем необходимой входной информации на этапе творческой разработки. Эта информация является частью выходной информации маркетинговой разработки (документ “Маркетинговая Концепция”), необходимой для решения задач на этапе творческой разработки проекта*.

Входная информация - творческое задание (на основе маркетинговой разработки):

1. Общая информация о бренде** (очень кратко)
 - основная цель рекламной кампании
 - текущее состояние, описание бренда
 - достоинства и недостатки текущего состояния бренда
 - существующая потребительская аудитория, ее отношение к бренду
 - текущие мероприятия по формированию, продвижению бренда
 - имеющиеся конкуренты
2. Целевая аудитория
 - описание аудитории
 - характеристика аудитории (предпочтения, вкусы)
 - текущее отношение аудитории к бренду
3. Позиционирование бренда
 - наименование бренда (полное и допускаемые вариации)
 - достоинства, недостатки бренда
 - атрибуты и характеристики бренда
 - желаемое отношение аудитории к бренду
 - главное сообщение бренда – слоган (миссия бренда, гл.сообщение, ориентировочных варианты слогана)
 - дополнительные сообщения (что может в себе нести то или иное обращение)
4. Продвижение бренда
 - медиа-каналы и проч. средства продвижения
 - маркетинговая стратегия, маркетинговые решения, подходы и “ходы” по продвижению
5. Воздействие на целевую аудиторию (по каждому направлению продвижения)
 - цель воздействия
 - характер воздействия (стиль, тон, манера обращения)
 - требуемый результат от воздействия, сообщения
6. Формальные требования к творческой разработке

- виды работ, направлений для творческой разработки и конкретные задачи решаемые по каждому направлению
 - объемы, сроки на творческую разработку и на последующее изготовление
7. Дополнительная информация
- ориентировочные бюджеты, медиа-план
 - пожелания клиента

Выходная информация (творческая разработка):

1. Сценарные решения и творческие идеи по каждому направлению продвижения бренда
2. Эскизы и раскадровки
3. Текст сообщений
4. Творческие рекомендации по реализации
5. Исходные элементы (при разработке фирменного стиля или отдельных его составляющих)
6. Ориентировочный план-график и бюджет производства (уточняются на этапе производства)

Результаты этапа творческой разработки формулируются и объединяются в документе “Творческая Концепция”, на ее основе осуществляется этап “Производство рекламной продукции”.

Привлекаемые специалисты, виды работ и решаемые задачи на этапе творческой разработки:

- арт-директор: руководство творческим процессом
- креатор-копирайтер: креатив, сценарии, идеи, текстовое наполнение
- художник: промежуточные наброски, эскизы, отдельные элементы дизайна
- дизайнер: идеология фирменного стиля, базовые элементы дизайна, эскизы
- композитор: звуковые и музыкальные решения
- маркетолог: соблюдения “рамок” маркетинговой концепции и адекватности творческих решений маркетинговых задач
- менеджер: план-график и бюджет производства

* - Информация, содержащаяся в Маркетинговой Концепции, может быть получена различными способами (практический, аналитический и т.д., составлена со слов заказчика или сформулирована маркетологом) и является “рамками” и основой, определяющими пути и направления творческих решений.

** - Принятое обозначение: бренд - товар, продукт, услуга, организация или компания и т.д.