



ASOCIÁCIA
DIGITÁLNYCH
MARKETINGOVÝCH
AGENTÚR

Online Video Brief

Zadanie pre tvorbu video kampaní

Video / Video kampaň

Klient

Vypracoval (za klienta)

Kontaktné údaje (za klienta)

Dátum prvej verzie

Verzia

1. Zadanie

NA ČO BUDE VIDEO SLUŽIŤ A O ČOM BUDE?

2. Ciele videa

AKÉ SÚ CIELE VIDEOA?

ČO CHCETE VIDEOM ODKOMUNIKOVAŤ?

(Např. zvýšenie povedomia o značke / produkte)

3. Typ videa

(Např. promo, produktové, event, case study,
how to-návod, making of how to-návod)

4. Použitie videa

KDE VŠADE BY MALO BYŤ VIDEO POUŽITÉ?

(Např. TV reklama, web, sociálne siete, outdoor)

AKO DLHO MÁ BYŤ VIDEO NASADENÉ?

5. Forma videa

(Např. hrané, animované, 3D, CGI, stopmotion)

6. Predpokladaná dĺžka videa

(Odporúčané dĺžky: do 30 sekúnd - do 1 minúty -
do 2 minút - nad 2 minúty)

7. Deadline realizácie

A ODOVZDANIE KREATÍVNEHO KONCEPTU

B REALIZÁCIA PRODUKCIE A POSTPRODUKCIE

C ODOVZDANIE FINÁLNYCH VÝSTUPOV

8. Budget

AKÝ JE VÁŠ ROZPOČET PRE TENTO PROJEKT?

(tvorba kreatívneho konceptu, scenára, produkčné
náklady spojené s výrobou videa)

9. Referenčné videá

(Priestor pre odkazy na referenčné videá,
ktoré korešpondujú s vašou predstavou.)

1. Hudba

AKÁ HUDBA MÁ BYŤ VO VIDEU POUŽITÁ?

(Špecifikácia typu: žáner, tempo, dynamika..)

(Špecifikácia výroby: autorská, hudobná banka..)

2. Hlasový komentár

MUŽSKÝ

ŽENSKÝ

DETSKÝ

3. Titulkovanie

MAJÚ BYŤ VO VIDEU POUŽITÉ TITULKY?

KDE MAJÚ BYŤ POUŽITÉ TITULKY?

(Např. názov produktu, popis činnosti, preklad..)

4. Jazykové verzie

AKÉ JAZYKOVÉ VERZIE MAJÚ BYŤ POUŽITÉ?

MAJÚ BYŤ POUŽITÉ V OTITULKOVANÍ AJ V KOMENTÁRI?

(Např. slovenská ver., anglická ver., nemecká ver., ..)

5. Herecké obsadenie

AKÝ HEREC / HEREČKA BY PODĽA VÁS BOL
VHODNÝ PRE VAŠE VIDEO/KAMPAŇ?

AK NEMÁTE KONKRÉTNU PREDSTAVU,
UVEĎTE PROSÍM ASPOŇ TYPOLÓGIU HERCA.

(Např. pohlavie, vek, výška, výraz..)

6. Osobnosť a tón komunikácie

AKÝ MÁMÉ ZVOLÍŤ TÓN KOMUNIKÁCIE?

AKÁ OSOBNOSŤ / ARCHETYP SA SPÁJA S VAŠIM
PRODUKTOM / SLUŽBOU / SPOLOČNOSŤOU?

(Např. konzervatívny, kontroverzný, expresívny..)

1. Charakteristika produktu / služby

STRUČNE CHARAKTERIZUJTE PRODUKT / SLUŽBU

Ktorú chcete promovovať videom?

2. Kto je cieľová skupina videa

AKO VNÍMA CS VÁŠ PRODUKT / SLUŽBU?

(Prímarna cs, zvyklosti cs..)

3. Kto je vaša konkurencia

VYMENUJTE HLAVNÝCH KONKURENTOV NA TRHU

Vo svojom odvetví.

4. Hlavné benefity

AKÉ SÚ HLAVNÉ VÝHODY PRODUKTU / SLUŽBY,

Ktoré chete komunikovať videom?

5. Nevýhody

AKÉ SÚ NEVÝHODY PRODUKTU / SLUŽBY

KTORÉ BY VO VIDEU NEMALI BYŤ ZOBRAZENÉ?

Tieto nevýhody nebudeme komunikovať, ale je potrebné

O nich vedieť a pripraviť sa na ich prípadnú obhajobu.

6. Key message

AKÉ POSOLSTVO CHCETE ODOVZDAŤ CIEĽOVEJ

SKUPINE PROSTREDNÍCTVOM VIDEA?

(Má byť doveryhodné, motivujúce, jedinečné..)

7. Obmedzenia a povinnosti

ČO MUSÍME VO VIDEU / KAMPANI POUŽIŤ

A ČOMU BY SME SA NAOPAK MALI VYVAROVAŤ?

1. Stratégia video kampane

Kde všade plánujete video nasadiť? (Sociálne siete, preroll..)

Aké ciele chete videom dosiahnuť?

Ako je video napojené na ďalšie časti kampane?

Akými parametrami budete merať úspešnosť?

2. Nastavenie video kampane

Kto bude nasadzovať video?

Kto bude zodpovedný za nastavenie kampane,
PPC, média a sledovanie medzivýsledkov?
(So správnym nastavením kampane vám pomôžeme.)