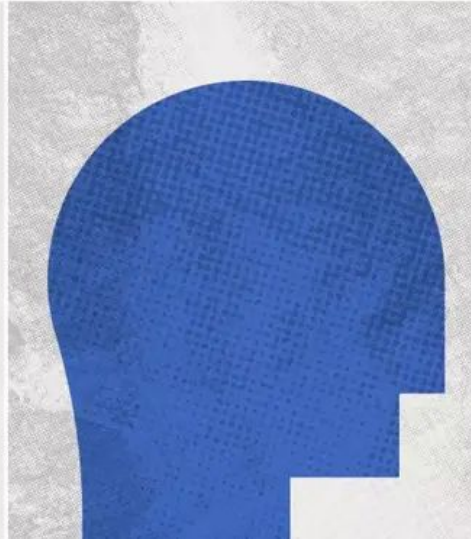
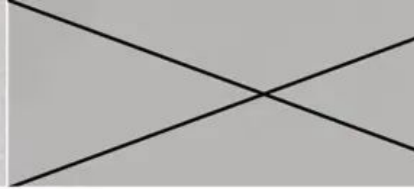


Creative Brief

**What
is a
creative
brief?**



Brief kreatif berfungsi sebagai inspirasi dan panduan untuk kumpulan pekerjaan yang biasanya melibatkan kolaborasi tim antara desainer, copywriter, pemasaran konten, dan departemen lain.



9

**Element
Creative Brief**

01. Judul dan Deskripsi
02. Gol dan Tujuan
03. Audience
04. Pesan dan Gaya Bahasa

- 05. Aset dan Hasil Akhir
- 06. Pemangku Kepentingan
- 07. Anggaran
- 08. Linimasa
- 09. Proses Distribusi

Judul & Deskripsi





デイリーブースター

Jl. Jenderal Sudirman No.134 D
Bandar Lampung

Beri judul creative brief, dan Deskripsi singkat

Judul

Kampanye Iklan untuk peluncuran produk baru

Deskripsi

Dalam rangka persiapan peluncuran produk terbaru Kopi Legion, kita akan menyusun serangkaian iklan untuk memperkenalkannya ke pasar.

Goal & Tujuan



Kebutuhan bisnis spesifik hal yang akan dicapai dan harus terukur

Goal & Tujuan

Menjangkau 100.000 pelanggan potensial dalam periode satu bulan dan menambahkan 2000 pelanggan baru

Audience



karakteristik orang tersebut dengan menguraikan demografi seperti usia, jenis kelamin, tingkat pendapatan, status perkawinan, atau tingkat pendidikan.

Audience

Pria & wanita, 18-35, berpenghasilan menengah. Mereka dapat bekerja flexible diluar kantor. dan senang berkumpul.

Pesan & Gaya Bahasa



Apa yang ingin kita sampaikan kepada mereka.

Pesan & Gaya Bahasa

Kita ingin memberdayakan customer untuk menjadi ruang berkreasi dan menikmati sajian kopi sebagai hal yang berharga. Kita harus mengapresiasi customer yang bekerja dan berkumpul membuat mereka bangga dengan kreasi yang diciptakan di kedai kopi legion.

Aset & Hasil Akhir



Aset & Hasil Akhir

Tiga iklan berbeda, masing-masing dengan tagline dan gambar berbeda (satu versi untuk setiap ukuran berikut: 250x250, 728x90, 120x600).

Pemangku Kepentingan



Kolaborasi untuk mencapai hasil.

Pemangku Kepentingan

- Tim kreatif: Larry (teks iklan), Emma (desain iklan)
- Tim pemasaran: Hannah (pemimpin tim), Caleb (pengaturan pemasaran email untuk kampanye), Terry (distribusi iklan)
- Tim produk: Zach (Manajer Produk)

Anggaran



Anggaran

- *Anggaran:* Anggaran keseluruhan adalah Rp. 127.000.000, dengan Rp. 80.000.000 untuk belanja iklan, Rp. 25.000.000 untuk desain, dan Rp.22.000.000 untuk copywriting.

Linimasa



Linimasa

- Rapat Perdana: 5 Desember
- Tenggat brief kreatif final: 10 Desember
- Tenggat teks iklan: 30 Desember
- Tenggat desain iklan: 10 Januari
- Tenggat rencana pembelian iklan: 15 Januari
- Penayangan iklan: 1 Februari - 31 Februari
- Ukur keberhasilan iklan: Sedang berlangsung
- Penutupan: 15 Maret

Proses Distribusi



Proses Distribusi

- Platform Google Adwords untuk menyebarkan iklan.

Template Creative Brief

<https://docs.google.com/document/d/1Mci24Zzt37mvjGmDw24n-i9lpWcJ1N66E3rhzltTYro/edit?usp=sharing>

Melanjutkan Tugas (Buat Creative Brief)

<https://docs.google.com/document/d/1Mci24Zzt37mvjGmDw24n-i9lpWcJ1N66E3rhzItTYro/edit?usp=sharing>

<https://drive.google.com/file/d/1yK6rdmn1QOmvJL7Fu2PbmaMS1tu3faqw/view?usp=sharing>

