Data sporządzenia briefu: ……………………………….

Reklamodawca (nazwa firmy, adres):
…………………………………………………………………………………………………………..

Osoba zamawiająca (imię i nazwisko, telefon, adres e-mail): ………………………………………………………..…..……………………………………….……

Reklamowana marka lub produkt:
…………………………………………………………………………………………………..……...

Cel kampanii: (np. kampania wizerunkowa lub sprzedażowa) …………………………………………………….……….……………………………………………

Opis grupy celowej: (do kogo kierowana jest kampania? np. Kobiety w wieku 20-65. Jeśli więcej niż jedna grupa, należy podać przybliżony procentowy podział zasięgu np. A20/ B80) …………………………………………..…….……………………………………………………….

Zasięg geograficzny emisji: (miasta, województwa lub korelacja np. z listą salonów marki) ……………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………

Ilość i rodzaj spotów przeznaczonych do emisji (jeśli jest znana):………………………………

Termin kampanii lub liczba dni/miesięcy:..………………………………………………………...

Oczekiwany orientacyjny zasięg emisji: (liczba odbiorców) ……..……………………………....

Pozostałe uwagi: ……………………………………………………………………………………………………….…

Retargetting: (procent budżetu na retargetting mobile) ………………………………………….
Typ retargettingu (zaznaczyć): Tylko widownia reklam / Wszystkie osoby w lokalizacjach

Budżet kampanii (wartość PLN netto): …………………………………………………………….

Deadline przygotowania oferty: ………………………………………..……………………………