



Care of Haus AB
Telefon: 021-444 04 00
always@careofhaus.se
www.careofhaus.se
Smedjegatan 7, 722 13 Västerås
Luntnakargatan 52, 113 58 Stockholm

UPPDRAGSBRIEF /KREATIV

Kund:

Projekt:

Referensnr:

Kontaktperson hos kund:

Kontaktperson hos Care of Haus: Mervi Brobeck (070-730 32 24)

Datum:

Hej!

Framför dig har du tio väl investerade minuter.

Uppdragsbrieffen ska vara en sammanfattning av era tankar och idéer om uppdraget. Syftet är att ge oss en bra bild av de förutsättningar, mål och begränsningar som finns i uppdraget. En uppdagsbrief är ett levande dokument och ska hållas uppdaterad under projektets gång.

Ifylld uppdagsbrief skickas till: regionsormland@careofhaus.se

1. PROBLEMBESKRIVNING

VILKET ÄR PROBLEMET SOM SKA LÖSAS MED HJÄLP AV KOMMUNIKATION?

2. MÅLGRUPPER FÖR KOMMUNIKATIONEN

VILKA ÄR DE PRIMÄRA OCH SEKUNDÄRA MÅLGRUPPERNA? FINNS DET EN INTERN MÅLGRUPP? SEGMENTERING?

3. MÅL OCH MÄTBARHET MED KAMPANJEN/AKTIVITETEN

ALLA MÅL SKA VARA S.M.A.R.T:A - SPECIFIKA, MÄTBARA, ACCEPTERADE, REALISTISKA OCH TIDSBESTÄMDA

- 3.1 VERKSAMHETSMÅL. FINNS DET ETT ÖVERGRIPANDE MÅL SOM KAMPANJEN/AKTIVITETEN SKA HJÄLPA TILL ATT UPPNÅ? KOMMUNIKATIONSÅL. BIBEHÅLLA/ÖKA/FÖRÄNDRA KUNSKAP, KÄNNEDOM, BETEENDE, ATTITYD? VAD VILL NI ATT MÅLGRUPPEN SKA VETA, KÄNNA OCH GÖRA?

- 3.2 HUR MÄTER VI ATT KAMPANJEN/AKTIVITETEN FÅTT EFFEKT?

4. BUDSKAP

VAD ÄR DET VIKTIGASTE SOM NI VILL HA SAGT I KOMMUNIKATIONEN? FINNS DET YTTRELLIGARE INFORMATION SOM ÄR RELEVANT FÖR MÅLGRUPPEN?

5. KANALER

VAD HAR NI FÖR EGNA TANKAR PÅ KANALER? VILKA KANALER TROR NI PASSAR BÄST FÖR MÅLGRUPPERNA OCH FÖR ERA RESURSER?

6. BUDGET

FINNS DET EN GIVEN BUDGET SATT FÖR ATT LÖSA DET KOMMUNIKATIVA PROBLEMET?

7. TIDPLAN

NÄR SKA UPPDRAGET VARA KLART?

8. ÖVRIGT

FINNS DET NÅGOT ANNAT SOM ÄR AVGÖRANDE FÖR ATT LYCKAS MED UPPDRAGET?