Zo **MAXI**brief je de **copywriter**

|  |  |
| --- | --- |
| **ONDERWERP** |  |
| BRIEFER | COPYWRITER | DEADLINE |
|  |  |  |

**WHAT**

**1. Verbal Branding**

* Kernactiviteit :
* Waarden :
* Baseline :
* KernWoordenWolk :
* Marktaandeel :
* Concurrentie :

**WHY & WHO**

**2. Strategische doelstelling**

* Hoe is de context nu :
* Hoe moet de context evolueren:

**3. Wie** moet dit **vooral** lezen? (leeftijd, hobby’s, sociale klasse, inkomen, …)

**4. Wat** is de **centrale** **belofte**? ( je belofte, USP, ESP)

**5. Waarom** is die **belofte** voor hem **interessant**? (geef rationele en emotionele eigenschappen, Functions, Facts & Benefits)

**6. Waar kan je de doelgroep zeker mee triggeren?**  (specifieke voorbeelden?)

**7. Welke actie** moet hij doen ? (zo nauwkeurig mogelijk)

**HOW**

**8. Via welk medium / communicatiekanaal?** (en welke andere communicatiekanalen lopen op hetzelfde moment (en/of over hetzelfde thema)? Om zelfde jargon te hanteren.)

**9. Andere recente en relevante communicatiedagers ? Bezorg die ook aan de copywriter.**

**10. Handig om te weten**

* Is er een specifieke lay-out vastgelegd? Of al ontwikkeld door graficus?
* Budget:
* Secundaire doelgroepen:
* Is er parallelle communicatie:
* Specifiek jargon – copybook (cruciaal!) :
* Tone of voice :
* Woordje uitleg bij de baseline?



