

Programmet for Den Gode Brief hos Huset Markedsføring 8. marts 2010

Tidspunkt: Emne:

8.30-9.00: **Morgenkaffe med brød**

9.00-9.15 **Introduktion**

9.15-10.15 **Den gode brief (1. indlæg)**

- a. Hvad er formålet med en brief
- b. Hvilke punkter skal briefinggen indeholde for at danne de optimale rammer for det videre kreative arbejde
- c. Inspirationskilder til et godt løfte
- d. Hvad kan jeg gøre for at opnå bedre kundeindsigter til min briefing
- e. Hvordan overleverer man briefinggen til de kreative (bureauet)

10.15-10.30 **Pause**

10.30-11.30 **Gruppearbejde 1 (udarbejdelse af briefinggen)**

11.30-12.00 **Præsentation i plenum**

12.00-13.00 **Frokost pause**

13.00-14.00 **Eksempler på gode (og dårlige) briefinggen og tilhørende kampagner**

14.00-14.30 **Den kreatives syn på en god briefing (2. indlæg)**

14.30-14.15 **Pause**

14.15-15.00 **Gruppearbejde 2 (udarbejdelse af briefinggen)**

15.00-15.30 **Præsentation i plenum**

15.30-16.00 **Opsummering og afslutning**

Forbehold for ændringer i programmet.

Underviser:

Susanne Lund. Susanne arbejder som partner / strategisk planner på Bates Y&R. De seneste 10 år har hun arbejdet som strategisk planner i reklamebranchen. Inden da arbejdede hun på kundesiden - 2 år som marketing ansvarlig og 10 år som investmentbanker i Danske Bank. Hun er uddannet cand.merc (CBS) og strategisk planner (Den Danske Reklameskole).

Spørgsmål:

kontakt projektleder Mia Otterstad, mo@markedsforing.dk