

## Brief

# ANNUNCIO PUBBLICITARIO PACKAGING PROGETTATO

## RICHIESTA

Stesura del BRIEF, redazione della COPY STRATEGY, proposta per PIANO MEDIA, progettazione ANNUNCIO PUBBLICITARIO declinabile su più mezzi.  
Realizzazione dell'annuncio per pagina pubblicitaria comprensivo di tutti gli elementi.

Progettare e realizzare un **Annuncio per Pagina Pubblicitaria** per il prodotto scelto, comprensivo di tutti gli elementi (vedere libro e allegati), il cui *packshot* sarà la foto del mock-up del nuovo packaging progettato.

*L'annuncio dovrà utilizzare:*

- *una **figura retorica***
- *una **chiave creativa***

## INDICAZIONI TECNICHE PAGINA PUBBLICITARIA

- **Esecutivi digitali** per la stampa in formato **.pdf**  
File CMYK, con rifili, abbondanze, crocini di registro e informazioni file, testo vettorializzato non editabile.  
Allegare immagini utilizzate (risoluzione 300 dpi in formato 1:1, CMYK)  
Nomi files e cartelle: cognome\_pagPack
- **Stampa a colori** della pagina al vivo o rifilata, impaginata in formato **A3** con etichetta (per il book).

**VALUTAZIONE STRATEGIA DI COMUNICAZIONE**

PARAMETRI	G. Insuff.	Insuff	Sufficiente	Buono	Ottimo
<b>COMPLETEZZA DATI</b> Nome Cogn. / classe/data/TITOLO completo/coerente	0.4	0.8	1.2	1.6	2
<b>PRESENTAZIONE</b> File (formato, nome) + Stampa	0.2	0.4	0.6	0.8	1
Impaginazione e veste grafica - ortografia	0.2	0.4	0.6	0,8	1
<b>COMPLETEZZA / CORRETTEZZA CONTENUTI</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• COMMITTENTE</li> <li>• RICHIESTA</li> <li>• PRODOTTO / SERVIZIO DA PUBBLICIZZARE</li> <li>• OBIETTIVI PUBBLICITARI DELLA CAMPAGNA</li> <li>• PUNTI DI FORZA E DI DEBOLEZZA DELL'OFFERTA</li> <li>• INDIVIDUAZIONE E ANALISI DEL TARGET</li> <li>• DEFINIZIONE DEL BUDGET</li> <li>• ANALISI DELLA COMUNICAZIONE PRECEDENTE</li> </ul>	1,2	2,4	3,6	4,8	6
<b>STRATEGIA DI COMUNICAZIONE</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• POSIZIONAMENTO + / - / -</li> <li>• PROMESSA FORTE / USP / CONSUMER BENEFIT + / - / -</li> <li>• REASON WHY + / - / -</li> <li>• CONCEPT + / - / -</li> <li>• TONO + / - / -</li> <li>• STILE + / - / -</li> <li>• CONCEPT + / - / -</li> </ul>					
<b>VOTO</b>					

**VALUTAZIONE ANNUNCIO PACKAGING**

	Grav. Insuff.	Insufficiente	Sufficiente	Buono	Ottimo
<b>COMPLETEZZA:</b> head, visual, <i>bodycopy</i> , packshot, marchio, payoff	0,4	0,8	1.2	1.6	2
<b>PROGETTAZIONE:</b> coerenza con richieste Copy St., efficacia delle idee proposte, originalità. Fig. Retorica, Chiave Creativa	0,8	1,6	2,4	3,2	4
<b>REALIZZAZIONE:</b> impaginazione, gestione testi, immagini, colori, elementi grafici, gerarchia, ortografia.	0,6	1,2	1.8	2.4	3
Firma - nome / correttezza file PDF	0,2	0,4	0,6	0,8	1
<b>VOTO</b>					

**VERIFICA DELL'EFFICACIA - MODELLO AIDA**

<b>Attenzione</b> Nel grande "rumore" della comunicazione, catturare l'attenzione significa distinguersi dagli altri.	2,5
<b>Interesse</b> Se ho compreso un dato messaggio significa che ha suscitato in me un interesse. Significa mantenere l'attenzione, leggere e comprendere.	2,5
<b>Desiderio</b> Passaggio dal piano razionale a quello emotivo, empatia. Il destinatario deve pensare: questo è fatto per me!	2,5
<b>Azione</b> Disposizione all'acquisto, convinzione che porta a raggiungere l'obiettivo di mktg e comunicazione.	2,5
<b>VOTO</b>	