

Briefing 2° e ultima esercitazione

Preparare una campagna digital per questo laboratorio



Obiettivo di comunicazione

Ideare una **campagna pubblicitaria** da pianificare sui media digitali per questo «laboratorio di strategie pubblicitarie».

Quindi dovrete:

1. Preparare il **messaggio creativo**
2. Impostare un **piano media digitale**



Briefing prima parte: premessa

Voi ed il vostro team siete l'**agenzia creativa** del CORIS e dovete preparare una campagna pubblicitaria per **convincere gli studenti della Sapienza a frequentare le lezioni** del **Laboratorio di Strategie Pubblicitarie** del prossimo anno accademico.

La prima parte dell'esercitazione sarà quella di **raccogliere tutte le informazioni** che possono essere utili per creare il messaggio creativo convincente.

1. Fate un brainstorming (pensiero divergente)
2. Considerate le regole della persuasione di Cialdini
3. Scegliete un tipo di approccio (razionale o emotivo)
4. Preparare i materiali (foto, video, testi e tutto quello che sarà utile per finalizzare il messaggio)



Briefing 2° parte

La **prossima settimana** parleremo di pianificazione media, quindi:

- sceglierete i **media digitali più adatti** con relativo formato
- Preparerete una **segmentazione del target**
- Imposterete i **mockup degli annunci**



Il lavoro finale

Dovrà essere di **massimo 15 slide** e contenere:

- **Il debriefing**
- La **copy strategy** (promessa, copy strategy, reason why, tone of voice...) e l'insight
- Indicate quali **principi persuasivi di Cialdini** avete utilizzato
- Gli screenshot della **segmentazione del target**
- Gli screenshot o i video della **creatività**
- **DEAD-LINE: sabato 27 maggio alle 23:59**



Rubric per il voto

Il vostro lavoro verrà **valutato** secondo questi criteri:

TEAMS	
4	Qualità copy strategy
8	Qualità insight rispetto al target
6	Scelta ragionata dei media
8	Rilevanza, Originalità e Impatto del messaggio/progetto creativo
4	Presentazione chiara, completa e facile da seguire. E bella.
TOTAL SCORE:	
In giallo il punto aggiuntivo per lavoro outstanding	
30 VOTO PIENO	



Dead-line:
Sabato 27 maggio ore 23.59
(dopo la fine del corso)



NESSUN gruppo potrà
avere **MENO** di 6
componenti



Dovrete mandare una mail a **stellaromagnoli@gmail.com**

Nel testo della mail scrivete i nomi e cognomi dei componenti del team in ordine alfabetico per cognome (SENZA trattini o bullet point)