**MODELO CRIATIVO DE ORGANIZAÇÕES SEM FINS LUCRATIVOS **

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **CLIENTE** |  |  |
|  |   |   |
| **NOME DO PROJETO** |  |  |
|  |   |   |
| **MARCA** |  | **PRODUTO** |
|  |  |  |
| *Nome do contato do clienteO endereço de mensagem E-mail E-mail Linha 1 E-mail endereço 2 E-mail endereço linha 3* |  | *Nome de contato da sua empresaO endereço de mensagem Mensagem de e-mail linha 1 E-mail linha 2 E-mail endereço linha 3* |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **DATA** |  | **AUTOR** |
|  |  |  |

PROJETO |  |  |
| **FINALIDADE | Why*?*** |
|   |
| **| DE OPORTUNIDADES *Impacto ultimate?*** |
|   |
| **QUESTÃO ECONÔMICA/SOCIAL** |
|   |
|  |  |  |
| DESAFIOS OBJETIVOS AND |
| **CHAMADA PARA A | DE AÇÃO *O que o projeto funciona para alcançar?*** |
|   |

|  |
| --- |
| ANÁLISE ATUAL DE MARCA / CAMPANHA |
| **ASPECTOS POSITIVOS | *O que está funcionando e por quê?*** |
|   |
| **ASPECTOS NEGATIVOS | *O que não está funcionando e por que não?*** |
|  |
|  |  |  |
| ELEMENTOS CRIATIVOS/ DE DESIGN |
| ***Quais são os componentes fundamentais de criação/design do projeto*** ***(ou seja, guias de estilo, visualize e sinta, peças impressas específicas)?*** |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |  |
| PÚBLICO-ALVO |
| **| DE DESTINO DO PROJETO *Who estamos tentando alcançar?*** |
|   |
| **| de destino da marca *Com quem a marca fala?*** |
|   |
| **REAÇÃO DESEJADA | *Ações da Wsheet que você deseja que seu mercado tome?*** |
|   |

|  |
| --- |
| ATITUDE |
| **TOM DO PROJETO | *Traços wsheet estamos tentando transmitir?*** |
|   |
| **| DE PERSONALIDADE DA MARCA *As características do Wsheet definem a marca?*** |
|   |
|  |  |  |
| ANÁLISE COMPETITIVA |
| **Referências | *pesquisa, inspiração e estilos dentro de setores semelhantes e outros*** |
|   |
| **A | DE TAKEAWAY *Qual é a idéia chave a ser lembrada?*** |
|  |
| **| DO SLOGAN *cópia preparada, palavras-chave ou tema*** |
|  |
|  |  |  |
| ESTRATÉGIA DE MÍDIA AND REQUISITOS DE IMAGEM |
| **DIRETRIZES DE MARKETING** |
|   |
| **MATERIAIS DE MARKETING** |
|   |
| **GRÁFICOS** |
|   |
| **FOTOGRAFIA** |
|   |
| **MULTIMÍDIA** |
|   |
|  |  |  |
| AGENDA |
| **CRONOGRAMA PROJETADO** |
|   |
| **DATAS /PRAZOS IMPORTANTES** |
|   |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

|  |
| --- |
| ORÇAMENTO |
| **QUANTIDADE** |
|   |
| **FONTES FINANCEIRAS** |
|   |
| **PROJEÇÕES /NOTAS FINANCEIRAS ADICIONAIS** |
|   |
|  |  |  |
| ALÉM DISSO |
| ***Inclua qualquer informação crítica adicional.*** |
|   |
|  |  |  |
| COMENTÁRIOS AND APROVAÇÃO |
| **COMENTÁRIOS** |
|   |
| **DATA** | **ASSINATURA** |
|   |   |

**DISCLAIMER**

Todos os artigos, modelos ou informações fornecidos pelo Smartsheet no site são apenas para referência. Embora nos esforcemos para manter as informações atualizadas e corretas, não fazemos representações ou garantias de qualquer tipo, expressas ou implícitos, sobre a completude, precisão, confiabilidade, adequação ou disponibilidade em relação ao site ou às informações, artigos, modelos ou gráficos relacionados contidos no site. Qualquer dependência que você deposita em tais informações está, portanto, estritamente em seu próprio risco.