Ferramenta de desenvolvimento: Modelo de comentário da agência criativa para a agência adjudicatária

[Este modelo deve ser utilizado para fornecer comentários de alto nível à agência adjudicatária juntamente com a carta de adjudicação. Ao recolher comentários para este formulário, é fundamental que o Comité de Análise do RPF esteja alinhado com o comentário para evitar confusões entre a sua equipa e a agência criativa. Certifique-se de que resolve quaisquer desacordos antes de partilhar o comentário com a agência.]

[NOME DA AGÊNCIA] \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

[NOME DO PROJETO] \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

[DATA DE APRESENTAÇÃO] \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Concluído por [nome e cargo]

Em nome do comité de análise do RFP

[NOME E CARGO]

[NOME E CARGO]

[NOME E CARGO]

ESTRATÉGIA E IDEIA DE CAMPANHA

[A estratégia de alto nível e a ideia de campanha são os elementos mais importantes a acertar antes de o desenvolvimento criativo poder continuar sem problemas.]

**1: ÊXITOS**

[Considere o briefing criativo e o âmbito do trabalho: abordam completamente todas as necessidades na estratégia e na ideia de campanha? Se apresentaram várias ideias, houve uma ou duas que se tenham destacado para si? Em que é que o pensamento delas se destacou ou o impressionou particularmente?]

**2: ELEMENTOS EM FALTA OU ALTERAÇÕES NECESSÁRIAS**

[Em que elementos do briefing criativo e do âmbito do trabalho é que a agência não se centrou suficientemente? Isso pode ser resolvido no contexto de uma das ideias que apresentaram? Ou terão de apresentar algo de novo para comparar com o que têm?]

**3: ELIMINAÇÃO RECOMENDADA**

[É sempre útil ser explícito sobre o que não quer voltar a ver, quer se trate de uma ideia inteira ou de alguns elementos específicos de uma ideia (p.ex., linguagem que não soe bem).]

**RECURSOS**

[Se a apresentação incluiu recursos específicos (p.ex., logótipos, gráficos, guião), deverá apresentar comentários sobre o que foi bem-sucedido e deve permanecer e o que deve ser alterado na ronda seguinte. Deve apresentar comentários relativos a cada execução separadamente.]

**PROPOSTA**

**[**Apesar de ter escolhido uma agência que satisfaça as necessidades do seu programa, pode receber comentários sobre a proposta, nomeadamente quanto à abordagem da agência ao desenvolvimento criativo e à integração dos comentários dos consumidores/comunidade.Pode optar por fornecer comentários de alto nível sobre calendários, gestão de projetos e propostas de honorários, embora a sua equipa trabalhe com a agência criativa para refinar estes elementos assim que o SOW for finalizado.]

**RESUMO DAS AÇÕES**

[Convidará a agência criativa para uma reunião inicial para começar formalmente a sua relação de trabalho e esclarecer o comentário que forneceu. Para preparar essa conversa e as semanas que se seguem, pode ser útil fornecer um roteiro à agência para planear o seu trabalho.]

**1. PRÓXIMOS PASSOS E PRAZOS**

**[**O próximo passo do processo é normalmente uma reunião inicial entre a sua equipa e a agência criativa; deverá fornecer uma data e hora para essa reunião.Outros passos seguintes podem incluir a apresentação de uma proposta revista, revisões finais do SOW, data de contratação prevista, etc. Deve partilhar quaisquer outros prazos estabelecidos e do seu conhecimento.]