

Hulpformulier: Om het creatief voorstel te toetsen

Nadat je middels een goede briefing een reclamebureau of creatieve professional aan de slag hebt laten gaan, toets je het gepresenteerde idee, voorstel of concept met dit hulpformulier.

Laat het reclamebureau het voorstel presenteren. De eerste vraag die je stelt aan de aanwezigen, is om na de presentatie van het voorstel of creatief concept de duim omhoog of om laag te steken. Dit doet iedereen puur op gevoel.

Daarna ga je het voorstel bespreken, toetsen aan de briefing en daarbij hanteer je onderstaande afvinklijst met de volgende criteria:

- ☐ On-brief! Voldoet het idee aan de creatieve briefing?
Zit de juiste benefit erin?
Wordt de barrière geslecht?
Klopt de kernboodschap?
- ☐ Relevantie! Speelt het idee in op de behoefte van de doelgroep?
Wordt de juiste doelgroep aangesproken?
- ☐ Aantrekkelijk! Is het idee onweerstaanbaar en nieuwsgierig makend?
- ☐ Geloofwaardig! Geloof je dat het mogelijk is? Zijn de juiste bewijzen opgevoerd?
(bijv. via referenties)
- ☐ Toets de 4 O's. Is het idee voldoende is.
 - ☐ Onderscheidend
 - ☐ Origineel
 - ☐ Opvallend
 - ☐ On-brand (passend bij het merk)

Afsluitend maak je de balans op. Als de duimen omhoog stonden na de presentatie van het idee en ook nadat de rationele toets gedaan is, bepaal je of je verder gaat met het idee of creatief concept. Ben je positief? Ga dan aan de slag en door met de uitwerking.

Kwam het idee minder goed uit de bus, geef dan goede feedback en geef het terug aan het reclamebureau of creatieve professional. Ga nooit voor compromissen, maar geef aan wat er niet klopt en zet het reclamebureau of de creatieve professional opnieuw aan het werk. Laat ze dat doen waar ze goed in zijn. Neem zelf alleen de rol om te toetsen in. Het is jouw merk, jouw bedrijf en jij bent verantwoordelijk alleen met het beste genoeg te nemen.

Bron: HEBBES! Adriaan Oomen