

Utmaning

vilken problem som ska utmanas

Huvudbudskap

budskap som målgruppen ska komma ihåg

Målgrupp

vem vi kommunicerar med och vad vi vet om dem idag

Bevis

varför de ska tro på budskapet

Förändring

det vi vill målgruppen ska veta, känna & göra

Personlighet

hur målgruppen uppfattar varumärket

Kommunikation

hur vår reklamtext löser eventuella problem

Insikt

den avgörande insikt som vi bygger kampanjen på