*Уважаемый клиент!*

*Для эффективного сотрудничества нам нужно получить от Вас информацию, характеризующую Вашу фирму, аудиторию и Ваше представление о будущем дизайне.*

*Это поможет нам создать качественный продукт, удовлетворяющий Вашим желаниям и целям.*

*Постарайтесь ответить на вопросы как можно подробнее.*

**Бриф для продвижения проекта в соцсетях**

|  |  |
| --- | --- |
| 1. | О КОМПАНИИ |
| **1.1** | Название компании |  |
| **1.2** | Контактное лицо |  |
| **1.3** | Контактный телефон, email |  |
| **1.4** | Краткое описание компании (размер, основные услуги, география, деятельность) |  |
| **1.5** | Отрасль бизнеса / какой сегмент рынка занимает компания |  |
| **1.6** | Продуктовая линейка компании (список основных продуктов – услуг или товарных категорий с кратким описанием) |  |
| **1.6** | Веб-сайт компании и/или ссылки на страницы в соцсетях |  |
| 2. | ТЕКУЩЕЕ ПОЛОЖЕНИЕ (если пока ничего нет, поставьте прочерки) |
| **2.1** | Ссылки на аккаунты компании в соцсетях |  |
| **2.2** | Статистика по заказам из соцсетей (количество, источники) |  |
| **2.3** | Статистика по запускам таргетированной рекламы и поднятию постов (оптимально, если можете предоставить доступ к рекламному кабинету) |  |
| **2.4** | Количество повторных заказов (в процентах от общего числа заказов) |  |
| **2.5** | Количество продаж «по рекомендации знакомых» (в процентах от общего числа заказов) |  |
| **2.6** | Среднее количество заказов в месяц |  |
| 3. | БЛОК «КОНКУРЕНТЫ» |
| **3.1** | Перечислите ваших основных конкурентов (названия, ссылки на сайты и социальные сети) – это те, с кем вы конкурируете в данный момент, не лидеры рынка |  |
| **3.2** | Дайте ссылки на социальные сети наиболее успешных и крупных конкурентов (лидеры рынка) |  |
| **3.3** | Дайте ссылки на социальные сети наиболее эффективных аккаунтов конкурентов (это совсем не обязательно лидеры рынка) |  |
| **3.4** | Дайте ссылки на аккаунты социальных сетей вашей сферы, оформление которых вам наиболее нравится |  |
| **3.5** | В чем ваше преимущество перед конкурентами? |  |
| **3.6** | В чем преимущество конкурентов перед вами? |  |
| 4. | БЛОК «МАРКЕТИНГ» |
| **4.1** | Опишите, какие цели Вы ставите на проект |  |
| **4.2** | Перечислите показатели, по которым Вы планируете измерять эффективность кампаний |  |
| **4.3** | Позиционирование продукта/компании. Основные конкурентные преимущества рекламируемого товара или услуги, имиджевые эмоции. |  |
| **4.4** | Основные каналы, по которым идут продажи сейчас |  |
| **4.5** | Если у вас есть воронка(и) продаж – опишите ее (их) |  |
| **4.6** | Другая информация, которую Вы считаете важной  |  |
| 5. | БЛОК «РЕКЛАМА» |
| **5.1** | Если у Вас есть информация о том, какими рекламными каналами пользуются конкуренты – расскажите здесь об этом |  |
| **5.2** | Если Вы уже тестировали рекламные каналы для продажи вашего проекта – перечислите здесь их и укажите результаты тестов |  |
| **5.3** | Как Вы считаете, какая реклама будет для Вас наиболее эффективна? |  |
| 6. | БЛОК «ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ» |
| **6.1** | Опишите, что объединяет всех ваших клиентов (объединяющие признаки)Целевая аудитория, ее описание: опишите обобщенный портрет потребителя (пол, возраст, место жительства, социальный статус, образование, вероисповедание, род занятий, уровень доходов, образ жизни, поведенческие привычки и т.д.) |  |
| ***Общее правило описания портрета потенциального клиента: пол, возраст, место жительства, социальный статус, образование, вероисповедание, род занятий, уровень доходов, образ жизни, поведенческие привычки и т.д.******Укажите предпочтения, традиции, поведение, связанные с выбором и употреблением вашего продукта.*** |
| **6.2** | Сегмент 1 (обобщающие признаки и объединяющие критерии и описание портрета потенциального клиента) |  |
| **6.3** | Сегмент 2 (обобщающие признаки и объединяющие критерии и описание портрета потенциального клиента) |  |
| **6.4** | Сегмент 3 (обобщающие признаки и объединяющие критерии и описание портрета потенциального клиента) |  |
| **6.5** | Сегмент 4 (обобщающие признаки и объединяющие критерии и описание портрета потенциального клиента) |  |