

БРИФ. КОНСУЛЬТАЦИЯ



ОБРАТИТЕ ВНИМАНИЕ: при подготовке консультации учитывается информация, предоставленная в брифе в письменном виде. Если вы оставляете какие-то из полей пустыми, комментируйте “почему”.

У нас с вами будет два часа, во время которых, я заинтересована дать максимально полезную информацию и ответить на ваши вопросы.

Поэтому, пожалуйста, заполните бриф подробно и конкретно. Лучше переизбыток информации, чем ее недостаток.

Информация от заказчика	
Опишите цель ведения инстаграма (запуска таргета) максимально конкретно. Пример: ● Привлечение потенциальных клиентов ● Увеличение числа звонков / заявок ● Увеличение целевого трафика на сайт ● Повышение узнаваемости торговой марки или бренда ● Регистрации на мероприятие ● Увеличение числа подписчиков в аккаунте социальной сети	
Опишите продукт (или категорию продуктов), которые вы продвигаете в социальных сетях	
Опишите целевую аудиторию (максимально подробно – не только гендерную принадлежность и возраст, а, возможно, типичные интересы, страхи, авторитеты и т.п). Кто те люди, которые приносят больше всего денег (покупают чаще всего)? Чем больше информации – тем лучше (особенно, если эту информацию можно подкрепить данными)	

Чем продукт отличается от подобного продукта у конкурентов? Что выделяет товар или связанный с ним сервис на фоне конкурентов? (скидки, акции, гарантии особенности доставки, чрезвычайно внимательный персонал, ограниченное количество самого товара, что-нибудь еще)?	
Что у конкурентов получается лучше (слабые стороны)?	
Что получается лучше у нас (сильные стороны)?	
Опишите основных конкурентов (особенно в той товарной категории, о которой идет речь)	
Какие акции, запуски, активности для этой товарной категории вы уже делали ранее? Какой результат получили (в цифрах). Дайте ссылки, кейсы, принтскрины - все что есть.	
Если был опыт запуска таргетированной рекламы ранее – что не устроило и хотелось бы изменить?	
Уровень Ваших цен по рынку	
Есть ли у вас база e-mail или телефонов ваших клиентов?	
Насколько большая (хотя бы порядок цифр)?	
Какой бюджет вы готовы расходовать на таргетированную рекламу в месяц?	
Дайте ссылки на ВСЕ возможные посадочные страницы (инстаграм, сайт, таплинк, маркетплейс)	
Дайте ссылки на наиболее важные отраслевые статьи, блоги, специалистов, которые максимально полно рассказывает о вашем товаре или специфике деятельности.	

Какая основная проблема, на ваш взгляд, в ведении вашего инстаграма	
Кто работает с вашим инстаграмом(самостоятельно, знакомый(ая), сммщик, таргетолог, копирайтер, фотограф)	
Неучтенная информация (то о чем не было вопросов выше, но на ваш взгляд – важно)	

СЕССИЯ ВОПРОС-ОТВЕТ

Напишите вопросы, которые у вас есть по теме смм, таргета и маркетинга:

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.
- 6.
- 7.
- 8.
- 9.
- 10.

Автор консультации
Бармина Александра
+7 705 257 8004

Действующий смм-специалист, таргетолог,
спикер профильных мероприятий,
директор агентства BoomMarketing