

БРИФ на продвижение сайта / комплексный интернет-маркетинг

Компания:	
Дата:	
Контактное лицо:	
Телефоны:	
E-mail:	
Telegram:	
Предпочтительный вид связи:	
Сайт:	
Желаемые сроки:	
Форма документооборота:	
Формат подбора исполнителя:	☐ Открытый конкурс ☐ Закрытый тендер ☐ Сравнение предложений ☐ Мы – единственные исполнители ☐ Другое (вписать)

1. ИНФОРМАЦИЯ О КОМПАНИИ

1.1 Полное название организации:
<i>достаточно ИНН</i>
1.2. Общие сведения о компании, сферы деятельности:
1.3. Описание основных товаров или услуг:
<i>Что вы делаете (продукция, услуги и т.п.)</i> <i>если есть на сайте, дайте ссылки на стр. основных товаров/услуг</i>

2. ЦЕЛИ ПРОДВИЖЕНИЯ

2.1. Цели компании
Каких результатов вы хотите добиться с помощью комплексного продвижения?
☐ Вывод на рынок нового товара или бренда ☐ Имиджевая реклама ☐ Стимулирование продаж старого товара/услуги ☐ Продвижение акции/предложения ☐ Другое (вписать)
2.2 Каковы ваши текущие показатели конверсии на вашем веб-сайте?

2.3. Как текущие показатели соотносятся с вашим отраслевым эталоном и с вашими целями?

2.4. Какова максимально допустимая стоимость 1 лида на ваш взгляд?
(учитывая реальное и желаемое значение).

2..5 Что именно необходимо продвигать?

Кратко опишите компанию, продукт или услугу. По возможности укажите ссылки на источники более полной информации.

3. ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ

3.1. Описание целевой аудитории:

На кого ориентирован продукт/услуги? Каковы социально-демографические характеристики (пол, возраст, доход, образование, стиль жизни) целевой аудитории?

3.2. Потребности пользователей:

Какие главные задачи/проблемы клиентов/покупателей решает ваше предложение?

3.3. Чем ваш продукт, услуга или компания полезна потребителю?

В чем заключается УТП? (Уникальное Торговое Предложение). Можно ли УТП представить в цифрах? Например: на 25% легче, на 45% прочнее, на треть дешевле и т.п.

Что в УТП есть только у вас?

3.4. Регионы работы.

В каких регионах вы предоставляете свои услуги/продукты?

3.5. Каковы основные возражения вашей целевой аудитории?

В чем трудности целевой аудитории при принятии решения о покупке продуктов компании?

4. КОНКУРЕНТЫ

4.1. Прямые конкуренты в бизнесе

Перечислите прямых конкурентов. По возможности опишите их сильные и слабые стороны, что вам нравится в их продвижении, а что - нет.

До 10 прямых конкурентов

4.2. Общая характеристика ваших конкурентов

Чем отличается их УТП от вашего? В чем их достоинство/преимущества? Т.е. почему они существуют и растут?

4.3. Покажите слабые стороны конкурентов

4.4. Дайте краткую характеристику интернет- маркетингу конкурентов?

Общее видение, что нравится, что не нравится. В чем преимущества их интернет-маркетинга?

5. БЮДЖЕТ НА ПРОДВИЖЕНИЕ в месяц/год

5.1. Каков текущий бюджет на интернет-маркетинг	
5.2. Какой общий бюджет вы готовы выделить для достижения целей	
5.3. Каков возможен бюджет на рекламу?	
5.4. Каков возможен бюджет на оптимизацию сайта?	

5.5. Какова максимально допустимая стоимость 1 лида на ваш взгляд? (учитывая реальное и желаемое значение).

Укажите желаемый показатель:
продажи каких продуктов и на сколько
нужно увеличить?
Какие самые маржинальные продукты?
Как они продаются? Количество продаж и
стоимость лида?

6. ИСТОРИЯ ПРОДВИЖЕНИЯ/ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА

6.1. Информация по прошлому продвижению (если было)

Отразите основные показатели (ежемесячный прирост, эффективность и приблизительный бюджет) по результатам вашего прошлого продвижения. Поясните, чем именно вас не устроила работа предыдущего исполнителя (если таковой был).

6.2. Какие на ваш взгляд направления продвижения наиболее приоритетны для вашего бизнеса?

- | | |
|---|---|
| ☐ Продвижение сайта в поисковых системах | ☐ Продвижение в социальных сетях |
| ☐ Контент-маркетинг | ☐ Контекстная реклама |
| ☐ Ремаркетинг | ☐ Таргетинг |
| ☐ Другое (вписать) | |

6.3. Показатели/КРІ по которым вы планируете оценивать эффективность продвижения? Каких показателей необходимо достичь?

(например, не менее 1000 переходов на сайт в месяц или не менее 200 покупок за всю кампанию)

6.4. Каковы основные проблемы текущего интернет-продвижения, интернет-маркетинга

Укажите основные, самые болезненные проблемы в системе интернет-маркетинга вашей компании.

6.5. Чем не удовлетворяет текущий подрядчик

6.6. Известны ли вам какие-либо факторы, ограничивающие эффективное SEO-продвижение?

Аффилиация, фильтры поисковых систем и т.д. Перечислите.

6.7. Гостевые доступы к системам аналитики и рекламным кабинетам?

Если нет, предоставьте отчетность за предыдущие периоды в любом виде.

В первую очередь нас интересуют следующие параметры (период 3 месяца, если есть сезон, то данные лучше брать в период сезона): поисковые фразы, трафик по источникам, страницы входа.

7. ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ИНФОРМАЦИЯ

7.1. Список дополнительных услуг, которые вам могут понадобиться:

- ☐ Анализ рынка
- ☐ Стратегия интернет-маркетинга (на 12 мес.)
- ☐ План интернет-маркетинга (минимум на квартал)
- ☐ Настройка и ведение контекстной рекламы
- ☐ Оптимизация сайта
- ☐ Разработка контент-плана
- ☐ Настройка сквозной аналитики
- ☐ Обучение сотрудников
- ☐ Другое (вписать)

7.2. Любая дополнительная, полезная по проекту информация:

