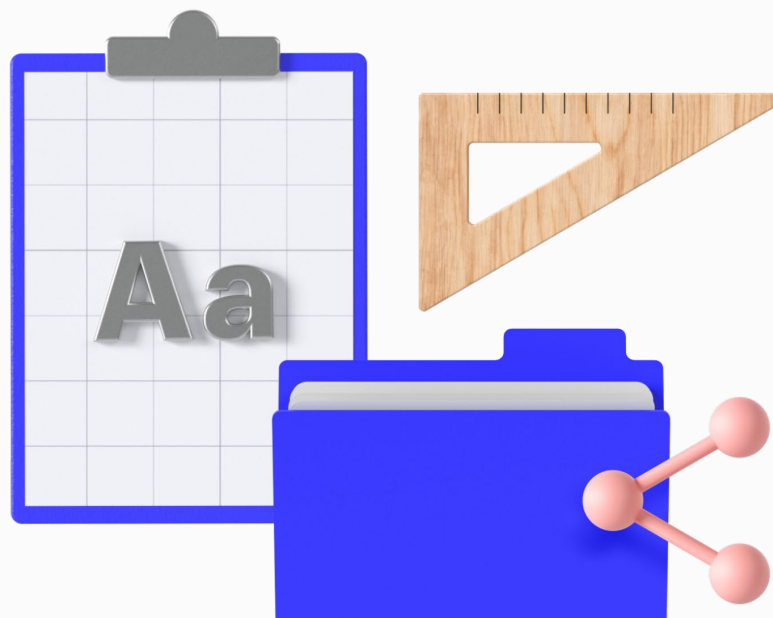


Забрифовать клиента

Забрифовать клиента

Цель

Забрифовать заказчика для разработки SMM-стратегии.



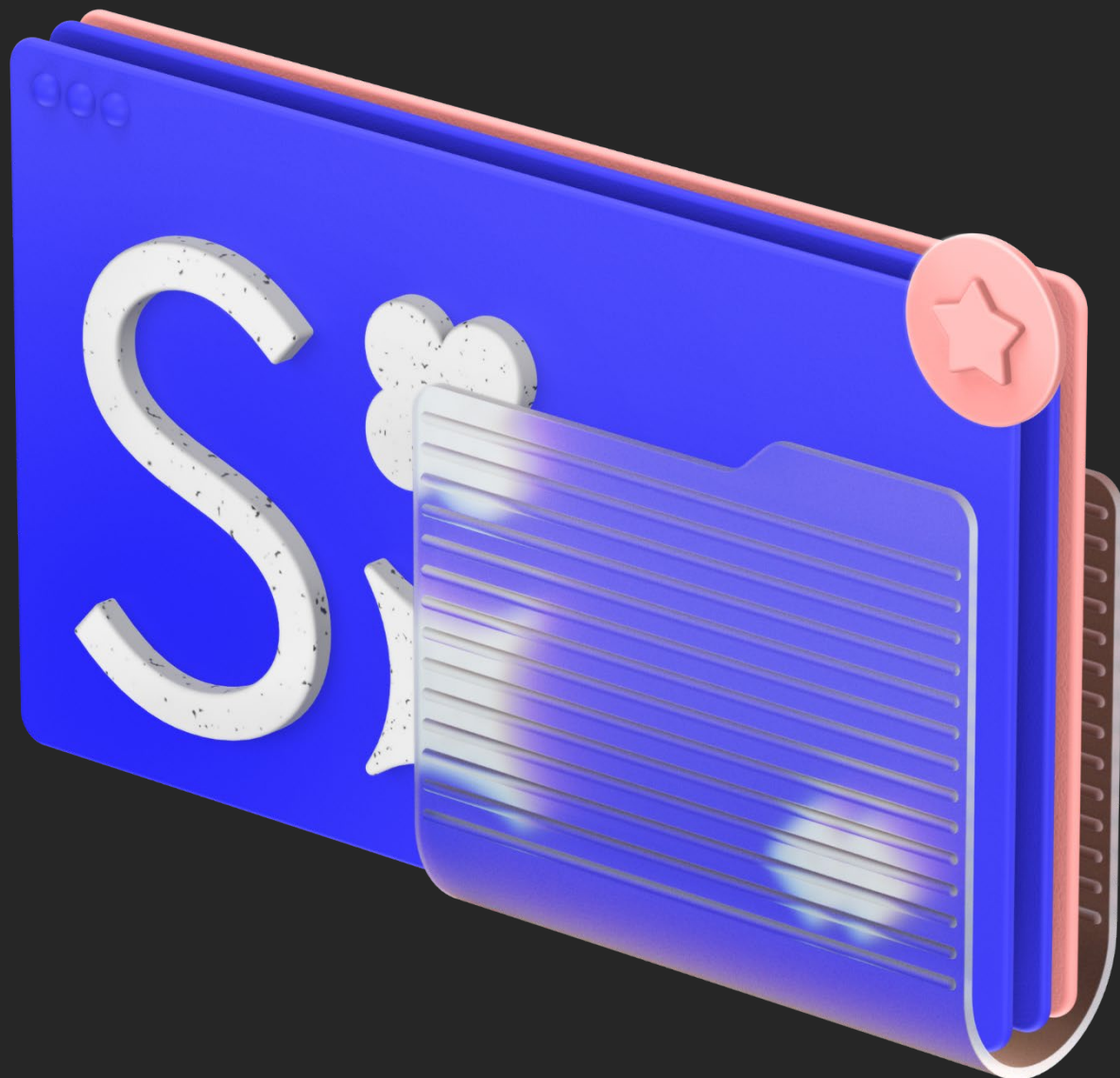
Изображение: Skillbox

Забрифовать клиента

Задачи

- ✓ Проработать структуру брифа
- ✓ Определить вопросы каждого блока
- ✓ Спланировать этапы работы над брифом

Бриф всему голова!

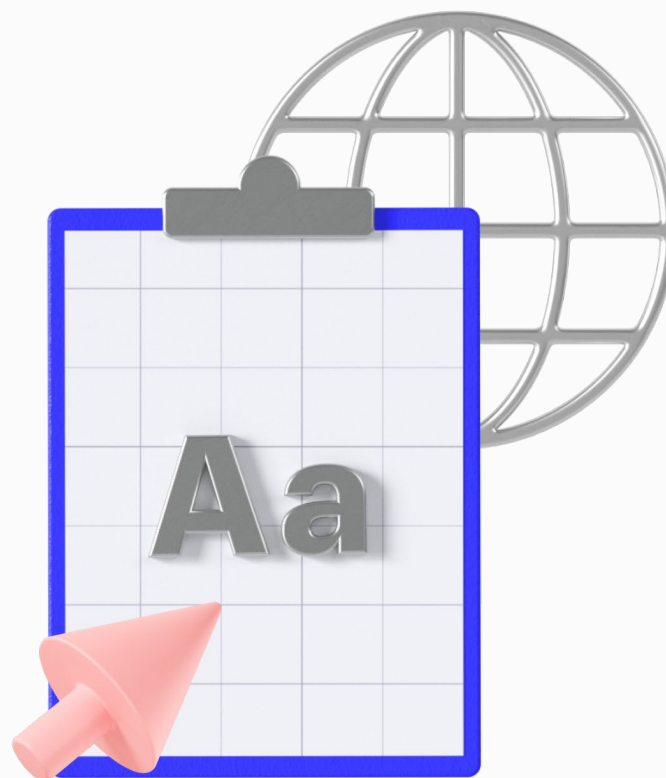


Забрифовать клиента

Что такое бриф

Вопросы о компании и её продвижении.

В этот момент включайте в себе журналиста и выясняйте все детали, которые помогут в продвижении.



Изображение: Skillbox

Зачем нужен бриф

- ✓ **Познакомиться**

Лучше узнать заказчика, первично определить его адекватность, погрузиться в контекст проекта

- ✓ **Узнать историю**

Разобраться в продвижении до нас, учесть полученные результаты и ошибки

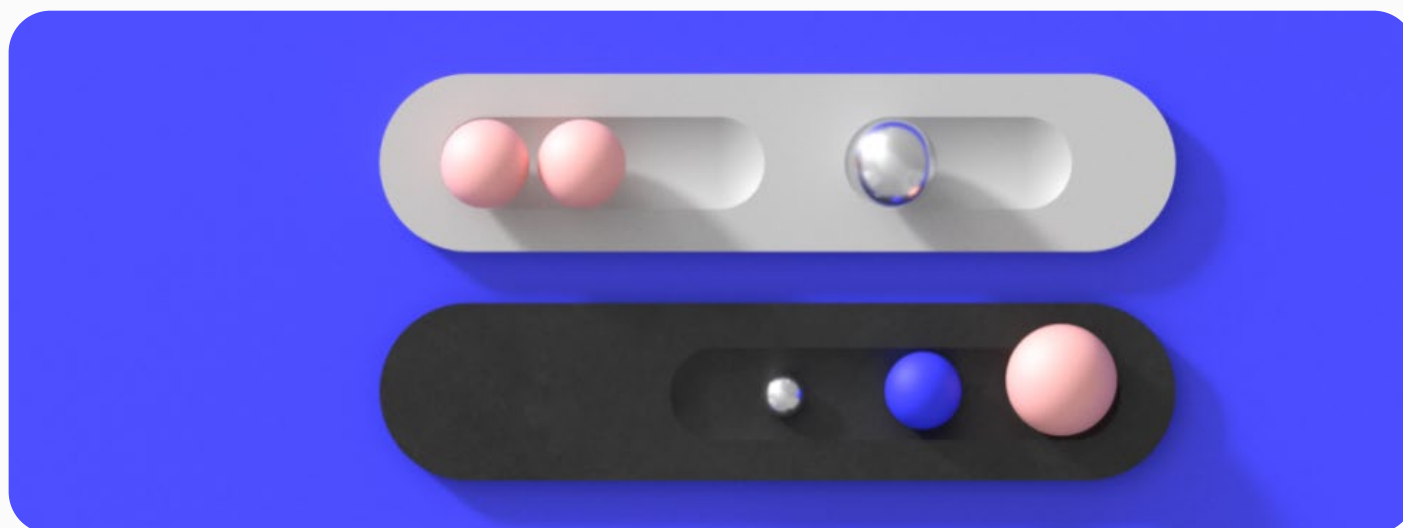
- ✓ **Спланировать действия**

Составить реалистичную стратегию и определить показатели для анализа

Забрифовать клиента

Блоки с вопросами в брифе

- 1 Компания и продукт
- 2 Опыт продвижения
- 3 Конкуренты
- 4 Цели в SMM
- 5 Целевая аудитория
- 6 Контактное лицо и команда



Изображение: Skillbox

Забрифовать клиента

Компания и продукт

Для чего используется?

Разобраться в проекте, погрузиться в его деятельность.

Что спрашивать?

- Название компании и сфера бизнеса
- Средний чек
- Сайт и группы в соцсетях
- География деятельности
- Продукты/услуги для продвижения
- Преимущества продукта/услуги

Забрифовать клиента

Цели в SMM

Для чего используется?

Узнать о представлении заказчика про SMM и ожиданиях от продвижения.

Что спрашивать?

- Ключевая цель
- Основные задачи
- Показатели для оценки достижения цели
- Предполагаемый бюджет в месяц

Забрифовать клиента

Опыт продвижения

Для чего используется?

Учесть успешные кейсы и ошибки при планировании.

Что спрашивать?

- Когда начали работать в соцсетях
- Какие ставились цели
- Чьими силами вели
- Какие результаты были достигнуты
- Довольны ли результатом

Забрифовать клиента

Целевая аудитория

Для чего используется?

Разобраться, на кого будет направлено продвижение.

Что спрашивать?

- Соотношение по полу
- Основной возраст
- Зачем аудитории продукт/услуга
- Интересы, доход, сфера деятельности
- Алгоритм действий, чтобы стать клиентом

Конкуренты

Для чего используется?

Определить, на кого ещё смотрит аудитория при покупке, и как заказчик оценивает деятельность конкурентов.

Что спрашивать?

- Основные конкуренты
- Главные отличия от них
- Что нравится в их продвижении
- Что не нравится в их соцсетях

Контактное лицо и команда

Для чего используется?

Сделать коммуникацию и процесс согласования понятными и прозрачными.

Что спрашивать?

- Кто главное контактное лицо
- Чьи комментарии важно учитывать при согласовании
- Каналы коммуникации
- Время для отправки вопросов
- Кто сейчас отвечает за SMM
- Слоган, лозунг
- Гайдлайны, брендбук

Как проводить брифинг



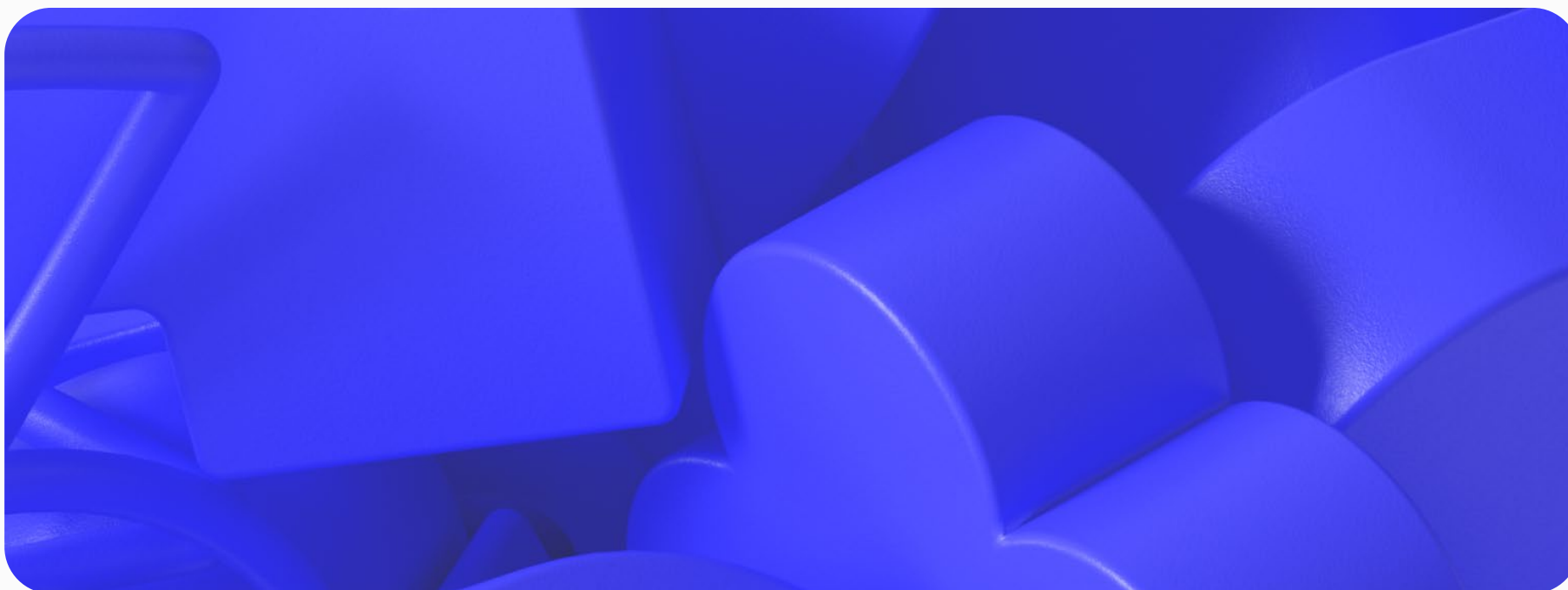
Изображение: Skillbox

Забрифовать клиента

К — команда

Заказчик **не** заполняет бриф самостоятельно.

SMM-специалист «проводит интервью»
и записывает ответы.



Изображение: Skillbox

Последовательность работы над брифом

Подготовка к брифингу

- Готовьте Google-документ
- Разбивайте на блоки

Брифинг

- Созванивайтесь
- Задавайте вопросы по брифу
- Сами заполняйте Google-документ
- После звонка показывайте бриф заказчику

Анализ брифа

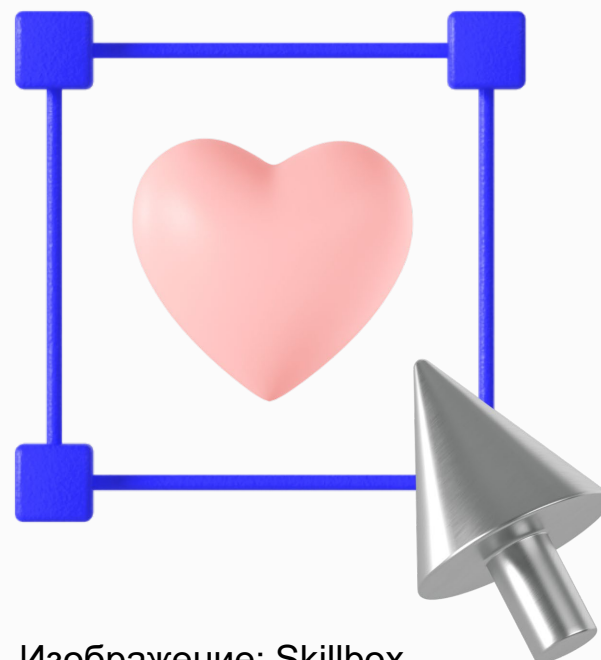
- Определяйте, есть ли дополнительные вопросы заказчику
- Выделяйте цель продвижения и метрики

Забрифовать клиента

Выводы

Чтобы забрифовать клиента:

- ✓ Познакомьтесь с заказчиком, погрузитесь в проект и узнайте историю продвижения
- ✓ Заполните 6 блоков брифа: «Компания и продукт», «Цели в SMM», «Опыт продвижения», «Целевая аудитория», «Конкуренты», «Контактное лицо и команда»
- ✓ Проанализируйте бриф для последующего уточнения целей и метрик



Изображение: Skillbox