Бриф на SMM-продвижение

| **1. КОМПАНИЯ И ПРОДУКТ** | |
| --- | --- |
| Название компании |  |
| Сфера бизнеса |  |
| Средний чек | Какова средняя стоимость продукта(ов)? |
| Сайт |  |
| Группы в соцсетях | В каких соцсетях продвигаетесь? Почему именно в них? Необходимо указать ссылки |
| География продаж | Привязаны ли продажи:   * к стране; * региону; * городу |
| Продукты/услуги для продвижения | Описание продукта(ов)/услуги(услуг) |
| Основные преимущества продукта/услуги | Чем ваш продукт лучше продукта конкурентов?   * Преимущество 1. * Преимущество 2. * Преимущество 3 |

| **2. ЦЕЛИ В SMM** | |
| --- | --- |
| Ключевая цель SMM-продвижения | * Узнаваемость. * Поддержка клиентов. * Продажи. * Другое (указать) |
| Основные задачи | Какие шаги необходимо сделать SMM-специалисту для достижения ключевой SMM-цели? |
| Показатели для оценки достижения цели | Как вы поймёте, что достигли нужного результата? |

| **3. ОПЫТ ПРОДВИЖЕНИЯ (если был)** | |
| --- | --- |
| Когда начали работать в соцсетях |  |
| Какие ставили цели |  |
| Кто занимался ведением соцсетей | Внутренние специалисты / подрядчик |
| Какие результаты достигнуты |  |
| Довольны ли результатом |  |

| **4. ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ** | |
| --- | --- |
| Соотношение по полу | * М — %; * Ж — % |
| Основной возраст | Выделите основную возрастную группу |
| Для чего аудитории нужен ваш продукт/услуга | Выделите основные мотивы использования продукта.   * Мотив 1: нужен, чтобы… * Мотив 2: нужен, чтобы… * Мотив 3: нужен, чтобы… |
| Какие у аудитории интересы, доход и сфера деятельности | Опишите портрет вашей аудитории:   * аудитория 1: интересы, доход и сфера деятельности; * аудитория 2: интересы, доход и сфера деятельности; * аудитория 3: интересы, доход и сфера деятельности |
| Что они должны сделать, чтобы приобрести ваш продукт/услугу | Опишите пошагово алгоритм: от заявки до покупки вашего продукта.   * Шаг 1 — как происходит выбор. * Шаг 2 — как оставляют заявку. * Шаг 3 — как осуществляют покупку |

| **5. КОНКУРЕНТЫ** | |
| --- | --- |
| Основные конкуренты | * Конкурент 1. * Конкурент 2. * Конкурент 3 |
| Главные отличия от конкурентов | Что вы можете предложить, что не могут предложить конкуренты? Или что у них есть, но не в таком качестве, как у вас?   * Отличие 1. * Отличие 2. * Отличие 3 |
| Что **нравится** в их продвижении | Что хотелось бы использовать у себя? |
| Что **не нравится** в их соцсетях | Что хотелось бы избежать, не повторять? |

**6. КОНТАКТНОЕ ЛИЦО И КОМАНДА**

Кто главное контактное лицо?

Чьи комментарии важно учитывать при согласовании?

Каналы коммуникации.

В какое время можно писать по рабочим вопросам?

Кто в данный момент отвечает за работу в ваших соцсетях?

Есть ли главный слоган, лозунг?

Гайдлайны, брендбук?