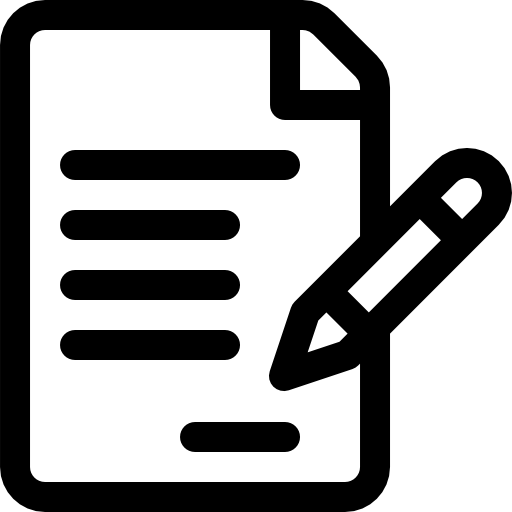
|  |  |
| --- | --- |
|  | Общество с ограниченной ответственностью «Редлайн Пиар»  105318, г. Москва, Ткацкая ул., д. 5, стр. 1,  эт. 3, офис 1-302  ИНН/КПП 7716925190/771901001  Анна Семидоцкая, CEO +7 (916) 501 09 29  anna@blackline-pr.com |

**SMM-БРИФ**

ВНИМАНИЕ:

ЧЕМ ПОДРОБНЕЕ ВАШИ ОТВЕТЫ,

ТЕМ ЭФФЕКТИВНЕЕ НАШИ РЕШЕНИЯ

Ваши развернутые ответы помогут нам понять ситуацию,

проанализировать ее и предложить максимально эффективное решение.

|  |  |
| --- | --- |
| **Бренд** |  |
| Ссылки на социальные сети  (при наличии) |  |
| Контактное лицо |  |
| Сроки предоставления предложения |  |

**1. Основные задачи**

|  |  |
| --- | --- |
| В каких сферах бизнеса вы хотели бы использовать социальные медиа?  Например: маркетинг, исследования, продажи, PR, HR, внутренние коммуникации и т.д. |  |
| Чего вы ждете от работы  в социальных медиа?  Например: повышение узнаваемости бренда, привлечение новых клиентов или целевых аудиторий, повышение лояльности существующих клиентов, продвижение конкретных продуктов, борьба с негативом, распространение позитива и т.д. |  |
| Желаемый результат работы:  Каким вы его видите? |  |
| Период реализации программы |  |
| Ориентировочный бюджет программы |  |

**2. Ваша компания**

|  |  |
| --- | --- |
| Чем занимается ваша компания:  Все виды деятельности и продукты. |  |
| Что вам нужно продвигать:  Приоритетные продукты и услуги и их особенности. |  |
| Преимущества ваших продуктов и услуг перед конкурентами  Почему потребитель выбирает вас? |  |
| Недостатки ваших продуктов  Что мешает потребителю вас выбрать? |  |

**3. Конкуренты**

|  |  |
| --- | --- |
| **Ваши прямые конкуренты** |  |
| **Преимущества конкурентов**  Почему покупатель выбирает конкурирующие марки? |  |
| **Ваше мнение по поводу рекламы конкурентов** |  |

**4. Рекламная деятельность**

|  |  |
| --- | --- |
| **Какими рекламными инструментами вы пользовались/пользуетесь?** |  |
| **Позиционирование в ранее проводимых рекламных кампаниях** |  |

**5. PR**

|  |  |
| --- | --- |
| **На что нацелен PR в вашей компании в большей степени:**  На формирование имиджа или поддержку продаж? |  |
| **Как часто появляются в вашей компании информационные поводы и какова их основная тематика?** |  |
| **Планируемые маркетинговые активности:**  Мероприятия, запуск новых продуктов и т.д. |  |

**6. Кто ваш клиент?**

|  |  |
| --- | --- |
| **Основная целевая аудитория:**  Социально-демографические и психологические характеристики. |  |
| **Регионы распространения бренда** |  |

**7. Внутренние ресурсы**

|  |  |
| --- | --- |
| **Какое количество времени в день вы готовы уделять участию в проекте?** |  |
| **Есть ли у вашей компании собственные площадки, сайты, группы, аккаунты в социальных сетях?**  Как внешние, так и внутренние. |  |
| **Будет ли возможно использовать ваших сотрудников как поставщиков информации?**  Например, аналитиков или профессионалов в области продаж. |  |

**8. Дополнительная информация**

|  |  |
| --- | --- |
| **Что бренд готов предложить социальным медиа?**  Например, продукты на тестирование, экскурсии на производство, фирменные подарки и т.п. |  |
| **Что бы вы еще хотели нам рассказать?** |  |

СПАСИБО!