**Бриф для SMM‑подрядчика  
— шаблон для предпринимателя —**

*Заполните этот бриф и отправьте SMM‑специалисту/агентству. Структура помогает быстрее запуститься, сократить правки и прозрачно измерять результаты.*

**0. Быстрый паспорт проекта (заполните в первую очередь)**

|  |  |
| --- | --- |
| Название компании / проекта |  |
| Контактное лицо и роль |  |
| Способы связи (телефон, Telegram, email) |  |
| Площадки (Instagram\*, Facebook\*, TikTok, YouTube, Telegram, VK, др.) |  |
| Цель на ближайшие 3 месяца (лиды/продажи/запись/охваты/комьюнити) |  |
| Ключевые KPI (CPL, CR, CTR, ER, ROMI, заявки/неделя) |  |
| Бюджет/месяц: продакшн, реклама, инфлюенсеры (раздельно) |  |
| Дедлайны (релизы, акции, ивенты, сезонность) |  |
| Состояние сейчас (аккаунты, пиксели, доступы, база контента) |  |
| Риски/ограничения (регуляторика, модерация, комплаенс) |  |
| Ответственные со стороны Заказчика и Исполнителя |  |
| Критерии успеха (как поймём, что всё ок) |  |

**1. Бизнес и продукт**

* Что продаёте: продукт/услуга, средний чек, маржинальность, LTV, цикл сделки.
* География, сезонность, ограничения (юридические/медицинские/банковские и т.п.).
* ЛПР: кто принимает решение о покупке, кто платит.
* Топ‑3 конкурента и ваши отличия (таблица сравнений приветствуется).

**2. Цели и KPI**

* Цели: лиды, продажи, запись, заявки в Direct/WhatsApp/сайт.
* KPI: CPL, CR до заявки/покупки, CAC, ROMI; метрики вовлечённости (ER, удержание, частота касаний).
* Срезы отчётности: неделя, месяц, квартал. Контрольные точки и гипотезы.

**3. Аудитории и офферы**

* Сегменты ЦА: портрет, боли/мотивы, возражения, триггеры (срок, дефицит, гарантия).
* Офферы под сегменты: УТП, призывы к действию, гарантии, дедлайны, бандлы/пакеты.
* Список промо‑поводов на месяц/квартал (распродажи, события, инфоповоды).

**4. Контент и креативы**

* Форматы: рилс/шортс, сториз, посты‑карусели, прямые эфиры, гайды, UGC.
* Контент‑микс (%): обучение, польза, кейсы, офферы, закулисье, комьюнити.
* ТЗ на визуал: стиль, палитра, шрифты, шаблоны, запрещённые приёмы.
* Календарь публикаций: частота (например, 2–3 рилс и 10–15 сториз в неделю), время, ответственные.
* Политика модерации: ответы в Direct/комментариях, SLA, алерты по негативу.
* Гайды: правила съёмки, бриф на фото/видео, формат передачи исходников.

**Шаблон контент‑календаря (пример)**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Дата | Формат | Тема/оффер | Площадка | Цель | Ответственный |

**5. Реклама и аналитика**

* Цели кампаний: Конверсии/Лиды/Трафик/Охват/Вовлечённость/Ретаргет/Каталог.
* Структура аккаунтов и доступы: Ads Manager/Business Manager/Pixel/Conversions API.
* Трекинг: события, UTM‑метки, связка с CRM/телефонией, дедупликация лидов.
* Бюджетирование и тест‑планы: сплит по гипотезам (креатив × оффер × аудитория).
* Отчётность: еженедельно/ежемесячно; шаблон таблицы с ключевыми метриками и выводами.

**6. Процессы и коммуникации**

1. Единый канал связи и ответственные. SLA на ответы (например, до 24 часов).
2. Порядок согласования контента: сроки на согласование, лимит правок, статусы.
3. Доступы: кто выдаёт, кто хранит, как передаются (1Password/пароль‑менеджер).
4. Созвоны: еженедельные статусы, ежемесячный разбор креативов и гипотез.
5. Эскалация: как действуем при проблемах (модерация, отклонения, блокировки).

**7. Риски, ограничения и комплаенс**

* Правила площадок: запрещённые темы/обещания, требования к рекламе (мед/фин/образование).
* Политика работы с UGC и персональными данными (согласия, хранение).
* Кризис‑план: негатив/кризис, сценарии ответов, ответственность и сроки реакции.

**8. Финансы и юридические условия**

* Модель оплаты: абонентская плата + продакшн + медиа‑бюджет; условия rush‑работ.
* Что входит в пакет, а что — допработы (часовая ставка, условия сверх лимитов).
* Права на исходники, лицензии на шрифты/музыку/стоки, NDA при необходимости.

**9. Хэнд‑офф: что должен передавать подрядчик**

* Календарь публикаций/план кампаний с гипотезами.
* Пакет исходников: монтажные проекты, открытые файлы, превью, обложки.
* Отчёты: еженедельные/ежемесячные с KPI, выводами и планом улучшений на следующий период.
* Логи доступов и чек‑лист по безопасности.

**10. Приложения и шаблоны**

* A. Таблица отчётности: дата, бюджет, показы, клики, CTR, лиды, CPL, CR, ROMI — с комментариями.
* B. Шаблон ТЗ на съёмку: локация, сценарий, референсы, реквизит, кадр‑лист, хронометраж.
* C. Политика модерации: частые вопросы/ответы, запретные формулировки, сроки реакции.
* D. Правила розыгрышей/механик: условия, призы, юридические оговорки, сроки.
* E. Шаблон брифа для интеграций с лидерами мнений/креаторами.
* F. Скрипты комьюнити‑менеджмента и вежливого закрытия возражений.

**Мини‑чек‑листы**

**Для предпринимателя (до старта)**

* Определил цели и KPI на 1–3 месяца.
* Утвердил бюджет: медиа, продакшн, инфлюенсеры (раздельно).
* Выдал доступы: BM/Ads, пиксели, страницы, домены, CRM.
* Подготовил офферы и промо‑поводы на месяц.
* Назначил ответственных за оперативное согласование контента.

**Приёмка ежемесячного отчёта**

* KPI достигнуты/не достигнуты — причины и план улучшений.
* Лучшие креативы и гипотезы; что масштабируем, что отключаем.
* Качество лидов: источники, стоимость, конверсия в сделку.
* Выполнены работы по контент‑календарю и медиа‑плану.
* Актуализированы доступы и безопасность аккаунтов.

**Бланк для заполнения**

**Описание компании и продукта (2–4 предложения):**

—

**Цели на 3 месяца и KPI (цифры):**

—

**Сегменты аудитории и ключевые офферы:**

—

**Площадки и частота публикаций по каждой:**

—

**Промо‑поводы (список на месяц/квартал):**

—

**Бюджет/месяц: продакшн, реклама, инфлюенсеры:**

—

**Доступы (перечень и статус выдачи):**

—

**Риски/ограничения/комплаенс:**

—

**Ответственные и SLA на согласование:**

—

**Прочие пожелания:**

—

*Примечание: шаблон учитывает лучшие практики постановки задач SMM‑подрядчикам, медиапланирования и отчётности. Подходит для Instagram/Facebook/TikTok/YouTube/Telegram/VK.*