



Тел: +7 (812) 219-50-40
E-mail: info@1-traffic.ru
Web-сайт: 1-traffic.ru
Торжковская ул., 5

БРИФ НА РАЗРАБОТКУ КАМПАНИЙ ЯНДЕКС.ДИРЕКТ.

Контактное лицо, ответственное за разработку рекламы:

Контактный телефон:

E-mail:

Telegram, Вконтакте, Skype –
выберите удобный канал для связи

** Необходимо максимально подробно заполнить все поля ниже. Синим цветом в брифе, выделен пример заполнения пункта.*

Часть I: Общая информация о компании.

Наименование компании и адрес
web-сайта:

(«Первый трафик», 1-traffic.ru)

Сфера деятельности компании, её
приоритетные направления.
Описание всех основных продуктов
или услуг.

*(Ремонт квартир под ключ,
ориентируемся на новостройки и
т.д.)*

Как долго компания существует на
рынке?

(С 2006 года)

География продаж:

(СПб и ЛО)

Укажите цифры о компании, товаре
или сотрудниках, которые
подчеркивают масштаб, качество и
другие особенности бизнеса:

*(11 лет на рынке, мастера с
опытом работы от 5 лет, сдали
более 2000 проектов, 80% клиентов
приходит по рекомендации
знакомых и т.д.)*

Имеет ли компания лицензии,
разрешения и сертификаты,
подтверждающие квалификацию?

Часть II: Информация о продукте (товаре/услуге).

Информация о целевой аудитории.
Составьте портрет своего клиента:
возраст, пол, интересы, доход, образ
жизни и другие характеристики. Кто и
когда заказывает Ваш продукт?
Напишите полный разрез целевой
аудитории.

*Молодые люди от 16 до 25 лет,
которые играют в любительских
или полупрофессиональных
футбольных командах. Такая ЦА
точно разбирается в бутсах и
знают, чем один вид отличается
от другого. Меняют обувь при
износе, обычно перед новым
сезоном.*

Какие задачи (проблемы) клиента
решает Ваш продукт? Как именно?
Какой у клиента внутренний мотив
(реальная причина) приобрести Ваш
продукт/услугу?

*Доставка обедов в офис решает
проблему отсутствия столовых в
некоторых бизнес-центрах. Как
правило, питание оплачивает
руководитель компании (офиса), а
реальная причина приобрести
продукт – это лояльность своих
сотрудников.*

В чем конкурентные преимущества
Вашей компании? Назовите
минимум 5 причин, почему клиенту
лучше обратиться к Вам, а не к
конкурентам.

*(Во-первых, к клиенту выезжает не
просто замерщик, а на квартиру
после звонка сразу приезжает
прораб с инженерным образованием
и дизайнер...)*

Даёте ли Вы клиентам гарантию результата товара/услуги? В каком виде?

(Гарантия на работы 3 года, прописана в договоре)

Имеет ли потребление товара/услуги сезонный характер?

Как именно происходит сделка/продажа? Какие этапы, шаги? Расскажите, пожалуйста, подробно: от входящего звонка до денег в кассе.

Факторы принятия решения. Как клиент принимает решение при выборе продавца? Что для него важно в первую, вторую и третью очередь?

Задача разобраться, как мыслит клиент, когда ищет продавца. Например, для него очень важны сроки поставки и стоимость? Или опыт работ, качество материалов и гарантия?

Полная тарифная сетка на товары/услуги. Расскажите о ценовой политике компании в целом. Цена выше или ниже рынка? Чем обусловлена низкая или высокая цена?

Средний чек одной продажи (по каждой категории товаров/услуг).

Самые частые «возражения», страхи, сомнения Ваших клиентов.

(Все боятся, что затянется ремонт, выйдет дороже, чем договорились...)

Какая информация самая критичная и важная для клиента при покупке Вашего товара/услуги? Какие вопросы задают клиенты (в приоритетном порядке)

(Сколько стоит, сколько по времени...)

Существуют ли бесплатные предложения, позволяющие потенциальным клиентам оценить качество и удобство работы с Вами? (консультация эксперта, бесплатный пробный период, бесплатный аудит/расчет, расчет сметы и т.д.) Какую измеримую пользу она принесет клиенту?

(Бесплатный дизайн-проект, Бесплатный замер, бесплатное составление сметы в 3х вариантах....)

Расскажите про финансовые условия работы (предоплата, рассрочка, кредиты, скидки, товар на реализацию).

Укажите прямых конкурентов в Вашем ценовом сегменте. По возможности охарактеризуйте их сильные и слабые стороны. Укажите адреса сайтов.

Преимущества конкурентов: почему покупатель предпочитает не Вас?

Часть III: Текущая рекламная кампания.

Каких результатов Вы добились с текущими РК? Количество заявок в неделю, стоимость заявки, продажи, выручка, стабильность продаж. Опишите свой опыт, результаты и пожелания.

Как ведется учёт заявок и сделок в компании? Внедрена ли CRM-система? Сервисы Call tracking и Email tracking?

В чём, как Вы думаете, основная проблема текущих РК?

Напишите примерную сумму, которую вы готовы тратить на контекстную рекламу в месяц и укажите, какая цена клиента/заявки/клика Вас устроит.

Текущая маркетинговая активность. Как продвигаются и рекламируются сейчас товары/услуги.

Опишите цели рекламной кампании. Привлечение новых клиентов, вывод на рынок нового продукта, выход бизнеса в регионы, проведение акций и распродаж?

Возможно, у вас получится сформировать цель конкретнее. Увеличить продажи на 30%, снизить стоимость заявки до 1500 рублей, увеличить долю B2B заказов и т.д.
