**Здравствуйте!**

Перед вами вопросы по **рекламе сайта**.
Заполните и передайте его нам любым удобным способом, например, выслав на электронную почту:
mail@artnetstudio.ru

Если затрудняетесь ответить, оставьте комментарий об этом, например «на ваше усмотрение».

Бриф поможет подготовиться к работе, чтобы сделать её наилучшим образом.
От того насколько четко и исчерпывающе будут ответы на вопросы зависит, как быстро мы начнем говорить на одном языке, чтобы решить поставленные задачи максимально эффективно.

Гарантируем полную конфиденциальность представленной информации.

\*— обязательные поля

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№** | **Вопросы** | **Ответы** |
| **Контактная информация** |
| 1 | Название организации (полное)\*: |  |
| 2 | ФИО контактного лица и должность\*: |  |
| 3 | E-mail\*: |  |
| 4 | Телефон\*: |  |
| **Общая информация** |
| 5 | Какую цель Вы ставите, и какой итоговый результат Вы хотели бы получить от рекламы? Цель должна быть конкретизирована и измерима.Увеличение продаж - не является конкретизированным ответом.Примеры правильных вариантов ответа: увеличить продажи ноутбуков ASUS до 30 штук в месяц; привлечь 90 клиентов к услугам косметолога за месяц (маникюр, педикюр, СПА); расширить географию продаж оборудования для плазменной резки заводам на республику Коми и республику Татарстан; повысить узнаваемость бренда новой компании способом привлечения 10000 посетителей на сайт; находить по 5 оптовых покупателей семян в месяц и т.д. |  |
| 6 | Какое количество товара/услуг Вы хотите продавать в месяц/год в идеальном плане? |  |
| 7 | Укажите сайт или целевые страницы сайта (разделы), которые Вы хотели бы рекламировать? |  |
| 8 | Какие товары/услуги Вы хотели бы рекламировать в первую очередь? Составьте список 1.2.3. в порядке убывания приоритетности. |  |
| 9 | Укажите регионы /города, в которых Вы хотели бы показывать Вашу рекламу? (Зачастую - это города, где присутствует Ваш бизнес, либо Вы сможете без труда осуществить поставку товара или выполнить заказ услуги). |  |
| 10 | Средняя длительность продажи продукта/услуги. Как долго ваш клиент принимает решение покупки? |  |
| 11 | По каким критериям измеряется успех Вашего бизнеса? (Объем продаж, прибыль, объем перевозок, годовой прирост прибыли в процентах или др.) |  |
| 12 | Какие действия, кроме предыдущего пункта, являются показателями успеха рекламной кампании? (Подписка на рассылку, регистрация на сайте, добавление товара в корзину, загрузка приложения, поиск ближайших магазинов компании, скачивание прайс-листа и т.п.) |  |
| 13 |  Укажите Ваши основные конкурентные преимущества.(выгоды, которые выделили бы Вас среди конкурентов и привлекли внимание потенциальных клиентов)Пример: цены от производителя, гарантия, бесплатная доставка, рассрочка и пр. |  |
| 14 | Укажите примерные рамки бюджета, который Вы готовы выделить на рекламу.Подбор ключевых запросов, их специфика зависит от того, какой бюджет Вы выделяете на оплату за клики. В среднем это 15 000 руб. на рекламу в одном городе, 30 000 руб. на рекламу в регионе и от 50 000 руб. на рекламу по всей России.Москва, как правило, считается как отдельный регион, так как это очень высоко конкурентный город. |  |
| 15 | Определите в двух словах, кто является Вашим потенциальным клиентом (юридическое лицо или физ. лицо, оптовик, производственные организации и пр.) |  |
| 16 | Есть ли у Вас пожелания по ключевым запросам, по которым Вы хотели бы показывать свою рекламу? (необязательный пункт) |  |
| 17 | Для того, чтобы увеличить эффективность рекламной кампании, желательно в текстах объявлений указывать цены на товар или услугу (хотя бы ориентир, например от…руб.) Есть ли у Вас прайс-лист или порядок цен, на который мы могли бы ориентироваться? (укажите раздел на сайте или отправьте перечень цен в отдельном файле). |  |
| 18 | Какие рекламные инструменты Вы используете еще (например, реклама в газетах, выставочная деятельность и т.д.)? |  |
| 19 | Укажите список основных конкурентов. Есть ли у Вас желание показывать рекламу по конкурентным запросам? Например, если пользователь будет вводить в поисковой строке название кампании конкурента, то ему будет показано Ваше объявление. |  |
| 20 | Есть у вас сезонность? Укажите, какие месяцы относятся к сезону (в это время бюджет требуется увеличить). |  |
| 21 | Есть пик заказов по времени суток? Укажите, в какие часы больше всего обращений. |  |
| **Определение Вашего клиента** |
| 22 | Укажите возраст основных ваших клиентов в порядке значимости.(пример: 2,1,3, а 5 и 4 не наш клиент)1. Старше 45
2. От 35 до 44
3. От 25 до 34
4. От 18 до 24
5. Младше 18
 |  |
| 23 | Укажите основной род занятий ваших клиентов.Пример: домохозяйка, бизнесмен, директор, рабочий, турист и т.д. |  |
| 24 | Укажите пол основного клиента.Пример: 60% мужчин, 40% женщин |  |
| 25 | Укажите средний доход Вашего клиента.Пример: от 10 до 20 т.р. и т.п.Не делайте большой разброс, максимум в 2 раза. |  |
| 26 | Укажите уровень образования вашего клиента.Пример: среднее, высшее, средне-специальное и т.п. |  |
| **Дополнения** |
| 27 | Укажите дополнительную информацию, которая на ваш взгляд могла бы быть полезной. |  |

Бриф заполнил \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Подпись \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Дата: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

 М.П.

Наша компания предоставляет множество других услуг, которые будут вам полезны: разработка сайтов; разработка продающих Landing page; продвижение и реклама в Яндекс, Google, Mail, VK, Instagram, Facebook и по всему интернету; поддержка сайта; SMM в соц.сетях; копирайтинг; разработка логотипов и фирменного стиля; разработка упаковки; аналитика и др.

* Помните, что бриф служит документом, на основе которого мы ведем рекламу;
* Просим Вас давать максимально раскрытые ответы, а также при необходимости делать уточнения;
* Если вы затрудняетесь ответить, оставьте комментарий об этом, например "На ваше усмотрение".

**Спасибо!**

--

С уважением, ООО «Студия Арт Нэт»

mail@artnetstudio.ru