**Бриф на оказание услуг**

| **ИНФОРМАЦИЯ О ЗАКАЗЧИКЕ** |
| --- |
| Название компании |  |
| Бренд или торговая марка |  |
| Сфера деятельности компании |  |
| Официальный сайт компании, соцсети и другие собственные ресурсы |  |
| ФИО и должность контактного лица |  |
| **ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ** |
| Бизнес, маркетинговые и коммуникационные цели, которые стоят перед вашей компанией в перспективе 1–5 лет. |  |
| Какие цели вы ставите перед агентством? |  |
| Какие услуги вы хотели бы видеть в КП?* **PR (пресс-офис, антикризисный пиар и т. д.)**
* **Digital (SMM, sales promo, контент-маркетинг и т. д.)**
* **Управление репутацией (ORM, техподдержка, отзывы и т. д.)**
* **Мероприятия**
* **Дизайн, производство видеоконтента и т д.**
 |  |
| Какие каналы коммуникации вы считаете обязательными для включения в предложение?* СМИ (деловые, отраслевые, игровые, лайфстайл и так далее)
* Лидеры мнений (какие, на каких площадках)
* Социальные сети (VK, FB, Instagram и т. д.)
 |  |
| Работали ли вы ранее с агентством? Какие услуги оно оказывало? Почему вы решили сменить партнёра? |  |
| Какие активности вы реализуете своими силами? Что считаете успешным и почему?Что, наоборот, вам кажется неуспешным, почему? Почему вы решили обратиться в агентство? |  |
| Как вы используете собственные ресурсы — сайт, соцсети и т. д? Что считаете успешным, что — нет? |  |
| **ИНФОРМАЦИЯ О КОМПАНИИ, ЕЁ ПРОДУКТАХ** |
| Расскажите вкратце или поделитесь информацией о позиционировании компании, преимуществах в глазах потребителей, краткой историей. |  |
| Уточните, что или кто будет объектом продвижения:* Ключевые продукты. На какой стадии жизненного цикла они сейчас?
* Сотрудники компании
 |  |
| Кто ваша целевая аудитория по ключевым продуктам?* Конечные потребители: перечислите социально-демографические характеристики.
* B2B потребители: опишите сферу деятельности, уровень позиций, кто ЛПР и т. д.
 |  |
| УТП ключевых продуктов. Ценовое позиционирование.Какую пользу несут целевой аудитории. Как происходит покупка и какие основные мотиваторы покупки? |  |
| Укажите географию, в каких странах, регионах необходимо осуществить продвижение. |  |
| Какое ключевое сообщение необходимо донести при помощи нашей услуги?Какие барьеры нужно преодолеть в глазах ЦА? |  |
| Какие информационные поводы есть у компании?* Новые продукты
* Партнерства, выход на новые рынки
* Внутренние исследования

и т. д. |  |
| Есть ли в компании спикеры, готовые общаться со СМИ? Перечислите ФИО, должности, примерные области экспертизы и уровень опытности спикера. |  |
| Есть ли имиджевые и иные задачи, например, GR? |  |
| Есть ли о компании публичная негативная информация, с которой необходимо работать? Детализируйте, пожалуйста. |  |
| Опишите удобный формат взаимодействия с командой проекта:* ежедневное общение по необходимости,
* созвоны/встречи (ежедневные, еженедельные, ежемесячные)

и т. д. |  |
| Опишите желаемый формат, содержание и частоту отчётности:* ежедневные/еженедельные, ежемесячные апдейты,
* анализ конкурентов,
* Word, Excel, PDF

и т. д. |  |
| **КОНКУРЕНТЫ И ПАРТНЁРЫ** |
| Перечислите ваших основных конкурентов. Укажите, кто из них ключевой для вас и почему. |  |
| Как вы считаете, в чём сильные и слабые стороны ваших конкурентов? |  |
| Есть ли значимые партнёры, которых можно задействовать в продвижении? |  |
| Определён ли бюджет на услуги или результат, к которому необходимо прийти? |  |
| Кто будет оценивать предложение, и по каким критериям? |  |
| Бюджет:* предпочтения по его распределению,
* если предложений нет, то к какому результату необходимо прийти?
 |  |
| Какова планируемая продолжительность сотрудничества? |  |
| Каков дедлайн по предоставлению предложения? |  |