



## Бриф на продвижение сайта в поисковой системе Google, реклама бренда/продукта в социальных сетях и проведение общей PR-компания в сети Интернет

Если у вас возникли сложности при заполнении – мы с радостью вам поможем – звоните нам по телефону или отправьте письмо на e-mail – все консультации бесплатны.

<b>КОНТАКТНАЯ ИНФОРМАЦИЯ:</b>	
Название организации (полное)*:	
ФИО контактного лица*:	
Специальность/должность контактного лица*:	
E-mail*:	
Телефон*:	
Город/Страна*:	
Сайт:	
Адрес:	
<b>ОБЩАЯ ИНФОРМАЦИЯ:</b>	
Отрасль, область деятельности организации:	
Сопутствующие виды деятельности:	
Позиционирование на рынке (миссия компании):	
Основные конкуренты (по возможности указать адреса сайтов):	
Сильные/слабые стороны конкурентов (цены, качество, продвижение, сервис):	
Уровень использования электронной почты и интернет подразделениями организации в работе с клиентами, дилерами, партнерами, прессой	
Дополнительная информация об организации, полезные комментарии к интернет - проекту	



**Продукция, услуги (бренды, товарные группы, виды услуг):**

Полное описание ЦГ:	
географический – страна, регион, город.	
демографический - возраст, пол, национальность, семейное положение, этап семейной жизни, размер семьи, образование, религия, род занятий, уровень доходов.	
поведенческий принцип - повод для совершения покупки, искомые выгоды, статус пользователя, интенсивность потребления, степень приверженности, отношение к товару, степень готовности к восприятию товара	
психографический - общественный класс, образ жизни, тип личности.	
<b>Юридические лица:</b>	
Особенности основных потребителей товаров/услуг (портрет потребителя по целевым группам):	
<b>Физические лица:</b>	
Особенности основных потребителей товаров/услуг (портрет потребителя по целевым группам):	
Приоритетные географические рынки сбыта,(в т.ч. интересующие рынки):	
Основная форма реализация товаров/услуг (крупный опт, мелкий опт, розница, под заказ)	
Основные каналы реализации/сбыта:	



Основные рекламируемые товары, продвигаемые бренды, торговые марки (указать конкретные названия):	
Основные характеристики продукции/услуг (потребительские свойства, особенности, преимущества):	
Бренды (продукты / услуги) с уникальными свойствами (историей, легендой)	
Особенности продвижения брендов (торговых марок), продукции / услуг (отдельных товарных групп, видов услуг):	
Конкурентные преимущества (особенности производства, качество, упаковка, распространение, сервис)	
Доминантная продукция / услуга (бренд, товарная группа), продвижению которой уделяется (или планируется уделять) особое внимание:	
<b>Средневзвешенная оценка уровня цен на основные виды продукции / услуг по отношению к аналогам на рынке (подчеркнуть):</b>	
очень высокий;	
выше, чем у конкурирующих аналогов;	
на уровне конкурирующих аналогов;	
ниже, чем у конкурирующих аналогов	
очень низкий	
<u>Частота выпуска новой продукции (вывода новых</u>	



услуг) и/или обновления существующих линеек продукции:	
Продвигались ли ранее ваши товары/услуги в сети интернет? Опишите действия, которые производились для продвижения.	
Содержание прошедших PR кампаний	
Какая была задействована или используется сейчас рекламно-маркетинговая поддержка сбыта:	
Реклама на ТВ:	
Реклама на радио:	
Реклама в печатных изданиях:	
Директ - маркетинг:	
Промо - акции:	
PR-акции:	
Комментарий:	
Оценка эффективности прошедших PR	
Ограничения в методах работы (желаемые рекламно- и медиа-носители)	
Общее впечатление о компании, продукции /услугах которое должно создаваться у целевой аудитории (перечислите возможные ассоциативные связи – например, надежно, удобно, профессионально, выгодно и т.д.):	
Продвигался ли Ваш сайт ранее? Опишите действия, которые производились для его продвижения.	
Ваш ориентировочный список поисковых запросов для сайта	
Общие (высокочастотные)	
Средние (среднечастотные)	
Конкретные (низкочастотные)	
Предполагаемый состав PR-кампании (поставить "+" напротив)	
SEO – продвижение в поисковых системах	



Социальные сети	
Контекстная реклама	
Создание сайта	
Баннерная реклама	
Аудит сайта	
Тематические рассылки	
Полный комплекс услуг по продвижению	
Цели PR-кампании (пронумеровать в порядке приоритетности)	
Привлечение клиентов, заказчиков	
Привлечение партнеров	
Выход на новые рынки	
Имиджевая цель	
Улучшение информационных коммуникаций (информационная поддержка партнеров, клиентов, дилеров)	
Ознакомление потенциальных клиентов с продукцией,	
Сбор маркетинговой информации (исследование аудитории), проведение опросов и т.д.	
Обратная связь с потребителями	
Создание источника актуальной информации для клиентов, партнеров, прессы	
Другое	
Приоритетные для продвижения области:	
(поисковые машины, социальные сети, блоги, форумы и т.д.) - перечислить	



Предполагаемые бюджетные рамки продвижения	
<b>Ожидаемые результаты от продвижения:</b>	
1. По поисковым машинам	
2. По форумам, социальным сетям, блогосфере	
<b>Дополнительно (все, что Вы хотели бы сообщить)</b>	

ФИО заполнившего \_\_\_\_\_

Должность \_\_\_\_\_

Число \_\_\_\_\_



После заполнения, пожалуйста, отправьте бриф на e-mail: [uvi@te.net.ua](mailto:uvi@te.net.ua)