БРИФ на создание коммерческого предложения

Подробно заполненный бриф поможет Вам понять свои ценности, а мне помочь в продвижении Вашей компании и продукта. Уделите время и внимание на его заполнение. Чем детальнее заполнен бриф, тем выше эффективность нашей с Вами работы. Спасибо!

Прошу дать развернутые ответы на каждый вопрос.

|  |  |
| --- | --- |
| О компании | |
| Название компании |  |
| Сайт компании |  |
| Контакты:  Email  Skype  Телефон |  |
| Общие требования | |
| Вид КП:   1. Холодное. КП оправляется всем потенциальным клиентам, они не ожидают его получения. 2. Теплое. КП отправляется после предварительного звонка, потенциальный клиент знает о чем будет речь. 3. Горячее. Клиент крайне заинтересован в продукции и услугах, с ним проведены предварительные переговоры. Ждет КП, чтобы узнать стоимость, условия работы и прочее. |  |
| Цель и Идея КП:  Что вы ожидаете от КП?  Какую целевое действие ожидаете от читателя? (обратный звонок, запрос по почте чего-либо, назначение встречи и т.д.) |  |
| Главный посыл для читателя |  |
| Целевая аудитория  Планируемая реакция целевой аудитории (эмоциональная, рациональная, то и другое) |  |
| Особенности ниши |  |
| Как планируете использовать КП |  |
| Конкуренты  Ссылки на 3 главных конкурентов. В чем их сильные и слабые стороны? |  |
| Разработка структуры и копирайтинг | |
| УТП  (уникальное торговое предложение)?  То, что отличает вас от конкурентов.  Есть – впишите, нет – сформируем. |  |
| Оффер КП  Что наиболее выгодно в вашем предложении:   * выгодные цены * отсрочки * результат * большой выбор * условия доставки * и так далее |  |
| Описание предложения и продукта  Что Вы предлагаете? Какой товар или услугу?  Какие основные характеристики товара, услуги?  Где, кем и как он изготавливается? |  |
| Структура продукта (линейки/серии) |  |
| Получатель КП  Кому нужен ваш товар или услуга? Какие сегменты?  Кого вы видите потенциальными покупателями вашего товара или услуги. Юр. Или физ. Лицо? Чем занимаются? Должности? Пол, возраст, уровень достатка  Кто является ЛПР (лицом принимающим решение)  Как принимается решение? |  |
| С какими проблемами сталкивается ваша целевая аудитория  Проблемы без продукта  Проблемы с другими поставщиками |  |
| Для чего продукт  Какие проблемы в жизни или бизнесе ваш продукт решает? (мин 5-12)  Расскажите, для чего покупателям нужен ваш товар или услуга, какие их проблемы решает ваше предложение? Можно списком.  Зачем и в какой ситуации это покупают? Когда обостряется потребность в покупке? |  |
| Почему  Почему клиенты покупают именно ваш продукт?  Опишите, какие у вашего товара или услуги сильные стороны, а какие слабые. Выделите одно или несколько самых важных преимуществ. Почему покупатель должен купить именно у Вас?  Список 5-10 преимуществ. |  |
| Компания  Сертификаты, награды, достижения  Отзывы клиентов/заказчиков/деловых партнёров |  |
| Акции и Бонусы  Есть ли бонусы у вашего предложения. Например, покупая то-то, вы получите в подарок это. Или при покупке того, это бесплатно. |  |
| Цена  Укажите конкретную цену, если товар/услуга одна или их несколько. Отличается ли она от цены конкурентов? Почему?  Стоимость товара/услуги (если следует указать цены), тарифы или пакеты  Про финансовые условия работы (предоплата, рассрочка, отсрочка первых выплат и т.д.) |  |
| Доставка  Как осуществляется доставка, оплата? Стоимость, сроки, срок службы. |  |
| Гарантии  Что Вы гарантируете покупателям. Выплату затраченных средств в случае возврата? Оперативную доставку? Бесплатный ремонт по гарантии? А какие условия гарантии?  Работа с браком и рекламациями. Как организована? |  |
| Возражения  Какие самые частые клиентские сомнения, страхи, стереотипы и возражения?  Почему могут не купить? Дайте ответы на эти возражения |  |
| Дедлайн  Почему нужно купить именно сейчас? Есть ли какие-то ограничения? Что будет, если не купит? |  |
| Структура работы  Распишите основные этапы работы с клиентом от первого обращения до получения вами денег и выполнения работ.  Расскажите, как вы сопровождаете клиента после покупки |  |
| Факты и цифры  (Работаем с 1995 года, 500 автомобилей в год, 20 станков, 5000 метров склад и т.д.) |  |
| Пожелания к тексту  Есть ли примеры, которые Вам нравятся?  В каком стиле хотели бы видеть текст?  О чём непременно нужно сказать?  Чего упоминать не стоит? |  |
| Структура КП  Есть ли пожелания по структуре текста, последовательности разделов? |  |
| Дизайн и оформление КП | |
| Cтилистика КП   * Простой текст в теле письма e-mail * КП в формате Word с картинками * Html письмо * PDF файл для вложения в письмо.   + Предложить стилистику   + Придерживаться фирменного стиля компании |  |
| Цветовая гамма:  Какие цвета вы хотите видеть в презентации? Какие не желаете? |  |
| Требования к дизайну  Требования к графическим элементам, композиции, фотографиям и т. д. |  |
| Материалы | |
| Информационные материалы:  Какие информационные материалы вы можете предоставить для КП (тексты, каталоги, статьи, документации и т.д.)? |  |
| Визуальные материалы:  Какие визуальные материалы вы можете предоставить для презентации (например, фотографии, видео, логотип и т.д.)? |  |
| Создание материалов для презентации:   * Разработка иллюстраций * Написание текстов |  |
| Ваши комментарии  и дополнительная информация |  |
| Сроки  Укажите крайние сроки выполнения проекта |  |

Спасибо за заполненный бриф!

С уважением, Андрей Солозобов

Skype: Solozobov1710

Tel: +7(921)742-3502

e-mail: univerp@yandex.ru