

Практическая работа №1

Тема: Цели и задачи SMM. Заполнение брифа заказчика.

Ключевые цели брифа:

- помочь заказчику точно сформулировать свои мысли
- донести все вводные
- данные до исполнителя получить возможность быстро оценить примерную стоимость и сроки работ
- сократить временные затраты на обсуждение и утверждение проекта
- избежать недопонимания и проблем в будущем.

Для выполнения практической работы №1 требуется изучить лекции 2 и 3.

Задание 1: Заполните бриф заказчика по Вашей организации по шаблону.

Задание 2: Напишите 3 цели по SMART и в каждой цели 3 задачи с KPI для вашего проекта.

Отчет должен содержать титульный лист и выполненные 2 задания.

SMM-БРИФ

Компания:

Тел.:

Email:

ФИО представителя компании:

Компания

Чем занимается ваша компания или проект? Как вы работаете? Как давно вы на рынке?	
Дайте ссылки на сайт, соцсети и другие источники, где можно узнать о вашей компании.	
Какая ближайшая задача сейчас стоит перед вашим проектом? Какой результат хотите увидеть?	
Где берете основных клиентов? Какие каналы используете и насколько хорошо они работают?	
Какие инструменты продвижения использовали? Какие результаты получили? Вы можете дать нам доступы, чтобы мы изучили результаты рекламной кампании самостоятельно. Что на ваш взгляд сработало наиболее эффективно?	

Например, покажите объявления, которые сработали лучше всех.	
Каковы ваши ожидания по взаимодействию? Что для вас важно в специалистах, с которыми хотите работать?	

Продукт

Перечислите основные продукты/услуги, которые у вас есть.	
Какие проблемы/задачи они решают? Кто и в каких ситуациях ими воспользуется? Представьте, что я – ваш клиент. Опишите 7 ситуаций, когда мне понадобится ваш продукт, и как он решит мою задачу.	
Сколько стоит ваш продукт/услуга? Насколько это дорого для клиента?	
Есть ли у вашего продукта аналоги? Могут ли клиенты решить проблему без вашего продукта? Если да, то каким способом. Чем ваш продукт отличается от аналогов? Перечислите свои преимущества и недостатки.	

Какой продукт или линейку продуктов покупают чаще всего?	
<p>Опишите идеальный результат для вашего клиента: было/стало.</p> <p>Пока не надо писать о результатах, которые дает конкретно ваш продукт. Опишите идеальный результат для человека с проблемой в вашей сфере деятельности. Подробно опишите клиента, который получил всё, что нужно и закрыл все свои проблемы.</p> <p>А теперь напишите, что из этого дает ваш продукт?</p> <p>Как человек из ситуации «было» попадает в ситуацию «стало» с помощью вашего продукта? Распишите пошагово:</p> <p>Какой путь он должен пройти? Чему научиться? Какие убеждения принять?</p> <p>Проведите нас по механике работы вашего продукта: каким образом он дает клиенту результат. Напишите все, что считаете важным: чем подробнее, тем лучше.</p>	
За что чаще всего хвалят ваш продукт? Можно дать ссылку на отзывы.	
За что чаще всего критикуют ваш продукт? Можно дать ссылку на отзывы.	

Клиенты

Опишите портрет, качества и текущую ситуацию вашего идеального клиента (ИК)

ИК – это тот, кому легче всего продать, с кем проще всего работать и быстрее дать ему результат (возможно несколько сегментов).

Вопрос для понимания:

Представьте, что у вас бесконечное количество клиентов. Но получить деньги вы сможете только в том случае, если они решат свою проблему с помощью вашего продукта. С кем из них будет проще всего работать?

Кто они?

Где работают и чем занимаются?

Что у них общего?

Интересы, лидеры мнений, популярные заблуждения и так далее.

Какие цели ставят перед собой в той сфере, где вы работаете?

В чем их проблема и почему они до сих пор её не решили?

Как они сейчас решают или

<p>пытаются решить проблему? В чем минусы этих решений?</p> <hr/> <p>Какими еще качествами должен обладать ваш ИК?</p> <p>Например, ваш ИК должен осознавать проблему и потребность в вашем продукте.</p> <p>Допустим, я дизайнер: мой ИК не думает, что дизайн нарисует любой школьник, то есть он должен осознавать ценность хорошего дизайна и иметь желание/возможность заплатить за услуги.</p> <hr/> <p>Ответьте на вопросы – как вы сами видите свою аудиторию или попросите сделать это менеджеров по продажам, либо тех, кто напрямую контактирует с клиентами.</p>	
<p>Что клиенты уже знают о вашей компании и продуктах?</p>	
<p>Какие вопросы чаще всего задают при покупке? Что им непонятно?</p>	
<p>Назовите 3-5 самых популярных возражений клиента при покупке (страхи, заблуждения и другие «непонимания»).</p>	
<p>Где искать ваших клиентов?</p>	
<p>Что они любят читать/смотреть? Группы в соцсетях, блоги,</p>	

профильные СМИ, каналы на Ютубе, популярные личности.	
На какие несколько групп можно разбить вашу аудиторию? (сколько портретов аудитории существует).	

Конкуренты

Покажите ваших конкурентов и коллег. Дайте ссылки на сайты, сообщества и профили в соцсетях.	
Какие у них есть преимущества и сильные стороны?	
Какие у них слабые стороны и недостатки?	
Чем отличаются ваши продукты?	
Как конкуренты продвигаются? Покажите примеры удачной рекламы, а также другие ваши наблюдения).	

Дополнительные вопросы

Покажите ваши кейсы, истории успеха, публикации в СМИ, интервью и лучшие отзывы о продукте (если есть).	
Расскажите интересные случаи из практики. Например, клиенты с	

необычной историей, неопубликованные материалы (можно наговорить войсом в личку)	
Есть ли у компании стандарты общения: редполитика, «голос бренда» и так далее?	
Где можно найти информацию о вас? С кем из сотрудников можно провести интервью?	
В разработке:) (можно добавить свои вопросы)	