**Бриф на контекстную рекламу**

Пожалуйста, уделите брифу должное внимание и достаточное количество времени и, по возможности, максимально подробно ответьте на приведённые вопросы: полученная посредством брифа информация позволит нам наилучшим образом сформировать представление о компании, потребностях Вашего бизнеса, целях и задачах продвижения, а также максимально точно и быстро оценить его бюджет.

При заполнении просим использовать корректные данные и действительную информацию. Обращаем Ваше внимание, что информация, передаваемая Вами через бриф, конфиденциальна и передаче третьим лицам не подлежит.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№** | **Вопросы** | **Ответы** |
| **Контактная информация** | | |
| 1. | **Название организации** |  |
| 2. | **Адрес** |  |
| 3. | **Контактное лицо, должность** |  |
| 4. | **Телефон, факс** |  |
| 5. | **E-mail** |  |
| 6. | **Удобное время для звонка** |  |
| **О компании** | | |
| 7. | **Адрес сайта** |  |
| 8. | **Род деятельности компании** |  |
| 9. | **Рекламируемые товары/услуги** |  |
| 10. | **Какие приоритетные услуги/направления** |  |
| 11. | **Регион деятельности** |  |
| 12. | **Сколько лет на рынке** |  |
| 13. | **Ваше УТП** (уникальное торговое предложение), конкурентные преимущества |  |
| 14. | **Уровень цен, скидки, акции, специальные предложения** |  |
| 15. | **Опт / розница** |  |
| 16. | **Доставка / выезд на дом** |  |
| 17. | **Время работы/приема заказов** |  |
| 18. | **Охарактеризуйте целевую аудиторию,** потенциального клиента:  - в B2B  - в B2C  **Портрет целевого клиента** |  |
| 19. | **Другая информация, которую мы не учли** |  |
| **Рекламная кампания** | | |
| 20. | **В каких системах контекстной рекламы необходимо проводить кампанию?** | * Яндекс Директ (реклама отображается в поиске Яндекс) * РСЯ (Рекламная сеть Яндекса) * Google AdWords (реклама отображается в поиске Google) * КМС (Контекстно-медийная сеть Google) |
| 21. | **Способы конверсии на сайте (основные целевые действия)** |  |
| 22. | **Ключевые слова, словосочетания (поисковые запросы), в ответ на которые должна отображаться контекстная реклама** |  |
| 23. | **Регион показа объявлений** |  |
| 24. | **Гео-таргетинги**  **Целевые гео-таргетинги** (там, где вы работаете)  **Приоритетные гео-таргетинги** (если не все целевые регионы являются приоритетными)  **Дополнительные гео-таргетинги** (пользователи из этих регионов могут искать услугу, оказываемую в целевом регионе) |  |
| 25. | **Целевые показатели** (отдельно по каждой рекламируемой услуге/направлению бизнеса):  **CPC** (стоимость клика из контекста)  **CPA** (стоимость целевого действия, заявки, звонка, регистрации и т.д.)  **CPO** (стоимость продажи) |  |
| 26. | **Целевые показатели по бюджету:**  Ограничения бюджета по рекламным системам (абсолютные, относительные в %)  Ограничения по рекламируемым услугам/направлениям (абсолютные, относительные в %)  Ограничения по целевым гео-таргетингам (абсолютные, относительные в %) |  |
| 27. | **Временной таргетинг, корректировка временного таргетинга** |  |
| 28. | **Использование calltracking** (системы отслеживания звонков) |  |
| 29. | **Используемая CRM-система** |  |
| 30. | **Должны ли рекламные объявления отображаться на других тематических сайтах?** |  |
| **Служебная информация** | | |
| 31. | **Доступ к рекламному аккаунту Яндекс Директ** |  |
| 32. | **Доступ к рекламному аккаунту Google AdWords** |  |
| 34. | **Доступ к Яндекс Метрике** |  |
| 35. | **Доступ к Google Analytics** |  |
| 36. | **Доступ к Google Webmaster Tools** |  |
| 37. | **Доступ к Google Tag Manager** |  |
| 38. | **Доступ к CRM системе** |  |
| 39. | **Доступ к сайту (администратор, ftp)** |  |
| 40. | **Доступ к call-tracking системе** |  |
| 41. | **Доступ к системе сквозной аналитике** |  |
| **Дополнительные услуги** | | |
| 42. | **Требуются ли дополнительные услуги нашей компании?** |  |

Благодарим Вас за время и внимание, уделенное заполнению брифа.

Если возникли вопросы, пожалуйста, звоните по телефону: +7 (812) 983 25 30