## Заметка заказчику перед заполнением брифа

В брифе старайтесь по максимуму использовать цифры и конкретику, давать больше важной информации. Пример:

1. **Как не нужно писать:** Быстрая доставка.

**Как нужно писать**: Бесплатная доставка почтой РФ в течение 2 - 5 дней с момента заказа, или доставка курьером до двери по Москве.

1. **Как не нужно писать:** Гарантия 10 лет.

**Как нужно писать**: Гарантия на все металлопластиковые окна 10 лет. Гарантийные случаи – нарушение тепло и шумоизоляционных свойств, запотевание стекол. В случае возникновения гарантийных ситуаций – устраним дефекты за свой счет или бесплатно заменим окна на новые.

1. **Как не нужно писать**: Большие проценты по депозиту.

**Как нужно писать**: Начисления по депозиту в рублях при вкладе на 1 год – 21%, при вкладе на полгода – 19%. Есть возможность досрочного снятия денег с комиссией 4% от суммы вклада.

1. **Как не нужно писать:** Качественные материалы.

**Как нужно писать:** Спандекс, коттон и другие материалы турецкого производства. Легко тянутся, приятные на ощупь, выдерживают 200 циклов стирки, не собираются катышками, не электризуются. Плоские швы для большей прочности.

*Старайтесь писать так при ответе на каждый вопрос брифа. Пишите доступным языком и по возможности не используйте сложные термины ☺*

Кроме того, обязательно указывайте цены и прочую важную информацию в брифе. Иначе мне придется задавать уточняющие вопросы, которые часто пересекаются с вопросами из брифа, оставшимися без ответа. **Безусловно, некоторые вопросы не имеют отношения к вашей сфере – игнорируйте их при заполнении.**

***Пожалуйста, ответьте на все вопросы подробно. Это ЗНАЧИТЕЛЬНО повысит эффективность текста.***

**1. Описание предложения.**Что Вы предлагаете? Как называется ваша компания, товар или услуга (полное название)?

|  |
| --- |
|  |

**2. Целевая аудитория.** Опишите тех, кого вы видите потенциальными покупателями вашего товара или услуги. Кто они? Сколько им лет? Какого они пола? Достатка? Чем увлекаются?

|  |
| --- |
|  |

**3. Решение проблем.** Расскажите, для чего покупателям нужен ваш товар или услуга, какие их проблемы решает ваше предложение? Можно списком.

|  |
| --- |
|  |

**4. Преимущества и уникальные свойства вашего товара/услуги.** Опишите, какие у вашего товара или услуги сильные стороны, а какие слабые. Выделите одно или несколько самых важных преимуществ. Важный пункт – почему по вашему мнению покупателю стоит отдать предпочтение именно Вашей компании?

|  |
| --- |
|  |

**5. Бонусы.** Есть ли бонусы у вашего предложения. Например, покупая то-то, вы получите «два комплекта по цене одного», «3 вещи в подарок» и т.д.

|  |
| --- |
|  |

**6. Цена продукта.**Укажите конкретную цену, если товар/услуга одна или их несколько.Отличается ли она от цены конкурентов? Почему?

|  |
| --- |
|  |

**7. Доставка, оплата.**Как осуществляется доставка, оплата? Стоимость, сроки, службы.

|  |
| --- |
|  |

**8. Гарантии.**Опишите, что Вы гарантируете покупателям. Выплату затраченных средств в случае возврата? Оперативную доставку? Бесплатный ремонт по гарантии? А какие условия гарантии?

|  |
| --- |
|  |

**9. Приемы «Здесь и Сейчас»**Перечислите приемы, которые можно использовать для того, чтобы «заставить» покупателя совершить покупку «именно сейчас».

**Это могут быть:**

* спец. условия для тех, кто совершит покупку до определенной даты.
* несколько «свободных мест» для покупки товара со значительной скидкой.
* повышение стоимости продукта после определенной даты (кто не успел, тот опоздал).
* дополнительные бонусы.
* другие приемы.

|  |
| --- |
|  |

**10. Конкуренты.** Перечислите основных (2 – 3). Опишите, что Вы считаете их сильной стороной, что слабой? Этот пункт необязателен.

|  |
| --- |
|  |

**11. Важно! Пожелания к тексту.** Каким Вы видите текст? Каким он должен быть по стилю? Если у Вас примеры текстов, стиль которых Вам нравится? Если есть, пожалуйста, сообщите.

|  |
| --- |
|  |

**12. Приблизительный объем текста и ссылка** **на страницу, где он будет размещен.**

|  |
| --- |
|  |

**13. Распространение вашей услуги или товара по городам, странам.** Например: «отправляем товары по всей России» или «услуга доступна только для жителей Красноярска».

|  |
| --- |
|  |

**14. Как вы считаете,** допустимо ли в тексте обращаться к вашим потенциальным клиентам на «ты»?Или только на «вы»?

|  |
| --- |
|  |

**15. Важно! Есть ли у вас пожелания по структуре текста, последовательности блоков?** Опишите их, если есть, или прикрепите соответствующее изображение/ссылку на сайт (в качестве примера желаемой структуры).

|  |
| --- |
|  |

**16. Опишите схему сотрудничества с клиентом.** Например: 1. Заявка на сайте; 2. Звонок менеджера для согласования деталей; 3.…

|  |
| --- |
|  |

**17. Расскажите о вашей компании.**Сколько у вас сотрудников, с какого года работаете, что отличает вас от конкурентов, сколько заказов выполнили?

|  |
| --- |
|  |

**18. Контакты вашей компании для клиента (email, телефон и т.д.)**

|  |
| --- |
|  |

**19. Примечание.**Напишите здесь то, что не было упомянуто в ответах на перечисленные выше вопросы, но что обязательно нужно рассказать.

|  |
| --- |
|  |

**Если у Вас есть какие-либо материалы** (текст, фото, видео или аудио, сайт), описывающие продукт, пожалуйста, приложите их к письму или предоставьте ссылки для их скачивания/просмотра.

Благодарю, что нашли время заполнить бриф.

Это действительно необходимо для создания эффективного продающего текста.