

Вы можете скинуть свой бриф? Мы хотим сначала оценить креативность, варианты предложений агентств и уровень цен, чтобы потом сформировать список участников тендера. Мы хотим, чтобы нам предложили как это должно быть в идеале...

Из реального обращения клиента...





СКАЗКА

~~ЛЕГЕНДА~~ ОБ ИДЕАЛЬНОМ БРИФЕ

ТОЛЬКО ДЛЯ ETARGET'2014

МОСКВА, 2014

Никакой бриф я заполнять не намерен.

Вы сами должны
догадаться,
чего я хочу.

Аtkritka.com



Идеальный бриф отвечает на все вопросы агентства, но не требует ни малейших затрат времени и сил со стороны клиента.



ЧТО ДЕЛАТЬ? И КТО ВИНОВАТ?

редкая маРка
коллекционный маркетинг

БРИФ

«БРИФ»

ДЕБРИФИНГ



КАКИМ ДОЛЖЕН БЫТЬ НАСТОЯЩИЙ БРИФ?

редкая маРка
коллекционный маркетинг

ЖИВЫМ

(иначе он и даром не нужен)



SMM – ЭТО НЕПРОСТО

редкая марка
коллекционный маркетинг



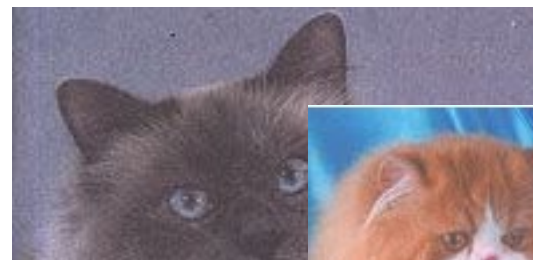
3500
КЛИЧЕК
ДЛЯ ВАШЕЙ
КОШКИ

- СОДЕРЖАНИЕ
- КОРМЛЕНИЕ
- РАЗВЕДЕНИЕ
- ЛЕЧЕНИЕ

СИБИРСКИЕ
КОШКИ

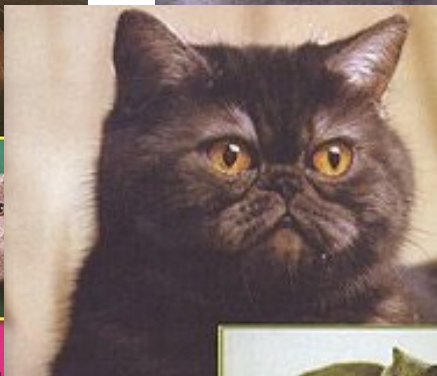
ДОМАШНИЕ ЛЮБИМЦЫ

OZON.RU



КОШ

Е ЛЮБИМЦЫ



- СОДЕРЖАНИЕ
- КОРМЛЕНИЕ
- РАЗВЕДЕНИЕ
- ЛЕЧЕНИЕ

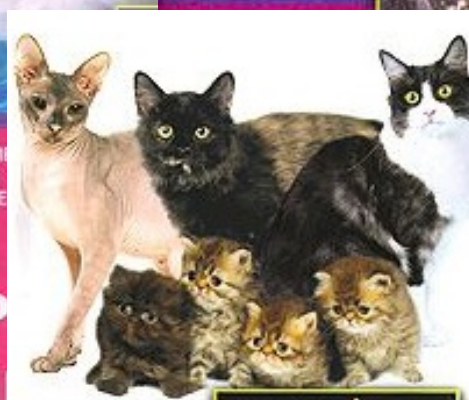
ЭКЗОТИЧЕСКИЕ
КОРОТКОШЕРСТНЫЕ
КОШКИ

ДОМАШНИЕ ЛЮБИМЦЫ

OZON.RU

- СОДЕРЖАНИЕ
- КОРМЛЕНИЕ
- РАЗВЕДЕНИЕ
- ЛЕЧЕНИЕ

ПЕР
КОШ



- СОДЕРЖАНИЕ
- УХОД
- КОРМЛЕНИЕ
- ЛЕЧЕНИЕ



КОШКИ

ДОМАШНИЕ ЛЮБИМЦЫ

OZON.RU



«БРИФ» (ОН ЖЕ ИНФОРМАЦИОННАЯ КАРТА

редкая маРка
коллекционный маркетинг

ДОКУМЕНТ, КОТОРЫЙ
ПОЗВОЛИТ МИНИМИЗИРОВАТЬ
ОБЩЕНИЕ С ПОТЕНЦИАЛЬНЫМ
ПОДРЯДЧИКОМ



ИНФОРМАЦИОННАЯ КАРТА ДОЛЖНА СОДЕРЖАТЬ

редкая маРка
коллекционный маркетинг



- Всю информацию, которая важна для реализации проекта;
- Всю информацию, которая НЕ важна для реализации проекта, но которую вам будет лень рассказывать 10 раз;
- Ловушки для непрофессионалов (пропуски и недомолвки, которые профессиональный подрядчик ОБЯЗАТЕЛЬНО должен прояснить во время дебрифинга);

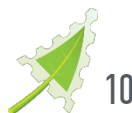
КАРТА НЕ ОБЯЗАНА СОДЕРЖАТЬ*

редкая маРка
коллекционный маркетинг



Информацию о точных
критериях выбора победителя
и о бюджетах.

*Как бы этого ни хотелось потенциальным подрядчикам



ЧТО НЕ ТАК С ЭТОЙ ИНФОРМАЦИОННОЙ КАРТОЙ?

редкая маРка
коллекционный маркетинг



ЧТО НЕ ТАК С ЭТОЙ ИНФОРМАЦИОННОЙ КАРТОЙ?

редкая маРка
коллекционный маркетинг



Необходимы:

- Релевантность;
- Оперативность и современность;
- Краткость в изложении.



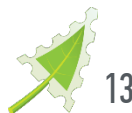
ГЛАВНЫЙ ВОПРОС ВО ВСЕЛЕННОЙ*

редкая маРка
коллекционный маркетинг

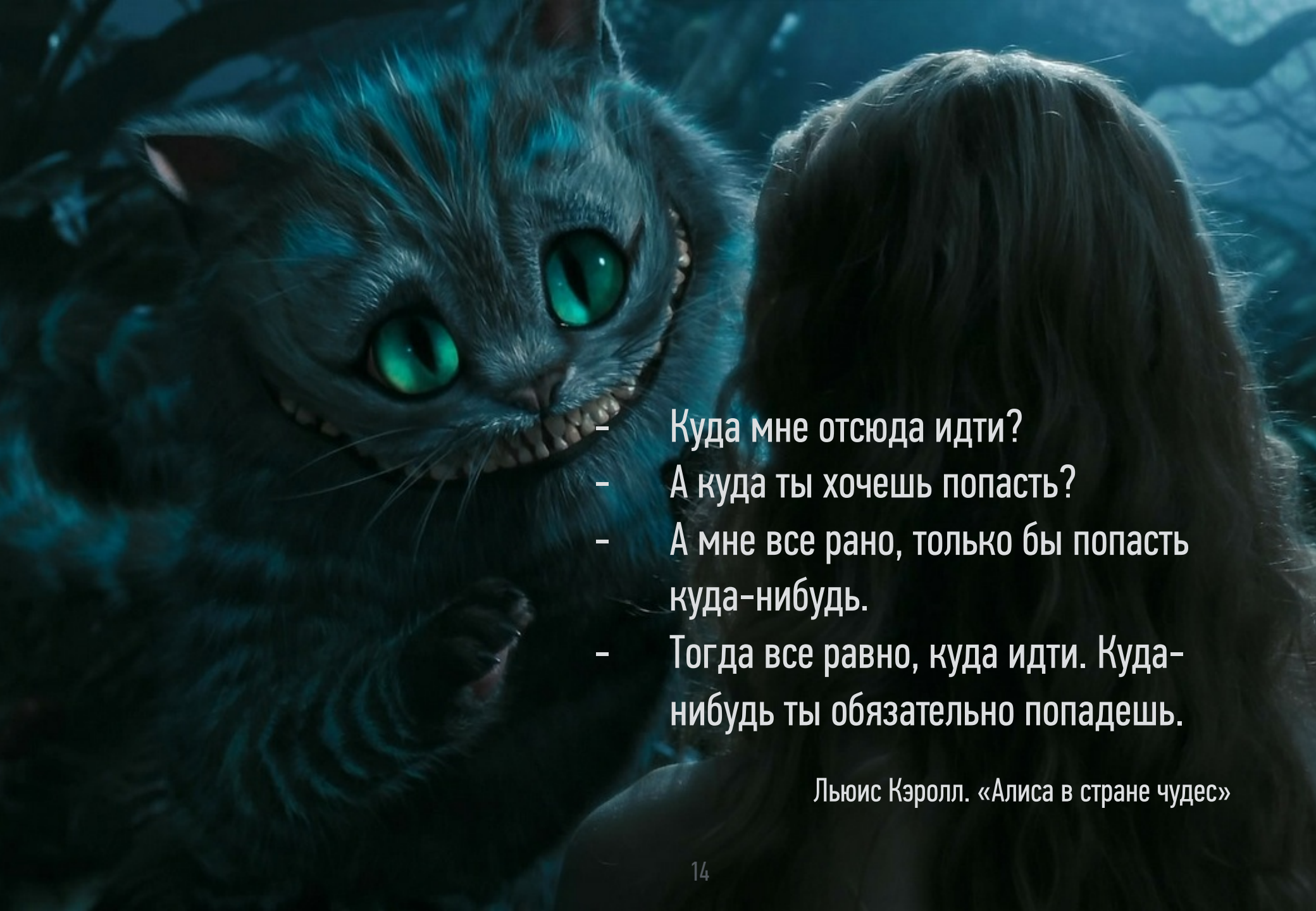


ОДИН ВОПРОС
ЗАЧЕМ?

Зачем компании
работа в социальных
сетях и почему туда
необходимо идти
прямо сейчас?



* При согласовании брифа

- 
- Куда мне отсюда идти?
 - А куда ты хочешь попасть?
 - А мне все рано, только бы попасть куда-нибудь.
 - Тогда все равно, куда идти. Куда-нибудь ты обязательно попадешь.

Льюис Кэрролл. «Алиса в стране чудес»

НЕ ЗАБЫВАЙТЕ ДАЖЕ В СОЦСЕТЯХ

редкая маРка
коллекционный маркетинг



Маркетинговая
стратегия без
аналитики —
увлекательное
приключение

редкая маРка
коллекционный маркетинг

The diagram is a strategic map for a brand, organized into several main sections representing different directions of activity:

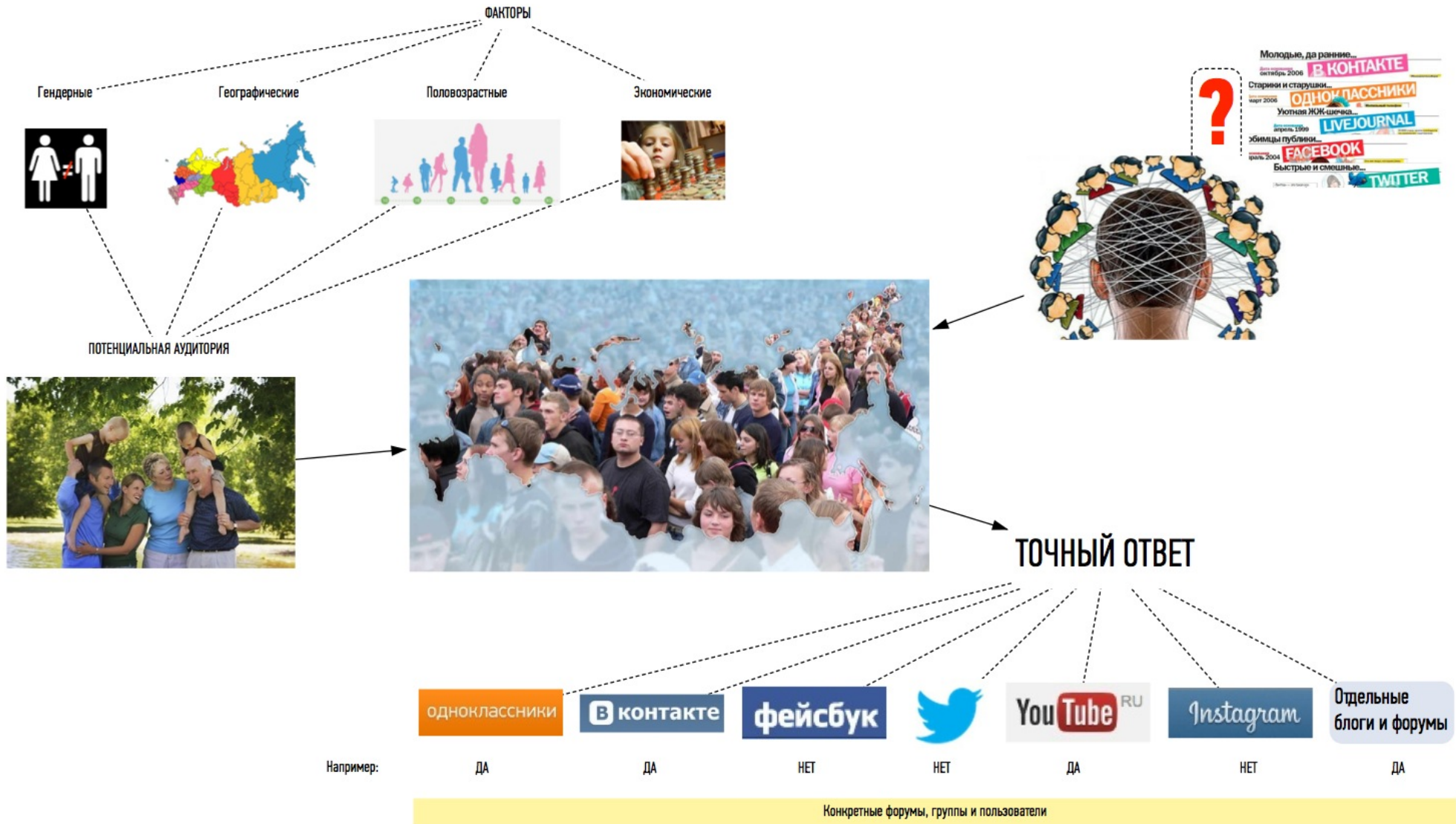
- MONITORING**
 - Периодический**
 - Любая ошибка в оформлении организации, тематика бренда
 - Релевантная информация в блоге и контексте
 - Установочный**
 - Дополнительные отзывы и отзывы бренда
- NO-PROMO АКЦИИ**
 - Предоставление права в чатные сообщества в социальных сетях и в фирменном портале
- ПОКУПКА/АРЕНДА ПЛОЩАДКИ**
 - Платформа организации с ресурсом
 - Использование контента/продукта
 - Спонсоринг
 - Помощь в создании, на которые ведутся обсуждения
 - Исторический анализ, взаимодействие с блогерами
- ВЕДЕНИЕ СОБСТВЕННЫХ АККАУНТОВ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ**
 - Тематические группы/сайты
 - ВКонтакте
 - Facebook
 - Одноклассники
 - Twitter
 - Другие площадки
 - Решения в социальных медиа (увеличение аудитории на собственных площадках)
 - Решения поддержки продаж в интернет-магазинах
 - Нормы этикета-менеджмент (управление сообществами - комментирование, модерация и т.д.)
 - Контент-менеджмент (работа с контентом)
 - Реализация конкурсных механик
 - Разработка игр и конкурсных механик по вовлечению клиентов
 - Поддержка продаж в интернет-магазинах
 - Вести конкурсные активности
 - Внедрение механизмов учета статистики продаж
 - Подготовка рекомендаций по SEO оптимизации интернет-магазинов, оформление посадочных страниц
- РАЗВИТИЕ КАНАЛА НА YOUTUBE**
 - Создание на собственном канале наиболее интересных видео
 - Заинтересованность с веблогерами об обмене контентом
 - Распространение информации с видеоконтентом
 - Получение обратной связи на тестирование
 - Обзор на YouTube
- РЕАГИРОВАНИЕ**
 - Присоединение к обсуждениям
 - Отвечать на вопросы пользователей от имени бренда (в том числе, разработка FAQ)
 - Публикация отзывов о товарах и услугах
 - Публикация положительных отзывов на товары и услуги
 - Разговоры в критических ситуациях
 - Взаимодействие для демонстрации продукции клиента
 - Публикация рекламных статей
 - Публикация отзывов о товарах и услугах в социальных медиа
 - Создание источников достоверной информации
 - Работа с лидерами мнений
- СОЗДАНИЕ ИСТОЧНИКОВ ДОСТОВЕРНОЙ ИНФОРМАЦИИ**
- РАБОТА С ЛИДЕРАМИ МНЕНИЯ**

Легенда:

- НАПРАВЛЕНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ** (Yellow boxes)
- Ключевые активности** (Blue boxes)
- Необходимые ресурсы** (Light blue boxes)
- Дополнительная/дополняющая информация** (Dotted lines)

ПРИМЕР: КАРТА ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ

редкая марка



БОЛЬШИНСТВО КОМПАНИЙ,
РАБОТАЮЩИХ В СОЦМЕДИА
САМОСТОЯТЕЛЬНО, СЧИТАЮТ, ЧТО У
НИХ ВСЕ ХОРОШО, **НО ЧЕГО-ТО
НЕМНОЖКО НЕ ХВАТАЕТ...**

НАПРИМЕР, ЯРКОЙ КРЕАТИВНОЙ ИДЕИ
ИЛИ ВЫСОКОПРОФЕССИОНАЛЬНОГО
ДИЗАЙНА

ДЕБРИФИНГ

редкая маРка
коллекционный маркетинг



Подготовка коммерческого предложения по информационной карте — моделирование сферического коня в вакууме.

КСТАТИ, НЕ ЗАБЫВАЙТЕ

редкая маРка
коллекционный маркетинг

В коммерческом предложении я могу вам дать
любую гарантию успеха.

Хотите 146% выполнения KPI?

Будет.

Единственный **реальный** критерий успешности
предложения — соответствие брифу.





КИРИЛЛ САВИЦКИЙ
директор по развитию
ооо «Редкая марка»

СПАСИБО! ВОПРОСЫ?

E-mail: cls@remarkable.ru

Skype: CyrilSavitsky

Mobile: +7(903)790-1070

