**Текст на главную страницу (о компании, услуги)**

*Подробно заполненный бриф – хороший шанс избежать десятков уточняющих вопросов и заработать больше.*

**Я прекрасно понимаю**, что Вы, возможно, не маркетолог и плохо знаете своего Клиента. Не беспокойтесь, дать ответ: «Не знаю» – это нормально.

*Если при заполнении брифа возникли вопросы, то воспользуйтесь контактами выше*

 *(с 9.00 до 16.00, МСК, телефон и VK – это лучшие способы меня найти)*

|  |
| --- |
| **Организационная часть** |
| Название компании *(не сайта, а компании, если есть)*  |  |
| Ваши контакты для оперативной связи *(Имя, телефон, аккаунт в социальной сети и время, когда Вас можно побеспокоить)* |  |
| Чем Вы занимаетесь?Что делает Ваша фирма?(определяем тематику текста, укажите сферу деятельности) |  |
| **Вид текста.** О каком именно тексте идет речь: на главную страницу, о компании, услуги.*(ссылка на сайт, макет и т. д.)* |  |
| Где будет размещен текст? **Если у Вас размещён старый текст,** то расскажите, почему он Вам не нравится? *(минимум 5 – 6 пунктов)* |  |
| **Нужны ли ключевые слова в текстах?**Скиньте семантическое ядро сайта / страницы (СЯ), если есть.*Не знаете какие? Я подберу их сам.*  |  |
| Маркетинговая часть – «о Клиенте» |
| Кого Вы видите среди своей целевой аудитории (ЦА)? **Укажите все возможные ЦА.** Перефразирую: «Кто Ваш потенциальный Клиент»?***Краткий курс о целевой аудитории.****Девушка от 20 до 40 лет –* ***это не ЦА****,**Девушка от 20 до 26 лет, любит рок, живёт в мегаполисе, берёт деньги у женатых «папиков», не ест мясо, работает косметологом – это ЦА одного ресторана «веганов» и там играет рок.* *Чем подробнее описание ЦА, тем больше у меня рычагов влияния и денег у Вас.*  |  |
| Какие возражения будут у Клиента, почему он может отказаться от покупки у Вас?*(по Вашему мнению, и мнению Клиента)* |  |
| Какими способами Клиент оценивает качество Ваших услуг/товаров?*(смотрит ролики, читает обзоры)* |  |
| Как Клиент делает выбор при покупке Вашего товара/услуги?*(долго сравнивает или покупает спонтанно, звонит и долго всё выясняет у менеджера – напишите, что он выясняет)* |  |
| На какие моменты Клиент обращает внимание чаще всего? Укажите критерии оценки товара/услуги.  |  |
| Для чего Клиент покупает товар/услугу – нужна истинная причина покупки. (истинная причина обращения к копирайтеру – заработать больше денег) |  |
| Есть настоящие рекомендации Клиентов? *(покажите их мне любым удобным способом)* |  |
| Укажите профессиональные определения/термины/слова (жаргонизмы), которые легко понимают специалисты в Вашей сфере. *(желательно с объяснением/переводом)* |  |
| Производственная часть – «О продукте» |
| Вы производитель или посредник?  |  |
| В чём заключается Ваше уникальное торговое предложение (УТП)?Чем Вы отличаетесь от других компаний/сервисов?*(Укажите свои реальные преимущества. «Качественная услуга и у нас дешево» – это не преимущества, дайте цифры и факты)* |  |
| **Краткое описание для каждой услуги/товара** и что в неё входит *(можно ссылками, если есть)* |  |
| Напишите любые, пусть даже малозначительные факты, цифры и достижения, **которые могут охарактеризовать Вашу** компанию/сервис и т. д. *Например:* * упоминание о наличии отраслевых наград и особых достижений;
* сертификаты, дипломы, патенты;
* работа с крупными компаниями и государственными учреждениями;
* наличие собственных разработок, новаторских решений и успешных начинаний;
* стабильный рост бизнеса и постоянное открытие новых филиалов;
* участие в семинарах, выставках, отраслевых съездах и т. д.;
* наличие в штате компании или привлечение в качестве консультанта серьезных имен с высоким уровнем экспертности;
* упоминания в СМИ (*дайте ссылки*);
* проведение исследований, опросов, подготовка профессиональных публикаций;
* наличие серьезной производственной базы, лабораторий и т. д.
 |  |
| Информация о Ваших прямых конкурентах в **Сети.** *(наименование компаний, их слабые и сильные стороны, ссылки на сайты)* |  |
| Информация о продукте, которая обязательно должна быть отражена в тексте по Вашему мнению. |  |
| **Какие гарантии** Вы можете дать на свою работу/услугу/товар |  |
| Рекламная часть – «О предложении» |
| **Какие акции, бонусы и скидки Вы можете предложить клиентам?** (если идей нет, то я придумаю 5*–*10 вариантов, а Вы выберете уместные) |  |
| **Есть ли у Вас рекламное предложение для клиента?**(например: купите текст с предоплатой 100% и получите разработку рекламного предложения в подарок) |  |
| Последние вопросы |
| Вы готовы дать потенциальным клиентам возможность увидеть Вашу компанию в лицах? *(блок: ключевые сотрудники компании, это повышает доверие)* |  |
| Чего точно НЕ должно быть в тексте?  |  |
| **Куда Вам удобнее внести предоплату (от 50%)?**О предоплате: <https://cool-texts.ru/kopiraiter-bez-predoplati/> *Варианты:* ВТБ24, Сбербанк, Яндекс.Деньги, PayPal, QIWI, WebMoney. |  |
| **Как Вы обо мне узнали?** *(по рекомендации, Yandex, Google, ВКонтакте, Фейсбук, публикация на стороннем сайте, другое)* |  |
| Чем Вам **НЕ** понравился бриф? Может, есть какие-то сложные вопросы?  |  |

**Спасибо за терпение!**

Теперь отправляйте бриф на почту: Kashchey.MS@yandex.ru

Ваш заказ будет выполнен в течение 3 дней *(после предоплаты и если нет других договорённостей).*

С уважением, копирайтер Поздняков Михаил (Kashchey).