**Бриф на создание коммерческого предложения**

**[Эксклюзив текст](http://osmam.ru)**

Я прошу вас заполнять этот бриф медленно и вдумчиво. От качества и количества представленной вами информации отчасти зависит, насколько эффективным будет ваше коммерческое предложение (КП).

Возможно, некоторые вопросы вызовут у вас затруднение. Это совершенно нормально. Вы можете задать мне вопросы:

1. На почте: o.s.mam@yandex.ru
2. По телефону: 8 9133365098
3. Во [ВКонтакте](https://vk.com/id245487527)
4. В [Facebook’e](https://www.facebook.com/profile.php?id=100007959195053)
5. По скайпу: o.s.korvin
6. Viber +79133365098
7. WhatsApp +79133365098
8. **О коммерческом предложении**

|  |  |
| --- | --- |
| КП должно быть с дизайном или без? | [ ]  С дизайном[ ]  Без дизайна, только текст |
|  Это «холодное» КП или «горячее»?«Холодное» КП — это если его адресат ранее с вами не контактировал и не ждёт от вас никаких предложений. «Горячее» — если адресат знает, что вы направляете ему КП | [ ]  «Холодное» [ ]  «Горячее» |
| Почему вы решили делать рассылку с предложением услуги именно сейчас? |  |

1. **О рассылке**

|  |  |
| --- | --- |
| Каким путём сформировалась база, по которой будет проходить рассылка? Она набрана из подписчиков, которые оставили свои e-mail или это купленная база?  |  |
| Кто будет рассылать КП? Этим должен заняться я или у вас есть сотрудник, который будет рассылать? | [ ]  Есть сотрудник, который будет рассылать[ ]  Требуется услуга по рассылке КП |

1. **Информация об услуге, которая продаётся в КП**

|  |  |
| --- | --- |
| О какой услуге речь? |  |
| Как долго Вы/компания оказываете эту услугу? |  |
| Почему клиентам нужна эта услуга? Зачем они её покупают? Каков «главный страх» людей/компаний, которые покупают эту услугу, от чего люди хотят защититься? Какие они получают выгоды от того, что приобретают услугу? |  |
| Имеются ли **реальные** преимущества перед конкурентами? |  |
| Любые, даже малозначительные, факты, которые помогут придать тексту индивидуальности, запомниться клиенту. **Это очень важно!** |  |
| Каков процент (хотя бы примерно) побед в суде по этой услуге, если её оказание предполагает судебные процессы? |  |
| Какова стоимость услуги? Возможна ли рассрочка оплаты? Возможен ли возврат денег клиенту при каких-либо обстоятельствах  |  |
| Сколько времени занимает оказание услуги? То есть какое время пройдёт между заключением договора с клиентом и моментом, когда клиент получит нужный ему результат? Понятно, что точно не сказать, т.к. влияет много факторов. Укажите «от» и «до» |  |
| Какие вопросы задают люди на консультации, посвящённой этой услуге, во время звонков? Что вы отвечаете на эти вопросы? Что для клиентов важно, по каким критериям они оценивают, следует ли им приобретать эту услугу? |  |
| Что должен сделать клиент после прочтения текста? Позвонить по телефону (укажите номер), оставить заявку на сайте, записаться на консультацию?  |  |
| Укажите ссылки на страницы с кейсами по услуге.  |  |

1. **Информация о клиентах**

|  |  |
| --- | --- |
| Кто является клиентом для этой услуги, т.е. целевой аудиторией? Пожалуйста, опишите как можно подробнее (малый, средний, крупный бизнес; в какой сфере производства или торговли работает и т.д.) |  |
| Имеют ли потенциальные клиенты какое-то представление об услуге? Как они её представляют? |  |
| Представьте ситуацию: вместо обращения к вам клиент пытается решить проблему сам. Какие ошибки при этом он допустит? |  |

1. **Конкуренты**

|  |  |
| --- | --- |
| Что вам известно о ваших конкурентах?  |  |
| Укажите домены сайтов компаний-конкурентов. Это нужно, чтобы я сравнил их услуги и ваше предложение и более ярко выделил ваши преимущества.  |  |

1. **Дополнительная информация**

|  |  |
| --- | --- |
| Ваши персональные комментарии и пожелания. Пожалуйста, напишите здесь всё, что не было отражено выше.  |  |

**Спасибо! Пожалуйста, отправьте бриф мне на почту** o.s.mam@yandex.ru**, в скайп o.s.korvin**

**Мой сайт** [**http://osmam.ru**](http://osmam.ru)