

## **Brief necesar pregatirii, implementarii si optimizarii actiunilor de marketing**

Scopul acestui documente este acela de a ne ajuta sa intelegem corect si complet toate detaliile privind afacerea voastra. In acest fel vom putea crea si implementa cele mai bune solutii care sa duca la atingerea obiectivelor.

Acest document va sta la baza documentarii tuturor consultantilor care vor fi implicati in procesul de implementare si optimizare a actiunilor de marketing online.

**Describe compania ta in 25 de cuvinte:**

**Care sunt principalele categorii de produse si/sau servicii care vor face obiectul actiunilor de marketing?**

**Care sunt principalele obiective ale actiunilor de marketing:**

**Care sunt principalele segmente de public tinta pentru produsele/serviciile proovate?**

**Cumpararea este decisa de altcineva decat de utilizator? De cine? Describe profilul sau:**

**Buyer Persona pentru fiecare dintre segmentele de public tinta:**

*Segment 1*

Sex, vârstă:

Studii :

Venit mediu lunar:

Profesie/ocupatie :

Ce nevoi are? Care sunt dorintele, problemele, temerile?

Ce ii lipseste?

Interese:

Cum prefera sa comunice?

Unde este prezent? De unde se informeaza, ce site-uri citeste, grupuri, forumuri etc.:  
Cum si de unde cumpara?

### *Segment 2*

Sex, vârstă:

Studii :

Venit mediu lunar:

Profesie/ocupatie :

Ce nevoi are? Care sunt dorintele, problemele, temerile?

Ce ii lipseste?

Interese:

Cum prefera sa comunice?

Unde este prezent? De unde se informeaza, ce site-uri citeste, grupuri, forumuri etc.:

Cum si de unde cumpara?

**Care sunt principalele oportunitati existente pe piata pentru afacerea voastra?**

**Care sunt principalele amenintari existente pe piata pentru afacerea voastra?**

**Ce vrem sa obtinem in urma campaniilor de marketing?**

**Care sunt beneficiile emotionale care ii multumesc pe cumparatori?**

**Care sunt avantajele unice ale produsului/serviciului, firmei? Cu ce se diferentiaza?**

**Care sunt dezavantajele unice ale produsului/serviciului?**

**Care este principalul motiv pentru care produsul/serviciul nu este cumparat?**

**Care sunt cadourile, garantiile, recompensele, serviciile incluse pe care le vei oferi cumparatorului?**

**USP – ul este:**

**Care sunt principalii concurenti?**

**Ce fac ei cel mai bine? Sau mai bine decat voi?**

**Ce fac mai rau? Sau mai putin bine?**

**Scrieți cel puțin 5 lucruri care pentru tine sunt evidente la produsul sau serviciul pe care il promovati si pe care clientii s-ar putea sa nu le stie?**

**Scrieti 2 lucruri pe care le spun cei mai nemultumiti clienti despre firma Voastra:**

**Tone of voice – pe ce ton vreti sa vorbiti cu publicul tinta (prietenos, rigid, profesionist etc.)?**

**Sunt anumite elemente de continut (texte sau grafica) care doriti neaparat sa apara in materialele de promovare:**

**Sunt anumite elemente de continut (texte sau grafica) care doriti neaparat sa NU apara in materialele de promovare:**



**Analiza pe trei niveluri a produsului (*completeaza consultant The Markers*)**

Care este produsul/serviciul?

Produsul completat >

Esenta produsului