|  |  |
| --- | --- |
| **Агентство копирайтинга Text iS.**  **Бриф для презентации** | |
| **Пожалуйста, указывайте максимум информации. От того, насколько полно заполнено ТЗ, во многом зависит качество будущего текста.** | |
| **Вопросы** | **Ответы** |
| Юридическое название компании / ФИО заказчика. |  |
| Сфера деятельности компании. |  |
| Адрес вашего сайта в Интернете. |  |
| Объект презентации:   * товар, * услуга, * бренд, * проект, * другое (укажите, что именно). |  |
| Максимально подробно опишите объект презентации. |  |
| Какая из функций приоритетна для материалов презентации:   * продающая — побудить совершить покупку или заказ; * рекламная — заинтересовать рекламируемым объектом; * информационная — проинформировать о чем-либо; * имиджевая — создать положительный имидж бренда, компании. |  |
| В чем заключается основной посыл?  Например:   * Мы успешные и дорогие. * Мы позитивные и совсем простые. * Мы лидеры в своей сфере. * Этот товар взорвёт рынок. * Мы готовы доказать, что эта услуга в разы лучше, но при этом намного дешевле других подобных услуг.   И так далее. |  |
| Есть ли уникальные свойства товара или услуги, или какие-либо особенности, которые должны быть отражены? |  |
| Есть ли у вас уникальное торговое предложение (УТП)? |  |
| Как выглядит портрет среднестатистического представителя вашей целевой аудитории? |  |
| Факты, цифры и достижения, которые могут придать индивидуальности вашей презентации. |  |
| Нужны ли слоганы или подзаголовки? Если да, то конкретизируйте, пожалуйста. |  |
| Главный посыл (или несколько), который нужно донести до читателя. |  |
| Есть ли у вашей компании какие-то особые преимущества, которые выделяют её среди прочих? |  |
| Информация о конкурентах: (наименование компаний, почему вы их считаете конкурентами, их слабые и сильные стороны, ссылки на их сайты). |  |
| В чем заключается уникальность ваших товаров и услуг (конкурентные преимущества)? |  |
| География реализации товаров и услуг (Москва, Россия, СНГ, все страны). |  |
| Ценовая категория товаров и услуг (низкая, среднерыночная, класс люкс). |  |
| Есть ли люди, которые уже сейчас могут оставить отзыв о вашем товаре или услуге? Если есть, то готовы ли они предоставить свои фотографии, адреса своих сайтов, страниц в социальных сетях? |  |
| Готовы ли вы к предоставлению дополнительных скидок или бонусов? |  |
| Можно ли использовать общение с читателем, обращения к нему (например: «если Вы купите наш товар…»)? |  |
| Пожелания к структуре текста (нужны ли подзаголовки, списки). |  |
| Пожелания по стилю и манере подачи текста (деловой, информационный, пресс-релиз, рекламный, информационный, стиль-история и так далее). |  |
| Информация, обязательная для упоминания в тексте (интересные факты, статистические данные, исследования, успехи, достижения и прочее). |  |
| Какие темы нежелательно затрагивать в тексте (если такие есть). |  |
| Есть ли презентации, которые кажутся вам особенно удачными. Чем конкретно вам понравился каждый представленный вариант? |  |
| Приведите ссылки на источники дополнительной информации. |  |
| Нужна ли графика? |  |
| Есть ли у компании свой фирменный стиль? Если да, желательно ссылку на пример фирменного стиля. |  |
| Другая важная информация и пожелания. |  |
| Ориентировочный объем текста презентации. |  |
| Крайний срок выполнения заказа. |  |
| В каком формате нам лучше сдать вам текст (макет)? |  |
| Удобная форма оплаты:   * Яндекс.Деньги, * WebMoney, * банковские карты, * PayPal, * расчётный счёт (предоставьте, пожалуйста, реквизиты компании или данные о физлице). |  |
| Как вы узнали о нас и наших услугах? |  |
| Можем ли разместить созданные для вас материалы или ссылку на них в своём портфолио? |  |
| Можем ли попросить у вас отзыв по итогам работы? |  |

**Следующую таблицу необходимо заполнять лишь в том случае, если текст необходим для оптимизации ресурса.**

|  |  |
| --- | --- |
| Ключевые слова | |
| Укажите список ключевых слов. |  |
| Точное количество вхождений каждого слова (если это важно). |  |
| Словоформы (прямое или не прямое вхождение). |  |
| Расположение основных ключей по тексту (в начале, середине абзаца и т. п.). |  |
| Нужны ли ключи в подзаголовках? |  |

**Далее обязательный для ознакомления раздел, в котором прописаны все основные моменты сотрудничества с агентством “Text iS”. Отправляя бриф, вы автоматически соглашаетесь с условиями, указанными ниже.**

|  |
| --- |
| \*\*\*  Срок сдачи работы оговаривается отдельно в личной переписке или в договоре. |
| \*\*\*  Правки принимаются не позднее **10 рабочих дней** с момента сдачи материала.  По истечении 14 дней работа считается принятой и одобренной. Доработки в дальнейшем выполняются на условии доплаты. |
| \*\*\*  При расчёте действует только 100 % авансовый платёж. Это означает, что заказчик вносит всю сумму до начала работы с материалом |
| \*\*\*  Мы гарантируем, что все материалы будут подготовлены исключительно для вас и только копирайтерами нашего агентства. Перед отправкой все тексты проходят проверку редактором и корректором. |

**Благодарим за заполнение нашего брифа!**

*Заполненный бриф отправьте, пожалуйста, на почтовый ящик* [hi@textis.ru](mailto:hi@textis.ru)