

BRIEFING



1. ¿A qué se dedica tu empresa?

2. ¿Cuándo iniciaste actividad?

Año:

3. Página web:

4. Define cuáles son tus objetivos como empresa. Define un objetivo principal y 2 secundarios:

1.
2.
3.

5. Háblanos de los productos/servicios que ofreces.

Cuéntanos cosas como: Cuántos son, cómo son, rango de precios...

6. Ámbito geográfico al que se dirige.

Local

Provincial

Nacional

Internacional

7. ¿Qué necesidades cubre tu producto / servicio?

Pregúntate en qué ayudas a las personas con tu producto / servicio. Ejemplo: un dentista especializado en odontología. Ayudo a las personas a corregir la alineación de sus dientes.

8. ¿Cómo te posicionas en el mercado? ¿Qué te diferencia? ¿Cuál es tu especialidad?

Ejemplo: restaurante de auténtica comida peruana a buen precio.

9. ¿Cuáles son tus fortalezas, por qué elegir tu producto/servicio?

Ejemplo: envío 24 horas, envases ecológicos, productos de proximidad, servicio a medida...

10. ¿Cuáles crees tú que son tus puntos débiles?

Ejemplo: ubicación geográfica aislada, tiempos largos de respuesta debido a altas cargas de trabajo...

11. Principales competidores o referentes.

1.

2.

3.

OBJETIVOS

1. ¿Qué objetivos pretendes cubrir? Define un objetivo principal y 2 secundarios:

Ejemplo: reconocimiento de marca, generación de leads, visitas a mi web, nuevos clientes...

1.

2.

3.

2. ¿Qué problemas has encontrado?

Ejemplo: mi público no me conoce, tengo visitas pero no consigo ventas, mi competencia es muy agresiva en precios...

3. ¿Qué producto/servicio quieres promocionar?

1. ¿A quién vendes tu producto/servicio?

Usuario final Empresa

■ SI VENDES A EMPRESAS, indícanos a qué tipo de empresa: sector, actividad, ...

■ SI VENDES A USUARIO FINAL, defínelo a continuación:

Rango de edad:

Menos de 18 18-25 26-35 36-50 50-65 Más de 65

Sexo: Hombre Mujer

Nivel socioeconómico: Medio Alto Muy alto

¿Qué le gusta hacer en su tiempo libre? Intereses, hobbies...

¿Qué necesidades tiene?

2. ¿Qué tipo de cliente no te interesa de tu producto? Ese tipo de cliente que prefieres evitar.

3. ¿Qué es lo que más valoran del producto?

Pregúntate, qué cosas positivas suelen decirte tus clientes acerca de tu producto.

4. ¿Por qué no compran tu producto/servicio?

Por qué no eligen tu producto o incluso eligiéndolo, qué pegas suelen ponerle.

5. ¿Cuáles son tus principales canales de venta?

Página web

Establecimiento físico

Llamadas comerciales

Fuerza comercial

Distribuidores

Redes Sociales

Otros. Indícanos cuál:

ACCIONES DE MARKETING Y PUBLICIDAD

1. Acciones de publicidad que has desarrollado en el último año.

SEM / Publicidad en Redes Sociales

E-mail Marketing

Flyers / Buzoneo

Acciones en Punto de Venta

Vallas publicitarias o Totems

Prensa / Radio

Otros. Indícanos cuál:

2. ¿Mejoraron tu resultado?

Sí

No

En caso de que no, ¿Cuál crees que fue el problema?

3. ¿Haces acciones puntuales por fechas o eventos a lo largo del año?

Sí

No

En caso de marcar sí, ¿cuándo sueles hacerlas?

Temporada Baja

Navidad

Verano

San Valentín

Black Friday

OTRAS OCASIONES, indícanos cuál.