



Opowiedz mi o sobie i o tym, co robisz. Jakie są Twoje potrzeby i oczekiwania.

Zdobycie jak najszerszej wiedzy o Twoim biznesie pozwoli mi zrozumieć specyfikę Twojej działalności i Twoje cele. To z kolei ułatwi dobranie odpowiednich kanałów i sposobów komunikacji. To najważniejsza część projektu.

- Czym się zajmujesz? Na czym polegają Twoje usługi? Opisz je.
- Dla kogo je świadczysz? Kto jest Twoim klientem? Co o nim wiesz?
- Kto jest Twoim konkurentem? Wymień kilku.
- Czym się wyróżniasz na tle konkurencji? Podaj przynajmniej jeden wyróżnik.
- Ile kosztują Twoje usługi? Jak się pozycjonujesz cenowo w stosunku do konkurentów?
- Jakie są Twoje wartości? Co jest dla Ciebie ważne w biznesie?
- Czy prowadzisz działania komunikacyjne? Gdzie? Jaki przynoszą efekt?
- Jaki jest cel dalszych działań komunikacyjnych? Wizerunkowy? Handlowy? Pozyskanie kontaktów? Zwiększenie ruchu na stronie www? Inny, jaki?
- Do kogo chcesz docierać? Opisz grupę docelową.
- W jakiej perspektywie czasowej chcesz podjąć działania?
- Co będzie miarą sukcesu?
- Jakie środki możesz przeznaczyć na te działania?