Стратегия подготовки и запуска рекламной кампании для производителя обуви Х, розничное направление			недели												
Этап	Вложенные этапы	результат этапа	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Вопросы/задачи Заказчику по этапу
Разработка стратегии продвижения	1. Анализ активностей конкурентов	Внешний анализ сайтов, социальных сетей, УТП, проведение тайного покупателя к 3 основным конкурентам с заключением													
	2. Анализ данных и трендов рынка	Поиск и анализ открытых отраслевых исследований с заключением													Заполнить бриф агентства (время на заполнение ориентировочно 3 часа, более 50 вопросов)
	3. Анализ УТП клиента	Рекомендации по изменению/усилению УТП или по экспериментальному изменению УТП на определенную ЦА и/или географию													Отдельно важно ответить на ключевые вопросы: Выделить основных и косвенных конкурентов Какие вопросы чаще всего задают клиенты при совершении покупки? Какие аргументы клиенты обозначают в качестве причины покупки у конкурентов? Сильные стороны по отношению к конкурентам
	4. Анализ отдела продаж клиента	Тестовое обращение тайного покупателя с типичным запросом с заключением													
	5. Анализ и аудито предыдущих рекламных кампаний	Анализ причин низких продаж с заключением эксперта													
	6. Разработка и согласование плана продвижения на квартал и визуализация плана в mind map	Визуализированная стратегия на 3 месяца													
Работы по сайту	0. Анализ поведения пользователя на сайте/выявление ошибок на сайте	План по увеличению конверсии сайта													Доступ к хостингу и/или FTP Доступ к административной панели сайта Доступ к Яндекс Метрике и Google Analytics Спецпредложения на грядущий период
	1. Исправление острых критических ошибок	Сайт функционирует в нормальном режиме													
	2. Загрузка новых акций	Формирование страницы с контентом по акции и баннера на главной													
	3. АВ тестирование спец предложений	Создание 2 альтернативных предожений													
	4. SEO оптимизация сайта	Title, Description, open graf, перезаливка тяжелых файлов и пр.													
Контекстная реклама	1. Создание (в первый месяц) и корректировка (при необходимости) структуры/архитектуры и стратегии рекламной кампании;	Подготовленная к запуску рекламная кампания по согласованной архитектуре для удобства анализа													
	2. Подбор ключевых фраз согласно целевой аудитории рекламной кампании;														
	3. Количество поисковых фраз – неограниченно;														
	4. Отдельные кампании для поиска, рся/кмс, ретаргетинга (в медицинской и эротической тематике с ограничениями);														
	5. Создание кампаний по предоставляемым базам Заказчика (Яндекс аудитории);														
	7. Подключение к интеллектуальной системе корректирок ставок (собственный закрытый биддер агентства, который снижает бюджет на контекстную рекламу до 40%);	Снижение рекламного бюджета													
	8. Еженедельная работа с минус словами;														Обратная связь по продажам (количество обращений, продаж, типы продаж, типы трафика, изменились ли вопросы от клиентов и др)
	9. Создание визиток (при настройке в первый месяц);	Повышение эффективности рекламных объявлений													
	10. Тестирование объявлений (АВ тест и сплит тест);														
	8. Предложение по замене/изменению рекламных объявлений														
	11. Создание быстрых ссылок с описаниями и расширениями;														
	12. Создание вторых заголовков;														
	13. Написание уточнений;														
	14. Ежедневный контроль и оптимизация бюджета с помощью собственного закрытого биддера;														
	15. Предоставление гостевого доступа к аккаунту;														
	16. Подключение коллтрекинга (тариф коллтрекинга оплачивается отдельно)														
	17. Отслеживание и добавление новых ключевых запросов и минус-слов;														
	18. Анализ рекламных кампаний конкурентов в Яндекс Директ и корректировка рекламных кампаний														
Таргетированная реклама	1. Настройка до 6 рекламных кампаний на одной площадке в соответствии со стратегией продвижения;	Готовая к запуску рекламная кампания, визуализированная в mind map													
	2. Составление рекламных объявлений;														
	3. Установка UTM меток;														
	4. Подбор и тестирование аудиторий в рамках рекламной площадки;	Отсечение неэффективных аудиторий и усиление эффективных в процессе реализации рекламной кампании													
	5. Настройка аудиорекламы (стоимость ролика оплачивается отдельно в зависимости от ТЗ);	Аудиореклама в цосицльных сетях, которую слышит пользователь при воспроизведении аудио													Обратная связь по продажам (количество обращений, продаж, типы продаж, типы трафика, изменились ли вопросы от клиентов и др)
	6. Еженедельный мониторинг статистических показателей рекламной кампании;	Недопущение перерасхода, оперативное корректирование кампании													
	7. Предоставление отчетности 1 раз в месяц и корректировка (при необходимости) корректировка и построение гипотез на следующие месяцы	Подобранные новые аудитории или пересобраны старые аудитории, предложены новые коммуникации													
Дизайн	1. Подбор и разработка макетов для таргетированной рекламы,	Готовые к загрузке на площадке макеты													Заполнить бриф агентства, предоставить исходные материалы (паспорт стандартов, бренд бук, и/или другие элементы фирстиля)
	2. Разработка макетов для текстово-графических объявлений в контекстной рекламе														