# ОПРОСНЫЙ ЛИСТ КЛИЕНТА НА БИЗНЕС-АНАЛИЗ

Уважаемые господа, мы не заставляем заполнять все поля таблицы, если Вы сомневаетесь в правильности своих мыслей и решений или хотите часть работы по определению концепции Вашего проекта отдать на откуп нашим специалистам. Мы стремимся к тому, чтобы собрать максимально полную и точную информацию, что позволит нам глубже понять Ваши потребности и цели, а также эффективно спланировать следующие этапы сотрудничества

Все неоговорённые детали выполняются исполнителем в соответствии с его опытом и профессионализмом.

## Контактная информация:

|  |  |
| --- | --- |
| ФИО контактного лица: |  |
| Специальность/должность контактного лица: |  |
| E-mail\*: |  |
| Телефон\*: |  |
| Город: |  |
| Адрес: |  |
| Общая информация: |
| Какова цель (идея) данного интернет-проекта (Ваше виденье)? |  |
| Какие основные задачи должен решать данный проект? |  |
| Какие функциональные возможности должны быть реализованы в проекте? |  |
| Какие особенности и требования должны быть учтены при разработке проекта? |  |
| Какой сегмент рынка предполагается охватить данным проектом? |  |
| Какие конкуренты уже существуют на данном рынке и какие продукты и услуги они предлагают? |  |
| Какая стратегия развития планируется для данного проекта? |  |
| Какие сильные и слабые стороны конкурентов нужно учесть при разработке проекта? |  |
| Целевая аудитория. Опишите тех, кого вы видите потенциальными покупателями вашего товара или услуги. Кто они? Сколько им лет? Какого они пола? Достатка? Чем увлекаются? |  |
| Расскажите, для чего покупателям нужен ваш товар или услуга, какие их проблемы решает ваше предложение?Можно списком. |  |
| Опишите, какие у вашего товара или услуги сильные стороны, а какие слабые. Выделите одно или несколько самых важных преимуществ. Важный пункт – почему по вашему мнению покупателю стоит отдать предпочтение именно Вашей компании? |  |
| Укажите конкретную цену, если товар/услуга одна или их несколько. Отличается ли она от цены конкурентов? Почему? |  |
| Опишите самые популярные возражения клиента, отталкивающие от покупки вашего товара или услуги, и попробуйте их «закрыть». Например: «Это дорого – да, наша продукция дороже конкурентов, но она качественнее». «Это мне не нужно – если сейчас вы не купите данную услугу/товар, вы рискуете/потеряете/не получите ... в будущем». И так далее. Если не получается сформировать возражения – пропускайте вопрос. |  |
| Опишите схему сотрудничества с клиентом. Например: 1. Заявка на сайте; 2. Звонок менеджера для согласования деталей; 3.…  |  |
| Примечание.Напишите здесь то, что не было упомянуто в ответах на перечисленные выше вопросы, но что обязательно нужно рассказать. |  |

## Итог исследования

Что вы получите от исследования?

* Данные о рынке, включая его размер, структуру и динамику;
* Информация о потенциальных клиентах, их потребностях и предпочтениях;
* Анализ конкурентов, их преимуществ и слабостей;
* Требования и ожидания целевой аудитории;
* Информация о рыночных тенденциях и изменениях в отрасли;
* Информация о возможных рисках и способах их управления;
* Наработки для концепции бизнеса

## Дополнительная информация:

Перечислите всю дополнительную информацию, которая ещё не была отражена в Брифе и может повлиять на сложность и стоимость разработки.

|  |
| --- |
|    |

Заполненный бриф отправьте на e-mail: ya@palpalych.ru

Если у вас возникли вопросы, то просто позвоните нам: + 7 (981) 172-15-24 или в Телеграм @PavelSayk