

۱. هدف اصلی شما از تبلیغات چیست؟

جواب: هدف اصلی ما افزایش فروش محصولات و خدماتمان است و همچنین می‌خواهیم برندمان بیشتر شناخته شود.
نکته: هدف‌های تبلیغاتی می‌توانند شامل افزایش آگاهی از برند، جذب لید، افزایش فروش یا تعامل با مشتریان باشند.

۲. مخاطبان هدف شما چه کسانی هستند؟

جواب: مخاطبان هدف ما شامل جوانان ۱۸-۳۵ ساله، علاقه‌مند به تکنولوژی و ورزش هستند.
نکته: شناخت دقیق مخاطبان هدف به شما کمک می‌کند تا کمپین تبلیغاتی خود را بهینه‌سازی کنید و پیام‌های مناسبی ارسال کنید.

۳. بودجه تبلیغاتی شما چقدر است؟

جواب: بودجه ما برای این کمپین تبلیغاتی ۵۰ میلیون تومان است.
نکته: دانستن بودجه به شما کمک می‌کند تا استراتژی‌های مناسبی برای بهره‌وری از منابع مالی داشته باشید.

۴. چه پلتفرم‌هایی را برای تبلیغات ترجیح می‌دهید؟

جواب: ما ترجیح می‌دهیم در اینستاگرام و گوگل تبلیغ کنیم چون بیشتر مخاطبان ما در این پلتفرم‌ها فعال هستند.
نکته: انتخاب پلتفرم‌های مناسب براساس جایی که مخاطبان هدف شما بیشتر حضور دارند، بسیار مهم است.

۵. کدام محصولات یا خدمات شما اولویت دارند؟

جواب: ما می‌خواهیم تمرکز اصلی تبلیغات بر روی محصولات جدیدمان باشد که شامل گجت‌های هوشمند هستند.
نکته: تمرکز بر روی محصولات یا خدمات خاصی به شما کمک می‌کند تا پیام‌های تبلیغاتی خود را هدفمندتر کنید.

۶. چه پیام‌های کلیدی باید در تبلیغات شما منتقل شود؟

جواب: پیام اصلی ما کیفیت بالا و قیمت مناسب محصولاتمان است. همچنین می‌خواهیم بر نوآوری و خدمات پس از فروش تاکید کنیم.
نکته: پیام‌های کلیدی باید به وضوح و صراحت بیانگر مزایا و ارزش‌های محصولات یا خدمات شما باشند.

۷. تاریخ شروع و پایان کمپین تبلیغاتی شما چه زمانی است؟

جواب: ما می‌خواهیم کمپین تبلیغاتی خود را از اول آبان ماه شروع کنیم و تا پایان آذر ماه ادامه دهیم.



نکته: داشتن یک جدول زمانی مشخص برای کمپین تبلیغاتی به شما کمک می‌کند تا فعالیت‌های خود را بهتر برنامه‌ریزی کنید.

۸. آیا تا به حال کمپین‌های تبلیغاتی مشابه‌ای داشته‌اید؟ نتایج آن چه بوده است؟

جواب: بله، ما سال گذشته یک کمپین تبلیغاتی در اینستاگرام داشتیم که نتایج خوبی به همراه داشت و فروش ما ۲۰٪ افزایش یافت.
نکته: بررسی نتایج کمپین‌های قبلی می‌تواند به شما کمک کند تا از تجربیات گذشته درس بگیرید و استراتژی‌های بهتری اتخاذ کنید.

۹. آیا برند شما دارای هویت بصری خاصی است که باید در تبلیغات رعایت شود؟

جواب: بله، رنگ‌های برند ما آبی و سفید هستند و لوگوی ما باید در همه تبلیغات استفاده شود.
نکته: رعایت هویت بصری برند در همه تبلیغات بسیار مهم است تا یکپارچگی و شناخت برند حفظ شود.

۱۰. معیارهای موفقیت کمپین تبلیغاتی شما چیست؟

جواب: معیارهای موفقیت ما شامل افزایش تعداد فالوورها، افزایش بازدید سایت و افزایش فروش به میزان ۳۰٪ است.
نکته: مشخص کردن معیارهای موفقیت به شما کمک می‌کند تا بتوانید عملکرد کمپین خود را ارزیابی کنید و بهبودهای لازم را اعمال کنید.

