

Brief pentru agenția de marketing + 15 întrebări de clarificat înainte să semnezi

Documentul are două scopuri: te ajută să transmiți foarte clar ce vrei să obții și să afli, încă de la prima întâlnire, dacă agenția e potrivită pentru tine. Durează aproximativ o oră de completat, iar ora asta îți poate economisi luni de bani aruncați.

PARTEA 1

Brieful

PARTEA 2

15 întrebări

PARTEA 3

Fișa de comparare

PARTEA 4

Verificarea finală

Trei pași, în ordinea asta

1

PARTEA 1

Completează brieful

Înainte să contactezi vreo agenție. Trimite-l tuturor agențiilor cu care vorbești, ca să primești oferte comparabile.

2

PARTEA 2

Pune cele 15 întrebări

la fiecare întâlnire și notează răspunsurile. Contează și cât de clar îți răspund, și cum îți răspund.

3

PARTEA 3 ȘI 4

Compară agențiile

pe fișa cu note de la 1 la 5, apoi parcurge verificarea finală înainte să semnezi.

Dacă o agenție nu vrea să răspundă la brief sau la întrebări, ai deja un răspuns.

CE CONȚINE DOCUMENTUL

Partea 1	Brieful — 7 secțiuni, 31 de rânduri de completat
Partea 2	15 întrebări pentru prima întâlnire
Partea 3	Fișa de comparare, cu note de la 1 la 5
Partea 4	Verificarea finală înainte de semnătură
Încă un pas	Verifică site-ul înainte să plătești pentru trafic

Brieful — despre magazin, punct de plecare, bani

Completează coloana din dreapta. Unde nu știi un răspuns, scrie „nu știu”: asta e informație utilă pentru agenție, iar o agenție bună te ajută să afli.

CE COMPLETEZI

RĂSPUNSUL TĂU

Despre magazin

Numele magazinului și adresa site-ului

Ce vinzi (categorii principale)

Produsele care se vând cel mai bine

De când funcționează magazinul

Platforma (Shopify, WooCommerce, altă soluție)

Situația de acum (punctul de plecare)

Comenzi pe lună (media ultimelor 3–6 luni)

Venit lunar din magazin

Valoarea medie a unei comenzi

Vizitatori pe lună și rata de conversie, dacă le știi

Cât cheltuiești acum pe reclame și unde

Sezonalitate (lunile mai bune și mai slabe)

Banii

Profitul pe o comandă (după costul produsului, ambalaj, transport, retururi)

Cost maxim per comandă pe care ți-l permiți

Buget lunar pentru reclame (separat de onorariu)

Buget lunar pentru onorariul agenției

Brieful — obiectiv, clienți, resurse, colaborare

CE COMPLETEZI

RĂSPUNSUL TĂU

Obiectivul

Ce vrei să se întâmple (în cifre: de la ... la ...)

În cât timp

Ce ai încercat deja și ce a mers sau nu

Clienții

Cine îți cumpără acum

Pe cine ai vrea să mai atragi

Principalii concurenți (2–3 magazine)

Ce ai deja

Conturi de reclame (Meta, Google) și pe numele
cui suntGoogle Analytics, Search Console, pixel
Meta instalateLista de clienți / abonați la newsletter
(aproximativ câți)

Poze, video, texte de produs

Cum lucrați împreună

Persoana ta de contact și cât timp are pentru asta

Cine aprobă materialele și în cât timp

Data la care vrei să începi

15 întrebări pentru prima întâlnire

Pune-le pe rând și notează răspunsurile în ultima coloană. Un răspuns bun e concret, are cifre sau exemple și nu te lasă cu mai multe întrebări decât ai avut.

#	ÎNTREBAREA	CE VREI SĂ AUZI	SEMN DE ALARMĂ	NOTELE TALE
1	Cine va lucra efectiv pe contul meu și cât timp pe lună?	✓ Un nume, un rol și un număr de ore	! „O să aveți o echipă dedicată”, fără nume	
2	Cu ce magazine asemănătoare aveți experiență și ce rezultate pot vedea?	✓ Studii de caz cu situația de plecare, ce s-a făcut, în cât timp	! Doar logo-uri și procente mari, fără context	
3	Pot vorbi cu un client actual sau fost?	✓ Da, cu 1-2 contacte	! Refuz sau ocolire	
4	Ce faceți în primele 30 de zile?	✓ Audit, configurarea măsurării, plan de lucru	! „Lansăm reclamele din prima zi”, fără verificări	
5	Ce obiectiv realist vedeți pentru magazinul meu și pe ce vă bazați?	✓ O estimare cu ipoteze, și ce nu depinde de ei	! Promisiuni sau garanții de vânzări	
6	Ce indicatori urmăriți și cum verific eu cifrele?	✓ Comenzi, cost per comandă, ROAS, acces direct la date	! Doar afișări, like-uri, urmăritori	
7	Cine deține conturile de reclame, pixelul și datele?	✓ Conturile sunt ale tale, agenția are acces ca partener	! Conturile sunt pe numele agenției	
8	Cum se calculează onorariul și ce se întâmplă cu el când bugetul de reclame crește?	✓ Ofertă pe linii, reguli clare de recalculare	! O singură sumă globală, fără detalii	

Întrebările 9–15

#	ÎNTREBAREA	CE VREI SĂ AUZI	SEMN DE ALARMĂ	NOTELE TALE
9	Ce nu intră în preț (creativ, video, configurare, instrumente, taxe)?	✓ O listă clară de costuri suplimentare	! „Se va vedea pe parcurs”	
10	Care este perioada de probă și preavizul?	✓ Perioadă de probă și ieșire fără penalități mari	! Contract lung, fără posibilitate de reziliere	
11	Ce se întâmplă dacă rezultatele nu apar în primele trei luni?	✓ Discuție, plan de corecție, ieșire fără conflict	! „La noi nu se întâmplă asta”	
12	Ce vedeți la site-ul meu care ar putea împiedica vânzările?	✓ Observații concrete despre mobil, pagini de produs, checkout	! Nu pomenesc nimic despre site	
13	Cât de des primesc rapoarte, în ce format, și cine mi le explică?	✓ Lunar, cu cifre și interpretare, plus ce se schimbă luna viitoare	! Rapoarte generate automat, fără explicații	
14	Cum se încheie colaborarea și ce îmi predați la final?	✓ Accese, documentație, fișiere sursă, într-un termen precis	! Nimic scris despre predare	
15	Ce aveți nevoie de la mine ca să lucrați bine, și cum sunt prelucrate datele clienților mei?	✓ Timp de răspuns, materiale, accese și un acord de prelucrare a datelor	! Cer acces la tot, fără explicații despre date	

Dacă o întrebare nu primește un răspuns clar, întreab-o din nou, cu alte cuvinte. Dacă nici a doua oară nu primești un răspuns transparent, ia-o ca pe o informație despre cum ar fi colaborarea.

Fișa de comparare

După trei întâlniri în aceeași săptămână, nu mai știi cine ce a spus. După fiecare întâlnire, încercuiește o notă de la 1 (slab) la 5 (foarte bine). Scrie numele agențiilor în capul coloanelor.

	AGENȚIA	AGENȚIA	AGENȚIA
CRITERIU			
Experiență cu magazine online asemănătoare	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Studii de caz cu context și referințe reale	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Ne-au pus întrebări despre afacerea mea înainte de ofertă	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Persoana care lucrează pe cont mi-a fost prezentată	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Răspunsuri clare și transparente la cele 15 întrebări	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Oferta pe linii, fără costuri ascunse	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Conturile și datele rămân la mine	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Obiective în cifre, cu mod de măsurare	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Contract cu probă, preaviz și predare la final	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Au vorbit sincer despre site și despre ce nu depinde de ei	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5

Total (din 50)

Totalul te ajută, dar nu decide singur. O agenție cu nota 5 la preț și 1 la transparență rămâne o alegere riscantă.

Verificarea finală înainte de semnătură

Bifează fiecare punct. Dacă rămân puncte nebifate, rezolvă-le înainte să semnezi, nu după.

- ☐ Obiectivele sunt scrise în contract, în cifre, cu punct de plecare, țintă și termen
- ☐ Contractul spune de unde se iau cifrele (de exemplu, comenzile finalizate din platforma magazinului)
- ☐ Serviciile și livrabilele sunt enumerate pe puncte, nu „marketing online”
- ☐ Conturile de reclame, pixelul, creativele și datele sunt ale tale, iar tu ai acces de administrator
- ☐ Există perioadă de probă și preaviz rezonabil
- ☐ Predarea la final (accese, documentație, fișiere) e scrisă, cu termen
- ☐ Onorariul și bugetul de reclame sunt separate, iar costurile suplimentare se aprobă în prealabil
- ☐ Raportarea are frecvență, format și cifre clare
- ☐ Există un acord de prelucrare a datelor, dacă agenția lucrează cu datele clienților tăi
- ☐ Aș putea explica unui prieten, în două propoziții, ce va face agenția pentru banii mei
- ☐ Un jurist a citit contractul

SEMNALĂ CARE CER O PAUZĂ

- garanții de vânzări sau de poziția 1 pe Google
- presiune („oferta e valabilă doar azi”)
- refuzul de a-ți da acces la conturi
- rapoarte cu afișări și like-uri
- schimbări dese ale oamenilor de pe contul tău

Unul singur nu e o condamnare; trei sau mai multe înseamnă să te oprești.

Documentul nu înlocuiește un sfat juridic.

Verifică site-ul înainte să plătești pentru trafic

O agenție bună aduce oameni în magazin, dar nu îi poate face să cumpere dintr-un site care nu convinge. Dacă la întrebarea 12 agenția nu ți-a spus nimic despre site, verifică-l singur:

- ☐ **01** Comanda se finalizează ușor de pe telefon
- ☐ **02** Paginile de produs spun repede ce vinzi, cât costă și când ajunge
- ☐ **03** Costul livrării se vede din timp, fără surprize în ultimul pas
- ☐ **04** Pagina se încarcă repede
- ☐ **05** Se vede că ești un magazin real: contact, retur, recenzii, metode de plată cunoscute

RAPORT GRATUIT

 Digitalcat.ro

Vrei să afli unde pierzi clienții înainte să dai bani pe trafic?

Cere un raport gratuit pentru site-ul tău.

Cere raportul gratuit → www.digitalcat.ro