# Бриф на разработку веб-сайта

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№** | **Вопросы** | **Ответы** |
| **МАРКЕТИНГОВАЯ ЧАСТЬ** |
| 1. | Обзор (Сфера деятельности компании):Краткий обзор индивидуальности бренда: что делает бренд уникальным? |  |
| 2. | Цель сайта:Привлечение новых клиентовПродажа через ИнтернетPR товара или услугиИнформация для посетителей (представление компании) |  |
| 3. | Целевая аудитория:Частные лица (розница)Фирмы (организации) (опт)Опт и розница | *Например магазины: buro.ru, verybest.ru, luxurybijoux.ru – оптовики, задача – обслуживать постоянных клиентов. Представлен каталог без цен. Цены показываются оптовикам в профиле. Если цель – привлечение розничных клиентов, то лучше делать магазин сразу под них, а на отдельной странице “Для оптовиков” предложить связаться по вопросам опта.* |
| 4. | Возрастные группы клиентов:До 18 лет18-2525-4040 и выше |  |
| 5. | Краткая информация по типовым клиентам:географический – страна, регион, город. демографический - возраст, пол. психографический - общественный класс, образ жизни, тип личности. |  |
| **ГРАФИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ** |
| 6. | Стиль:Наличие логотипа, фирменного стиля или брендбука |  |
| 7. | Свойства бренда (слова наиболее подходящие стилистике сайта):Перечислите 5-7 свойств, которые лучше всего описывают ваш бренд и 1 свойство, которого вы хотели бы избежать | *корпоративный, молодежный, авангардный, мягкий, теплый и тд.* |
| 8. | Тип подачи информации:Корпоративный стиль, строгий стиль, развлекательный стиль, комплексное решение.Простые геометрические фигуры, тщательно прорисованные образы, техно-стиль, граффити, псевдообъемные элементы. |  |
| 9. | Цветовая гамма:Цвета, желательные или обязательные для использования. Если есть нежелательные, то их тоже укажите. |  |
| 10. | Графические элементы:Графические образы, которые желательно или обязательно использовать.Если есть нежелательные элементы, то тоже укажите.(mood board, визуальный лексикон – цвета, шрифты и элементы визуального стиля) |  |
| 11. | Представьте, что сайт музыкальное произведение. К какому жанру вы его отнесете?ОпераКлассикаПопРокЭлектронная… |  |
| 12. | Прочее:анимация, слайдшое, flash, музыка, заставки, баннеры или контекстная реклама. |  |
| **ТЕХНИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ** |
| 13. | Язык сайта:РусскийАнглийскийДругой |  |
| 14. | Периодическая информация:Новости, пресс-релизы, публикации, новинки, спецпредложения, статьи и тд. |  |
| 15. | Каталог продукции или магазин:Продукция, услуги, калькулятор заказа, выставление счета. |  |
| 16. | Интерактивная часть:Форма отправки письма или заявки, форум, гостевая книга, голосования, опросы. |  |
| 17. | Закрытые разделы сайта для ограниченного доступа: |  |
| **ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ИНФОРМАЦИЯ**  |
| 18. | Конкуренты:Лидеры на рынке, названия компаний, сайты. |  |
| 19. | Примеры понравившихся сайтов: Что понравилось? цветовое решение, композиция, подача информации, запоминаемость и т.д. |  |
| 20. | Тексты на сайт:Предоставляются заказчиком / нашим агентством |  |
| 21. | Наполнение сайта:Предоставляются заказчиком / нашим агентством |  |
| 22. | Хостинг для сайтаПредоставляются заказчиком / нашим агентством |  |
| 23. | Тип срочности проекта­­ |  |
| 24. | Дополнения и комментарии: |  |
| **КОНТАКТНАЯ ИНФОРМАЦИЯ** |
| 25. | Название компании и адрес сайта: |  |
| 26. | Контактное лицо и должность: |  |
| 27. | Телефон и e-mail: |  |

**LOCO.RU**

*Движение жизни к качеству*

