**Бриф для дизайнера  
— шаблон для предпринимателя —**

*Заполните этот бриф и отправьте дизайнеру. Он сокращает время, уменьшает количество правок и помогает получить предсказуемый результат.*

**0. Быстрый паспорт проекта (заполните в первую очередь)**

|  |  |
| --- | --- |
| Название компании / проекта |  |
| Контактное лицо и роль |  |
| Способы связи (телефон, Telegram, email) |  |
| Тип задачи (сайт/лендинг, логотип, фирменный стиль, презентация, упаковка, баннеры, соцсети и т.п.) |  |
| Цель проекта (заявки/продажи/узнаваемость/инвестиции/найм и т.п.) |  |
| Крайний срок и причины (релиз, событие, сезонность) |  |
| Бюджет или вилка (и что входит) |  |
| Критерии успеха (KPI: конверсия, CTR, охваты, заявки, NPS, и т.д.) |  |

**1. Бизнес-контекст**

* Что вы продаёте? Коротко: продукт/услуга, средний чек, маржа, цикл сделки.
* ЦА: кто ваши клиенты? География, сегменты, ключевые боли и триггеры покупки.
* Позиционирование: чем отличаетесь от конкурентов? Ваше УТП в 1–2 предложениях.
* Бренд‑тон (tone of voice): деловой, дружелюбный, экспертный, дерзкий, премиальный и т.п.

**2. Объём работ и формат результата**

Отметьте нужное и допишите детали.

* Сайт/Лендинг: количество экранов, нужные разделы (о нас, услуги, цены, отзывы, блог, вакансии, контакты).
* Логотип: основные задачи (узнаваемость, минимализм, адаптивность), варианты использования (цифра, печать).
* Фирменный стиль: палитра, шрифты, паттерны, иконки, носители (визитки, бланки, мерч, упаковка, соцсети).
* Баннеры/Креативы для рекламы: сети (Meta\*, Google, TikTok), форматы, плейсменты, офферы, USP, CTА.
* Соцсети: обложки, шаблоны постов/сториз, гайды по верстке контента.
* Презентации/Питчи: структура, длительность показа, кто аудитория (инвесторы, клиенты, партнёры).
* Упаковка/Наклейки/Вывески: размеры, материалы, тех.спецификации типографии/подрядчика.

Формат исходников: Figma (обязательно компоненты/стили/автолейаут), а также экспортные файлы: SVG, PDF, PNG/WebP.

**3. Контент и структура**

* Карта контента: список страниц/экранов и их цели.
* Иерархия заголовков: H1/H2/H3; ключевые сообщения и «one‑liner» для главного экрана.
* Медиа: логотипы, фото, видео, скриншоты, кейсы. Есть ли готовые материалы? Где взять?
* SEO (для сайтов): семантика, целевые запросы, метаданные (title/description), микроразметка, скорость загрузки.
* Юнит‑экономика страницы: какой оффер, доверительные элементы (гарантии, сертификаты), соцдоказательства (отзывы, клиенты).

**4. Визуальные предпочтения и референсы**

* Примеры «как нравится» и «как не нравится» (ссылки). Поясните, что именно: сетка, типографика, иллюстрации, фото‑стиль.
* Цвета и шрифты: что уже используется? Что строго нельзя?
* Иллюстрации/фото: сток/собственные, стиль (реализм, flat, 3D, монохром и т.п.).

**5. Технические требования**

* Инструмент: Figma; требования к слоям, компонентам, авто‑лейаутам и библиотекам.
* Адаптивы: 1440/1280/1024/768/390 (минимум — десктоп, планшет, мобильный).
* Сетка и вертикальный ритм: колонки, отступы, контейнеры, принципы масштабирования.
* Экспорт: SVG для иконок/логотипа; WebP/AVIF для изображений; шрифты — указать лицензии.
* Доступность (a11y): контраст, размеры шрифта, фокус‑состояния, alt‑тексты, ошибки форм.
* Локализация: языковые версии, длина текстов, направленность письма (если RTL).
* Юридическое: права на исходники, коммерческие лицензии на шрифты/фото/иконки.

**6. Процесс, роли и коммуникации**

1. Этап 1 — Вайрфреймы: согласуем структуру, без «украшательств». До 2 кругов правок.
2. Этап 2 — Первый визуальный драфт (ключевые экраны): до 2 кругов правок.
3. Этап 3 — Раскатка на все экраны/носители: до 2 кругов правок.
4. Этап 4 — Финал и передача исходников: чек‑лист приёмки, экспорт пакета ассетов.

Коммуникации: единый чат/канал, SLA на ответы (например, до 24 часов), еженедельный созвон‑статус.

**7. Сроки и контроль качества**

* Промежуточные дедлайны по этапам и финальная дата.
* QA‑чек‑лист: соответствие ТЗ, адаптивность, доступность, корректный экспорт, читабельные имена слоёв.
* Тестовые экраны/варианты A/B — что именно сравниваем и какие метрики считаем.

**8. Хэнд‑офф: что именно должен передать дизайнер**

* Figma‑файл с авто‑лейаутами, компонентами, библиотеками стилей (цвета, типографика, эффекты).
* Дизайн‑система (мини‑гайд): кнопки, формы, карточки, таблицы, состояния (hover/pressed/disabled/error).
* Экспорт ассетов: SVG/PNG/WebP, 1x/2x, правильно названные файлы, структура папок.
* Логотип‑пакет: цветной/моно/инверсия, горизонтальный/вертикальный/знак, SVG/PDF/PNG.
* PDF‑гайд по использованию (бренд‑бук light): палитра, поля, минимальные размеры, запреты.
* Список лицензий и источников (шрифты, стоки, иконки) + подтверждение передачи прав.

**9. Риски, ограничения и предположения**

* Сезонность/события/зависимости (фотосъёмка, копирайтинг, перевод).
* Ограничения: бюджет, сроки, регуляторика, бренд‑гайд корпоративной группы.
* Гипотезы/предпосылки: что считаем верным на старте и как это проверим.

**10. Финансы и юридические условия**

* Оплата по этапам/майлстонам (аванс, промежуточные платежи, финальный расчёт).
* Что входит в бюджет, а что считается допработами (почасовая ставка/фикс за пакет правок).
* Сервис‑уровни: сроки реакций, количество правок на этап, условия ускорения (rush‑fee).
* Передача прав на результаты и исходники после полной оплаты. NDA при необходимости.

**Приложения (по мере готовности)**

* A. База референсов (с пояснениями — что именно нравится/не нравится).
* B. Карта сайта/скрин‑план экранов.
* C. Таблица контента: тексты, медиа, ответственные и дедлайны предоставления.
* D. Семантика и ключевые запросы (для сайта), черновики метаданных.
* E. Фото/видео‑лист (что нужно снять/докупить).

**Мини‑чек‑листы**

**Чек‑лист для предпринимателя (до старта)**

* Определил цель проекта и KPI.
* Подготовил или заказал тексты/фото/логотипы (минимум для MVP).
* Собрал 5–7 референсов «нравится/не нравится» с пояснениями.
* Определил сроки, бюджет, ответственных по контенту и согласованию.
* Назначил единый канал связи и частоту статусов.

**Чек‑лист при приёмке результата**

* Соответствие ТЗ и структуре.
* Адаптив корректен на ключевых брейкпоинтах.
* Контраст и читаемость соответствуют WCAG базово.
* Ассеты экспортированы, слои и компоненты названы понятно.
* Переданы исходники, бренд‑гайд и список лицензий.

**Бланк для заполнения**

**Описание компании и продукта (2–4 предложения):**

—

**Целевая аудитория (портреты сегментов):**

—

**Ключевые проблемы клиента и как вы их решаете:**

—

**УТП (одним предложением):**

—

**Главный оффер/заголовок для первого экрана:**

—

**Необходимые экраны/носители и их цели:**

—

**Референсы (ссылки) и пояснения:**

—

**Запрещённые решения (цвета, стили, штампы):**

—

**Сроки по этапам:**

—

**Бюджет/вилка и условия оплаты:**

—

**Ответственные за контент/согласование (ФИО, контакты):**

—

**Прочие пожелания и ограничения:**

—

*Примечание: шаблон учитывает лучшие практики постановки задач дизайнерам и подходит для сайтов, логотипов, фирменных стилей, рекламных материалов и презентаций.*