

Бриф на разработку сайта

1. ОБЩАЯ ИНФОРМАЦИЯ ОБ ОРГАНИЗАЦИИ

- 1.1 Организация:
- 1.2 Основная сфера деятельности:
- 1.3 Позиционирование на рынке (миссия компании):
- 1.4 Основные конкуренты (по возможности указать адреса сайтов):
- 1.5 Сильные/слабые стороны конкурентов (цены, качество, продвижение, сервис)
- 1.6 Уровень использования электронной почты и Интернет подразделениями организации в работе с клиентами, дилерами, партнерами, прессой
- 1.7 Дополнительная информация об организации, полезные комментарии к интернет-проекту

2. ПРОДУКЦИЯ/УСЛУГИ

- 2.1 Продукция, услуги (бренды, товарные группы, виды услуг):
 - 2.1.1 Целевая аудитория (целевые группы):**
 - 2.1.2 Основные потребители товаров/услуг (портрет потребителя по целевым группам):
 - Юридические лица:
 - 2.1.3 Основные потребители товаров/услуг (портрет потребителя по целевым группам):
 - Физические лица:
 - 2.2 Существующая география реализации товаров/услуг:**
 - 2.2.1 Приоритетные географические рынки сбыта, (в т.ч. интересующие рынки):
- 2.3. Основная форма реализация товаров/услуг (крупный опт, мелкий опт, розница, под заказ):

2.4 Основные каналы реализации/сбыта:

2.5 Основные рекламируемые товары, продвигаемые бренды, товарные марки (указать конкретные названия):

2.6 Основные характеристики продукции/услуг (потребительские свойства, особенности, преимущества):

2.7 Бренды (продукты/услуги) с уникальными свойствами (историей, легендой):

2.8 Особенности продвижения брендов (торговых марок), продукции/услуг (отдельных товарных групп, видов услуг):

2.9 Конкурентные преимущества (особенности производства, качество, упаковка, распространение, сервис):

2.10 Доминантная продукция/услуга (бренд, товарная группа), продвижению которой уделяется (или планируется уделять) особое внимание:

2.11 Средневзвешенная оценка уровня цен на основные виды продукции/услуг по отношению к аналогам на рынке (подчеркнуть):

- очень высокий;
- выше, чем у конкурирующих аналогов;
- на уровне конкурирующих аналогов;
- ниже, чем у конкурирующих аналогов;
- очень низкий

Комментарий:

2.12 Частота выпуска новой продукции (вывода новых услуг) и/или обновления существующих линеек продукции:

2.13 Рекламно-маркетинговая поддержка сбыта:

- Реклама на ТВ:
- Реклама на радио:
- Реклама в печатных изданиях:
- Директ-маркетинг:
- Промо-акции:
- PR-акции:

Комментарии:

2.14 Дополнения, замечания, комментарии полезные для работы над интернет-проектом:

3. ИНТЕРНЕТ-ПРОЕКТ

3.1 Доменное имя для сайта (возможные варианты):

3.2 Название сайта (если предполагается):

3.3 Цели веб-проекта (пронумеровать в порядке приоритетности):

- _____ Привлечение клиентов, заказчиков
- _____ Привлечение партнеров
- _____ Выход на новые рынки
- _____ Имиджевая цель
- _____ Улучшение информационных коммуникаций (информационная поддержка партнеров, клиентов, дилеров)
- _____ Ознакомление потенциальных клиентов с продукцией
- _____ Сбор маркетинговой информации (исследования аудитории), проведение опросов и т.д.
- _____ Обратная связь с потребителями
- _____ Создание источника актуальной информации для клиентов, партнеров, прессы
- _____ Другое

3.3 Тип сайта:

- корпоративный, рекламно-информационный сайт представляющий организацию, продукцию и услуги?
- тематический проект, с основной доминантной на продукцию/услуги?

Комментарий:

3.4 Целевая аудитория сайта (целевые группы):

3.5 Будет ли сайт являться частью новой концепции продвижения организации (бренда, товаров/услуг) или сайт создается в рамках уже существующей стратегии продвижения?

3.6 Основные элементы (доминанта рекламного послания) наиболее эффективных рекламных кампаний организации (бренда, товаров/услуг), которые могут быть использованы при разработке концепции интернет-проекта:

3.7 Слоганы рекламных компаний организации (бренда, товаров/услуг), если их необходимо использовать (или если они определяют концепцию и стиль сайта):

3.8 Общее впечатление о компании, продукции/услугах, которое должно создаваться у целевой аудитории от посещения сайта? (перечислите возможные ассоциативные связи – например, надежно, удобно, профессионально, выгодно и т.д.):

3.9. Планируется ли сопровождать начало работы сайта рекламной кампанией в интернет?

4. ДИЗАЙН И СТИЛИСТИКА САЙТА

4.1. В дизайне сайта необходимо придерживаться:

- Существующего фирменного стиля организации:
- Стиля основной торговой марки (бренда):
- Определяющим является воздействие на целевую аудиторию:

Комментарий:

4.2 Фирменный стиль компании:

- цвета
- логотип

- торговые марки (знаки)

- персонаж

- шрифты

Дополнительно:

4.3 Возможность принятия оригинальных решений (в плане концепции, стилистики, дизайна, подачи информации):

- обязательно серьезный, деловой стиль сайта и подачи информации:
- возможно использование эффектной (например с юмором) подачи информации:
- возможен частично развлекательный вариант для некоторых разделов:

Комментарий:

4.4 Предпочтительнее:

- уделить внимание формированию положительного имиджа:
- предоставлению большого количества информации:
- функциональности и сервисам сайта для посетителей:

Комментарий:

4.5 Цветовое решение (цветовая гамма):

- приглушенные спокойные тона:
- эффектные броские, яркие краски:

Комментарий:

4.6 Сайты, которые производят благоприятное впечатление по стилю (желательно перечислить несколько адресов, по возможности для каждого указать, что именно нравится – дизайн, общее восприятие, цветовая гамма, компоновка и т.д.):

4.7 Использование flash-анимации в дизайне (ненужное зачеркнуть):

- неприемлемо:
- желательно:
- обязательно:
- еще не решили:

Комментарий:

4.8 Предполагаемый объем информации на сайте (ненужное зачеркнуть):

- небольшой
- средний
- большой

Комментарий:

5. ФУНКЦИОНАЛЬНОСТЬ САЙТА

5.1 На сайте Вами планируется (ненужное зачеркнуть):

- Публикация новостей организации
- Публикация тематических (например, отраслевых) новостей
- Подписка/ рассылка новостей
- Публикация пресс-релизов
- Публикация тематических статей
- Организация каталога товаров/услуг
- Возможность выбора товаров из каталога (корзина)
- Организовать прием платежей (Интернет-магазин)
- Использовать быстрый поиск по сайту/каталогу
- Публиковать объявления о вакансиях
- Организация голосований и опросов
- Размещение файлов для скачивания
- Ведение рубрики вопрос-ответ
- Организация книги отзывов (гостевая книга)
- Организация доски объявлений
- Ведение форума

- Размещение собственной рекламы, акцентирующей внимание на отдельных товарах и услугах
- Организовать регистрацию посетителей для допуска к определенным разделам сайта
- Размещать формы заказ/заявки на товары и/или услуги

5.2 Планируемая регулярность обновления сайта (что именно и с какой периодичностью предполагается обновлять/добавлять):

5.3 Уровень готовности поддерживать сайт собственными силами (есть специалист или предполагается его нанять, наличие и технология доступа в интернет) или планируется осуществлять поддержку и продвижение сайта силами сторонней организации:

5.4. Наличие у организации компании пресс-службы (PR- службы), отвечающей за взаимодействие с прессой, подготовку новостей, пресс-релизов:

5.5. Планируется ли использование сайта, как рекламно-информационного ресурса при проведении рекламных акций в off-line (наружная реклама, печатные издания и т.д.):

5.6. Планируется ли проведение рекламных и/или PR-акций в Интернет, основным рекламно-информационным ресурсом, для которых станет создаваемый сайт (реклама в поисковых системах, публикация новостей и пресс-релизов на других сайтах, проведение конкурсов, акций, flash-открытки для партнеров, создание небольших промо-сайтов для отдельных акций, товарных групп и пр.):

5.7. Дополнения, замечания, пожелания, требования к сайту:

ФИО

Должность

Число

Подпись