

BRIIF

Ettevõte / Bränd:

Taust:

(sh tegevusvaldkond;
brändi missioon,
visioon ja väärtused;
toote või teenuse
kirjeldus;
ärilised eesmärgid ja
arenguplaanid;
sidusrühmad ja
partnerid)

Veebilehe eesmärgid:

(nt müügi suurendamine,
kliendibaasi laiendamine,
brändi tutvustamine, info
vahendus, müügipunkti
avamine vms. Mida
täpsem, seda parem!)

Veebilehe sihtauditoorium:

Loetle kõik sihtrühmad,
võimalused lisa
demograafilisi
andmeid!

Konkurendid:

Loetle kõik peamised
konkurendid! Mis on
nende tugevad ja
nõrgad küljed?

Senine turundus:

*Milliseid reklaam- või
turundusvõtteid juba
kasutad?*

Veebilehe kuvand / stiil:

*Milliste omadussõnadega
iseloomustaksid loodavat
veebilehte?*

**Kas on olemas
disainijuhised?**

*(nt brändi värvid,
stiiliraamat,
kirjatüübid vms)*

**Millised
funktsionaalsused
peaks lehel kindlasti
olema?**

Email / kontakt:

*Kas on juba email
olemas – nimeta! – või
see tuleks luua koos
veebilehega?*

Sotsiaalmeedia:

*Kas on olemas kontod,
millega veebileht peaks
ühilduma? Loetle!*

**Kas on tehnilisi
lisanõudeid?**

*(nt domeen, majutus,
platvorm vms)*

Tähtaeg!

*Millal on plaan
minna laivi?*

Tüüpilises briifis nimetatakse ka vastutavad osapooled (nii kliendi kui teostaja osas); lepitaks kokku suhtluskanalid ja suhtlemise sagedus (sh olulisemad tähtajad eeltöö, disaini ja arenduse osas); fikseeritaks eelarve ja selles sisalduvad tööd ning üleandmisele kuuluv tulem.