

БРИФ

Создание сайта

Настоящий документ носит строго конфиденциальный характер (по заполнению) и предназначен исключительно для внутреннего пользования организации. Содержание настоящего документа не подлежит раскрытию каким-либо третьим сторонам и не может быть использовано ими в каких-либо целях. Срок хранения данного документа составляет один год. Уничтожение документа происходит в соответствии с процедурой, установленной в организации.

Содержание:

1. НАЗВАНИЕ ПРОЕКТА	3
2. ИНФОРМАЦИЯ О КОМПАНИИ	3
3. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ О САЙТЕ	5
3.1. ЦЕЛЬ СОЗДАНИЯ САЙТА	5
3.2. ЗАДАЧИ САЙТА	5
3.3. КАТЕГОРИЯ WEB-ПРОЕКТА.....	6
3.4. ЦЕЛЕВЫЕ АУДИТОРИИ САЙТА.....	6
3.5. КЛЮЧЕВЫЕ ЭКРАНЫ	7
4. ДИЗАЙН И ОФОРМЛЕНИЕ	8
4.1. ФИРМЕННАЯ АТТРИБУТИКА И ПРАВИЛА ЕЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ	9
4.2. ПРОТОТИПЫ	11
4.3. ДИЗАЙН ГЛАВНОЙ СТРАНИЦЫ	11
4.4. ВЕРСТКА.....	12
4.5. НАВИГАЦИЯ ПО САЙТУ	12
5. СЕРВИСЫ. CMS — СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ КОНТЕНТОМ.....	13
5.1. ПОДКЛЮЧАЕМЫЕ МОДУЛИ	13
5.2. ЯЗЫКОВЫЕ ВЕРСИИ	14
6. ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ КОММЕНТАРИИ	14

- основные преимущества компании, ее особенности

- потребители

Результатом этого анализа является формирование набора «ключевых экранов» сайта и функциональных требований к ним. На базе ключевых экранов формируются разделы и структура будущего сайта.

3. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ О САЙТЕ

3.1. ЦЕЛЬ СОЗДАНИЯ САЙТА

Создание дополнительного канала распространения информации (рекламы)

Повышение узнаваемости бренда, продвижение его на рынке продаж

Привлечение максимального количества потенциальных клиентов

Создание дополнительного (или основного) инструмента приема заказов (например, Интернет-магазин)

Поддержка имиджа и статуса компании

Выделение преимуществ компании среди конкурентов

Удовлетворений пожеланий клиентов (клиенты часто спрашивают адрес вашего сайта)

Самостоятельный бизнес-проект для получения дохода от размещения рекламы на его страницах.

Другое

3.2. ЗАДАЧИ САЙТА

Осуществление продаж через сайт (Интернет - магазин)

Увеличение продаж и количества потребителей

Создание сообщества постоянных посетителей вокруг сайта

Распространение информации о компании

Информирование потенциальных потребителей о товарах и услугах компании

Другое

3.3. КАТЕГОРИЯ WEB-ПРОЕКТА

- Информационный корпоративный сайт
- Тематический бизнес (отраслевой) портал
- Корпоративный сайт с каталогом продукции
- Интернет магазин
- Промо-сайт (продвижение товара/услуги)
- Лендинг
- Рекламная площадка
- Другое

3.4. ЦЕЛЕВЫЕ АУДИТОРИИ САЙТА

Пол, возраст

Владельцы бизнеса, директора, менеджеры и т.п.

Дилеры (Компания заинтересована в удержании ключевых дилеров и в приобретении для своего развития новых «хороших» дилеров, тех, которые будут иметь долгосрочные планы сотрудничества и обеспечивать стабильные продажи)

Корпоративные клиенты (Конечные потребители - крупные и мелкие компании, которые делают разовые заказы или же постоянно сотрудничают с компанией.)

Частные клиенты (Конечные заказчики – частные лица, которые делают заказы для удовлетворения собственных нужд)

Интересующиеся

ЛИДЕРЫ МНЕНИЙ Компания заинтересована в создании устойчивого положительного имиджа среди категории населения, которая выступает экспертами для других людей, формирует общественно мнение, представляя востребованную информацию. К мнению экспертов прислушивается потребительское сообщество, что, в свою очередь влияет на объемы продаж компании.

ПОТЕНЦИАЛЬНЫЕ КЛИЕНТЫ Частные клиенты и компании, которые, возможно, слышали или сталкивались с Компанией, но до сих пор не приняли по любым причинам решения о начале работ. Возможно это финансовые, логистические или ассортиментные причины. Возможно, они работают с прямыми конкурентами или вообще никогда не слышали о Компании.

Сотрудники компании

Потенциальные сотрудники компании. Компанию интересует возможность привлечения наиболее квалифицированных сотрудников с рынка труда. Такие сотрудники потенциально могут рассматривать компанию, как место своего трудоустройства.

Другое

3.5. КЛЮЧЕВЫЕ ЭКРАНЫ

Структура будущего сайта, обязательные разделы, страницы.

4. ДИЗАЙН И ОФОРМЛЕНИЕ

Стилистика сайта, общие пожелания к дизайну.

- Какие обязательные элементы должен содержать сайт?

- Какое впечатление должен производить дизайн сайта на посетителя?

Дизайн сайта должен создавать эмоциональный настрой характеризуемый как:

Открытость	Технологичность
Легкость	Доступность
Профессиональность	Информативность
Строгость	Точность
Скромность	Надежность
Другое	

4.1. ФИРМЕННАЯ АТТРИБУТИКА И ПРАВИЛА ЕЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ

Фирменная айдентика

(наличие или необходимость дополнительной разработки элементов идентификации)

Логотип - графический символ компании или продукта.

Большой логотип	Большой и малый логотип в черно-белой редакции
Малый логотип	
Фавикон	Корпоративный знак
Другое	

Деловая документация

- Вертикальный бланк для основных документов
- Вертикальный и горизонтальный бланк для писем и предложений
- Корпоративные визитные карточки односторонние
- Корпоративные визитные карточки двухсторонние
- Оформление конвертов компании
- Электронная подпись

Фирменный стиль

- Правила использования логотипа
- Фирменные цвета и шрифты
- Стилизирующие элементы

Полиграфическая продукция

Визитки	Листовка	Фирменные папки для бумаг
Буклет	Плакат	
Каталог	Календарь	
Другое		

Корпоративный дизайн

Наружка	Указатели	Рецепшн
Вывеска	Таблички	Стенды
Другое		

Имиджевая и сувенирная продукция

Ручки	Пакеты	Зажигалки
Ежедневники	Футболки	Часы
Блокноты	Флаги	Одежда
Кружки	Воздушные шары	Техника
Другое		

- Какие из элементов фирменного стиля должны быть использованы на сайте?
- Какие цвета следует использовать?
- Существует ли фирменный шрифт компании?
- Обязательно ли его использование?
Да Нет
Другой вариант

- Какие образы ассоциируются с компанией и её профилем деятельности

Вся атрибутика и примеры ее использования предоставляются заказчиком перед началом работ.

4.2. ПРОТОТИПЫ

Прототипы сайтов необходимы для передачи требований к оформлению, структуре, первому впечатлению и прочим элементам, сложно поддающихся формализации. Возможны как положительные варианты, так и примеры сайтов, как не стоит делать.

- сайты, дизайн которых Вам нравится?

- сайты, дизайн которых Вам **НЕ** нравится?

4.3. ДИЗАЙН ГЛАВНОЙ СТРАНИЦЫ

- В каком стиле должна быть выполнена главная страница сайта

- Какие информационные блоки необходимо разместить на главной странице

Логотип

Информация о компании

Слоган

Рубрикатор каталога

Новости

Услуги

Другое

- На какой из блоков посетитель сайта должен обратить внимание в первую очередь?

4.4. ВЕРСТКА

Адаптивная (разрабатывается по умолчанию)

4.5. НАВИГАЦИЯ ПО САЙТУ

Количество уровней:

5. СЕРВИСЫ. CMS — Система управления контентом.

ПОИСК ПО САЙТУ (позволяет находить информацию на веб-сайте по заданному ключевому слову и выводить результаты поиска в определенном формате для быстрого перехода на интересующую страницу)

НОВОСТНЫЕ ЛЕНТЫ (предназначены для публикации и поиска новостей или других материалов, в структурированном виде на страницах сайта)

СИСТЕМА РОТАЦИИ БАННЕРОВ. Баннер – изображение рекламного характера, имеющее стандартный формат, побуждающее пользователя перейти к тому или иному разделу сайта или другому сайту в сети. Система ротации баннеров позволяет показывать на сайте внутренние и внешние рекламные модули.

ПОЧТОВЫЕ ФОРМЫ позволяет пользователю заполнять на сайте анкеты, формы заявок, резюме и отправлять их на e-mail менеджеров компании, не используя почтовые программы. Представляет собой список полей, которые предлагается заполнить / выбрать ответ. Ответы, данные пользователями, заполнившими анкету, отсылаются на электронный почтовый адрес менеджеров для последующей обработки.

СИСТЕМА РАССЫЛКИ (предназначена для формирования и рассылки электронных писем подписчикам сайта)

ПОДПИСКА НА НОВОСТИ (предназначена для регистрации пользователей в системе почтовых рассылок путем заполнения пользователем специальной формы подписки)

ОПРОСЫ (предназначены для сбора и получения информации от посетителей сайта)

СТАТЬИ (служит для удобного управления списком тематических статей, публикаций и любой другой информации)

ВОПРОС-ОТВЕТ (позволяет посетителям сайта легко находить ответы на интересующие их вопросы, а при отсутствии на сайте ответа на какой-либо вопрос, задать его администратору с помощью специальной формы)

ОБРАТНАЯ СВЯЗЬ служит для получения администратором запросов информации, замечаний и предложений от посетителей сайта посредством гибко настраиваемой формы. При этом электронный адрес администратора не публикуется, что исключает его попадание в списки массовых рассылок (spam).

ФАЙЛОВЫЙ АРХИВ (позволяет администратору закачивать на сайт файлы различных форматов, распределять их по категориям и публиковать на сайте ссылки на них)

ФОРУМ (служит для интерактивного общения посетителей сайта как с администрацией, так и друг с другом)

КАТАЛОГ (позволяет загружать на сайт графические изображения с названиями и описаниями и группировать их в альбомы)

ВАКАНСИИ (позволяет публиковать на сайте список открытых вакансий компании)

ИНТЕРФЕЙС «КОРЗИНА» (предназначен для формирования заказа)
СИСТЕМА РЕГИСТРАЦИИ И АВТОРИЗАЦИИ
СТАТИСТИКА

5.1. ЯЗЫКОВЫЕ ВЕРСИИ

Русская

Английская

Другая

Немецкая

Французская

6. ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ КОММЕНТАРИИ

Дополнительные пожелания заказчика, которые не были оговорены Выше.