Бриф на разработку сайта

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Напишите, пожалуйста, доменное имя вашего сайта

|  |  |
| --- | --- |
| **Задание**  (укажите, что необходимо сделать, например, “Создать интернет-магазин “Товары для офиса” или “Провести редизайн сайта” или “Перенести сайт на 1С-Битрикс с улучшением юзабилити” и тому подобное) |  |
| **Название компании заказчика**  (Укажите юридическое имя компании, с которой будет заключен договор) |  |
| **Регион охвата интернет-аудитории сайта** |  |
| **Ограничения бюджета** (Укажите рамки бюджета, который можете выделить на данное задание) |  |
| **Дата окончания проекта** (Укажите временные рамки, за которые нельзя выйти разработчику) |  |

Уважаемый заказчик! Данный бриф является вашим техническим заданием для нас и будет приложен к договору на проектирование сайта. Просьба внимательно отнестись к ответам, т.к. это повлияет на качество, масштаб, сроки и стоимость предстоящих работ.

Чем больше вы и ваши сотрудники погрузитесь в проект сейчас, тем большее удовлетворение получите от результата через несколько месяцев. Откладывание ответов “на потом” приведёт к неверным ожиданиям от полученного сайта. Продуманные ответы повысят гарантию получить сайт, интересный будущим посетителям, что принесёт несомненную выгоду вашей компании.

Если у вас есть вопросы или трудности с ответами, напишите - я проконсультирую.

**1. Общая информация** ------------------------------------------------------------------------

**Сфера деятельности вашей компании / информация о продукте, услуге**

Опишите простым языком, чем вы занимаетесь и что предлагаете, как бы обращаясь к своим потребителям.

|  |
| --- |
|  |

**Зачем вам нужен сайт**

Имиджевая цель, привлечение клиентов/партнеров, продажа товаров через интернет, обратная связь с потребителем, информирование потребителей, прибыль от рекламы, выход на новые рынки, другое.

|  |
| --- |
|  |

**Преимущества, особенности, отличия вашей компании**

Что вас отличает от конкурентов, в чем ваша уникальность.

|  |
| --- |
|  |

**Имеет ли компания свой сайт?**

Укажите доменное имя существующего сайта, год создания домена.

|  |
| --- |
|  |

(укажите CMS - Bitrix, Drupal, MODx, Joomla,Wordpress, … - программную платформу, на которой разработан текущий сайт)

|  |
| --- |
|  |

При заказе доработки существующего сайта напишите здесь необходимые доступы к существующему сайту - в административную панель CMS, на ftp хостинга, чтобы мы смогли оценить проект изнутри.

|  |
| --- |
|  |

**Перечислите сайты конкурентов, укажите что нравится в них, что нет**

|  |  |
| --- | --- |
| **Доменное имя сайта конкурента** | **+/-** |
|  |  |

**2. Создание сайта** -------------------------------------------------------------------------------

**Укажите желаемое доменное имя нового сайта**

Куплено ли оно, имеется ли у вас доступ к управлению доменным именем на сервере регистратора.

|  |
| --- |
|  |

**Опишите ваши пожелания к дизайну сайта**

Существует ли у компании брендбук, фирменный стиль, лицензия на веб-шрифт, цвета.

|  |
| --- |
|  |

Укажите наличие готовых разработок дизайн-макетов, прикрепите к письму логотип компании, раздаточный материал (визитки, листовки, каталоги), что бы мы могли ознакомиться с корпоративный стилем компании; также укажите наличие готового дизайна или выбранный вами вариант шаблона всех страниц сайта.

|  |
| --- |
|  |

Требуется ли разработка иллюстраций и иконок? В каком количестве? В каком, приведите понравившиеся примеры.

|  |
| --- |
|  |

Ваши пожелания к дизайну сайта, желательно с примерами и указанием, что в них нравится.

Подчеркните в списке характеристики стиля будущего сайта.

|  |
| --- |
| * Имиджевый (особое внимание уделить графике сайта) * Информационный (прежде всего удобство пользования и оформление информации) * Дорогой/люксовый * Минималистичный * Яркий * Светлый * Темный * Современный * Агрессивный * Консервативный * Строгий * Мягкий, теплый |

**Посетители сайта**

Назовите типы возможных посетителей вашего сайта: физические/юридические лица и их характеристики: возраст, пол, социальный статус, род занятий, доход, особенности поведения на сайте, как принимают решение стать клиентом вашей компании, зачем им нужен ваш сайт. Укажите, какой процент посетителей пользуются мобильными устройствами (смартфоны, планшеты) и с какими операционными системами (iOS, Android).

|  |
| --- |
|  |

**Целевые действия посетителей сайта**

Чего вы ждете от посетителей, что они должны сделать -- получить, загрузить, отправить, прочитать, позвонить, зарегистрироваться, подать заявку, подписаться, прослушать, посмотреть, купить, прокомментировать, написать отзыв, поделиться с друзьями ссылкой на ваш сайт, ...

|  |
| --- |
|  |

**Структура нового сайта**

Укажите, какие разделы и страницы будут представлены на сайте, например, о компании, новости, вакансии, каталог, партнеры, личный кабинет, и др. Как страницы подчинены друг другу? Желательно представить иерархическую структуру.

|  |
| --- |
| Пример (удалите лишнее, добавьте нужное):  О компании   * Из истории * Только факты * Структура компании * Партнеры * Лицензии и сертификаты * Наши достижения * Наши проекты * Новости * Вакансии * Контакты   Каталог продукции/услуг   * Категория 1   + Продукция/услуга 1.1   + Продукция/услуга 1.2 * Категория 2   + Продукция/услуга 2.1   + Продукция/услуга 2.2 * Для корпоративного клиента * Для розницы * Для применения Z * Для применения Y * Для применения X * Новинки * Популярные * Спецпредложения   Оптовикам   * Условия * Оптовые цены   Поставщикам   * Потребности * Условия закупок   Личный кабинет   * Дилера * Розничного покупателя * Корзина/История заказов   Вопросы и ответы  Поиск по сайту  Подписка |

**Требуемый функционал на сайте**

Оставьте необходимое из предложенного списка популярного функционала сайтов, напишите в комментариях особенности этого функционала, примеры сайтов с такими модулями, свои пожелания к их работе.

|  |  |
| --- | --- |
| **Предлагаемый функционал** | **Ваши комментарии** |
| **Ротируемая промозона/витрина** (уточните, что там будет показываться: популярные товары, новинки, анонсы событий и акций, имиджевые фото, ваши преимущества, ключевые сотрудники, представители целевой аудитории, отзывы, основные продукты; целевые действия - купить, заказать, загрузить, ...) |  |
| **Публикация новостей** (выбирая этот функционал, помните, что новости придется писать минимум каждую неделю) |  |
| **Подписка и рассылка** (на новости или прайс-лист -- сбор e-mail заинтересованных в получении информации с сайта посетителей позволит вам сделать их в дальнейшем лояльными покупателями и клиентами, вовлечь в отношения со своим брендом, получить от них обратную связь, вернуть их на сайт, когда нужно) |  |
| **Регистрация пользователей** (укажите, что будет пользователю дано сделать в личном кабинете, может ли он зарегистрироваться через социальные сети, будут ли даны разные права группам посетителей, например, оптовикам -- несколько цен на товары; постоянным клиентам -- накопленные скидки, возможность повторять заказ, ...) |  |
| **Автоматическое определение географического региона посетителя** (это необходимо, если на сайте будет отличаться информация для разных городов и таких городов будет более 5) |  |
| **Форум пользователей** (выберите этот функционал, если у вас будет возможность ежечасного модерирования сообщений пользователей, имеются в наличии темы для коллективного обсуждения, и если вам не подходит для этой функции социальная сеть и ее интеграция с сайтом) |  |
| **Голосования / опросы** (используйте этот вид обратной связи только если у вас есть план исследований на год вперед, и вы готовы улучшать свой продукт или услугу) |  |
| **Интеграция с социальными сетями** (для “вирусного” распространения информации с вашего сайта; напишите URL ваших групп/страниц/сообществ/аккаунтов (вКонтакте, Facebook, Одноклассники, Twitter) и уточните, что вам нужно -- автоматическая идентификация участника какой соцсети; возможность комментирования каких страниц сайта от лица члена какой соцсети на вашем сайте с публикацией комментария в ленте новостей этой соцсети; установить ли виджет соцсети для быстрой идентификации общих друзей - пользователей вашего сайта и быстрого перехода в соцсеть; укажите, на каком содержании сайта нужно будет ставить отметку “Мне нравится”) |  |
| **Поиск по сайту** (простой/расширенный -- рекомендуется при наличии большого объема информации на сайте, когда навигация затруднена, или на сайте более 100 страниц) |  |
| **Блоги** (выберите, если у вас есть кому писать каждую неделю минимум по одной статье, и вы уверены, что их тема будет полезна посетителям) |  |
| **Интерактивная карта проезда** (рекомендуем выбрать одну из карт: 2GIS, Яндекс, Google, на которой есть здание вашего офиса, склада, ...) |  |
| **Форма обратной связи** (выберите, что вам нужно получить от посетителей: пожелания, жалобы, претензии, оценку работы компании; запрос на обратный звонок; заявка на услугу или товар; запрос дополнительной информации, …) |  |
| **Модуль ”Онлайн-консультант”** (сервисы типа Webim требует ежемесячной оплаты за всех одновременно работающих операторов, контактирующих с посетителями в течение всего рабочего времени сайта с учетом часовых поясов всех целевых регионов) |  |
| **Внутренняя баннерная реклама** (используется для акцента посетителей на целевые страницы сайта -- акции, распродажи, бонусы, спецпредложения, … если другими элементами интерфейса это нельзя сделать) |  |
| **Интернет-магазин** (заполните следующую таблицу «Требуемая функциональность интернет-магазина») |  |
| **Каталог продукции на основе базы данных** (если у вас много записей, и вы не сможете их постоянно верстать в таблицы на сайте, над этими записями необходимо производить вычисления и манипулировать их выдачей, рекомендуется использовать базу данных; для оценки решения и выбора программной платформы укажите количество записей в вашем каталоге, тип и количество данных (полей) в нем) |  |
| **Калькулятор стоимости** (укажите, расчет какого параметра вы хотите предоставить посетителю, например, процентной ставки кредита, количества груза в вагоне, …; будьте готовы описать логику расчетов для программирования калькулятора) |  |
| **Дополнительно** (опишите, какой функционал вам еще необходим на сайте) |  |

**Требуемая функциональность интернет-магазина (удалите раздел, если не требуется)**

Оставьте необходимое из предложенного списка популярного функционала интернет-магазинов, напишите в комментариях особенности этого функционала, примеры сайтов с такими модулями, свои пожелания к их работе.

|  |  |
| --- | --- |
| **Предполагаемый функционал** | **Ваши комментарии** |
| **Опишите желаемое поведение посетителя в процессе покупки на сайте** (нужна ли корзина, сравнение товаров, список покупок, рейтингование товаров, отзывы о товарах) |  |
| **Система upsell и cross sell** (необходимы ли рекомендации похожих и сопутствующих товаров, текстовые и/или видео- советы для покупателей) |  |
| **Оплата в магазине (**нужна ли интеграция с платёжной системой -- укажите название платёжного агрегатора или банка; будет ли у вас несколько видов цен (мультиколоночный прайс) |  |
| **Интеграция со складом** (нужно ли работать с остатками по складам/магазинам) |  |
| **Доставка товара** (решите, нужно ли автоматизировать расчёт стоимости доставки или достаточно сделать страницу с таблицей стоимости доставки с населёнными пунктами и транспортными компаниями или подставлять стоимость доставки в зависимости от города покупателя с выбором из списка \ определять по ip) |  |
| **Подписка и рассылка** (на новинки и маркетинговые акции – обеспечивать ли на сайте сбор e-mail заинтересованных в получении информации с сайта посетителей, будете ли вы рассылать им письма с сайта или его нужно интегрировать с API системой массовых почтовых рассылок уровня Madmimi) |  |
| **Регистрация пользователей** (укажите, что будет пользователю дано сделать в личном кабинете, может ли он зарегистрироваться через социальные сети, будут ли даны разные права группам посетителей, например, оптовикам -- несколько цен на товары; постоянным клиентам -- накопленные скидки, возможность повторять заказ, ...) |  |
| **Дополнительно** (опишите, какой функционал вам еще необходим в интернет-магазине) |  |

**Интеграция с 1С (удалите раздел, если не требуется)**

Помимо заполнения полей ниже, приложите к брифу файл выгрузки из 1С.

|  |  |
| --- | --- |
| **Необходимые параметры интеграции** | **Ваши данные** |
| **Развёрнутое описание ситуации**, которая привела к необходимости внедрения решения. С какими проблемами сталкивается заказчик в своей работе без интеграции |  |
| **Какие задачи планируется решить** созданием веб-решения, интегрированного с 1С |  |
| **Краткое описание предыдущих попыток** решить эти задачи (если они были) |  |
| **Редакция «1С-Битрикс: Управление сайтом»** (Малый Бизнес, Бизнес, Большой бизнес) |  |
| **Тип хостинга:** (собственный сервер, виртуальный хостинг, VPS- хостинг, выделенный сервер на площадке Хостера) |  |
| **Тип базы данных:** (MySQL, ORACLE, MS SQL Server) |  |
| **Объем базы данных**, Мб |  |
| **Посещаемость текущего/будущего сайта:**  - усреднённая (в день)  - пиковая (кол-во одновременных посетителей в час)  - планируемая |  |
| **Частота обмена данными с 1С** |  |
| **Версия платформы 1С: Предприятия** |  |
| **Конфигурация 1С:**  - Типовая (Название и версия типовой конфигурации)  - Типовая с изменениями (Название и версия типовой конфигурации, Примерный общий объем изменений (в процентах от общего объема кода конфигурации), Краткое описание основных изменений в типовой конфигурации) |  |
| **Вариант использования 1С: Предприятия** (Файл,  Клиент-сервер) |  |
| **Объем информации в 1С**, Мб |  |
| **Количество одновременно работающих в 1С пользователей** |  |
| **Использование распределенной информационной базы** (Да/Нет, Количество узлов, Параметры нагрузки на ИБ по каждому узлу) |  |
| **Какие доработки требуются на стороне 1С** |  |
| **Какие доработки требуются на стороне «1С-Система управления сайтом»** |  |

**Браузеры для просмотра сайта**

Укажите, в каких браузерах и в каких операционных системах должен просматриваться сайт. Для экономии бюджета на верстку рекомендуется готовить сайт для просмотра только в последних версиях браузеров и в Windows 7 (и выше). Если есть возможности повышения бюджета, следует верстать сайт под все версии браузеров и операционные системы Mac OS, Android, iOS, если их используют более 10% посетителей.

|  |
| --- |
| * Windows 7+, Google Chrome последней версии * Windows 7+, Opera последней версии * Windows 7+, Mozilla Firefox последней версии * Windows 7+, Internet Explorer последней версии * Windows 7+, Safari последней версии |

**Мобильность посетителей сайта**

Укажите, какой процент посетителей пользуются мобильными устройствами (смартфоны, планшеты) и на каких операционных системах (iOS, Android). Нужен ли вам отдельный сайт для просмотра части информации в другом дизайне в браузерах мобильных устройств или достаточно сверстать основной сайт под эти устройства?

|  |
| --- |
|  |

**Подготовка контента для сайта**

Когда мы спроектируем окончательную структуру сайта, появится карта контента, под которую заказчики обычно сами пишут тексты, подбирают и обрабатывают фото, видео. Когда сделать это сложно и даже порой невозможно внутри компании, мы можем это сделать за вас, напишите о потребностях и наличии готовых материалов.

|  |  |
| --- | --- |
| **Есть ли у вас уникальные тексты для сайта?** (чтобы ваш сайт продвигался в поисковых системах, на нем должен быть авторский текст, если хотите скопировать чужой текст с другого сайта, его нужно переписать и проверить на уникальность с помощью сервиса text.ru) |  |
| **Есть ли у вас качественные авторские фото для сайта?** (рекомендуем использовать только фото, на которые у вас есть авторские права - вы их сами снимали, купили у фотографа или на фотостоке; фотографии должны быть хорошего качества, обработаны в едином стиле) |  |
| **Есть ли у вас видео для сайта?** (посетители любят смотреть видео, если оно дает полезную информацию, например, уроки владения вашим инструментом, или забавно - тогда от его распространения вы получите вирусный эффект) |  |

**3. Продвижение сайта** ------------------------------------------------------------------------

**Семантическое ядро**

Посетители на сайте не появятся сами. Нужно подготовить его для роботов поисковых систем. Перечислите список ключевых фраз, которые используют потенциальные посетители при поиске ваших услуг/продуктов в Яндекс и Google. Скажите, если затрудняетесь, мы подберем сами.

|  |
| --- |
|  |

**Какие инструменты интернет-продвижения необходимо задействовать после публикации сайта?**

Предлагаем список инструментов, которые мы обычно используем для других клиентов. Напишите в комментариях, какие инструменты вы уже пробовали, и они не дали эффект, а которые вам необходимы.

|  |  |
| --- | --- |
| **Инструменты** | **Ваши комментарии** |
| **Медийная (баннерная) реклама**  Обычно используется для имиджевой рекламы, вывода нового имени (бренда) на рынок, создания новой потребности. Иногда хорошо работает на рекламу мест продаж (торговых центров, магазинов). Рекомендуется использовать, если нет ограничений по рекламному бюджету. Хорошо работает в связке с контекстной рекламой. Имеет отложенный эффект. Слабо кликабельна. |  |
| **Контекстная реклама Google Adwords и Яндекс Директ**  Обладает быстрой реакцией, хорошо кликабельна. Используется для перехвата потребителей, интересующихся уже сформировавшимся спросом на товар или услугу. Также рекомендуется как поддерживающая до выведения сайта в ТОП поисковых систем. Имеет низкий порог бюджета в слабо конкурентных сегментах. Кликабельность резко повышается при одновременном запуске медийной рекламы. |  |
| **Поисковая оптимизация (SEO)**  Долго настраиваемый способ с отложенным эффектом. Сложен из-за большого количества факторов ранжирования поисковой выдачи, потому нельзя на 100% гарантировать вывод сайта в ТОП. Однако, без этого инструмента сайт может так и не получить 50-70% потенциальной аудитории, ищущей ваши продукты и услуги. |  |
| **Реклама сайта в соцсетях Facebook, Vkontakte, Одноклассники**  Речь идет о баннерной рекламе внутри сетей. Применяется, когда нужен таргетинг по полу, возрасту, географии, в некоторых сетях даже по району города, по интересам, … Используется в ряде сегментов потребителей как единственно возможная (высокодоходная аудитория - Facebook, молодежь - вКонтакте, взрослые и пожилые - Одноклассники). Рекомендуется провести тестирование малыми бюджетами или на ограниченные регионы, так как не всегда окупается. |  |
| **Продвижение вашей страницы/группы/сообщества в соцсетях Facebook, Vkontakte, Одноклассники**  Используется при высоком социальном потенциале вашего сайта и товара, возможности вирусного распространения информации, наличии информации, способности самогенерации контента потребителями. Имеет отложенный эффект, не всегда приводящий к продажам. Рекомендуем применять осторожно, если нет возможности управлять негативом потребителей по отношению к вашей продукции или компании, менять качество и сервис. |  |
| **Ведение блога компании/сотрудников**  Применимо, если у вас есть кому писать каждую неделю минимум по одной статье, и вы уверены, что их тема будет полезна посетителям. |  |
| **Микроблоггинг в Twitter**  Используется, если в штате есть сотрудник, генерирующий короткие новостные поводы для ограниченной аудитории. Не имеет коммерческого эффекта, работает лишь на запоминание компании и повышения лояльности к ней. |  |
| **Ремаркетинг Google Adwords**  Инструмент для возврата посетителей на сайт с целью дополнительной продажи или доведения их до сделки. Можно метить посетителей конкретной страницы сайта и затем показывать им другие контекстные объявления (давать больше скидку, лучшие условия, дополнительные товары). Срабатывает при наличии большого потока посетителей на странице с меткой. Имеет высокую конверсию на цель, так как показывается узкой части целевой аудитории. |  |
| **Регистрация в каталоге Яндекс**  Положительно сказывается на поисковой видимости сайта и приводит на сайт часть аудитории, ищущей что-то в каталогах. |  |
| **Интеграция с системой Яндекс.Маркет**  Рекомендуется для большей части интернет-магазинов. Для выбора такого инструмента необходимо специально готовить каталог товаров и делать всё для получения положительной оценки потребителями. Используется обязательно, если конкуренты используют такой канал продаж. |  |
| **Работа с отзывами о компании на рекомендательном сервисе типа Flamp.ru**  70% потребителей доверяют отзывам незнакомых им людей. Рекомендуем использовать этот канал для дозирования положительных и негативных отзывов о вашей компании, сервисе и товаре. Хорошо работает на лояльность. |  |
| **Реклама в справочнике 2GIS**  Рекомендуется использовать рекламу в случае, если у вас высоко конкурентная отрасль и есть большой бюджет. Пользуется большой популярностью у потребителей. |  |

**4. Поддержка сайта**----------------------------------------------------------------------------

|  |  |
| --- | --- |
| **Услуги** | **Ваши комментарии** |
| **Хостинг**  Рекомендуем использовать услуги специализированных компаний, если большое количество посетителей должны приходить на сайт круглосуточно и в выходные. Требуется абонентская плата. |  |
| **Регистрация/ продление домена**  Лучше воспользоваться нашими услугами, чтобы зарегистрировать домен на вас и следить за ежегодной оплатой. При смене хостинга сайта требуется перенастраивать DNS. |  |
| **Услуги технической поддержки**  Решение технических проблем на сайте, публикация контента, исправление верстки за сотрудниками. Обучение сотрудников работе с CMS, помощь в прохождении курса «Контент-менеджер CMS "1С-Битрикс: Управление сайтом". Возможна работа как в рамках абонентской оплаты, так и оплаты за отработанное количество часов специалистов. В ряд тарифов включено написание и рерайт контента, хостинг и ведение доменных имен. |  |
| **Аналитическое сопровождение сайта** Установка стандартных кодов Google Analytics и Яндекс Метрика. Настройка и отслеживание целей, событий. Настройка Вебвизора и наблюдение за поведением посетителей на сайте. Установка кодов «Целевого звонка» Яндекс Директ и наблюдение за статистикой звонков с сайта. Настройка и отслеживание электронной торговли. Настройка и отслеживание эффективности рекламных кампаний. Подключение вебмастеров Яндекс и Google и отслеживание состояния сайта. Оптимизация конверсии (CRO) — наблюдение за целевыми действиями посетителей и проведение экспериментов по улучшению воронки продаж. |  |

**Есть ли особые пожелания по заданию?**

|  |
| --- |
|  |

**Благодарим вас за заполнение брифа.**

**После анализа ответов я подготовлю для вас коммерческое предложение.**