

Бриф на разработку сайта (визитка, са
Вопрос
Благодарим за интерес, проявленный к нашей компании, и просим максимально подробно заполнить анкету.
Анкета поможет нам:
1. понять суть вашего проекта и предложить оптимальное решение.
2. составить смету по вашему проекту.
Представьтесь, пожалуйста:(Ф.И.О)
Название компании:
Телефон:
Email:
1. Есть ли у Вас брендбук?
Вышлите брендбук вместе с этим Брифом.
2. Если у Вас уже есть сайт, то укажите его url- адрес
3. Укажите url адреса 3-х сайтов, дизайн которых Вам нравится:
4. Укажите услуги, информация о которых будет размещена на сайте, или вышлите структуру сайта вместе с этим Брифом:
5. Функционал Вашего будущего сайта:
6. Укажите услуги, информация о которых будет размещена на сайте, или вышлите структуру сайта вместе с этим Брифом:
7. Перечислите услуги, для которых требуется разработка страниц с индивидуальным дизайном:
8. Перечислите услуги, которые являются одотипными и не требуют разработки индивидуального дизайна для каждой страницы:
9. Требуется ли написание продающих текстов?
"Продающий текст—текст, созданный профессиональным маркетологом. Такой текст рассказывает о преимуществах товаров или услуг и увеличивает конверсию посетителей сайта в покупателей."
10.Нужны ли Вам финансовые гарантии роста конверсии (посетителей в заявки) Вашего сайта ?Если обещанный нами прирост конверсии сайта не произойдёт, мы вернем все полученные за разработку сайта деньги. Использование этой опции увеличивает стоимость создания сайта, но страхует Ваши инвестиции.

№	Термин
1	Брендбук
2	url- адрес
3	Структуру сайта
4	Функционал сайта
5	Индивидуальный дизайн
6	Однотипные страницы
7	Продающий текст

Значение

Это официальный документ, в котором приведены стандарты визуального стиля вашей компании.
Логотип: цвета, размещение, вариации, размер и пропорции, примеры эффективного и неэффективного использования лого.

Товарный знак: варианты использования, цвета.

Слоган: где размещать слогана. Как создать слоган читайте здесь.

Цвета: какие цвета (комбинации цветов) нужно использовать в маркетинговой продукции.

Шрифты: список шрифтов, которые нужно использовать в тексте (для заголовка, обычного текста, списка и т.д.). Лучшие шрифты для логотипа вы можете найти здесь

Фотографии: советы по созданию фотосетов, требования к изображениям.

Другие графические объекты: иконки, паттерны, текстуры.

Язык: на каких языках ваш бренд общается с окружающим миром

Грамматика и форматирование: аббревиатуры, прописные буквы, числа, акронимы, даты и названия.

Читаемость: легкие предложения или емкие формулировки.

Стиль: технический или официальный или сленг и т.д.

Манера общения: (официальная/ дружелюбная/ сдержанная/ юморная и т.д.).

Электронные письма: базовая конструкция письма, пример электронной подписи.

Блог: требования к постам в блоге, их форматирование, тематика и структура.

Социальные платформы: цель, время размещения и типы постов для каждой социальной сети.

указатель размещения сайта в интернете. URL-адрес содержит доменное имя и указание пути к странице, включая название файла этой страницы.

это система расположения страниц сайта по четко сформированной логической схеме, структуру можно обозначить, как иерархию всех страниц сайта, их принадлежность к тем или иным каталогам и папкам.

В тезисах структуру сайта можно охарактеризовать так:

Где я нахожусь сейчас (страница входа);

куда я могу попасть (переход);

взаимосвязь между категориями.

это набор различных функций, которые решают задачи пользователей и необходимы для удобной работы с веб-ресурсом.

К примеру:

- форма обратной связи с отправкой на почту, позволяет отправить Заказчику запрос на почту по тому или иному вопросу/заказу.

это совокупность графических элементов, шрифтов и цветов, реализованных на сайте.

страницы имеющие идентичный набор возможностей, функций, визуальное оформление.

текст, созданный профессиональным маркетологом. Такой текст рассказывает о преимуществах товаров или услуг и увеличивает конверсию посетителей сайта в покупателей