

## Проектирование web-сайта Бриф-заявка

### **Уважаемый Заказчик!**

Просим Вас внимательно ознакомиться с вопросами брифа-заявки и как можно более точно и содержательно на них ответить. Это поможет нам подготовить для Вас проект Вашего web-сайта, оптимально соответствующего целям и задачам Вашей компании, организации.

**Важно!** Мы НЕ ждем от Вас «правильных», терминологически точных ответов. Мы прекрасно понимаем, что Вы не должны владеть терминами нашей профессии.

Мы ждем от Вас рассказа (самыми простыми, обычными словами, так, как Вам удобно об этом говорить) о Вашей компании, Вашем бизнесе, Вашем понимании того, зачем Вам нужен web-сайт, какие проблемы он поможет, как Вы надеетесь, решить, какую пользу принесет. **Нам это интересно!**

Заполнение этого брифа – наш с Вами первый опыт сотрудничества. Надеемся, что этот опыт, а также последующее сотрудничество будут взаимоприятными и взаимовыгодными!

**Благодарим Вас за то, что обратились к нам!**

Искренне Ваша,  
компания «Интернет-Пермь»



## 1. Общие цели web-сайта, или Что? Зачем? Почему?

Отвечая на вопросы этого блока, расскажите нам, какие задачи Вы планируете решать, каких целей надеетесь достигнуть, а также как Вы оцените в дальнейшем, насколько эти задачи решены, а цели – достигнуты.

Возможные цели для создания web-сайта:

- Стимуляция традиционных (офф-лайн) продаж товаров и услуг
- Проведение продаж традиционных товаров через Интернет
- Предоставление специфических интернет-сервисов (интернет-товары)
- Продажа интернет-товаров с оплатой через Интернет
- Рекламная площадка
- Информационный ресурс
- Обучающий ресурс
- Поддержка/взаимодействие с клиентами/партнерами
- Развлекательный ресурс

**Важно!** Один и тот же ресурс может сочетать в себе несколько целей!

Пожалуйста, подумайте над этими вопросами и подготовьте для нас полный ответ. **Важно!** Не стоит ограничиваться этим списком, наверняка, у Вас есть и другие идеи и соображения, которые мы должны учесть при проектировании. Изложите их тоже!

- Какого рода товары или услуги Вы хотите представить на сайте? Как эти товары или услуги можно описать, подать, чтобы посетителям были сразу видны преимущества Вашего предложения?



- Кстати, а в чем Ваши конкурентные преимущества?
- Кого Вы считаете достойным конкурентом? Есть ли у этих компании сайты? Знаете ли Вы адреса этих сайтов?
- Если Вы планируете организовать продажи товаров или услуг через сайт или с помощью сайта, то как Вы готовы поддержать этот процесс в оффлайне, «за пределами» web-сайта? Рассмотрите ситуацию: клиент оформляет заказ на сайте, отправляет его Вам, и... Что дальше?
- Если речь идет об информационном ресурсе, то какого рода (текст, графика, файлы, и т.п.), объема информацию Вы планируете размещать? Кто является автором этой информации? Как часто Вы планируете обновления? Как, с Вашей точки зрения, удобно организовать хранение информации?
- Если речь идет об обучении, то каким образом будет организован набор учеников, будет проходить «передача знаний» и проверка, как платить за обучение, сколько у Вас будет учеников и преподавателей, как они должны взаимодействовать друг с другом? Какие дополнительные функции, помогающие в обучении, должны быть реализованы на сайте?
- Поддержка и взаимодействие с партнерами и клиентами – слишком важный момент, чтобы пустить его на самотек. Какие компании составляют «ядро» Вашей клиентской базы? Кто Ваши партнеры? К каким стандартам, уровню взаимодействия они привыкли? Каковы их ожидания от сервисов, которые Вы им предложите на сайте? Как будет оказываться поддержка? Как этот процесс будет подкреплён в оффлайновых коммуникациях?
- Развлечения... Самые интересные и самые трудные в реализации проекты. Как и кого развлекать будем? Почему из тысяч вариантов интернет-развлечений пользователи должны выбрать именно Вас?



## 2. Пользователи ресурса, или Для кого стараемся?

Варианты:

- Сотрудники компании
- Деловые партнеры
- Потенциальные клиенты
- Клиенты
- Широкая сегментированная общественность (тогда, какие сегменты можно выделить?)
- Широкая общественность (широкая – хорошо, но все-таки, кто эти люди?)
- Кто-то еще?

Как Вы думаете, что интересного и полезного найдут пользователи из **каждой** выделенной Вами группы на Вашем сайте?

Что Вы ждете от этих людей – каких действий, реакции?

Попробуйте расставить приоритеты: кто из этих людей существеннее для Вашего бизнеса, Вашей компании? Почему?

Описание потенциальных пользователей ресурса. Применим, по возможности, стандартный набор социально-демографических параметров. В дальнейшем это позволит нам правильно выбрать концепцию дизайна и анимации (если анимация потребуется), учесть особенности восприятия.

- Возраст
- Пол
- Род деятельности, должность
- Образование



- Семейное положение
- Жизненные приоритеты
- Другое

Содержание размещается на языке:

- Русский
- Английский
- Другие языки

Есть ли необходимость в переводе?

Сможете ли Вы выполнить перевод для первоначального наполнения своими силами?

Сможете ли Вы в дальнейшем выполнять перевод текстов для сайта?

### 3. Структура и функциональность сайта, или Как это все должно работать?

Наверняка, Вы уже представляли себе, какой должна быть структура Вашего сайта, что и в каких разделах должно храниться, что сайт должен «уметь делать».

Думаем, что Вы просмотрели немало ресурсов похожей тематики, плюс у Вас есть свои «любимчики» в интернете, на которые должен быть похож Ваш сайт, и «нелюбимчики», которые он не должен напоминать буквально ничем!

Расскажите нам об этом: что нравится, что не нравится и почему.

Что может представлять из себя сайт с точки зрения функциональности? У каждого сайта, есть «узловые» разделы, которые определяются его основными целями.

Вы продаете товары – Вы не можете обойтись без каталога. Вы



распространяете информацию – Вам нужна новостная лента и архив новостей. Вы хотите, чтобы Ваши клиенты и партнеры не забывали о Вас – Вам поможет рассылка информации с сайта и так далее.

**Важно!** На все web-сайты, разрабатываемые компанией «Интернет-Пермь», устанавливается система управления содержанием сайта (наша собственная разработка), позволяющая владельцу сайта быстро, оперативно, не привлекая специалистов в сфере программирования, менять содержание (тексты, изображения, подгружаемые файлы) и внутреннюю структуру сайта.

Возможные компоненты функциональности:

- Визитная карточка компании
- Отдельный ресурс, посвященный конкретному продукту (например, в управлении Вашей компании находится несколько товарных линеек под разными брендами, адресованным разным целевым аудиториям, может быть, Вам нужен именно такой формат?)
- Каталог – витрина товаров / услуг
- Каталог с формами заказа
- Оплата через Интернет (системы авторизации кредитных карт, использование систем типа WebMoney, Яндекс.Деньги)
- Автоматизированная выписка счета (платежного поручения)
- Вычислительные формы, тестовые формы (например, онлайн-калькулятор)
- Создание системы управления баннерами
- Анкетирование посетителей
- Поиск по ресурсу
- Разграничение доступа по ресурсу (это когда у разных сотрудников компании разные права на редактирование сайта)



- Создание и управление с помощью сайта базами данных (например, базами данных о Ваших заказчиках через сайт и данными о совершенных ими покупках)
- Поток информации в режиме реального времени
- Настройка интерфейса (внешнего вида сайта) по желанию / предпочтениям пользователя (например, если у Вас на сайте планируется несколько новостных рубрик, то пользователь сможет выбрать, какие рубрики должны отображаться для него персонально на главной странице Вашего сайта)
- Форумы, тематические конференции
- Игровые элементы (флэш-игры и т.п.)
- Необходимость скачивания пользователями программ, файлов
- Насыщенность графикой, анимацией
- Другие варианты. Какие?

Завершая работу над этим блоком, составьте, пожалуйста, структуру сайта так, как ее видите Вы.

#### 4. Фирменный стиль + Дизайн, или

##### Как это все должно выглядеть?

Сайт не должен стать «событием» в жизни компании. Мы считаем, что правильно рассматривать сайт как **еще один** маркетинговый инструмент, дающий дополнительные возможности по реализации целей и задач компании. Поэтому сайт должен быть носителем и, в каком-то смысле слова, продолжением фирменного стиля компании.

Создан и используется ли в Вашей компании проработанный корпоративный стиль?

Компоненты:



- Логотип
- Корпоративные цвета
- Слоганы
- Рекомендации по имиджу ресурса
- Рекламные материалы
- Другое

По возможности, предоставьте нам макеты используемых Вами рекламных материалов (листовки, буклеты, каталоги, визитки и т.п.)

На вкус и цвет, как известно, товарища найти сложно, но мы стремимся к тому, чтобы для каждого нашего заказчика стать таким вот «товарищем». И нам это удается! Поделитесь с нами своим мнением о дизайне сайта.

Дизайн может быть:

- Строгий корпоративный
- Развлекательный, веселый, насыщенный анимацией, графикой
- Информационный, или, как мы говорим, документальный стиль (большая концентрация информации на страницах; текст превалирует; графика решает определенные задачи – иллюстрировать, но не украшать, пояснять, это в основном графики, схемы, диаграммы)
- Умеренное графическое наполнение
- Использование динамических, анимированных элементов
- Высокая интерактивность (большинство элементов «откликаются» на действия пользователей)
- Другое





## 5. Размещение, оно же – Хостинг, оно же – Где сайт размещать будем?

Для того, чтобы сайт был доступен пользователям, он должен размещаться на мощном сервере, постоянно выведенном в Интернет, на котором установлено необходимое программное обеспечение для работы сайта.

Варианты:

- На сервере «Интернет-Пермь» (мы оказываем услуги хостинга)
- На своих мощностях
- У другого провайдера

Чтобы пользователь мог обратиться к сайту, он должен знать его адрес – доменное имя:

- Вы уже выбрали имя? Нужна помощь?
- Зарегистрировали? Необходима регистрация?

Мы поможем и выбрать, и зарегистрировать доменное имя в зоне .ru, .perm.ru, в нашей собственной доменной зоне .kama.ru, в международных зонах .com, .org, .biz, .info.

## 6. Бюджет и сроки

Мы понимаем, что вопрос о бюджете непрост. Мы знаем, что задача любого заказчика – минимизировать расходы. Рынок предложит Вам немало вариантов – от очень дешевых до очень дорогих. Мы выполняем работу на профессиональном уровне и ориентированы на то, чтобы находить оптимальное соотношение между задачей, которую необходимо решить, и стоимостью решения.

- Сколько Вы планируете затратить на создание web-сайта?



- При каких обстоятельствах Вы согласитесь с увеличением бюджета и в каком процентном соотношении к исходной сумме?

Мы способны предложить решение, «вписывающееся» в любой разумный (для профессиональной работы) бюджет.

- Какие сроки для разработки Вы считаете допустимыми?
- Связаны ли эти сроки с какими-то другими планами и задачами (например, сайт должен появиться ко дню рождения компании или к международной выставке).
- Когда эти планы и задачи должны осуществиться?

## 7. Контактная информация

Пожалуйста, укажите полное наименование компании, адрес, номер телефона, факса.

Сообщите нам фамилию, имя, отчество и должность сотрудника, ответственного за разработку сайта с Вашей стороны, а также его контактную информацию (телефон, e-mail).

Вы завершили заполнение брифа-заявки. Вы проделали огромный труд, мы искренне благодарны Вам за это!

На основе полученной информации в течение 10 рабочих дней мы подготовим для Вас коммерческое предложение (документ объемом от 20 до 40 страниц), которое будет отражать наш взгляд на Ваш проект.

Надеемся, Вам понравится!

