



ART-WEB.RU

БРИФ НА ПРОДВИЖЕНИЕ САЙТА (SEO)

ЧАСТЬ 1.

Информация о заказчике.

Для более четкого определения задач, стоящих перед нами при продвижении сайта, мы предлагаем Вам заполнить эту анкету. Это поможет нам сформировать представление о Вашей компании, клиентах, товарах и услугах, чтобы эффективно подготовиться к работе.

1.1. Название компании

1.2. Сфера деятельности компании

относительно товаров/услуг предлагаемых заказчиком и относительно аналогичных товаров, представленных на рынке (продажа недвижимости с минимальной комиссией, самые широкий выбор стройматериалов в Симферополе и т. д.).

1.3. Услуги / продукты компании.

Укажите марку, тип, название (описание) продуктов или услуг предоставляемых компанией, ценовую категорию, особенности.

1.4. Контактные лица

Руководитель компании

Ф.И.О. Ф.И.О:

E-mail: I:

Тел...:

Менеджер проекта

Ф.И.О. Ф.И.О:

E-mail: :

Тел...:

Технический специалист

Ф.И.О. О:

E-mail: I:

Тел.:л.:

1.5. Откуда Вы о нас узнали?

1.6. Описание деятельности компании (фирмы)

Как давно Вы на рынке?

- Бизнес будет представлен только в интернете? **Да** **Нет**
- Если есть офисы, склады, магазины, производство, выставочные залы... -укажите.
- За это время какое количество заказов по направлению Вы выполнили?
- Какие у Вас действуют скидки, распродажи, специальные предложения?
- Опишите этапы работы с вами. Схема взаимодействия с клиентом
- С какими проблемами сталкиваются клиенты, которые обращаются к Вашим конкурентам?
- Какие часто задаваемые вопросы о вашем товаре или услуге? Какие ответы вы даете на эти вопросы?
- Какие Выполненные заказы являются Вашей «гордостью»? Предоставьте перечень «известных» клиентов, если таковые имеются.

1.7. Девиз/слоган Компании:

1.7.1. Конкурентные преимущества.

Укажите уникальные свойства товара/услуги, компании в целом, которые отличают ее от конкурентов, основные достоинства в глазах потенциального клиента.

К примеру:

возраст предприятия

лицензирование

сроки (к примеру 3 дня)

экологичность материалов

сертификаты

официальные представители

доставка, монтаж, демонтаж, сервис

индивидуальный подход

Низкие цены - прямые поставки с заводов (например, гарантируют низкие цены)

Быстрая доставка

Удобная оплата

Гарантия (например, 5 лет)

Постоянным клиентам скидки

широкий ассортимент (например, более 100 товаров) богатство

палитры цветов

качество (например, подтверждено 10 сертификатами качества)

консультации (например, бесплатные)

квалифицированные специалисты

1.7.2. Цели проекта.

1.7.3. Информационные выбрать

кратко информировать посетителей о сферах деятельности компании и видах предлагаемых продуктов/услуг;

подробное самостоятельное изучение посетителями всех продуктов/услуг компании; влияние на имидж компании/товара (создание, укрепление, изменение, и т.д.);

продвижение компании/ продукта/услуги/торговой марки;

просветительские (образовательные задачи);

обратная связь (консультационно-техническое и информационное сопровождение продукции/услуг, ответы на запросы, инструкции и т.п.);

другое, а именно:

1.7.4. Коммерческие выбрать

привлечение конечных потребителей;

привлечение новых партнеров/дилеров;

оказание услуг;

размещение заказов/бронирование;

продажи;

взаимодействие с существующими дилерами и партнерами;

другое, а именно:

1.8. Конкуренты заказчика

	Название	Ссылка на сайт http://	Сильные стороны	Слабые стороны
1.				
2.				
3.				

1.9. Партнеры заказчика.

Название	Ссылка на сайт http://	Род деятельности	Степень/тип взаимодействия
1.1.			
2.			
3.			

1.10. Награды, достижения компании, дипломы на выставках и т. п.

Перечислить, предоставить копии в электронном виде или оригиналы.

1.11. Регион охвата интернет аудитории сайта к примеру, Симферополь, Алушта, Крым, крупные крымские города, вся Россия, Южный федеральный округ).

1.12. Делали ранее сайты (да/нет)? (нужное подчеркнуть). Если да, то укажите:дреса Ваших проектов.

ЧАСТЬ 2.

Общие требования к структуре веб-сайта и его наполнению.

2.1. Тип сайта (выделить).

Сайт – визитка.

Небольшой по объему проект, содержащий от 1 до 10 информационных страниц. Как правило, это общая информация о Компании, прайс-лист, реквизиты и т.п. Распространение информации о Компании, повышение узнаваемости и улучшения имиджа.

Сайт компании / Корпоративный сайт.

Эксклюзивный оригинальный дизайн, объем 10 и более страниц, выгодно представляющий Компанию, использование нестандартных идей и решений в оформлении.

Создается для рекламы и продвижения Компании, товаров или услуг.

Сайт продукта / события /, проекта.

Сайт, созданный для продвижения определенного продукта, события, проекта.

Создается для популяризации продукта, события, социального или иного проекта, обычно на определенный период времени.

Корпоративный, информационный.

Строгий, официальный сайт Компании.

Предпочтителен для часто обновляемых информационных и новостных проектов, с большим количеством информации.

Каталог продукции.

Продажа товаров, услуг через Интернет.

Интернет – магазин.

Интернет коммерция, автоматизация бизнес-процессов.

Сайт физического лица.

Landing Page.

При данном виде проекта желательно наличие уникального торгового предложения.

УТП: точка роста в ценовой войне

Другое, а именно:

2.2. Структура сайта.

В перечне основных разделов сайта удалить лишнее, добавить нужное.

2.3. Функционал сайта (нужное подчеркнуть).

Отдельное навигационное меню каталога товаров / услуг

Корзина.

Витрина товаров / услуг на главной странице (популярные товары, новинки, акций, имиджевые фото, ваши преимущества, ключевые сотрудники, представители целевой аудитории, отзывы, основные продукты, целевые действия - купить, заказать, загрузить, ...).

Блок новостей (в случае наличия постоянно обновляемой информации, на которую вы хотите сделать акцент).

Подписка на ленту новостей.

Регистрация пользователей (укажите, что будет пользователю дано после регистрации: закрытая часть сайта, возможность комментировать, личный кабинет, скидки на товары в магазине и т.д.).

Онлайн консультант.

Онлайн калькулятор (просчет стоимости товара, доставки, веса. Будет нужен пример просчета для построения математической функции).

Гостевая книга / отзывы.

Блок отзывов (три - четыре отзыва с возможностью перехода на отдельную страницу отзывов и их публикаций).

Оформление контактов с интерактивной картой Яндекса (метка на кате, маршрут проезда).

Социальные сети (лайки, поделиться ссылкой, виджеты групп, укажите ссылки на группы в соц. сетях, групп/страниц/сообществ/аккаунтов в Контакте, Facebook, Одноклассники, Twitter).

Формы обратной связи (заказать звонок, заказать консультацию, формы бронирования и заказа, отправить пожелания, жалобы, претензии, оценку работы компании ...).

Голосования / опросы.

Поиск по сайту (простой/расширенный для товаров и услуг).

Скачиваемый прайс-лист.

Интерактивная карта проезда.

ЧАСТЬ 3. Внешний вид веб-сайта.

3.1. Существующие элементы фирменного стиля компании:

- логотип;
- шрифты;
- персонажи;
- брендбук;
- цвета;
- различная рекламная продукция.

Если вышеуказанные элементы фирменного стиля у Вас есть, предоставьте их в электронном виде, желательно в исходнике графической программы, в котором они изготавливались.

Желаете заказать разработку логотипа?

Да Нет

Фирменного стиля

Да Нет

Если логотипа нет, и вы не желаете отдельно оплачивать его разработку, в рамках бюджета отрисовки индивидуального дизайна мы можем название сайта (предприятия, вида деятельности) обыграть различными шрифтами и применить цветовое решение, но это не полноценный графический элемент.

3.2. Какие визуальные материалы Вы можете предоставить для использования на сайте?

Исходные файлы, буклеты, визитки, каталоги, ссылки на ресурсы в интернете и т. п. Перечислите.

3.3. Есть ли у Вас особые предпочтения в отношении цветовой гаммы веб-сайта?

Цвет шрифта, фона,... Светлый сайт с темным шрифтом, или наоборот в темных тонах.

3.4. Какие цвета категорически нельзя, с Вашей точки зрения, использовать на Вашем сайте?

3.5. Как бы Вы охарактеризовали внешний вид будущего веб-сайта?

Пожалуйста, приведите несколько эпитетов, например:

- Информационный (прежде всего удобство пользования и оформление информации).
- Элегантный.
- Минималистичный.
- Яркий, провокационный.
- Светлый.
- Темный.
- Современный.
- Агрессивный.
- Консервативный.
- Строгий.
- Мягкий, теплый.

3.6. Пожалуйста, укажите два-три веб-сайта, которые Вам нравятся и почему.

Эти сайты не обязательно должны относиться к Вашей сфере бизнеса.

Ссылки

Что именно нравится (фон, слайдер, меню, шрифт...)

3.7. Пожалуйста, укажите два-три веб-сайта, принадлежащие компаниям из Вашей сферы бизнеса, которые Вам не нравятся и почему.

Ссылки

Что именно не нравится

3.8. Ширина сайта - минимальное разрешение.

(выделить нужное)

800X600

1024X768 (наиболее приемлемое)

1280X960

3.9. Нужна ли мобильная версия для сайта

Да

Нет

Для улучшения ранжирования сайта в поисковиках при просмотре сайта с мобильных устройств желательно сделать мобильную версию сайта стоимостью 5000 р. - адаптивная упрощенная версия дизайна для просмотра на планшетах и мобильных устройствах

3.10. Рекламный слайдер.

В стоимость проекта, начиная с визитки, входит слайдер. Он может быть ключевым элементом дизайна. Для слайдера можно в рамках бюджета разработать до трех рекламных 2 сюжетов или до 20 тематических фотографий .

Если желаете заказать слайдер, укажите рекламные сюжеты, фотографии

3.11. Верхняя часть сайта.

Укажите, какую информацию Вы хотите разместить на всех страницах сайта в верхней его части.

Режим работы

Контакты (телефоны, адрес, почта ...)

3.12. Нижняя часть сайта.

Укажите, какую информацию Вы хотите разместить на всех страницах сайта в нижней его части.

Интерактивная карта для установки метки расположения офиса, склада ...

Информация об авторских правах

Ссылки на социальные сети

ЧАСТЬ 4.

Содержание веб-сайта.

4.1. Укажите, какие материалы Вы можете предоставить для наполнения веб-сайта, и в каком формате. Тексты (бумажный или цифровой носитель), изображения, видео, аудио ролики.

- Есть ли у вас уникальные тексты для сайта? Чтобы Ваш сайт продвигался в поисковых системах, на нем должен быть авторский текст, если хотите позаимствовать чужой текст с другого ресурса, то нужен будет рерайт (переписывание с целью повышения уникальности текста).

- Любые изображения для сайта (для дизайна, для наполнения), какие-либо рекламные материалы, фотографии производства, продукции, персонала, помещений, оборудования, схемы, графики, примеры работ:

- Ищите ли вы новых сотрудников, новые вакансии (перечислите):

- Есть ли у вас видео для сайта?

- Будут ли на сайте публиковаться цены (цены по товарам, страница акций, скачиваемый прайс-лист...)

- Будет ли предусмотрена периодическая рассылка новостей и предложений клиентам, обновление новостей, акций, полезные статьи?

4.2. Укажите веб-сайты, материалы на которых кажутся вам интересными.

Стиль изложения, содержание, способ отображения материалов, тип материалов (тексты, изображения, видео).

Ссылки

комментарии

4.3. Необходима ли подготовка материалов разработчиками?

Укажите, для каких разделов необходимо подготовить материалы и их тип (тексты, фото, видео).

1.

2.

3.

4.

5.

6.

7.

- 8.
- 9.
- 10.
- 11.

4.4. Планируется ли создание версий сайта на других языках помимо русского? На каких именно? Укажите.

4.5. Поддержка сайта.

Поддержка сайта будет возложена на разработчика сайта **Да** **Нет**

Наполнение и администрирование сайта будет осуществляться самостоятельно заказчиком **Да** **Нет**

ЧАСТЬ 5.

Домен и хостинг для сайта.

5.1. Домен сайта.

5.1.1. Если адрес сайта уже приобретен, то в случае приобретения у нас хостинга предоставьте данные доступа к управлению NS записями домена.

- название домена
- данные доступа (страница входа, логин и пароль)

5.1.2. Если планируется приобретение домена для сайта, укажите название домена или пожелания по его подбору, а также пожелания по доменной зоне.

рекомендации по выбору домена http://art-web.ru/index.php?id=buy_a_domain

5.2. Хостинг для сайта.

В случае, если хостинг для сайта уже вами приобретен, укажите данные доступа к его панели управления, либо предоставьте информацию по доступу: FTP, база данных (хост, пароль, логин, страница входа в phpmyadmin).

Требования к хостингу: версия PHP не ниже 5.4, MySQL, Apache (с mod_mysql, mod_xml и mod_zlib), место не менее 200 Mb, webmail.

ЧАСТЬ 6. Поисковое продвижение.

6.1. По каким поисковым словосочетаниям планируется продвижение сайта?

Укажите продукты, услуги, объекты (магазин, кафе, гостиницы и т. п.), которые вы намерены продвигать с привязкой к региону (если интересны районные центры укажите и их), например: «стройматериалы Россия», «стройматериалы Крым», «гипсокартон Симферополь», «обои Евпатория», «магазины обуви Севастополь», «гостиницы Ялта» и т. п.

Добавьте запросы, содержащие предполагаемые действия потенциального клиента или действия, которые ему необходимы от Вашей организации, например: «купить стройматериалы в Симферополе», «установка окон в Севастополе», «ремонт квартир Джанкой», « доставка пиццы Евпатория» и т. п.

Впишите запросы ниже или предоставьте отдельным документом.

Укажите приоритетность продвигаемых запросов в зависимости от специфики деятельности компании:

1. высокий приоритет;
2. обычный приоритет;
3. низкий приоритет.

Поисковый запрос

Приоритет

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.
- 6.
- 7.
- 8.
- 9.
- 10.
- 11.
- 12.
- 13.
- 14.
- 15.

- 16.
- 17.
- 18.
- 19.
- 20.

ЧАСТЬ 7. РЕКЛАМА САЙТА.

Если планируются рекламные кампании по привлечению посетителей на сайт, укажите какие именно.(нужное подчеркнуть)

7.1. Контекстная реклама Яндекс, Google. Да. Нет.

Показ рекламных объявлений осуществляется в ответ на запрос пользователей на странице поисковых систем Яндекс и Google.

7.2. Контекстно-медийная реклама Яндекса. Да. Нет.

Показ рекламных объявлений с графической частью (баннер) на страницах сайтов, по тематике близкой к рекламируемой тематике (реклама отображается на ресурсах контекстно-медийной сети, если их содержание соответствует списку ключевых запросов рекламной кампании).

7.3. Реклама в социальной сети ВКонтакте. Да. Нет.

Размещение контекстных объявлений на страницах сайта «ВКонтакте».

ЧАСТЬ 8. ПОДДЕРЖКА САЙТА.

После сдачи проекта, если планируются периодические работы по сайту (поддержка) со стороны исполнителя, укажите ориентировочное время в месяц

Благодарим Вас за заполнение брифа.

WWW.ART-WEB.RU

С уважением, студия дизайна art-web - сайты: разработка, дизайн, продвижение, реклама.

+7 (978) 260-17-01 office@art-web.ru - Наталья, офис
+7 (978) 260-17-00, manager@art-web.ru - Иван, менеджер проектов
+7 (978) 767-90-06, admin@art-web.ru - Андрей, руководитель

Крым, г. Симферополь, ул. Александра Невского, д. 30, эт. 2, оф. 7
Индивидуальный предприниматель Григорьев Андрей Александрович
ИНН 910200091207 295048, Республика Крым, г. Симферополь, ул. Трубаченко, д. 24, кв. 49
Банк получателя: Р/сч 40802810240850000177 РНКБ БАНК (ПАО), г. Симферополь БИК
043510607 Банк корр. сч. № 30101810335100000607