



БРИФ НА РАЗРАБОТКУ ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНА

Пожалуйста, внимательно изучите нижеперечисленные вопросы и дайте как можно более подробные ответы на них. Данная информация поможет нам получить более точное впечатление о предстоящей работе и подготовить для Вас оптимальное предложение.

КОНТАКТНЫЕ ДАННЫЕ

Название компании:

Контактное лицо:

Телефон контактного лица:

ИНФОРМАЦИЯ О КОМПАНИИ

Род деятельности и специфика работы компании:

Конкурентные преимущества:

Характеристика основных товаров и/или услуг:

Целевая аудитория:

Ваши конкуренты и их веб-ресурсы (желательно с Вашими комментариями):

БЫЛ ЛИ РАНЕЕ У КОМПАНИИ САЙТ / ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИН?

Да *Ссылка на Ваш сайт:*

Нет

ЧТО ВЫ МОЖЕТЕ ПРЕДОСТАВИТЬ ПЕРЕД НАЧАЛОМ РАБОТЫ?

Ресурс	Наличие	Как они будут предоставлены нам (формат или ссылка)
Доменное имя	Да Нет	
Название Интернет-магазина	Да Нет	
Слоган	Да Нет	
Логотип	Да Нет	
Фотографии (работы, продукция и т.д.)	Да Нет	
Информационные материалы (тексты о компании, товарах, услугах и т.д.)	Да Нет	
Желаемые иллюстрации для использования в дизайне	Да Нет	
Другое	Да Нет	

ИНФОРМАЦИЯ ОБ ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНЕ

Покупатели: Юр. лица, физ. лица, другие. Перечислите все необходимые группы.	
Резиденты какой страны покупатели	
Предмет продажи: 1. реальные (офф-лайн) товары и сопутствующие услуги; 2. цифровые товары и онлайн-услуги; 3. другое (что именно).	
Примерное количество наименований товаров (отдельных товарных позиций).	
Примерное количество категорий товаров верхнего уровня (главных разделов каталога товаров).	
Примерное количество уровней вложенности категорий товаров (глубина разделов каталога товаров).	
Перечень параметров товара – наименование, изображение, большое изображение, краткое описание, подробное описание, габариты, цвет, размер, цена и т. д., и т. п.	
В каких валютах должны указываться цены, перечислите все валюты.	
1. Требуется ли накопительные скидки. 2. Требуется ли учёт скидок по флаерам и купонам. 3. Требуется ли учёт скидок по дисконтным картам.	

Требуется ли в принципе регистрация покупателей на сайте или же достаточно корзины для любого текущего незарегистрированного посетителя/покупателя.	
Требуется ли обязательная регистрация покупателей для совершения покупки.	
Разрешено ли покупателю, не совершившему вход в систему, собирать товары в корзину.	
Требуется ли сохранение истории покупок в базе данных Интернет-магазина для зарегистрированных пользователей.	
Способы оплаты товаров/услуг: 1. безналичный расчёт – выписка счёта юр. лицу он-лайн; 2. оплата через банк – выписка квитанции физ. лицу он-лайн; 3. наличный расчёт – оплата курьеру при получении товара; 4. предоплата кредитными картами; 5. предоплата электронными деньгами – WebMoney, LiqPay, другие; 6. другое (что именно).	
Как осуществляется приём заказов менеджером Интернет-магазина: 1. заказы поступают на E-mail менеджера, и вся дальнейшая обработка заказов ведётся в офф-лайне; 2. на E-mail менеджера поступает уведомление, а обработка заказов ведётся на сайте; 3. другое (что именно).	
Как вы планируете вести учет товара? 1. учет будет вестись онлайн непосредственно через админку интернет-магазина; 2. учет товара будет вестись в электронной системе управления складом, в которой предусмотрена синхронизация с интернет-магазином. (1С, ТоргСофт, Мой Склад, другая WMS-система).	
1. какое юридическое или физическое лицо будет обслуживать Интернет-магазин? 2. какая система налогообложения у компании? 3. наличие расчетных счетов и в каком банке?	
Другая информация касающаяся функционирования Интернет-магазина.	

КОНЦЕПЦИЯ ДИЗАЙНА ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНА

основная идея, которую можно выразить средствами дизайна:

СТИЛЬ ДИЗАЙНА ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНА

выделите один из пунктов или допишите свой вариант:

VIP (дорогой, представительный, строгий)

Стильный

Лаконичный

Официальный

Гламурный

Промышленный

На усмотрение дизайнера

Ваш вариант

ЕСТЬ ЛИ У ВАШЕЙ КОМПАНИИ ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ?

логотип, цвета, шрифты, визуальные паттерны, которые необходимо использовать в дизайне сайта.

выделите один из пунктов или допишите свой вариант:

Есть (все материалы высылаются вместе с заполненным брифом)

Есть (но для сайта необходимо разработать собственный логотип)

Нет (оформление сайта дизайнер выполняет на свое усмотрение)

Нет (мы хотим заказать разработку фирменного стиля для нашей компании)

Ваш вариант:

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ПОЖЕЛАНИЯ К ДИЗАЙНУ

которые необходимо учесть:

ЕСЛИ ВЫ РЕШИЛИ ВОСПОЛЬЗОВАТЬСЯ ШАБЛОННЫМ ДИЗАЙНОМ

индивидуальность и креативность на данном этапе не нужна.

укажите ссылку на выбранный шаблон:

ПРИМЕРНОЕ КОЛИЧЕСТВО ПОСЕЩЕНИЙ В СУТКИ

(прогнозируемое посещение):

от 50 до 100 человек;

от 100 до 300 человек;

от 300 человек;

больше 1000 человек.

ПРИМЕРЫ ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНОВ, КОТОРЫЕ НРАВЯТСЯ

URL	Комментарий

ПРИМЕРЫ ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНОВ, КОТОРЫЕ НЕ НРАВЯТСЯ

URL	Комментарий

УСЛУГИ, КОТОРЫЕ МОГУТ БЫТЬ ВАМ ИНТЕРЕСНЫ

Услуга	Интересует?
<i>Логотип и фирменный стиль</i> – создание фирменного знака и элементов корпоративной идентификации, сведение их в общую систему, оптимально соответствующую Вашим маркетинговым целям.	Да Нет
<i>Графический дизайн</i> – создание визуальных образов в рекламных целях: макеты для СМИ, рекламных щитов, постеров. Web-дизайн и полиграфия.	Да Нет
<i>Копирайтинг</i> – создание рекламных и презентационных текстов. Разработка слоганов, написание речей, PR-материалы. Наполнение уникальным контентом web-сайтов, генерация новостей, ведение личных и корпоративных блогов.	Да Нет
Другие услуги	Интересует?
<i>Сопровождение Интернет-магазина, техническая поддержка</i>	Да Нет
<i>Раскрутка / продвижение Интернет-магазина в Интернет</i>	Да Нет
<i>Разработка стратегии продвижения / комплексная рекламная кампания</i>	Да Нет

ЖЕЛАЕМЫЕ СРОКИ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА

ПРЕДПОЛАГАЕМЫЙ БЮДЖЕТ

ПРЕДПОЧИТАЕМЫЙ СПОСОБ ОПЛАТЫ

После заполнения брифа, сохраните файл и отправьте его на e-mail: info@bdstudio.pro