**БРИФ**

Уважаемые клиенты, не обязательно заполнять все пункты данного брифа. Заполняйте только те, которые считаете нужными для создания Вашего проекта. Если окажутся пропущенными важные для нашей работы пункты – мы обязательно уточним их у Вас. Полное заполнение данного Брифа поможет нам лучше понять друг друга и, соответственно, выполнить работу быстро и качественно.

*С уважением, сотрудники КПУП «МРИЦ»*

*Звоните нам по телефону +375 (22) 2-75-26-01*

*Пишите нам на почту svoy@mric.by*

*Спасибо!*

|  |  |
| --- | --- |
| **ОБЩАЯ ИНФОРМАЦИЯ** | |
| Полное название компании/организации: |  |
| Контактная информация: ФИО |  |
| Должность Электронная почта Рабочий / мобильный телефоны |  |
| Доменное имя сайта: |  |
| Каков планируемый бюджет проекта? |  |
| Укажите все, что, с вашей точки зрения, может помочь в реализации проекта? При необходимости приложите дополнительные материалы к брифу или ссылку на них |  |
| Что для Вас важно при реализации проекта? На что обратить особое внимание? |  |
| Откуда вы узнали о нашем центре? |  |
| **О компании / товаре / бренде / услуге** | |
| Какова область деятельности и специфика работы / бизнеса вашей компании? |  |
| Опишите бренд / продукт / услугу вашей компании: |  |
| Рекламный слоган рекламной кампании или бренда: |  |
| Уточните географию распространения бренда / продукта / услуги |  |
| Сильные стороны продукта / услуги: |  |
| Слабые стороны у продукта / услуги: |  |
| Какие проблемы потребителя он решает, в чём облегчает его жизнь? |  |
| Текущее позиционирование, идея, миссия, сообщение компании (если сформулированы): |  |
| Перечислите причины доверять вашему продукту / услуге: |  |
| Разрабатывалась ли ранее платформа бренда или другой документ? Если да, то приложите его, пожалуйста, к письму. |  |
| Кратко опишите ситуацию на рынке. Каковы ваши позиции? |  |
| Планируете ли вы запуск новых направлений / продуктов / услуг / сервисов / масштабировать проект? Опишите, в чем заключаются планируемые изменения: |  |
| Перечислите текущие задачи, стоящие перед вашим бизнесом: |  |
| **Целевая Аудитория** | |
| Кто ваши основные клиенты / потребители / покупатели? |  |
| Каких клиентов / потребителей / покупателей вы хотели бы получить? |  |
| Почему они должны выбрать / выбирают именно вас? |  |
| Пол |  |
| Возраст |  |
| Интересы |  |
| Доход |  |
| Потребности |  |
| Возражения по покупке, отработка возражений |  |
| Целевое действие на сайте |  |
| По каким критериям ЦА выбирает продукт? |  |
| **Конкуренты** | |
| Сайты |  |
| Сильные стороны |  |
| Слабые стороны |  |
| В чем уникальность компании / продукта / услуги относительно конкурентов: |  |
| Перечислите ваших прямых и косвенных конкурентов, желательно с адресом сайта: Дайте вашу оценку их позиционированию и фирменному стилю. Отметьте их положительные и отрицательные стороны. |  |
| Назовите наиболее удачный пример позиционирования среди ваших конкурентов: |  |
| **Продвижение (Рекламная компания)** | |
| Цель рекламной кампании |  |
| Гео – где проводится РК? |  |
| Сроки проведения РК |  |
| Какие рекламные каналы использовались ранее и почему? Что сработало лучше? |  |
| Бюджет РК |  |
| Есть ли какие-то публикации\рекомендации лидеров мнений, которые можно опубликовать? |  |
| Сколько клиентов\продаж в месяц нужно? |  |
| **Сайт** | |
| Если сайт уже существует, опишите проблемы, требующие решения: |  |
| Структура сайта. Перечислите основные пункты меню: |  |
| Опишите ключевые функциональные возможности сайта (калькуляторы, формы заявок, подписки и прочее): |  |
| Опишите техническое задание для разработки сайта:  1. Планируемая нагрузка по посещаемости: 2. Система администрирования (CMS): 3. ИНОЕ: |  |
| Есть ли у вашей компании логотип и фирменный стиль (брендбук)?  Приложите их к брифу или дайте ссылку на них. |  |
| Требуется ли организация взаимодействия со сторонними сайтами или программами (1С, CRM, ERP, интранет-системы, прочее)? Укажите их: |  |
| Опишите целевую аудиторию сайта по группам, укажите характерные черты посетителей сайта, расставьте целевые аудитории в порядке приоритета: |  |
| Перечислите ваших прямых и косвенных конкурентов, желательно с адресом сайта: Дайте вашу оценку их сайтам (работе в интернете в целом), отметьте их положительные и отрицательные стороны. |  |
| Назовите наиболее удачный пример позиционирования в интернете среди ваших конкурентов: |  |
| По возможности оцените периодичность обновления информации на сайте  (в каждом разделе сайта по отдельности): |  |
| Предполагаются ли иностранные версии сайта? На каких языках? |  |
| Кто готовит информационные материалы для сайта? |  |
| Оцените в процентах текущую степень готовности информации: |  |
| Необходима ли вам помощь в создании контента? 1. Нужна ли фотосъемка? 2. Есть ли необходимость в редактуре текстов? 3. Какие тексты необходимо написать с нуля? |  |
| Подходит ли вам адаптивный дизайн - либо необходима отдельная мобильная версия? |  |
| Какими способами поддерживается существующий сайт (самостоятельно / с помощью подрядчика)? |  |
| Перечислите несколько сайтов, которые вам нравятся (независимо от их направленности  и тематики). Чем они вас привлекают? |  |
| Требуется ли дальнейшая поддержка и развитие со стороны разработчика (техническая, информационная, дизайнерская, иная)? |  |
| Интересна ли вам разработка нового или доработка существующего логотипа, фирменного стиля? |  |
| Опишите будущий сайт нескольким прилагательными (например, современный, удобный). Укажите хотя бы 5 определений: |  |
| Также укажите, каким сайт не должен быть (например, ярким, пафосным).  Укажите хотя бы 5 определений: |  |
| Существует ли стратегия продвижения бренда / товара / услуги? |  |
| Кто в компании отвечает за реализацию этой стратегии? Каким образом сайт встроен в эту стратегию? |  |
| Предполагается ли взаимодействие сайта с другими рекламными носителями (наружная реклама, промоакции, печатные СМИ другие сайты, иное)? |  |
| Планируется ли дальнейшее продвижение сайта?  Какими способами и чьими силами? |  |
| Требуется ли подготовить предложение по продвижению сайта (SEO, контекст, продвижение в социальных сетях)? |  |
| **Фирменный стиль** | |
| Укажите, что нужно разработать: 1. Платформа бренда 2. Нейминг 3. Логотип 4. Фирменный стиль 5. Носители 6. Иное |  |
| Есть ли у вашей компании логотип и фирменный стиль (брендбук)? Что в нем не устраивает?  Приложите их к брифу или дайте ссылку на них. |  |
| Приложите материалы предыдущих рекламных кампаний: Приложите их к брифу или дайте ссылку на них. |  |
| Какие у вас есть пожелания по разработке логотипа? |  |
| Какие у вас есть пожелания по цветовой гамме? |  |
| Где ваш потребитель будет чаще всего сталкиваться с вашим брендом / фирменным стилем? |  |
| Какие ощущения у потребителя должно вызвать визуальное оформление?  Какой образ и характер бренда должен быть сформирован? |  |
| История дизайна / названия бренда: |  |
| Перечислите несколько брендов, фирменные стили которых вам нравятся (независимо  от их направленности и тематики). Чем они вас привлекают? |  |
| Перечислите несколько брендов, фирменные стили которых вам не нравятся (независимо  от их направленности и тематики).  Чем они вас отталкивают? |  |
| Опишите будущий фирменный стиль нескольким прилагательными (например, современный, удобный).Укажите хотя бы 5 определений: |  |
| Также укажите, каким стиль не должен быть (например, ярким, лаконичным).  Укажите хотя бы 5 определений: |  |
| Какие носители фирменного стиля надо разработать: 1. Деловая документация 2. Сувенирная продукция 3. Макеты наружной рекламы 4. Навигация 5. Оформление транспорта 6. Многополосные носители (буклет / брошюра) 7. Спецодежда 8. Иное |  |
| Существуют ли какие-либо ограничения и нюансы, которые необходимо учитывать при разработке логотипа и фирменного стиля? |  |
| **Фотосессия** | |
| Цель фотосъемки (например: рекламные материалы, каталог, социальные сети, материалы на сайт, наружная реклама) |  |
| Что нужно отразить на фотографиях? (какую особенность продукта, посыл, настроение) |  |
| Концепция фотосъемки |  |
| Стиль |  |
| Место съемок (если выбрали). Ссылка на студию или иная локация |  |
| Кол-во участников |  |
| Реквизит |  |
| Референсы |  |
| Формат кадрирования готовых изображений (прямоугольник, квадрат, вертикальные) |  |
| Требуются ли исходники фотографий? |  |
| Ограничения (чего следует избегать) |  |
| **Личный бренд** | |
| Самоидентификация. Кто вы? Ваши интересы, желания и убеждения. |  |
| Экспертность. В каких областях: |  |
| Личные качества и жизненный опыт: |  |
| Ценность и философия (в бизнесе в отношениях и в целом) |  |
| Социально значимые цели. К чему стремитесь и что бы хотели принести в этот мир: |  |
| Как можете изменить жизнь своей аудитории? |  |
| Big Idea |  |
| Легенда: Ваша личная история достижения успеха, взлеты и падения. |  |
| Образ, внешность, манера поведения. |  |
| Портрет ЦА и кто эти люди? Как будете общаться с ними? |  |