**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  |   |
| ДолжностьЭлектронная почтаРабочий / 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 бренда2. Нейминг3. Логотип4. Фирменный стиль5. Носители6. 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 документация2. Сувенирная продукция3. Макеты наружной рекламы4. Навигация5. Оформление транспорта6. Многополосные носители (буклет / брошюра)7. Спецодежда8. 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? |   |