

БРИФ

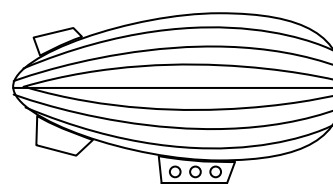


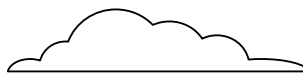
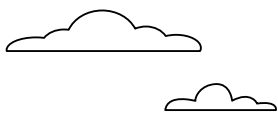
Ниже представлены вопросы, ответы на которые помогут нам сформировать представление о вас, вашей компании, ваших клиентах, а также о субъективных предпочтениях и вкусах.

Используя полученную информацию, мы сможем точнее сформулировать задачи, которые ставятся перед разрабатываемыми графическими элементами и сайтом.

ЗАПОЛНИВ ДОКУМЕНТ, СОХРАНИТЕ ЕГО И ВЫШЛИТЕ ТОМУ МЕНЕДЖЕРУ, КОТОРЫЙ ПРИСЛАЛ ЕГО ВАМ.

Если для нас есть еще что-то вкусное – приложите дополнительные материалы к вашему письму.





ОБЩАЯ ИНФОРМАЦИЯ О КОМПАНИИ

Напишите юридическое название компании и название бренда.

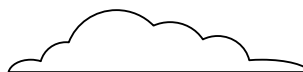
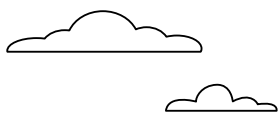
Расскажите о вашей компании. Чем она занимается? Имеются ли сформулированная миссия, цели? Есть ли у компании слоган?

Перечислите ваши преимущества, отличия и ключевые моменты, которые вы бы хотели в первую очередь донести до аудитории.

Опишите положение вашей компании на Российском рынке: масштаб компании; регионы присутствия; известность бренда; конкуренты.

Опишите вашу целевую аудиторию. Какие это слои населения? Каков средний возраст этих людей, уровень дохода, соотношение полов?

С кем мы будем общаться? Для плодотворной работы важно общаться с одним человеком, ответственным за постановку задачи, обмен материалами и прием работ. Укажите имя этого человека и его контакты.



AURORA PRINT
этикетка & упаковка



ЗЕМЛЯ ЕСТЬ
торговля землей



IOFFSHORES
оффшорные компании



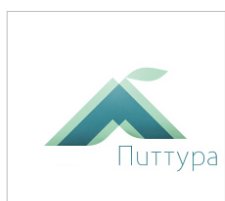
POSITIVE MEDIA
рекламное агентство



ВОЛГОФАРМ
аптечная сеть



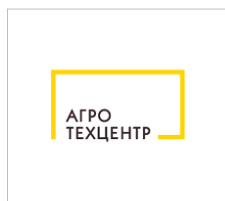
ТЕХНОПАРК
сервисные услуги



ПИТТУРА
строительство



MILL TOWN FOODS
кейтеринг



АГРОТЕХЦЕНТР
материалы для печати



АЛЕКСАНДРИЯ
деловой комплекс

ПОЖЕЛАНИЯ К ЛОГОТИПУ И СТИЛЮ

Опишите цель разработки логотипа. Вы заказываете первый вариант, или это редизайн старой версии? Каких результатов вы бы хотели добиться с помощью нового логотипа?

Напишите название компании или бренда в том виде, в каком оно должно быть изображено на логотипе.

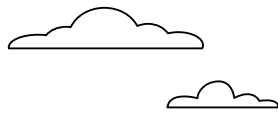
Если вы готовы нести частичную ответственность за результат, расскажите о предпочитаемой цветовой гамме и других особенностях и обязательно аргументируйте, почему логотип должен быть именно таким.

Укажите реквизиты для размещения в фирменном блоке (адрес, телефон, факс, электронная почта, адрес сайта).

Какие элементы фирменного стиля вы считаете необходимым разработать (визитка, бланк, папка и т.д.)?

← **ОК, ПЕРЕХОДИМ К ПРАКТИКЕ**

Отметьте те логотипы, которые, на ваш взгляд, эстетически приятны и при этом решают поставленную задачу.



КОРПОРАТИВНЫЙ САЙТ



ИМИДЖЕВЫЙ САЙТ



ПРОМО/ОДНОСТРАНИЧНЫЙ САЙТ



ПОРТАЛ ИЛИ ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИН

ОБЩАЯ ИНФОРМАЦИЯ О САЙТЕ

Опишите цель разработки сайта. Вы заказываете его впервые, или это редизайн старой версии (укажите адрес)? Каких улучшений вы планируете добиться с помощью нового сайта?

Часто ли вы планируете обновлять информацию на сайте? Какая информация будет обновляться? Сможете ли вы предоставить качественные изображения, либо от нас потребуются их доработка?

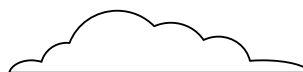
Нам важно знать, сайт какого уровня вам стоит предложить. Каким бюджетом вы располагаете?

Планируете ли вы доверить все работы по дальнейшей поддержке сайта нам, либо будете обновлять его своими силами?

Планируете ли вы продвигать созданный сайт в поисковых системах, либо будете пользоваться другими методами продвижения (социальный маркетинг и т.д.)? Если да, то укажите ориентировочные запросы.

← ОК, ОПРЕДЕЛЯЕМСЯ С ТИПОМ САЙТА

Выберите тип сайта, который, по вашему мнению, подходит для решения вашей задачи лучше всего.



ТЕХНИЧЕСКАЯ ИНФОРМАЦИЯ

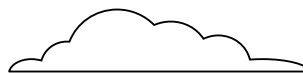
Какие основные разделы (и подразделы) вы бы хотели видеть на сайте? Прокомментируйте их содержание.

Какой функционал для сайта вы считаете необходимым? Каталог продукции? Фотогалерея? Регистрация? Поиск? Опишите в двух словах.

Есть ли у вас творческие идеи для будущего проекта? Самые удачные идеи мы продумаем и реализуем на сайте.

На каких языках будет представлена информация на вашем сайте?

Перечислите хорошие сайты представителей вашей индустрии: ваших клиентов, партнеров, конкурентов. Почему они хорошие?



ВОТ И ВСЕ

Вы прошли все испытания, и теперь мы сможем не только решить вашу задачу, но и постараемся сделать все, чтобы это решение вам нравилось.

ТЕПЕРЬ СОХРАНИТЕ ДОКУМЕНТ И ВЫШЛИТЕ ТОМУ МЕНЕДЖЕРУ, КОТОРЫЙ ПРИСЛАЛ ЕГО ВАМ.

Если для нас есть что-то вкусное – приложите дополнительные материалы к вашему письму.

dmake
destination
not
war

© Urban Production

Содержание данного документа и иные материалы, использованные в работе над ним, являются собственностью студии. Мы заботимся об информационной безопасности наших клиентов и нашей компании, поэтому просим вас не передавать этот документ третьим лицам без письменного согласия компании.