**БРИФ НА СОЗДАНИЕ ЛЕНДИНГА**

Какой бриф - такой и креатив…

Нашу услугу отличает сервис, как в бизнес-классе – эргономичный, удобный процесс взаимодействия с клиентом, который экономит время и позволяет сдавать проект без дня просрочки. Мы на вашей стороне, учитываем ваше мнение, становимся частью вашей команды, иногда спорим, но аргументируем свои решения. А теперь расскажите о себе…

|  |
| --- |
| **Контактная информация** |
| Компания |  |
| Контактное лицо |  |
| Телефон |  |
| Сайт (если есть действующий) |  |
| E-mail |  |
| Удобный канал для рабочей переписки:(e-mail, Telegram, WhatsApp, голубиная почта)  |  |
| Примерный бюджет на реализацию проекта(возможны рамки от и до) |  |

|  |
| --- |
| **О компании** |
| **Доверие – прямой путь к продажам. Покажите своим клиентам, что вам можно доверять. Просто назовите как можно больше выгодных фактов о своей компании** |
| Сфера деятельности. Чем занимается ваша компания? |  |
| Наименование товара или услуги, для которых планируется разработка лендинга  |  |
| Укажите наиболее важные факты о компании: то, что может повлиять на решение ваших клиентов о покупке и показать вашу экспертность. Например:Стаж и опыт. Важно не просто указать, сколько лет вы работаете, а показать результаты, чего Вы уже достигли, что делаете сейчас и к чему стремитесь.По возможности указывайте конкретные цифры.Регалии: достижения, награды, премии, сертификаты, патенты. Личные результаты генерального директора: образование, важные факты из биографии, которые имеют отношение к настоящей деятельности и показывают экспертность. Вы можете добавить любую информацию, которую считаете нужной |  |
| **Товар / услуга** |  |
| **Мы сможем точно и сочно подчеркнуть преимущества вашего продукта. Но для этого позвольте нам узнать как можно больше подробностей о нём** |
| Подробнее опишите товар или услугу, укажите основные характеристики, важные особенности, выгоды.Старайтесь избегать общих фраз: «высокое качество», «современное оборудование», «индивидуальный подход». Добавьте больше конкретики. (Почему высокое качество? «Потому что мы используем новое итальянское оборудование в нашей типографии, которое позволяет точно передать фактуру и цвет предметов на фото»Опишите как можно подробнее нюансы и этапы производства, процесса продаж, оказания услуги. Совсем не обязательно, что мы напишем об этом на сайте. Нам просто необходимо лучше понять ваш бизнес. |  |
| Какие проблемы клиента решает товар/услуга? |  |
| Что самое важное получит человек, воспользовавшись вашей услугой или купив товар? |  |
| Укажите стоимость продукта/услуги. Если есть варианты комплектации или разные тарифы, укажите стоимость каждого и какой продавать приоритетнее.Если вы не хотите указывать цену на сайте, пожалуйста, напишите это и укажите причину. Цена – спорный вопрос, и в некоторых случаях указывать её действительно не нужно. Но иногда отсутствие цены отрицательно влияет на конверсию сайта. |  |
| Действует ли сейчас какая-то акция/скидка? Можете ли вы предложить какие-то бонусы к основному продукту, чтобы стимулировать продажи? Если да, то на каких условиях? (Например, «При оформлении заказа до 6 марта получите книгу в подарок») |  |
| Предоставляете ли вы гарантии? Если да, на каких условиях? |  |
| Почему человек должен купить именно у вас, а не у ваших конкурентов? Укажите основные конкурентные преимущества. Обратите внимание, что они могут касаться не только товара или услуги, но и сервиса, условий сотрудничества, вашего подхода к работе, ценовой политики и т.п. |  |
| **Ваши клиенты** |  |
| **Никто не знает ваших клиентов лучше вас, и мы не исключение. Поделитесь…** |
| Вы работаете в B2C или B2B?Если B2B, укажите размер, профиль компании, должность сотрудника, который контактирует с вамиЕсли B2C, укажите определённые группы людей или их проблемы, потребности, которые решает ваш продукт |  |
| (Для B2B) Кто инициирует покупку? Кто принимает решение об оплате? |  |
| Что является решающим фактором при покупке? |  |
| География вашей аудиторииГде проживают люди, для которых актуальны ваши товары/услуги? |  |
| О чем клиенты чаще всего спрашивают перед покупкой, что уточняют? Пожалуйста, напишите, что вы им отвечаете. Нам нужна эта информация для лучшего понимания вашего бизнеса. |  |
| Какие возражения, сомнения есть у ваших клиентов? Что их останавливает совершить покупку?Напишите, пожалуйста, свой ответ на каждое возражение, как бы развеили сомнения своих клиентов и убедили совершить покупку. Это поможет нам грамотно снять возражения ваших клиентов на сайте.  |  |
| Опишите основные этапы работы с клиентомПошагово, от заявки до завершения работы. Например:- Оформляете заявку- Обсуждаем условия- Заключаем договор- Отправляем товар- и т.д. |  |
| **Ваши конкуренты** |
| Ссылка на сайт | Комментарии (что нравиться, что не нравится) |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
| **Примеры лендингов, которые вам нравятся, и что именно цепляет в них** |
| Ссылка на сайт | Комментарии  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
| **Примеры лендингов, которые вам НЕ нравятся и почему** |
| Ссылка на сайт | Комментарии |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

|  |
| --- |
| **Функционал сайта** |
| Цели создания лендингаЧто должен сделать клиент? Например, оставить свой телефон, позвонить, сделать заказ на замер/доставку/тестдрайв и т.п. |  |
| Если Вы обновляете уже имеющийся сайт, укажите почему, что не устраивает в текущем варианте? |  |
| Есть ли логотип, слоган? Либо рекламные фразы?Если есть логотип, приложите его к письму. |  |
| Расскажите о желаемых блоках на лендинге (мы не обязательно будем использовать только их, просто хотим учесть ваши пожелания)Например: - преимущества товара- схема работы- карта- отзывы клиентов и т.д. |  |
| Укажите, какие контактные данные необходимо разместить на лендинге:- адрес- телефон- E-mail- Соц. сети и мессенджеры: Instagram, VK, YouTube, Skype, Telegram, WhatsApp, Viber (укажите ссылки на них) |  |
| Имеются ли у вас сертификаты, паспорта качества, свидетельства, патенты и т.д., которые можно использовать на сайте?  |  |
| Есть ли отзывы и благодарности от клиентов? Если есть, укажите формат: текстовый, видео, рекомендательные письма.Если отзывы из соц. сети, укажите ссылки откуда можно их взять.Если нет отзывов, будет ли возможность получить их, запросить у клиентов? |  |
| Какие материалы для разработки дизайна лендинга вы готовы предоставить уже сейчас?Картинки, тексты, видео, презентации, фото товара, фото производства, список клиентов и т.д.Если нет, сможете ли сделать фото или снять видео при необходимости? |  |
| **Дизайн** |
| **Вопросы этого блока просто для уточнения ваших предпочтений. Это не значит, что мы будем опираться только на ваше мнение при разработке дизайна** |
| Цветовые предпочтения для дизайна лендинга.Если есть фирменные цвета, которые необходимо использовать на сайте, приложите к письму брендбук или укажите номера цветов в rgb (0, 0, 0,) или html (#000000) формате. |  |
| Что категорически вы не хотите видеть в дизайне? |  |
| Слова, которые могут охарактеризовать дизайн будущего сайта (дорогой, минималистичный, строгий, удобный, динамичный, больше картинок или больше текста т.д.) |  |
| **Дополнительные комментарии, пожелания** |
|  |

|  |
| --- |
| **Технические требования** |
| Будет ли использоваться CMS (система управления сайтом, т.е. «админка»)? Или в этом нет необходимости? |  |
| Требуется ли подбор и регистрация доменного имени? |  |
| Требуется ли ведение сайта? (регулярное обновление контента) |  |
| Нужна ли интеграция с дополнительными сервисами?Онлайн-консультант, сервисы обратного звонка, CRM-система, системы онлайн оплаты и т.д. |  |

Спасибо!

Предоставленная вами информация поможет точнее сформулировать задачи, которые ставятся перед сайтом, и при разработке.

Пожалуйста, отправьте этот бриф на **info@one-page-site.ru**

**Гарантируем полную конфиденциальность предоставленной информации.**