

Бриф на сайт

Уважаемый заказчик!

Чем подробнее Вы ответите на наши вопросы, тем лучший сайт получите.

А чем лучше сайт, тем больше продаж!

Поэтому постарайтесь ответить на **все** вопросы о своем бизнесе – ведь никто не знает его лучше Вас.

• Напишите, о какой задаче идет речь. Что вам нужно:

- А) Лендинг (сайт) для продажи одного товара
- Б) Лендинг для продажи группы товаров (есть каталог)
- В) Лендинг для продажи услуги (группы услуг)
- Г) Сайт-визитка компании
- Д) Корпоративный сайт

Выберите (подчеркните) вариант или напишите свой.

Какая главная цель сайта – продать товар, дать полную информацию о компании? Напишите, для чего вам нужен сайт.

• Кто Вы?

Как называется Ваша компания/проект? Напишите то название, которое будет указываться на сайте.

Сколько лет вашей компании?

Какова географическая структура (какой рынок охватываете)?

- **Есть ли у вас уже сайт или лендинг или вы заказываете его впервые?**

Если сайт уже есть, напишите здесь его адрес.

Почему вы хотите заказать новый? Если вам чем-то не нравится старый, напишите здесь, что именно вы хотели бы изменить:

Сколько страниц должно быть на сайте (подчеркните)

- а) это одностраничник (лендинг)
- б) (напишите цифру):

Какие разделы (страницы) обязательно должны быть на сайте (о компании, портфолио, услуги, каталог и т.д.)

- **Достижения компании в цифрах**

Все те ЦИФРЫ, которые можно привести в лендинге в пользу доверия к Вашей компании и предложению. Как правило, это цифры общих достижений компании (сколько лет на рынке, сколько сотрудников) и достижения конкретно по продаваемому продукту (например, сколько свадебных мероприятий обслужили).

Чем больше *ярких* цифр — тем лучше.

- **Что продаете (ПРЕДЛОЖЕНИЕ/продукт)?**

Услуга, комплекс услуг, товар? Если у вас много услуг или товаров, что из этого на первом месте? Что важнее всего продать **в первую очередь?**

- **Напишите кратко о своей компании.**

Сколько человек в ней работает? Их опыт, образование? Возможно, есть интересная история о создании компании? Люди хотят знать, к кому они обращаются за товаром /услугою, это вызывает доверие.

- **Детали оффера (предложения) (для лендинга)**

В какой комплектации и с какой акцией будем продавать продукт на лендинге? Например: при заказе в течение 15 минут — бесплатный выезд замерщика на место.

Лучше всего предлагать бесплатно или со скидкой что-то действительно полезное, чего нет у конкурентов и на что «клюнет» покупатель. Например, при заказе через сайт – маленький подарок, выгодные условия покупки, особый бонус.

- **Какое действие должен совершить клиент, если его заинтересовало предложение? Позвонить вам? Написать письмо?**

Лучше выбрать какое-то одно действие – **звонок** или **письмо**, чтобы клиенту было проще заполнить форму обратной связи. Подумайте, как вам удобней всего связываться с клиентами – по телефону или в письменном виде. Вам чаще звонят или пишут? Оставьте здесь основной **номер телефона или/и e-mail**.

- **Кому продаем (ПОТРЕБИТЕЛЬ)?**

Кто Ваш основной клиент, готовый платить Вам деньги? Пол, должность, возраст, уровень достатка, интересы... Кто чаще всего обращается в вашу компанию? Если это организации, перечислите, какие.

• Насколько подготовлен потребитель к действию конверсии?

Здесь нужно описать, насколько знаком посетитель Вашего лендинга с продуктом как таковым и именно с вашим продуктом:

А) У него есть проблема, но он не знает о возможности ее решить с помощью продукта (например, задает в поиске «выпадение волос»)

Б) Он знает о продукте как решении проблемы, но не знаком именно с Вашим продуктом (например, задает в поиске «шампунь против выпадения волос Wella»)

В) Он приходит конкретно за Вашим продуктом (например, по названию компании — «купить шампунь Wella в сети «Астера»)

• Как вы планируете привлекать трафик на лендинг? Через seo-оптимизацию, рекламу в соц. сетях, контекстную рекламу в Гугле?

Напишите ключи, по которым будете продвигать лендинг:

Есть ли у вас группы в Фейсбуке или в др. соц. сетях? Напишите их адреса:

• Какие проблемы/задачи Вашего клиента Вы решаете?

- **Характеристики Вашего товара (для товаров)**

Каковы основные **характеристики** Вашего предложения? Например: размер, цвет, прочность.

- **Характеристики Вашей услуги (для услуг)**

Что представляет собой услуга (комплекс услуг). Опишите как можно подробнее.

- **Каков порядок работы по предоставлению услуги? Желательно разбить этот порядок по конкретным шагам, от отправки заявки до завершения работы.**

- **Выгоды Вашего продукта в целом**

Какие **выгоды** получает покупатель благодаря именно Вашему продукту, заказу его у Вас?

- **КОНКУРЕНТЫ**

Если есть конкретные конкуренты, которые соседствуют с вами в контексте или поиске, особенно с лендингами, дайте ссылки на них и ответьте, если можете:

- в чём его предложение **лучше** Вашего
- в чём его предложение **хуже** Вашего

Конкурент 1

Сайт:

Чем лучше:

Чем хуже:

Сайт:

Чем лучше:

Чем хуже:

Конкурент 2

Сайт:

Чем лучше:

Чем хуже:

Конкурент 3

Сайт:

Чем лучше:

Чем хуже:

(при необходимости добавьте конкурентов)

• Преимущества Вашего предложения

Подведите итог и назовите 5-7 (или больше) ключевых **преимуществ** Вашего предложения перед предложениями конкурентов (почему должны заказать этот продукт именно у Вас?).

• Ударное преимущество/ Уникальное торговое предложение

Возможно, это самый важный пункт в анкете.

Напишите, чем, по вашему мнению, ваша компания (или ваш товар/услуга) лучше ваших конкурентов на рынке? Что есть у вас такого, чего нет у других?

• Возражения потребителя

Какие сомнения чаще всего приходится преодолевать Вашим менеджерам в разговоре с клиентами?

Например: почему так дорого? А какой гарантийный срок? И т.д.

Какие вопросы чаще всего задают ваши клиенты (лично или по телефону), прежде чем сделать покупку или заключить договор?

Вопрос 1.

Вопрос 2.

Вопрос 3.

...

• Инструменты доверия

Какие инструменты у Вас есть или могут быть созданы для увеличения доверия к компании и ее предложению?

К примеру, это могут быть: **примеры работ, логотипы клиентов**, сертификаты, лицензии и другие документы, результаты испытаний и так далее.

При наличии этой информации в Интернете — дайте ссылки. Если есть кейсы или скриншоты лицензий, вышлите отдельным файлом.

Будет ли на сайте каталог с товарами? Сколько в нем позиций? Хотите ли вы, чтобы товар можно было купить прямо с сайта?

• Хотите ли вы, чтобы на лендинге (сайте) указывались цены на ваш продукт?

Если да, укажите здесь цены или вышлите прайс отдельным файлом.

Bahtiar

• Есть ли у вас отзывы клиентов в текстовом виде или на видео?

Если да, вышлите их отдельным файлом. Если нет, есть ли возможность их собрать к началу работы над дизайном лендинга (сайта)?

• Ваши пожелания

Что, по Вашему мнению, обязательно следует включить в текст (например, информацию о полученных Вашей компанией знаках отличия). Если у Вас нет таких пожеланий, можете пропустить пункт.

• Напишите здесь все ваши контакты, которые должны быть указаны на лендинге: адреса, телефоны, e-мейлы.

Укажите время работы. Можно ли звонить вам круглосуточно? Если нет, укажите время для звонков.

Если вам нравятся какие-то сайты и вы хотите, что ваш был в похожей стилистике, укажите их здесь:

Какие видео и фото материалы у вас есть? (фото товаров, сотрудников, фото офиса и т.д.)

Vahtiar

• **Другая информация**

Если у Вас есть еще какая-либо важная информация, замечания, пожелания — назовите их сейчас.

При наличии в электронном виде рекламы (буклеты, проспекты, презентации, прайсы), просьба приложить их к анкете.

Спасибо за сотрудничество!

Заполненный бриф отправьте к нам на почту vip@ads.kg