

Brief dla interesariuszy projektu

Poniższy dokument pozwoli nam poznać Twoje oczekiwania odnośnie projektu. Wszystkie informacje zawarte w briefie objęte są klauzulą poufności i zostaną wykorzystane jedynie na potrzeby przygotowania oferty i projektu. Prosimy o wyczerpujące odpowiedzi, na wszystkie pytania.

Informacje o kliencie	
Imię i nazwisko osoby kontaktowej	
Adresy email do kontaktu	
Nr telefonu do kontaktu	
Dane do umowy i faktury	
Ilość osób decyzyjnych w projekcie	
Nazwa marki	
Adres obecnej strony (jeżeli istnieje)	
Opisz krótko charakterystykę marki.	
Czy marka posiada Brandbook?	
Oferowane przez markę produkty/usługi.	
Czy została spisana strategia marketingowa lub jej poszczególne elementy (np. - strategia marki, - język komunikacji, - pozycjonowanie marki, - wartości marki.)	

Obecna pozycja marki / produktu na rynku.	
Oczekiwana pozycja marki / produktu w przyszłości.	
Jaka jest grupa docelowa marki / produktu? (np. wiek, płeć, zainteresowania)	
Co jest najważniejsze dla klientów marki/produktu?	
Kto jest konkurencją bezpośrednią?	
Czy czymś marka się wyróżnia na tle konkurencji? Czym chce się wyróżnić?	

Informacje dotyczące projektu	
Kto będzie użytkownikiem końcowym strony (np. potencjalni klienci, klienci, pracownicy, akcjonariusze)	
Plusy i minusy obecnej strony www (jeżeli istnieje)	

Wskaż mierzalne cele biznesowe, na jakie ma odpowiedzieć nowa strona (np. wzrost sprzedaży o 20%, zwiększenie bazy mailingowej o 1000 kontaktów w czasie do 12 msc.).	
Wskaż mierzalne cele konwersji, które mają być realizowane na stronie (np. wystanie zapytania przez formularz kontaktowy, zapis do newslettera, zakup produktu).	
Jakie informacje powinny zostać wyróżnione na stronie?	
Czy został stworzony projekt layoutu strony?	
Jakie są Twoje oczekiwania dotyczące wyglądu strony www np. kolorystyka, czcionki, styl? Wypełnij, jeżeli marka NIE posiada Brandbook'a i projektu layoutu strony.	
Benchmarki. Wpisz adresy stron www, którymi powinniśmy się inspirować w wyszczególnionych kategoriach.	<p>Układ elementów:</p> <p>Kolorystyka:</p> <p>Typografia (czcionki):</p> <p>Zdjęcia/grafiki:</p>
Wpisz adresy stron, którymi NIE powinniśmy się inspirować.	

Czy zostały stworzone materiały na stronę (banery, sesje zdjęciowe, zdjęcia produktowe, treści tekstowe).	
Podaj docelowe wersje językowe.	
Wypisz niezbędne według Ciebie elementy w głównym MENU.	
Jak rozbudowana ma być strona? Podaj listę podstron / zakładek. (Możesz wpisać link lub dodać załącznik z mapą witryny)	
Wskaż niezbędne funkcjonalności, które mają znaleźć się na stronie. (Np. - Chat, -Podpięcie i konfiguracja Analityki, -Obsługa zapisów do Newsletter 'a, - Integracja formularzy z CRM, - Synchronizacja API.)	
Na jakich ekranach użytkownik będzie wyświetlał stronę? (np. smartfon, tablet, laptop, komputer, telewizor, ekran ultraszerokokątny)	
Czy marka zbiera dane analityczne z obecnej strony (jeżeli istnieje). Jakie? Np. - Google Analytics - Meta Pixel - Hotjar	
Czy zostały wykupione: - hosting, - domena, - certyfikat SSL	

<p>Planowany cykl życia strony. (Ile tygodni, miesięcy, lat strona powinna być dostępna w sieci).</p>	
<p>Jakie działania marketingowe prowadzisz lub planujesz prowadzić? np. Social Media (jakie), pozycjonowanie w Google, Google ADS, E-mail marketing, Wizytówka w Google.</p>	
<p>Czy sprzedajesz lub zamierzasz sprzedawać na innych platformach / marketplace (Allegro, OLX, Empik, Amazon, eBay itp.) Dotyczy E-commerce</p>	
<p>Czy planujesz rozbudowę strony w przyszłości? Jakie moduły/funkcjonalności powinny pojawić się w kolejnych przyrostach projektu?</p>	
<p>Przewidywany budżet na realizację witryny:</p>	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 3 000 - 6 000 zł <input type="checkbox"/> 7 000 - 12 000 zł <input type="checkbox"/> 13 000 - 19 000 zł <input type="checkbox"/> 20 000 - 26 000 zł <input type="checkbox"/> 27 000 - 34 000 zł <input type="checkbox"/> 35 000 - 45 000 zł <input type="checkbox"/> 46 000 - 60 000 zł <input type="checkbox"/> 61 000 – 100 000 zł <p>Inny</p>

<p>Timing – Czy istnieją jakieś szczególne oczekiwania co do terminów dostarczenia poszczególnych etapów projektu?</p>	
<p>Informacje dodatkowe / sugestie: (opcjonalnie)</p>	

Wyjaśnienia:

1. **Cel** – określamy w jakim celu chcesz stworzyć stronę www. Czy to ma być strona informacyjna o biznesie, strona z blogiem, będąca częścią strategii contentmarketingowej, sklep internetowy, platforma interaktywna (np. quiz, konkurs) czy np. landing page do kampanii. Jeżeli celem jest przebudowanie obecnej strony – odpowiedź na pytanie „Plusy i minusy obecnej strony www”.
2. **Grupa docelowa** – kim są Twoi użytkownicy / klienci? Dzieci, dorośli, kobiety, mężczyźni? Czy mają konkretne zainteresowania? Podaj informację na temat wielkości miast w których żyją, ich wykształcenia itd.
3. **Domena, hosting, SSL** – pod jaką domeną powinna stanąć strona www? Kto ma założyć hosting, zakupić i podpiąć domenę oraz certyfikat SSL?
4. **Zakładki / podstrony** – czy strona ma być typu onepage (jedno-stronicowa z podstawowymi informacjami i nawigacją), czy powinna zawierać dodatkowe podstrony, np.: kontakt z mapką, realizacje/case study, artykuł, lista artykułów, kategoria itp.
5. **Materiały** – bardzo istotny element z punktu widzenia projektowania strony. Strona powinna być spójna z marketingowymi materiałami marki, dlatego powinniśmy otrzymać: księgę znaku, fonty, logotypy, teksty marketingowe, teksty informacyjne, dostęp do banku zdjęć lub przykładowe linki do stocków.
6. **Benchmarki** – aby określić kierunek wizualny i wczuć się w Twój gust powinniśmy otrzymać listę stron z podobnej branży / funkcjonalności, które Ci się podobają.
7. **Timing** - ważny z punktu widzenia planowania pracy. Ten czas nie jest wiążący, ale pozwoli odnieść się, czy jesteście w stanie w tym czasie wykonać zaplanowane prace.
8. **Budżet** – dobrze, jeżeli znamy ramy budżetowe. Możemy wtedy określić, czy jesteśmy w stanie zaproponować rozwiązania, które realizują cel, w założonym czasie oraz budżecie. Ta informacja może również skutkować tym, że już na tym etapie poinformujemy Cię, że budżet jest zbyt mały lub zbyt duży.