

БРИФ
НА РАЗРАБОТКУ
ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНА



ALLIED
МАРКЕТИНГОВОЕ АГЕНТСТВО



Название организации/ФИО:

1. Информация о компании

Укажите URL адрес для размещения интернет-магазина, если выбран домен?

(Например: alliedmarketing.ru)

Если домен не выбран, укажите желаемые варианты доменного имени.

Область деятельности и направления бизнеса Вашей компании.

Какие услуги или товары Вы продаете? Опишите примерный процесс продажи: на чем делаете акцент? Какие ключевые моменты Вы бы хотели в первую очередь донести до аудитории.

География продаж Вашей компании. Укажите, на какие города/регионы Вы работаете.

Кто Ваши конкуренты? Укажите адреса сайтов или названия фирм.

Насколько предложения конкурентов шире? В чем они сильнее, в чем слабее?

Существующая версия сайта (если есть) и причины создания интернет-магазина.



ALLIED
МАРКЕТИНГОВОЕ АГЕНТСТВО

2. Разделы и функциональные возможности

Выберите разделы, которые будут присутствовать в интернет-магазине.

- О компании;
- Команда / сотрудники (фото сотрудников, ФИО, должность, контакты);
- Дилерам;
- Новости / Статьи / Блог (с подкатегориями);
- Услуги/Продукция;
- Отзывы клиентов / покупателей (в виде текстовых сообщений с контактами или фотоальбома);
- Портфолио (список реализованных работ / проектов);
- Лицензии, сертификаты, награды;
- Партнеры (блок с логотипами партнеров);
- Интерактивная карта;
- Документы для скачивания (прайс, договор и т.д.);
- Вакансии (с формой отправки резюме);
- Фотогалерея;
- Контактная информация (адрес компании на карте, реквизиты, контакты для связи и т.д.);
- Размещение рекламы (баннеров);
- Личный кабинет;
- Корзина покупок;
- Каталог продукции;
- Сортировка товаров каталога;
- Фильтрация товаров каталога;
- Рекомендуемые товары (с этим товаром покупают);
- Расчет скидок;
- Хранение истории заказов;
- Настройка способов доставки;
- Расчет стоимости доставки;
- Добавление товаров в избранное;
- Отображение похожих товаров;
- Недавно просмотренные товары;
- Сравнение товаров;
- Система уведомления покупателей о статусе заказа;
- Модуль поиска;
- Интеграция социальных сетей;
- Инфографика;
- Система оплаты кредитными картами и электронными деньгами;
- Формирование счета/квитанции для оплаты;
- Калькулятор (оплачивается отдельно);
- Импорт данных из 1С (оплачивается отдельно);
- Импорт/экспорт данных из/в .xls, .csv, .xml (оплачивается отдельно);
- Подписка и рассылка;
- Другое (указать название раздела).



ALLIED
МАРКЕТИНГОВОЕ АГЕНТСТВО

Средства взаимодействия с пользователями интернет-магазина (до 5-ти).

- Форма обратной связи (возможность написать письмо с сайта);
- Вопрос-Ответ (возможность задать вопрос);
- Форум (создание отдельных тем для общения на сайте);
- Оставить заявку;
- Форма: мы Вам перезвоним/позвонить;
- Система комментирования (для новостей сайта, статей и т.д.);
- Система поддержки клиентов;
- Отзывы (возможность отправить отзыв о компании);
- Подписка на рассылку новостей / статей ;
- Онлайн-консультант;
- Опросы.

Укажите разделы и подразделы каталога (структура каталога).

Укажите необходимые поля для оформления карточки товара.

(Например: фотография, описание, производитель, размер, вес, рейтинг, указание категории и т.д.).

Укажите САМЫЕ ВАЖНЫЕ БЛОКИ и элементы в интернет-магазине:

Перечислите важные информационные блоки и элементы на Вашем сайте, которые необходимо выделить (сделать заметнее) и на которые посетители сайта должны обращать внимание в первую очередь. Это могут быть, к примеру, кнопки («заказать звонок», «оставить заявку»), рекламные баннеры со специальными предложениями, контактная информация и т.д.



Языковые версии интернет-магазина.

Необходимы ли дополнительные языковые версии сайта? Дополнительная языковая версия – это будет полная копия или упрощенный вариант (одна или несколько отдельных страниц):

- Только Русский;
- Русский и Английский;
- Другое.

3. Дизайн сайта.

Какие существуют носители фирменного стиля, которые могут быть использованы при разработке сайта?

- Фирменный стиль;
- Логотип;
- Фирменные цвета/шрифты;
- Другие (указать).

Укажите ссылки на сайты, которые Вам нравятся, с точки зрения внешнего вида, удобства.

Не важно, к какой области бизнеса они относятся. Кратко опишите, чем именно нравятся, например подачей информации, графическим дизайном, удобством использования тех или иных функций и т.д. Можно выделить отдельно понравившиеся блоки из разных сайтов.

Укажите ссылки на сайты, которые Вам НЕ нравятся, с точки зрения внешнего вида, удобства.

Не важно, к какой области бизнеса они относятся. Кратко опишите, чем именно нравятся, например подачей информации, графическим дизайном, удобством использования тех или иных функций и т.д. Можно выделить отдельно понравившиеся блоки из разных сайтов.



Яркость оформления интернет-магазина:

- Светлый (светлый и «воздушный» дизайн, с обилием светлых оттенков);
- Средний (светлый, с несколькими темными блоками, для расстановки акцентов на странице);
- Темный (тёмные цвета, возможно темный фон со светлыми).

Желаемый стиль дизайна интернет-магазина:

- Минималистичный дизайн (прямые формы, четкая сетка блоков, ничего лишнего, строгий стиль, с упором на функциональность);
- Нестандартный дизайн (необычные формы, нелинейная разбивка на блоки, нестандартная сетка, наклонные или изгибистые линии);
- Презентационный дизайн (основной акцент на товары и/или услуги компании, дизайн с использованием сложной графики (стилизованных фотографий с эффектами или коллажей);
- На усмотрение дизайнера

Укажите желаемую общую композицию интернет-магазина:

- «Резиновая» (во всю ширину экрана);
- Жесткая левосторонняя;
- Правосторонняя;
- По центру;
- На усмотрение дизайнера.

Какие цвета Вы бы хотели использовать в дизайне интернет-магазина?

Если у Вас есть фирменный стиль или логотип, с конкретными фирменными цветами, то данный пункт можно пропустить.

Дополнительные требования к дизайну или интернет-магазину в целом: