**Маркетинговый бриф на разработку**

**«лендинга»**

1. Точно опишите вашу нишу, укажите, в чем ее особенности:

*Например: Делаем сайты для архитекторов и дизайнеров. Особенности – высокие требования к дизайну.*

2. Полностью опишите один-два персонажа потребителя вашего товара или услуги:

*Например: Мужчина, 24-30, менеджер среднего звена, доход средний, хочет купить спининг для рыбалки в реке.*

Продукт:

1. Опишите продукт как таковой – что вы продаете?

2. Технические характеристики продукта, без подробностей.

*Например: Размеры, вес, цвет и т.д.*  
3. Статистика о продукте

*Например: Как давно производится, сколько уже продано, сколько моделей у вас есть, сколько модификаций и т.д.*  
4. Сертификаты или любые другие документы о продукте - есть/нет?

5. Фото есть/нет?

Оффер (предложение):

1. Сформулируйте минимум 20 выгод вашего продукта/услуги, выделите из них ключевые.

*Например: Сделано в Италии, Гарантия 5 лет, Натуральные материалы и т.д.*

2. Продумайте гипотезу вашего предложения, исходя из трех ключевых выгод:

*Например: Доставка горячей пиццы по Москве за 30 минут, опоздаем – пицца бесплатно.*

3. Создайте гипотезу целевого действия.

*Например: Заполните форму, чтобы получить пример дизайн проекта.*

*Оставьте ваш e-mail и мы пришлем вам полезную книгу!*

4. Подтверждаем выгоды:

*Например: Есть сертификаты, заключения каких-то комиссий, видео с процесса работы или фотографии с результатом.*

Возражения:

Ответьте на типовые возражения ваших потенциальных клиентов:  
1. Долго  
2. Дорого/слишком дешево  
3. Сложно выбрать  
4. Сложно пользоваться  
«Сложно пользоваться» – возражение с подвохом. В принципе, клиента устраивает предложение, ему нравится результат, но он боится не справиться.  
5. Не сейчас  
6. Недоверие  
7. Непонятный результат

Опишите себя:

1. Юридическая информация  
2. Адрес

3. Опыт работы

Статистика о компании:

1. Учредительные документы готовы выложить на сайт или нет?  
2. Личное обращение директора готовы выложить или нет?  
3. Verified by Visa – принимаете ли платежи онлайн?  
4. Фото команды - готовы выложить или нет?  
5. Фото офиса - готовы выложить или нет?

Клиенты (отзывы и факты):

1. Клиенты-люди (перечислите)  
2. Клиенты-компании (перечислите)  
3. Статистика о клиентах (сколько их всего, сколько из каких регионов, сколько людей, сколько компаний)

Социальное доверие:

1. Социальные группы, если есть укажите:  
2. Есть ли возможность сделать отзывы от клиентов, подтвержденные их живыми профилями в соц.сетях?

3. Есть ли возможность сделать видеоотзывы?

Конкуренты:

1. Перечислите ваших конкурентов  
2. Возможно, конкурент где-то упоминал о вас, возможно кто-то признавал ваше первенство. Если такая информация имеется, то укажите.

3. Укажите сильные стороны ваших конкурентов

4. Укажите слабые стороны ваших конкурентов

Предоставление услуг:

Блок «Как мы работаем». С его помощью снимается распространенное возражение «слишком сложно».

Опишите по шагам – 1,2,3 последовательность работы с вашей компанией.

Дополнительные ценности:

1. Ценность до покупки (тестдрайв или образец, примерка)  
2. Ценность за счет нескольких вариантов решения задачи  
3. Ценность после покупки  
4. Варианты оплаты  
5. Варианты доставки  
6. Гарантии

7. Возможность возврата

Типовые акции:

Для снятия возражения «не сейчас» обычно вводят определенное «Ограничение» в виде акции, ниже перечислены типовые, можете выбрать что-то под свой товар/услугу или предложить свое ограничение:

1. По времени (успейте купить до 1 мая)  
2. По покупателям (только первым 5 покупателям скидка)  
3. По продуктам (только на этот продукт скидка 50%)  
4. По времени и продуктам (только на этот продукт до 1 мая)

|  |  |
| --- | --- |
| **Раздел 2: Дизайн** | |
| **Существующие элементы фирменного стиля:** | 1. Логотип 2. Фирменные цвета 3. Фирменный шрифт   Helvetica, но можем использовать любые другие   1. Графические элементы, образы, персонажи 2. Модульная сетка 3. Другие элементы фирменного стиля (какие?) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 4. нет фирменного стиля   \* все элементы фирменного стиля следует прикрепить к техническому заданию |
| **Корпоративные цвета (если есть) или желаемая цветовая гамма сайта.** |  |
| **Основные требования/пожелания по дизайн-концепции сайта** |  |
| **Тональность подачи информации на сайте, стилистика** |  |
| **Динамика композиции web-сайта** | 1. Горизонтальная 2. Вертикальная 3. Центричная 4. Статика 5. Хаос 6. На усмотрение дизайнера |
| **Цветовая гамма и насыщенность** | 1. Только цвета фирменного стиля 2. Цвета фирменного стиля и любые сочетаемые с ними 3. Только мягкие пастельные цвета 4. Использовать монохромные темы 5. На усмотрение дизайнера 6. Другие (какие?) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ |
| **Шрифт** | 1. Рубленый 2. С засечками 3. Комбинация (определяется где и как) 4. На усмотрение дизайнера 5. Что-то другое (что?) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ |
| **Примеры сайтов-аналогов и/или сайты, которые нравятся по оформлению. Указать что в них нравится 3-4 сайта** |  |
| **Примеры сайтов-аналогов и/или сайты, которые НЕ нравятся по оформлению. Указать что не нравится 3-4 сайта** |  |
| **Внутренние страницы:**  описать каждую и дополнительные пожелания |  |
| **Дополнительная информация** |  |