

# РЫЧАГИ

## КОНСАЛТИНГОВАЯ ГРУППА

[ask@r4group.ru](mailto:ask@r4group.ru) • <http://r4group.ru>

### Бриф для разработки проекта в консалтинговой группе Рычаги

*Заполняется (заполнение курируется) сотрудником, ответственным за проект в компании Заказчика.*

Данный бриф необходим консалтинговой группе *Рычаги* в качестве вводной информации о компании-Заказчике для исполнения заказов в области антикризисного управления, в частности, продаж, маркетинга и тех. поддержки. Просим внимательно отнестись к заполнению брифа для достижения максимально эффективного результата. Консалтинговая группа *Рычаги* принимает на себя обязательство о том, что коммерческая информация, полученная в рамках подготовки и реализации проекта, является конфиденциальной и не подлежит разглашению или передаче третьим лицам.

До заполнения брифа просим Вас указать причину обращения в нашу консалтинговую группу:

1. Нужны электронные продажи
2. Надо внедрить дистанционное управление
3. Выбираете платформу для управления персоналом
4. Другое: \_\_\_\_\_

Итак, приступим к заполнению брифа:

### 1. ОБЩАЯ ИНФОРМАЦИЯ ОБ ОРГАНИЗАЦИИ.

1.1. Организация: \_\_\_\_\_

1.2. Основная сфера деятельности: \_\_\_\_\_

1.3. Сопутствующие виды деятельности: \_\_\_\_\_

1.4. Позиционирование на рынке (миссия компании): \_\_\_\_\_

1.5. Количество сотрудников: \_\_\_\_\_

1.5.1. Виды сотрудников:

Руководство: количество, характеристики \_\_\_\_\_

Маркетинг: количество, характеристики \_\_\_\_\_

Продажники: количество, характеристики \_\_\_\_\_

Секретариат: количество, характеристики \_\_\_\_\_

# РЫЧАГИ

## КОНСАЛТИНГОВАЯ ГРУППА

[ask@r4group.ru](mailto:ask@r4group.ru) • <http://r4group.ru>

1.6. Основные конкуренты (перечислить, по возможности указать адреса сайтов):

1.7. Сильные/слабые стороны конкурентов (цены, качество, продвижение, сервис):

1.8. Уровень использования электронного документооборота, электронной почты и интернета подразделениями организации в работе с клиентами, дилерами, партнерами, прессой

1.9. Дополнительная информация об организации, полезные комментарии к проекту

## 2. ПРОДУКЦИЯ / УСЛУГИ

2.1. Продукция, услуги (бренды, товарные группы, виды услуг):

**2.1.1. Целевая аудитория (целевые группы):**

2.1.2. Основные потребители товаров/услуг (портрет потребителя по целевым группам):  
Юридические лица

2.1.3. Основные потребители товаров/услуг (портрет потребителя по целевым группам):  
Физические лица:

**2.2. Существующая география реализации товаров/услуг:**

2.2.1. Приоритетные географические рынки сбыта, ( в т.ч. интересующие рынки ):

2.3. Основная форма реализация товаров/услуг (крупный опт, мелкий опт, розница, под заказ)

2.4. Основные каналы реализации/сбыта:

# РЫЧАГИ

## КОНСАЛТИНГОВАЯ ГРУППА

[ask@r4group.ru](mailto:ask@r4group.ru) • <http://r4group.ru>

2.5. Основные рекламируемые товары, продвигаемые бренды, торговые марки (указать конкретные названия):

---

---

---

2.6. Основные характеристики продукции/услуг (потребительские свойства, особенности, преимущества):

---

---

---

2.7. Бренды (продукты / услуги) с уникальными свойствами (историей, легендой)

---

---

---

2.8. Особенности продвижения брендов (торговых марок), продукции / услуг (отдельных товарных групп, видов услуг):

---

---

---

2.9. Конкурентные преимущества (особенности производства, качество, упаковка, распространение, сервис)

---

---

---

2.10. Доминантная продукция / услуга (бренд, товарная группа), продвижению которой уделяется (или планируется уделять) особое внимание:

---

---

---

2.11. Средневзвешенная оценка уровня цен на основные виды продукции / услуг по отношению к аналогам на рынке (подчеркнуть):

- очень высокий;
- выше, чем у конкурирующих аналогов;
- на уровне конкурирующих аналогов;
- ниже, чем у конкурирующих аналогов
- очень низкий

Комментарий:

---

---

---

2.12. Частота выпуска новой продукции (вывода новых услуг) и/или обновления существующих линеек продукции:

---

---

---

2.13. Рекламно-маркетинговая поддержка сбыта:

- Реклама на ТВ и радио, в прессе: \_\_\_\_\_
- Директ-маркетинг: \_\_\_\_\_
- Промо-акции: \_\_\_\_\_
- PR-акции: \_\_\_\_\_

Комментарий:

---

---

---

# РЫЧАГИ

## КОНСАЛТИНГОВАЯ ГРУППА

---

[ask@r4group.ru](mailto:ask@r4group.ru) • <http://r4group.ru>

2.14. Дополнения, замечания, комментарии полезные для работы над проектом: \_\_\_\_\_

---

---

---

### 3. ИНТЕРНЕТ-ПРОЕКТ.

3.1. Доменное имя для сайта (возможные варианты): \_\_\_\_\_

---

---

---

3.2. Название сайта (если нет – какое предполагается): \_\_\_\_\_

---

3.3. Цели веб-проекта (пронумеровать в порядке приоритетности)

- Привлечение клиентов, заказчиков
- Привлечение партнеров
- Выход на новые рынки
- Имиджевая цель
- Улучшение информационных коммуникаций (информационная поддержка партнеров, клиентов, дилеров)
- Ознакомление потенциальных клиентов с продукцией,
- Сбор маркетинговой информации (исследование аудитории), проведение опросов и т.д.
- Обратная связь с потребителями
- Создание источника актуальной информации для клиентов, партнеров, прессы
- Другое

---

---

---

3.4. Тип сайта:

- корпоративный, рекламно-информационный сайт представляющий организацию, продукцию и услуги?
- тематический проект, с основной доминантой на продукцию/услуги?

Комментарий: \_\_\_\_\_

3.5. Целевая аудитория сайта (целевые группы): \_\_\_\_\_

---

---

---

# РЫЧАГИ

## КОНСАЛТИНГОВАЯ ГРУППА

[ask@r4group.ru](mailto:ask@r4group.ru) • <http://r4group.ru>

3.6. Будет ли сайт являться частью новой концепции продвижения организации (бренда, товаров/услуг) или сайт существует ( создается) в рамках уже существующей стратегии продвижения? \_\_\_\_\_

3.7. Основные элементы (доминанта рекламного мессаджа) наиболее эффективных рекламных кампаний организации (бренда, товаров/услуг), которые (могут быть) использованы при разработке концепции интернет-проекта: \_\_\_\_\_

3.8. Слоганы рекламных компаний организации (бренда, товаров/услуг), если их необходимо использовать (или если они определяют концепцию и стиль сайта) \_\_\_\_\_

3.9. Общее впечатление о компании, продукции / услугах, которое должно создаваться у целевой аудитории от посещения сайта? (перечислите возможные ассоциативные связи – например, надежно, удобно, профессионально, выгодно и т.д.): \_\_\_\_\_

3.10. Планируется ли сопровождать работу сайта рекламной кампанией в интернет? Если да - перечислите, пожалуйста, планируемые действия. \_\_\_\_\_

#### 4. ДИЗАЙН И СТИЛИСТИКА САЙТА

4.1. В дизайне сайта необходимо придерживаться:

- Существующего фирменного стиля организации: \_\_\_\_\_
- Стиля основной торговой марки (бренда): \_\_\_\_\_
- Определяющим является воздействие на целевую аудиторию: \_\_\_\_\_

Комментарий: \_\_\_\_\_

# РЫЧАГИ

## КОНСАЛТИНГОВАЯ ГРУППА

---

[ask@r4group.ru](mailto:ask@r4group.ru) • <http://r4group.ru>

### 4.2. Фирменный стиль компании:

- цвета: \_\_\_\_\_
- логотип: \_\_\_\_\_
- торговые марки (знаки): \_\_\_\_\_
- персонаж: \_\_\_\_\_
- шрифты \_\_\_\_\_

Дополнительно: \_\_\_\_\_

---

### 4.3. Возможность принятия оригинальных решений (в плане концепции, стилистики, дизайна, подачи информации):

- обязательно серьезный, деловой стиль сайта и подачи информации: \_\_\_\_\_
- возможно использование эффектной (например с юмором) подачи информации: \_\_\_\_\_
- возможен частично развлекательный вариант для некоторых разделов: \_\_\_\_\_

Комментарий: \_\_\_\_\_

---

### 4.4. Предпочтительнее:

- уделить внимание формированию положительного имиджа: \_\_\_\_\_
- предоставлению большого количества информации: \_\_\_\_\_
- функциональности и сервисам сайта для посетителей: \_\_\_\_\_

Комментарий: \_\_\_\_\_

---

### 4.5. Цветовое решение (цветовая гамма):

- приглушенные, спокойные тона: \_\_\_\_\_
- эффектные броские, яркие краски: \_\_\_\_\_

Комментарий: \_\_\_\_\_

---

### 4.6. Сайты, которые производят благоприятное впечатление по стилю (желательно перечислить несколько адресов, для каждого указать, что именно нравится – дизайн, общее восприятие, цветовая гамма, компоновка и т.д.):

---

---

---

---

---

---

---

### 4.7. Предполагаемый объем информации на сайте (ненужное зачеркнуть):

- небольшой,
- средний,
- большой

Комментарий: \_\_\_\_\_

---

# РЫЧАГИ

## КОНСАЛТИНГОВАЯ ГРУППА

---

[ask@r4group.ru](mailto:ask@r4group.ru) • <http://r4group.ru>

### 5. ФУНКЦИОНАЛЬНОСТЬ САЙТА

5.1. На сайте Вами планируется (ненужное зачеркнуть):

- Публикация новостей организации
- Публикация тематических (например, отраслевых) новостей
- Подписка / рассылка новостей
- Публикация пресс-релизов
- Публикация тематических статей
- Организация каталога товаров/услуг
- Возможность выбора товаров из каталога (корзина)
- Организовать прием платежей (интернет-магазин)
- Использовать быстрый поиск по сайту/каталогу
- Публиковать объявления о вакансиях
- Организация голосований и опросов
- Размещение файлов для скачивания
- Ведение рубрики вопрос-ответ
- Организация книги отзывов (гостевая книга)
- Организация доски объявлений
- Ведение форума
- Размещение собственной рекламы, акцентирующей внимание на отдельных товарах и услугах
- Организовать регистрацию посетителей для допуска к определенным разделам сайта
- Разместить формы заказ/заявки на товары и/или услуги

5.2. Планируемая регулярность обновления сайта (что именно и с какой периодичностью предполагается обновлять / добавлять): \_\_\_\_\_

5.3. Уровень готовности поддерживать сайт собственными силами (есть специалист или предполагается его нанять; технология доступа в интернет) или планируется осуществлять поддержку и продвижение сайта силами сторонней организации: \_\_\_\_\_

5.4. Наличие у организации компании пресс-службы (PR-службы), отвечающей за взаимодействие с прессой, подготовку новостей, пресс-релизов. \_\_\_\_\_

5.5. Планируется ли использование сайта, как рекламно-информационного ресурса при проведении рекламных акций в off-line (наружная реклама, печатные издания и т.д.): \_\_\_\_\_

5.6. Планируется ли проведение рекламных и/или PR-акций в интернет, основным рекламно-информационным ресурсом для которых станет создаваемый сайт (реклама в поисковых системах, публикация новостей и пресс-релизов на других сайтах, проведение конкурсов, акций, открытки для партнеров, создание небольших промо-сайтов для отдельных акций, товарных групп и пр.): \_\_\_\_\_

# РЫЧАГИ

## КОНСАЛТИНГОВАЯ ГРУППА

---

[ask@r4group.ru](mailto:ask@r4group.ru) • <http://r4group.ru>

5.7. Дополнения, замечания, пожелания, требования к сайту \_\_\_\_\_

---

---

---

---

ФИО заполнившего \_\_\_\_\_

Должность \_\_\_\_\_

Дата \_\_\_\_\_

Подпись \_\_\_\_\_

---

Пожалуйста, отправьте заполненный бриф по адресу [ask@r4group.ru](mailto:ask@r4group.ru)

Если у Вас остались вопросы: Алексей Кентлер, +7(921)9990335

---