Добрый день!

Если вы заполняете этот бриф, значит, вам нужен самый быстрый и функциональный интернет-магазин. Команда SLAM работает с собственными стандартами по разработке сайтов на 1С-Битрикс, мы гарантируем высокую скорость работы вашего сайта (выше 80% в сервисе Google PageSpeed Insight) и применение лучших практик в сфере E-commerce.

**Бриф на разработку интернет-магазина**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| ФИО: |  | Компания: |  |
| Должность: |  | Телефон: |  |
| Email: |  | Адрес сайта: |  |

**Ваша компания:**

1. Расскажите о вашей компании, месте ее на рынке, сильных сторонах относительно ваших конкурентов

|  |
| --- |
|  |

2. География работы вашей компании:

|  |
| --- |
|  |

3.Кто будет основным покупателем на сайте: Юр. лица, физ. лица, другие

|  |
| --- |
|  |

5. Цели нового сайта

|  |
| --- |
|  |

6. IT-инфраструктура (учетная система (1С или др.), складские и торговые системы аналитического учета (1С УТ или др.), CRM, телефония и Сall-центр, собственные сервера и т.п.). Постарайтесь указать наименование ПО и его версию/конфигурацию.

|  |
| --- |
|  |

- Какие проблемы, по вашему мнению, существуют на текущем сайте и в бизнес-процессах продаж через сайт (закупки, ценообразование, прием заказов, логистика, лояльность, оценка эффективности и т.п.)

|  |
| --- |
|  |

**Ожидания по дизайну:**

1.Сайты-образцы (укажите ссылки и на что обратить внимание – структура, концепция дизайна, отдельные элементы, полезный или интересный функционал и т.д.)

|  |
| --- |
|  |
|  |

2. Примеры сайтов, которые вы считаете эффективными или которые вам нравятся (не обязательно из вашей сферы или магазины)

|  |
| --- |
|  |
|  |
|  |
|  |

3.Примеры сайтов, которые НЕ нравятся или которые вы считаете неэффективными.

|  |
| --- |
|  |
|  |
|  |
|  |

4. Сайты ваших конкурентов (укажите пожалуйста кратко их позицию на рынке по отношению к вам, их сильные и слабые стороны, другие важные моменты):

**Каталог товаров/услуг и контент:**

|  |  |
| --- | --- |
| Примерное количество SKUи товарных групп |  |
| Есть ли согласованная структура каталога для сайта |  |
| Есть ли торговые предложения (вариации одного товара по размеру, цвету и т.п.) |  |
| Есть ли торговый контент (фото, описания, свойства). |  |
| Где хранится данный контент (текущий сайт, учетная система (1С), PDF-каталоги, сайты поставщиков и тп.) |  |
| Знают ли покупатели ваш ассортимент, нужна ли им помощь в выборе (развернутые фильтры) |  |
| Есть ли согласованная структура свойств для разных товарных групп (типы свойств: список, число, текст; разбитие свойств на группы; какие показывать в анонсе; какие показывать в фильтрах и какие типы фильтров использовать) |  |
| Есть ли система и/или логика, организующая товарные статусы (новинка, хит продаж, скидка и т.п.) |  |
| Есть ли система и/или логика, организующая товарные связи (аналоги/заменители, похожие, сопутствующие, аксессуары, расходники/запчасти) |  |
| Есть ли комплекты и/или наборы |  |
| Считаете ли вы необходимым предложить покупателям несколько видов организации списка товаров (плитка, список и т.п.) |  |
| Укажите несколько примеров удачной на ваш взгляд реализации списков товаров |  |

**Карточка товара/услуги:**

|  |  |
| --- | --- |
| Нужна ли полная карточка товара на отдельной странице. Какие особенности могут быть в карточке товара, отталкиваясь от вашего ассортимента и покупателей |  |
| Будут ли статьи/обзоры о конкретных товарах |  |
| Готовы ли будут ваши покупатели оставлять отзывы и рейтинги на товары |  |
| Нужен ли богатый контент для ключевых товаров (подача карточки в лэндинговом виде с дизайнерским описанием преимуществ и свойств) |  |
| Укажите несколько примеров удачной на ваш взгляд реализации карточки товара |  |
| Другая важная информация, касающаяся карточки товара |  |

**Ценообразованиеи скидки:**

|  |  |
| --- | --- |
| Где хранятся цены на товары (1С, прайсы поставщиков, сайты поставщиков и т.п.) и как планируется загружать их на сайт |  |
| Будет ли несколько источников цен. Например, остатки из 1С, заказные позиции из Excel |  |
| Как осуществляется ценообразования для розничных покупателей, есть ли дифференциация |  |
| Как осуществляется ценообразования для оптовых клиентов (скидки по результатам или накопительные, ценовые колонки, дифференцированные ценовые колонки, индивидуальные цены) |  |
| Нужен ли механизм автоматических или ручных наценок на сайте (от закупочных цен для базовой или от базовой для рассрочки) |  |
| Нужны ли разные цены в разных регионах, городах или магазинах |  |
| Как будет осуществляться ценообразования для разных регионов (готовые цены приходят на сайт, цены считаются на сайте по курсу, цены формируются на сайте по алгоритму) |  |
| Есть ли партионный учет и как он будет влиять на цены на сайте |  |
| Где планируется управлять скидками (на сайте или в другой системе) |  |
| Какие виды скидок используются (к отдельным товарам/группам, к чеку/корзине и т.п.) |  |
| Есть ли сложные системы скидок (купи и получи подарок, купи два и получи скидку на третий и т.п.) |  |
| Есть ли подарочные сертификаты и купоны |  |
| Будут ли предзаказы и какие ценовые условия должны для них действовать |  |
| Есть ли система лояльности и как она работает (накопительная скидка, фиксированная скидка, накопление и расчет бонусов, смесь) |  |
| Где хранится информация о накопленных бонусах/скидках и что является идентификатором клиента (номер карты, телефона, емейл и т.д.) |  |
| Другая важная информация, касающаяся ценообразования и скидок |  |

**Остатки и логистика (доставка):**

|  |  |
| --- | --- |
| Как осуществляется учет остатков (в каком ПО, есть ли собственные остатки, сколько объектов (складов/магазинов) будет участвовать в формировании общего остатка для сайта) |  |
| Нужно ли показывать отдельные остатки (факт наличия) в разных регионах, городах |  |
| Будет ли мультикомплектация (возможность собрать корзину с разных складов вашей компании или со склада вашей компании и/или складов поставщиков) |  |
| Если учет ведется в 1С, или другой учетной системе, есть ли у вас проблема дублей товаров (когда одинаковый товар при оприходовании товара заводится новой карточкой) |  |
| Если источником остатков служат прайсы поставщиков, сколько прайсов необходимо будет загружать на сайт. Есть ли система/логика сопоставления одинаковых SKU в разных прайсах |  |
| Какие виды доставки планируется использовать на сайте (и какая логика оплаты должна быть):- самовывоз с объекта нахождения товара- самовывоз с точек выдачи (доставка корзины в точку)- почта- ТК (укажите какие)- собственные курьеры/транспорт- внешние курьеры/транспорт (укажите какие) |  |
| Есть ли согласованная система/логика, определяющая сроки и стоимость доставки (регионы, зоны, адрес, вес, объемный весс, кратность и т.п.) |  |
| Будет ли возможность заказа товаров, отсутствующих в наличии. Есть ли согласованная система/логики определения сроков ближайшей поставки для товаров под заказ. Где хранится данная информация |  |
| Другая важная информация, касающаяся учета остатков и логистики |  |

**Клиенты/покупатели:**

|  |  |
| --- | --- |
| Доля постоянных покупателей. Нужны ли обязательная регистрация и личный кабинет |  |
| Нужна ли полная история заказов (не только онлайн, но и офлайн покупки) |  |
| Где хранятся данные о покупателях, как планируется синхронизировать эти данные с сайтом |  |
| Нужна ли привязка к индивидуальным менеджерам, какие есть особенности |  |
| Нужно ли отображение информации о взаиморасчетах, где она хранится |  |
| Какие данные необходимо показывать клиенту в личном кабинете (где подсказки) |  |
| Какие действия клиент должен иметь возможность совершить в личном кабинете (где подсказки) |  |
| Нужен ли сложный функционал избранного (наборы, отдельные именные списки и т.п.) |  |
| Нужна ли система аффилиатов, по какой системе/логике она должна работать |  |
| Другая важная информация, касающаяся покупателей |  |

**Заказы:**

|  |  |
| --- | --- |
| Укажите несколько примеров удачной на ваш взгляд реализации корзины и оформления заказа |  |
| Как часто ваши покупатели совершают повторные покупки, часто ли они повторяют предыдущие заказы |  |
| Какие виды оплаты планируется использовать на сайте:- наличными в кассу или курьеру- по карте при самовывозе- по карте курьеру- онлайн оплата картами (есть ли утвержденный эквайер)- онлайн оплата электронными деньгами (какими) |  |
| Будет ли покупка товаров в собственную рассрочку. Какие правила и условия рассрочки действуют. Влияет ли она на цену |  |
| Будет ли покупка товаров в кредит или банковскую рассрочку. С какими банками и по каким программам планируется работать. Будет ли влиять такая покупка на цену |  |
| Какие статусы заказа необходимы, где они будут вестись |  |
| Будут ли какие-то региональные особенности, влияющие на корзину (например, доставка курьером доступна только в Минске и т.п.) |  |
| Какие дополнительные каналы приема заказов необходимы помимо телефона и корзины сайта (онлайн-консультант, емейл, факс и т.п.) |  |
| Другая важная информация, касающаяся корзины и чекаута |  |
| Другая важная информация, касающаяся процесса заказа |  |

**Интеграция сайта с внешними системами:**

|  |  |
| --- | --- |
| Укажите, с какими системами будет интегрироваться сайт |  |

**Сроки:**

|  |  |
| --- | --- |
| Есть ли жесткие временные рамки по разработке сайта |  |

**Спасибо!**

Заполненный бриф просим прислать на igor@slam.by

