

Kreativ brief

Alla projekt är olika och kräver olika lösningar, men det finns några gemensamma saker som kan vara bra att tänka igenom innan vi börjar. Här följer sju punkter inför en beställning:

1. Berätta om ditt företag och din bransch

Vilka är dina affärsområden? Vilka är dina konkurrenter? Vilka är de största utmaningarna idag?

I det här skedet kan vissa byråer berätta att de inte är tillräckligt erfarna inom din bransch eller att det ligger utanför deras nisch. Detta är bra – du vill bara samarbeta med en byrå som är i linje med dina värderingar och vill det bästa för dig!

2. Vad vill du att ditt projekt ska uppnå?

Försök att tänka på problemen du upplever, snarare än de lösningar du vill ha. Låt oss brainstorma tillsammans och använd vår expertis för att hitta lösningarna!

Om du bygger en helt ny webbplats vill vi veta:

- Hoppas du på att webbplatsen ska driva försäljning? Bygga medvetenhet om varumärket? Generera leads?

Om du förnyar en befintlig webbplats, vilka är dina främsta skäl till att göra det?

- Är den befintliga sidan för gammal? Har den tekniska problem? Behöver den uppdateras för att spegla en uppdaterad varumärkesidentitet?
- Vilka problem har användare haft på den nuvarande webbplatsen?
- Finns det befintliga processer (som fakturering, anmälningar och innehållshantering) som skulle kunna förbättras?

3. Vem är din målgrupp?

Allt vi skapar måste ha din målgrupp i åtanke, så ju mer du kan berätta om dem, desto bättre.

- Hur ser din typiska besökare ut?
- Vilka sektorer och geografiska platser verkar de inom?
- Vilka problem försöker lösa när de anlitar era tjänster, eller besöker er webbplats?
- Är din målgrupp uppdelad i specifika grupper med olika behov (t.ex. kunder, medarbetare, media)?

4. Behöver du något annat innehåll?

Fundera på om du behöver något ytterligare innehåll för att stödja ditt projekt. Till exempel video eller foto till webbplatsen. Att inkludera det i briefen innebär att du får en bättre uppfattning om hur mycket projektet kommer att kosta.

5. Vilka tekniska detaljer behöver vi veta om?

Nu är det dags att dyka in i detaljerna på din blivande webbplats! Detta är kärnan i briefen eftersom det är här de tekniska och kreativa möjligheterna tas upp. Lista de viktigaste funktionerna som du vill kunna använda. Här är exempel på sådana funktioner:

- Användarregistrering och inloggning
- Medlemshantering
- E-handelsplattform och onlinefakturerings
- Blogg eller nyhetsplattform
- Evenemang och onlinebokningar
- Chatt
- Sökfunktion
- Kontaktformulär eller andra onlineformulär
- Dokumentbibliotek
- Interaktiv karta
- Integration av sociala medier
- Flerspråkig plattform
- Behöver webbplatsen följa EU:s cookieförordningar och GDPR?
- Finns det någon specifik teknisk plattform den behöver knyta an till?

Har du ett domännamn och webbhotell? Eller vill du att vi ordnar detta åt dig?

6. projektansvar

Vem ska göra vad när vi jobbar tillsammans med det här projektet?

- **Design:** Har ditt företag befintliga varumärkesriktlinjer (typsnitt, färger, foto mm), eller ska dessa skapas som en del av projektet? Har du annat material (broschyrer, guider mm) som sajten bör knyta an till?
- **Innehåll:** Kommer du att skriva innehållet för webbplatsen, eller vill du även beställa copywriting-tjänster? Behöver du hjälp med redigering och korrekturläsning av innehåll?
- **Bildspråk:** Har du professionell fotografering tillgänglig för projektet, eller behöver du fotograferingstjänster? Tänker du dig att använda arkivfoton/illustrationer i projektet?
- **Översättningar:** Om webbplatsen är flerspråkig, behöver du en översättningsbyrås tjänster eller kommer du att tillhandahålla all översatt text?
- **Marknadsföring efter lansering:** Vilka är dina marknadsföringsplaner efter lansering av webbplatsen? Är det något du behöver hjälp med?
- **Innehållsuppdateringar efter lansering:** Behöver du hjälp med att hantera webbplatsens innehåll över tid, eller har du ett internt team som kommer att ansvara för uppdateringar av text och bilder?

7. Sist men inte minst, låt oss veta din budget och deadline!

Kom ihåg att du betalar för att få dina problem lösta. Det är bra om din brief inkluderar riktlinjer för budget så att vi kan planera hur dina pengar kan användas mest effektivt.

Med en högre budget kan vi t ex lägga mer tid på design. Om budgeten är lägre kommer vi att fokusera på kärntjänster som krävs för att webbplatsen ska fungera. Att specificera ett prisintervall är det bästa sättet att sammanfatta detta, t ex 25 000-35 000 kr.

Ibland kanske tiden inte är av betydelse – och projektet kan ta så mycket tid som det behöver för att bli rätt. I andra fall finns en absolut deadline. Låt oss veta din tidslinje så att vi kan planera resurserna så bra som möjligt från dag ett.

Din brief behöver inte vara perfekt, och den behöver inte vara slutgiltig, men den låter oss utforma ett konkret förslag för hur vi kan fortsätta arbeta tillsammans!

BUDSKAPET,



Budskapet kommunikation Sverige AB

hej@budskapet.se

+46 33 122 622