

Brief projektowy

Wypełnij w swoim tempie i odeślij na hello@aphrodi.pl. Nie musisz odpowiadać na wszystkie pytania: puste pole też jest informacją, o którą dopytamy na rozmowie.



01

Firma i marka

Bez tego nie wiemy, co projektujemy. Dwa zdania wystarczą.

Nazwa firmy lub marki

Taka, jaka ma się pojawić w projekcie.

Czym zajmuje się firma?

Jedno lub dwa zdania, jak powiedziałbyś to klientowi.

Czym różnicie się od konkurencji?

Cena, jakość, obsługa, specjalizacja, historia. Konkretnie, nie hasłem.

02

Odbiorcy

Projekt dla rodziców małych dzieci wygląda inaczej niż dla kierowników budowy.

Kto kupuje Twoje produkty lub usługi?

Wiek, branża, sytuacja, w jakiej Cię szukają.

Gdzie klienci najczęściej widzą Twoją markę?

Szyld, strona, Instagram, opakowanie na półce, oferta PDF, auto firmowe.

03

Projekt

Lista elementów i miejsc użycia pozwala podać dokładną cenę zamiast widełek.

Co ma powstać?

Np. logo, wizytówki i szablony postów albo projekt strony do 10 podstron.

Co już masz?

Stare logo, kolory, zdjęcia, teksty, strona. Wystarczy wymienić.

Wymagania techniczne

Wymiary, drukarnia, platforma sklepu, format wideo, terminy druku.

04

Konkurencja i inspiracje

Linki mówią więcej niż przymiotniki. Słowo nowoczesny każdy rozumie inaczej.

Trzech do pięciu konkurentów

Nazwy albo linki do stron, z którymi porównują Cię klienci.

Marki lub projekty, które Ci się podobają

Linki i jedno zdanie, co dokładnie Ci się podoba.

Czego na pewno nie chcesz?

Kolory, style, skojarzenia. To równie cenne jak inspiracje.

Budżet i termin

Budżet nie podnosi ceny. Pozwala dobrać zakres, który się w nim zmieści.

Orientacyjny budżet

Kwota albo przedział netto. Możesz też napisać, że jeszcze nie wiesz.

Termin

Data, na którą potrzebujesz plików, i czy jest twarda, np. targi albo premiera.

Po otrzymaniu briefu odpowiadamy w ciągu 24 godzin w dni robocze: z wyceną albo z kilkoma pytaniami.

Kontakt: hello@aphrodi.pl · +48 578 022 642 · aphrodi.pl