**פרטי לקוח**

|  |
| --- |
| **איש/אנשי קשר** שם, טלפון, מייל. (עבור התקשורת עם המעצב): |
|  |

|  |
| --- |
| **מה השם של העסק?** (השם אשר יופיע בפרויקט) |
|  |

|  |
| --- |
| **טלפון לפרסום באתר (בעיצוב):** |
|  |

|  |
| --- |
| **דוא"ל לשליחת טפסים (מילוי לידים):** |
|  |

|  |
| --- |
| **מה המטרה של האתר / עמוד נחיתה?** קבלת טלפונים / מילוי טופס / חשיפת המותג / מכירות וכו'. [אלה שאלות חשובות מכיוון שאתר מכירתי יראה שונה מאתר תדמיתי] |
|  |

|  |
| --- |
| **קהל יעד ותוכן. מי הקהל יעד?** (קהל יעד ספציפי!) לכוון לכולם זה לא נבון. צריך לכוון לקהל מטרה ספציפי ולעצב את האתר / עמוד נחיתה בצורה ידידותית, חברותית ומתאימה לקהל היעד שיהיה להם קל לנווט בו. אם התשובה שלכם זה "כולם" או גילאים 5-99 אז אל תענו על השאלה.  **להלן רשימה של שאלות מנחות טובות שעוזרות לענות על השאלה הזו:**  מה חשוב להציג לקהל היעד בנוגע למוצר שיכול למשוך אותו? או מה קהל היעד אמור לחפש על מנת שהמוצר יעניין אותו?  על אילו צרכים, בעיות ורצונות שיש ללקוח השירות/המוצר מציע פתרון?  מה תרצה שקהל היעד ירגיש לגבי השירות/המוצר המוצע?  איך אוכל להציג לקהל היעד את המוצר כהזדמנות שלא ירצו לפספס? |
|  |

|  |
| --- |
| **מי המתחרים שלך? מה המוצר/השירות המתחרה?** מה מבדיל את המוצר מהמתחרים ואילו תכונות מייחדות אותו? כיצד ניתן להדגיש זאת? (רשימה של לפחות 3 נקודות עיקריות) |
|  |

|  |
| --- |
| **תפריט הניווט, ה- Menu Bar.** (לדוגמה: **אודות | גלריה | צור קשר** וכ'ו…) [חשוב להחליט על סדר ההופעה של הקישורים לפי סדר החשיבות שלהם.] |
|  |

**עיצוב** - **מה הם החומרים העומדים לרשותנו**

|  |
| --- |
| **האם יש לוגו קיים או שצריך להכין חדש?** |
|  |

|  |
| --- |
| **ללקוח ישנה גלריה** / צילומים: תמונות מוצר / תמונות מהעבודה, שירות שהלקוח מספק. |
|  |

|  |
| --- |
| האם יש סרטונים / Youtube |
|  |

|  |
| --- |
| האם בוצעו עבודות גרפיות בעבר ויש צורך להמשיך **באותו קו ושפה עיצובית**? |
|  |

|  |
| --- |
| האם בוצעו עבודות גרפיות בעבר ויש צורך להמשיך **באותו קו ושפה עיצובית**? |
|  |

כל חומר קיים יש להעביר בצורה מסודרת דרך גוגל דרייב או Wetransfer או Jumbomail או יונת דואר עם דיסקאונקי לא דרך פאקינג וואטסאפ, מסנג'ר SMS ותוכנות מסרים אחרות. רק מייל או שירותי העברת קבצים בלבד. אחרת איכות התמונות יורדת.

|  |
| --- |
| **דוגמאות שהלקוח אוהב.** [דוגמאות של אתרים / עמודי נחיתה שהלקוח אוהב. רצוי URL ולא צילומי מסך] **תשובות כמו האתר של APPLE לא נחשבות!** לאפל יש אסטרטגיה מאוד פשוטה, שמים תמונה גדולה של המוצר עם רקע צבעוני וזהו. אם יש לכם מלאאא תמונות של המוצר שלכם באיכות ממש ממש טובה - אז מגניב אפשר לרשום אפל. אבל אם המוצר שלכם זה נתינת שירות ואתם מתקנים, מייעצים או מוכרים הרבההה מאוד פריטים, אז אפל זה לא דוגמה טובה. |
|  |

**התוכן - ללא הפרטים הבאים לא ניתן לבצע את האתר!**

|  |
| --- |
| **מה הכותרת הראשית והתת כותרת שתופיע בעמוד נחיתה / בדף הבית ?**  אפשרי לכתוב כותרת גדולה, תת כותרת, פסקת הסבר קצרה.  לרוב מספיק כותרת אחת גדולה ותת כותרת. |
|  |

|  |
| --- |
| **אודות העסק, המוצר, השירות וכו'.**  התוכן אשר יסביר על מה האתר / העמוד נחיתה. זה סיפור קצר. לא פחות מ 30 מילה ולא מגילת אסתר עם 150 מילים. |
|  |

**הדבר הבא זה החלק הכי חשוב בעיצוב האתר!!!! אם אתם לא ממלאים את זה: אין אתר!**

|  |
| --- |
| **רשימות: יתרונות, תכונות, שלבים**  בכל אתר יש רשימות. זה מאוד עוזר לעיצוב ולגולש להבין במה מדובר.  רשימות זה דברים כמו:  יתרונות / תכונות של המוצר/ העסק / השירות: בין 3 ל- 6 יתרונות.  שלבים: אם לדוגמה מדובר בהשכרה של רכב אז שלבים יכול להיות: ייעוץ > נסיעת מבחן > חוזה > יוצא עם רכב  אם יש שלבים, יתרונות ותכונות אז זה נהדר!! תרשמו הכל. כמה שיותר תוכן (טקסטים, סיפורים והסברים) יש ככה העיצוב יראה יותר טוב. |
|  |

|  |
| --- |
| **תוספות**  כל דבר נוסף שאתם רוצים לספר על העסק שלכם: חזון, ערכים, אופי. כמה זמן הוא קיים. לאן אתם שואפים להגיע. |
|  |