

वेबसाइट का brief

Agency या freelancer से quote माँगने से पहले, या खुद वेबसाइट बनाने से पहले इसे भरें। हर काम करने वाले को यही एक प्रति भेजें।

सीधे शब्दों में जवाब दें, जैसे किसी नए कर्मचारी को समझा रहे हों। अगर कोई बात तय नहीं है, तो “तय नहीं” लिखें और यह भी कि फैसला कौन करेगा। छोटा और सच्चा जवाब लंबे और गोलमोल जवाब से ज्यादा काम का है।

1. कारोबार और उसके visitors

कारोबार, दो वाक्यों में

आप क्या बेचते हैं, किसे और कहाँ। नारे नहीं।

वेबसाइट किसके लिए है और वे उस पर क्या करना चाहते हैं

एक या दो तरह के visitor। हर एक के लिए: वह क्या जानने या कौन-सा काम निपटाने आया है।

वह एक मुख्य action जिस तक वेबसाइट को पहुँचाना है

फ़ोन कॉल, बुकिंग, ऑर्डर, quote की माँग। एक चुनें।

2. वेबसाइट में क्या-क्या होगा

ज़रूरी पेज और हिस्से

सूची बनाएँ। जो launch के दिन तैयार होने ही चाहिए, उनके नीचे लकीर खींचें।

जो content पहले से है, और जो लिखना या शूट करना है

टेक्स्ट, फ़ोटो, वीडियो, रेट-लिस्ट, वे reviews जिन्हें छापने की अनुमति है।

पसंद और नापसंद वेबसाइटें, और क्यों

हर तरह के दो-तीन पते। ठीक-ठीक बताएँ: menu, फ़ोटो, लहजा, speed।

फ़ीचर

फ़ॉर्म, बुकिंग, पेमेंट, भाषाएँ, CRM, ईमेल या stock से जुड़ाव।

पेज का प्रकार	क्या तैयार करें	अक्सर क्या छूटता है
Home	एक वाक्य में आप क्या करते हैं और किसके लिए; मुख्य action; आपकी सबसे अच्छी फ़ोटो	फ़ोन पर पहली स्क्रीन कैसी दिखती है
About	छोटा इतिहास, कारोबार के पीछे कौन है, लोगों और जगह की असली फ़ोटो	पंजीकरण का ब्योरा, अगर आप उसे छापते हैं
Services या catalogue	सेवाओं या उत्पादों की सूची, उसी तरह बँटी हुई जैसे ग्राहक पूछते हैं	क्रम: सबसे पहले क्या आएगा
एक सेवा या उत्पाद का पेज	विवरण, दाम या “से शुरू” दाम, फ़ोटो, शर्तें, बार-बार पूछे जाने वाले सवालों के जवाब	दाम में क्या शामिल नहीं है
दाम	चालू रेट-लिस्ट और उसे आखिरी बार जाँचने की तारीख	दाम बदलने पर इसे कौन अपडेट करेगा
काम, cases, reviews	पूरे हुए काम की फ़ोटो, छोटी कहानियाँ, लिखित अनुमति वाले reviews	नाम और फ़ोटो दिखाने के लिए ग्राहकों की अनुमति
Contact	पता, फ़ोन, समय, नक्शा, WhatsApp, कम से कम खानों वाला फ़ॉर्म	पूछताछ का जवाब कौन देगा और कितनी देर में
कानूनी पेज	Privacy policy, शर्तें, cookie की सूचना, विप्रेता का ब्योरा	इन्हें कौन लिखेगा: शुरू करने से पहले तय करें

3. काम की शर्तें

Launch के बाद वेबसाइट कौन अपडेट करेगा

नाम, कितनी बार, और क्या बदलेगा: दाम, ख़बरें, फ़ोटो।

समय-सीमा और वह किस पर निर्भर है

एक तारीख और उसकी वजह: सीज़न, उद्घाटन, विज्ञापन की शुरुआत।

बजट का दायरा

कितने से कितने तक। बताएँ कि इसमें टेक्स्ट, फ़ोटो, डोमेन और होस्टिंग शामिल हैं या नहीं।

सफलता कैसे आँकी जाएगी

Launch के तीन महीने बाद आप क्या गिनेंगे: पूछताछ, बुकिंग, ऑर्डर।

काम कौन मंज़ूर करेगा और बदलाव के कितने दौर होंगे

आखिरी फ़ैसला एक ही व्यक्ति का। हर चरण के दौर: ढाँचा, डिज़ाइन, टेक्स्ट।

4. काम करने वाले को क्या सौंपना है

ये चीज़ें brief के साथ नहीं, काम करने वाला चुन लेने के बाद दें। जहाँ service इजाज़त दे, अलग login बनाकर access दें और password chat में न भेजें।

- ☐ Vector फ़ाइल में लोगो (SVG, AI, EPS या PDF), और brand के रंग व fonts, अगर हैं
- ☐ सभी पेजों का टेक्स्ट एक ही दस्तावेज़ में, पहले से मंज़ूर
- ☐ फ़ोटो और वीडियो मूल आकार में, और उन्हें इस्तेमाल करने का अधिकार

- ☐ डोमेन: कहाँ रजिस्टर है और account किसके पास है। इसे अपने ही नाम पर रखें
- ☐ होस्टिंग: काम करने वाले के लिए अलग login, या नई होस्टिंग पर जाने का फ़ैसला
- ☐ Analytics और search console का access, अगर पुरानी वेबसाइट पर थे
- ☐ पुरानी वेबसाइट का admin access और उन पेजों की सूची जो खोने नहीं चाहिए
- ☐ वे accounts जिनसे वेबसाइट जुड़नी है: CRM, पेमेंट, बुकिंग, mailing list

उदाहरण (काल्पनिक कारोबार, रकम सिर्फ़ उदाहरण के लिए)

कारोबार: दो लोगों का tailoring boutique; महिलाओं के कपड़े नाप लेकर सिलते हैं और शादी के ऑर्डर लेते हैं। Visitors: आस-पास की ग्राहक जिन्हें किसी तारीख तक कपड़े चाहिए; वे काम के नमूने और दाम देखना और समय लेना चाहती हैं। मुख्य action: नाप के लिए appointment बुक करना। पेज: Home, सिलाई और दाम, Appointment, About, Contact। Content: रेट-लिस्ट तैयार है; टेक्स्ट लिखना है और तैयार कपड़ों की फ़ोटो खींचनी है। पसंद: पास की एक बेकरी की वेबसाइट, क्योंकि समय और दाम पहली स्क्रीन पर हैं। नापसंद: वे वेबसाइटें जो दाम फ़ॉर्म के पीछे छिपाती हैं। फ़ीचर: तारीख चुनने वाला appointment फ़ॉर्म; हिंदी और English; online पेमेंट नहीं। अपडेट: मालकिन, हर सीज़न में फ़ोटो और दाम। समय-सीमा: 15 सितंबर, त्योहारों के सीज़न से पहले; फ़ोटोशूट पर निर्भर। बजट: ₹40,000–70,000, टेक्स्ट समेत (यह रकम सिर्फ़ उदाहरण है, बाज़ार का दाम नहीं)। सफलता: वेबसाइट से हर हफ़्ते आने वाले appointment। मंजूरी: सिर्फ़ मालकिन, हर चरण में बदलाव के दो दौर।

तीन आम ग़लतियाँ। फ़ैसला करने वाला एक व्यक्ति नहीं है: कई लोग मंजूरी देते हैं, हर कोई कुछ अलग माँगता है और बदलाव के दौर ख़त्म नहीं होते। एक व्यक्ति का नाम लिखें। “Competitor जैसी, पर उससे बेहतर”: इससे पता नहीं चलता कि बनाना क्या है। बताएँ कि ठीक कौन-सी चीज़ें पसंद हैं और क्या अलग होना चाहिए। Content को आखिर के लिए छोड़ना: डिज़ाइन ऐसे टेक्स्ट और फ़ोटो के लिए बनता है जो हैं ही नहीं, और उनके आने पर दोबारा बनता है। डिज़ाइन शुरू होने से पहले content जुटा लें, या उसे quote में अलग लाइन के रूप में जुड़वाएँ।