



**Бриф на разработку дизайна сайта /мобильного приложения  
группы «Патриот».**

<b>1. Контактная информация</b>	
ФИО	Арсеньева Екатерина Игоревна
Должность	Контент-менеджер проекта
Телефон	
E-mail	arsenyevaei@uralprombank.ru
<b>2. О группе «Патриот» и их продукте</b>	
Образование компании, краткая история	Компания создана в 2003г. В декабре 2023г. отпраздновала 20-летний юбилей. Сперва был открыт производственно-торговый комплекс «Патриот» по адресу г. Челябинск, Комсомольский пр., 111. Затем был добавлен формат заведений – столовая/кулинария, и началось тиражирование проекта по г. Челябинску. Сегодня бренд «Патриот» - это более 25 заведений по всей России. Основной регион присутствия – Челябинская область.
Сфера деятельности компании	«Патриот» - это франшиза. Объединяет: собственное производство продуктов питания, а также сеть заведений общественного питания формата «столовая-кулинария».
Структура компании	Правообладатель бренда (франчайзер), сеть заведений. Каждое заведение работает на условиях франшизы «Патриот».
Основные услуги и продукты компании	Сеть развивается как франшиза с жесткими стандартами качества. Заведения «Патриот» давно стали знаковыми для г. Челябинска. Свежая и наивкуснейшая продукция сети привлекает покупателей всех возрастов и социальных статусов. Дети обожают наши сладости и выпечку. Менеджеры и средний класс ценят вкус и качество нашей еды. Предприниматели любят делать индивидуальные заказы.  Ценовой сегмент «Патриота» в силу нашего подхода к готовке – выше среднего. Но при открытии нового заведения «Патриот» пустеют залы прочих столовых и ресторанов, расположенных поблизости. Клиенты готовы

заплатить за продукцию «Патриота» и переходят исключительно на питание у нас.



География реализации продукции и/или франшизы

Сеть представлена: 18-ю заведениями в Челябинской области, 3-мя заведениями в Москве и 4-мя в Екатеринбурге. Сеть постоянно развивается. Франшиза тиражируется на территории РФ и в ближнем зарубежье.

### 3. Цели создания сайта / мобильного приложения (далее – Продукт)

1) Продукт должен консолидировать в вэбе отстройку бренда сети «Патриот». Стать хабовым порталом/приложением для всех клиентов и франчайзи. Стать центром продвижения бренда сети «Патриот» в том числе:

- в поисковых системах,
- в социальных сетях,
- в профессиональных сообществах (в т.ч. HR).

2) Продукт должен стать онлайн-каналом продаж продукции и услуг сети «Патриот»:

- продажа готовой продукции заведений сети «Патриот»,
- продажа франшизы сети «Патриот»,
- продажи корпоративного обслуживания и кейтеринга.

3) За 24 мес. после промышленного запуска Продукт должен давать:

- не менее 50% от объема off-line продаж в наземной сети «Патриот». (По количеству чеков и по общей сумме),
- не менее 5 заявок на франшизу в квартал.

4) Продукт должен стать инструментом «всё-в-одном»:

- витрина,
- информационные разделы,
- подбор персонала,
- обратная связь и обращения,
- справочная информация.

### 4. Задачи сайта / мобильного приложения

Создание мощного канала онлайн-продаж и доставки готовой продукции

Продукт за счет своего дизайна, эргономичной структуры, удобных и понятных интерфейсов должен легко восприниматься целевой аудиторией всех возрастов. Клиентам должно быть УДОБНО и ПОНЯТНО делать и оплачивать заказы в продукте.

Хаб для франчайзи

Предприниматели, покупая права на франшизу «Патриот», должны понимать, что они смогут без трудастроить онлайн-продажу и доставку в их бизнес-процессы. Сеть «Патриот» самостоятельно занимается продвижением своего портала/мобильного приложения, расширяет его функционал. Наш продукт должен интегрировать всех франчайзи в одну общую экосистему «Патриот», со своими стандартами качества, подходом к обслуживанию и единой системой

	лояльности.
<b>5. Целевая аудитория сайта / мобильного приложения</b>	
Доходы до средних и ниже среднего	Молодежь и пенсионеры. У данной ниши ЦА интерес вызывают выпечка, сладости и кулинарные изделия «Патриот». В наших заведениях каждый пенсионер будет чувствовать себя комфортно, перекусив пирожком с кружечкой чая.
Доходы от средних и выше среднего. ИТР	Мужчины и женщины среднего возраста (35+). Менеджеры, инженерно-технический персонал. Они не гонятся за акциями, промо-кодами и пр. промоушенактивностями бренда. Для них важно сочетание цена / качество и скорость обслуживания. Т.к. качество продукции «Патриот» на порядок выше конкурентов, то наши клиенты готовы платить и с пониманием относятся к нашему ценообразованию. В период с 12:00 до 14:00 в наших заведениях буквально «не куда упасть яблоку». Существует большой запрос от данной ЦА на доставку нашей продукции.
Доходы от средних и выше среднего. Молодые родители	Довольно большая группа покупателей приобретает нашу продукцию на вынос. Исключительно качественная и очень вкусная продукция нашего бренда становится отличной альтернативой домашней готовке, и существенным подспорьем для молодых семей с детьми.
Доходы существенно выше среднего. Предприниматели, высокооплачиваемые специалисты.	Мужчины и женщины в зрелом возрасте (45+). предприниматели, топ-менеджеры, представители высокооплачиваемых профессий: медицина, it, гос. служащие. Парковки каждого заведения «Патриот» в обеденный перерыв забиты дорогими автомобилями представителей данной группы ЦА. Данные клиенты зачастую выбирают конкретное из наших заведений и годами ходят только в него. Они проводят у нас свой обеденный перерыв, покупают в кулинарии перекус на полдник, и вечером заезжают за покупкой блюд на вынос для ужина дома, в выходные покупают продукцию на уик-энд: пикники, дача и т.п.

Потенциальные франчайзи	Наши покупатели часто становятся нашими деловыми партнерами, открывают заведения «Патриот» по нашей франшизе. Данная группа ЦА должна видеть в нашем сайте / мобильном приложении готовый продукт, удобный и нетребовательный к тиражированию.
<b>6. Конкуренты</b>	
Что нравится у конкурентов?	<p>При создании своего сайта / мобильного приложения мы положительно оцениваем опыт по развитию франшиз общепита: Додо пицца, Бургеркинг, Ростикс, Сели-съели, Вилка ложка.</p> <p>Франшизе «Патриот» на текущий момент не хватает мощного сайта / мобильного приложения, чтобы консолидировать всех франчайзи, предоставить им единые правила игры. Централизованный и унифицированный подход указанных брендов позволяет им с минимальными издержками транслировать во всю сеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- единые стандарты качества,</li> <li>- единые стандарты продвижения и отстройки бренда,</li> <li>- единую рецептуру,</li> <li>- единую корпоративную культуру,</li> <li>- единую систему лояльности.</li> </ul>
Чем наш формат отличается от конкурентов?	<p>Если в вопросах централизованного подхода в Сети и в рамках мобильных приложений наш бренд проигрывает поименованным конкурентам, то в наземных точках обслуживания, в формате, в рецептуре и пр. франшиза «Патриот» однозначно их превосходит. Наша продукция понятнее аудитории, является образцовым здоровым питанием, ближе к этнокультурным традициям населения.</p> <p>Мы не планируем создавать у ЦА корпоративный культ «крутости» потребления нашей и только нашей продукции. Мы выступаем за формирование здоровых пищевых привычек нашей ЦА.</p>
<b>7. Наши преимущества. Принципы работы сети «Патриот»</b>	
Вкус	Мы готовим так, как готовили наши мамы. Наши пирожки

	и салаты напоминают праздничный стол, накрытый любимой бабушкой. Знакомые с детства вкусы и проверенные временем рецепты.
Качество	Мы ориентируемся на современные стандарты производства и готовим только из натуральных ингредиентов. Мы не добавляем в блюда усилители вкуса, химические присадки или искусственные порошковые заменители.
Свежесть	Мы пристально следим за сроками годности сырья и готовых блюд. Чтобы продукция не залёживалась на прилавке, мы готовим в таком объёме, чтобы не оставалось лишнего.
Комфорт	Ежедневно наши заведения посещают тысячи покупателей. Наши сотрудники делают всё возможное, чтобы минимизировать время ожидания заказа даже в час пик. В заведениях работает раздача, что так же ускоряет процесс покупки и обслуживания. Вместительные залы заведений оборудованы комфортными столиками.
Профессионализм	В нашей сети работает более 700 сотрудников. Мы очень ценим наших опытных, квалифицированных кондитеров, пекарей, поваров и технологов. Молодых и амбициозных новичков мы обучаем в соответствии с высокими стандартами нашего производства, чтобы они стали полноценной частью нашей команды.

## 8. Структура сайта / мобильного приложения

1. Главный экран	Главный экран позволяет посетителю: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Сделать заказ,</li> <li>- Перейти в раздел с описанием условий франшизы,</li> <li>- перейти в справочные разделы.</li> </ul>
2. Экран «заказ / доставка»	Заказ. 2 сценария: <ul style="list-style-type: none"> <li>- доставка,</li> <li>- самовывоз.</li> </ul> Доставка: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Продукт должен определить по геолокации устройства посетителя подходящее заведение/франчайзи для исполнения и доставки заказа.</li> <li>- Если геолокация на устройстве посетителя недоступна, запросить адрес доставки.</li> <li>- Продукт запрашивает в реальном времени в выбранном заведении/франчайзи номенклатуру,</li> </ul>

	<p>доступную к реализации, и переходит к экрану с меню данного заведения.</p>
<p>3. Экран «заказ / самовывоз»</p>	<p>Самовывоз:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Продукт показывает посетителю весь перечень заведений (фильтр по регионам).</li> <li>- посетитель самостоятельно выбирает заведение, где он заберет заказ.</li> <li>- Продукт запрашивает в реальном времени в выбранном заведении/франчайзи номенклатуру, доступную к реализации, и переходит к экрану с меню данного заведения.</li> </ul>
<p>4. Экран «Личный кабинет»</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- профиль клиента,</li> <li>- корзина,</li> <li>- история заказов,</li> <li>- система лояльности и статус для клиента.</li> </ul>
<p>5. Экран «меню» конкретного заведения</p>	<p>Данный экран демонстрирует:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- краткую информацию о данном заведении, элементы его персонализации (собственное наименование, адрес),</li> <li>- плитку из позиций меню конкретного заведения и цены.</li> </ul>
<p>6. Экран «меню/заказ»</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Продукт демонстрирует посетителю номенклатуру выбранного заведения/франчайзи в соответствие с утвержденным дизайном Продукта.</li> <li>- работа с корзиной,</li> <li>- подготовка заказа,</li> <li>- оплата заказа,</li> <li>- кассовый чек,</li> <li>- детали доставки заказа.</li> </ul>
<p>7. Экран «франшиза» (продажа франшизы)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- экран с описанием условий франшизы в соответствие с утвержденным дизайном Продукта,</li> <li>- форма подачи заявки на консультацию (Анкета инвестора),</li> <li>- личный кабинет франчайзи (вход через логин и пароль): Франчбук с разделами, с ссылками на файлы. (Требование: возможность заполнять и редактировать силами Заказчика.)</li> <li>- Договор КК, отчетность франчайзи, акции, маркетинговые материалы, результаты проверки</li> </ul>

	заведения; счета на оплату, акты выполненных работ. (Возможность расширения данного раздела.)
8. Экран «Корпоративное обслуживание»	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Кейтеринг,</li> <li>- питание сотрудников на территории предприятия,</li> <li>- и т.п.</li> <li>- форма подачи заявки на консультацию.</li> </ul>
9. Экран «Вакансии»	<ul style="list-style-type: none"> <li>- список доступных вакансий. Фильтр по заведениям/регионам.</li> <li>- переход по ссылке на вакансию на hh и пр. платформах.</li> </ul>
10. Информационный экран	Необходимо разработать универсальный шаблон для информационных экранов.
11. Заведения	<ul style="list-style-type: none"> <li>- перечень заведений,</li> <li>- посадочная страница: информация о конкретном заведении, фото, ссылки на СЦ: ВК и т.д.</li> <li>- расположение на карте по городам</li> </ul>
<b>9. Визуальные требования. Концепция</b>	
ЦА максимально широка. На кого мы ориентируемся в дизайне?	<p>3 слагаемых в подходе к дизайну, которые мы ожидаем:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Понятен и удобен среднему и старшему возрасту ЦА. У данной категории пользователей не должно возникнуть трудностей с пониманием структуры приложения / сайта.</li> <li>2. Нацелен на молодежь. Нашему бренду уже более 20 лет. Мы понимаем, что наши клиенты растут вместе с нами. Дизайн приложения / сайта должен понравиться молодежи.</li> <li>3. Имеет отсылки к стилистике советского арта. Агитационным плакатам о здоровом питании. Оформлению советских поваренных книг. Главное условие – это должна быть «легкая нотка», изюминка дизайна, но не кричащий эпатаж в стиле советской агитпродукции.</li> <li>4. Подчеркивает этно-культурные черты «русской кухни» на стыке европейских и азиатских традиций.</li> </ol>
Используемые устройства	Свыше 80% посетителей текущего сайта «Патриот» используют для этого смартфоны. Предполагаем, что



	дизайн верстки сайта в мобильном представлении будет идентичен дизайну мобильного приложения. Вэб-версия сайта должна быть оптимизацией базового мобильного дизайна к горизонтальному расположению экрана и большему разрешению.
<b>10. Материалы</b>	
Лого в векторе	+
Слоган	«Готовим как для себя»
Фирменные цвета	CMYK/RGB (взять из лого)
Фирменные шрифты	Предложить хорошо читаемые шрифты.
Фотоматериалы	(По каждому заведению предлагаем фото в одном формате: фасад с вывеской, фото внутри линии раздачи, фото внутри кулинарии; общее фото внутри)
Текущий сайт	<a href="https://patriot111.ru/">https://patriot111.ru/</a>
Перечень заведений в Челябинске	<a href="https://patriot111.ru/about">https://patriot111.ru/about</a>
<b>11. Прочие условия</b>	
Концепции	Предоставить 2 концепции дизайна, имеющие существенные отличия.
Сроки выполнения работ	01-31.03.2024
Формат	Платформа, на которой будет разработан оригинал макет, не принципиальна. Элементы оригинал-макета для последующей верстки должны быть предоставлены в форматах «psd» и/или «svg».