Бриф на разработку логотипа и фирменного стиля

Этот бриф поможет нам подготовиться к работе, чтобы сделать её для вас наилучшим образом.

От того насколько четко и исчерпывающе вы ответите на вопросы зависит, как быстро мы с вами начнём говорить на одном языке, чтобы решить поставленные задачи максимально быстро и эффективно.

Мы гарантируем вам полную конфиденциальность представленной нам информации.

Бриф не является техническим заданием и лишь помогает нам понять, каким вы видите ваш будущий фирменный стиль. Если какие-либо из вопросов анкеты покажутся вам сложными, пожалуйста, обратитесь к нам за разъяснениями.

Если у вас есть собственный бриф – предоставьте его вместо данного, недостающую информацию мы уточним при встрече.

# Маркетинговый блок

1. **Что?**
   1. Что представляет собой продукт (товар, услуга или компания)?

Пример: овсяная каша быстрого приготовления / юридические услуги

* 1. Суть бренда (основная идея (миссия) продукта)?Пример: удовлетворение повседневной потребности (накормить людей)
  2. Уникальное торговое предложение (УТП) продукта?

Почему именно ваш продукт (относительно конкурирующих) захочет купить потребитель? Позиционирование продукта (основное отличие от основных конкурентов).

Пример: только уникальные товары / набор лучших мировых практик ведения маркетинга / самые низкие цены в городе / самый большой ассортимент

* 1. Назовите 3 основные характеристики/преимущества продукта (рациональные и/или эмоциональные)?

Пример: цена, качество, сервис / самый красивый

1. **Для кого?**
   1. Опишите группы потребителей продукта по следующим параметрам или в свободной форме:

Пример: директора по развитию, 30+, мужчины с шилом в заднице, считают деньги, но при этом не чураются новшеств, Отдыхают после работы, рисуют, расслабляются в баре, получают удовольствие от работы, чётко знают что нужно купить и покупают сразу когда видят, но страются экономить, если есть такая возможность

1. группа. Название «\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_»

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| пол |  | | | | | возраст |  | образ жизни и психологический портрет: |
|  |  | М / |  | Ж |
| семейное положение: | | | | | |  |  |
| социальный статус | | | | | |  |  |
| образование | | | | | |  |  |
| род занятий | | | | | |  |  |
| ежемесячный доход | | | | | |  |  |

Какою часть (%) от общего числа потребителей занимает эта группа ? \_\_\_%

1. группа. Название «\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_»

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| пол |  | | | | | возраст |  | образ жизни и психологический портрет: |
|  |  | М / |  | Ж |
| семейное положение: | | | | | |  |  |
| социальный статус | | | | | |  |  |
| образование | | | | | |  |  |
| род занятий | | | | | |  |  |
| ежемесячный доход | | | | | |  |  |

Какою часть (%) от общего числа потребителей занимает эта группа ? \_\_\_%

1. **Для чего?**
   1. Для чего ваш продукт нужен потребителю?

Какие проблемы потребителя он решает, в чём облегчает его жизнь?

Пример: экономит время, развивает мышление / помогает ходить по снегу и не проваливаться

* 1. Когда и как потребитель будет пользоваться вашим продуктом чаще всего?

Пример: на работе, дома, на отдыхе, в момент потребления / днём, ночью, в спорт-зале

* 1. Является ли ваш продукт привычным для потребителя?

Продукт инновационный и потребителя необходимо приучить к его потреблению.

Продукт привычен, но обладает улучшенными качествами относительно конкурирующих.

Укажите эти улучшения: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Продукт не отличается от конкурентов, он такой же. Другое:

1. **Как?**
   1. Укажите степень вовлечённости в покупку:

слабая (нет заинтересованности разбираться, вдаваться в детали) сильная (готов вкладывать время и силы в поиск информации о продукте) привычка (образ жизни, регулярно покупает не задумываясь)

* 1. В какой ситуации, при каких условиях чаще всего потребитель будет покупать ваш продукт?

Пример: твёрдо запланированно / частично запланированно / импульсивно

* 1. Ценовая характеристика продукта. Пример: низкий / средний / высокий ценовой сегмент

1. **С кем?**
   1. Опишите 3-х ваших основных конкурентов по следующим параметрам:

* название
* сильные стороны конкурента относительно вашего продукта
* слабые стороны конкурента относительно вашего продукта
* УТП конкурента
* как долго конкурент находится на рынке по сравнению с вашей компанией

Пример: «Продуктовая лавка», больше точек продаж, но товар дороже, дисконтные карты, узнаваемость

1

конкурент.

2

конкурент.

**6**

**. Где?**

Масштаб интересов:

Международный

Федеральный

Региональный

Местный

1. **Что ещё?**

7.1 Что ещё на ваш взгляд нам важно знать о продукте/бренде, чтобы наша работа была эффективнее?

# Дизайн-блок

1. **Чтобы что?**
   1. Для чего вам нужен логотип и/или фирменный стиль?Какие задачи должна решить разработка?

Пример: увеличить количество спроса на товар / привлечь внимание, информировать покупателя / соответствовать времени, рынку

* 1. Где ваш логотип/фирменный стиль будет чаще всего видеть потребитель?

Пример: на улице, дома, на работе / в холодильнике, на полке

* 1. Какие ощущения у потребителя должно вызвать визуальное оформление?Какой образ и характер бренда должен быть сформирован?

Пример: веселье, наслаждение, посвящение, агрессия, вызов, достижения, превосходство, уверенность, безопасность

1. **Форма и содержание**
   1. Напишите название продукта.

Будут ли использоваться его латинское написание или сокращение/аббревиатура?

* 1. Какие визуальные образы отражают суть вашего бренда?

Пример: солнце, река, лес, поле, дом, животное

* 1. Какие образы и решения, на ваш взгляд, недопустимы для использования (почему)?

Пример: тёмные и мрачные тона и образы / одуванчики, деньги / наивность, детскость

* 1. Каким Вы видите Ваш логотип и стиль?

Какой характеристике он должен больше соответствовать. Отметьте на схеме.

мужской

женский

молодой

зрелый

роскошный

экономный

игривый

серьезный

простой

сложный

утонченный

броский

* 1. Какой тип логотипа, на ваш взгляд, предпочтителен для создания желаемого образа бренда?Выделите подчеркиванием (не более 2-х).

Комбинированный:

знак + начертание

названия

Персонаж

Вензель

Лигатура

Орнамент

Только знак

Герб

Эмблема

Интегрированный:

знак включён

в начертание названия

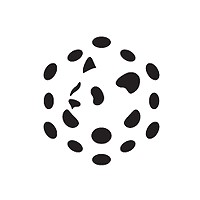
Шрифтовой

Композиционно-

шрифтовой



* 1. Какой стиль графического решения логотипа, на ваш взгляд, предпочтителен для созданияжелаемого образа? Выделите не более 2-х вариантов.



**Форма - контрформа**



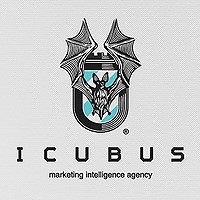
**Аллегория, метафора**



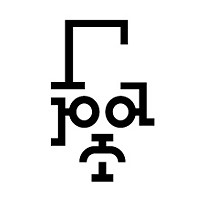
**Каллиграфия**



**Объем, фотореалистичность**



**Величественность, аристократизм**



**Каллиграфия**

**Прямолинейность**

**Типографика**

**Юмор**

**Градиенты, прозрачности, блюр**



**Государственные мотивы**



**Рисование**



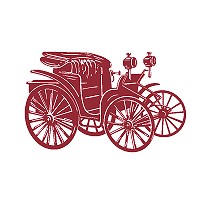
**Художественность**



**Абстракция**



**Детскость, намеренный инфантилизм**



**Историчность, мифологичность**

**Система элементов**

* 1. Какие цвета, на ваш взгляд, предпочтительны для создания желаемого образа?

9.9

Приведите примеры логотипов и стилей других брендов, которые вы считаете удачными (почему)?

9.10

Приведите примеры логотипов и стилей других брендов, которые вы считаете неудачными (почему)?

9.11 Какие носители фирменного стиля необходимо разработать?

Визитная карточка: корпоративная персональная

Бейдж

Блокнот

Ручка

Настольный флаг

Кружка

Спецодежда (укажите – какая)

Автотранспорт

Стенд

Экстерьерное оформление

Интерьерное оформление

Другое (укажите – что)

Бланк

Факс-бланк Конверт: евро (DL) А4 (С4)

А5 (С5)

Папка

Шаблоны презентации PowerPoint

Шаблоны для технической, проектной и прочей документации

Обложка CD/DVD

Шаблон поздравительный открытки

Шаблон Приглашения

Типовая листовка/флаер

Типовой буклет

9.12 Какого типа руководство по фирменному стилю вам нужно?

Брендбук (описание маркетинговой стратегии + описание визуальных коммуникаций и стандартов работы с ними на примере различных носителей)

Guideline (описание только стандартов и правил работы с фирменным стилем) Ничего не нужно

9.13 Что ещё, что уточнит задачу по разработке фирменного стиля, нам необходимо знать?

# Административный блок

1. **Информация о компании**
   1. Название и адрес компании
   2. Контактное лицо

ФИО

Должность

Рабочий телефон Мобильный телефон e-mail

* 1. Дата заполнения брифа

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_