

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?

1.1 Что представляет собой продукт (товар, услуга или компания)?

Пример: овсяная каша быстрого приготовления / юридические услуги

1.2 Суть бренда (основная идея (миссия) продукта)?

Пример: удовлетворение повседневной потребности (накормить людей)

1.3 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

1.4 Назовите 3 основные характеристики/преимущества продукта (рациональные и/или эмоциональные)?

Пример: цена, качество, сервис / самый красивый

2. Для кого?

2.1 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 стараются экономить, если есть такая возможность

1 группа. Название «_____»

пол	<input type="checkbox"/> М / <input type="checkbox"/> Ж	возраст		образ жизни и психологический портрет:
семейное положение:				
социальный статус				
образование				
род занятий				
ежемесячный доход				

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

2 группа. Название «_____»

пол	<input type="checkbox"/> М / <input type="checkbox"/> Ж	возраст		образ жизни и психологический портрет:
семейное положение:				
социальный статус				
образование				
род занятий				
ежемесячный доход				

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

3. Для чего?

3.1 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

--

3.2 Когда и как потребитель будет пользоваться вашим продуктом чаще всего?

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

--

3.3 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:

4. Как?

4.1 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)

4.2 В какой ситуации, при каких условиях чаще всего потребитель будет покупать ваш продукт?

Пример: твёрдо запланированно / частично запланированно / импульсивно

4.3 Ценовая характеристика продукта.

Пример: низкий / средний / высокий ценовой сегмент

5. С кем?

5.1 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

7. Что ещё?

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

Дизайн-блок

8. Чтобы что?

8.1 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

8.2 Где ваш логотип/фирменный стиль будет чаще всего видеть потребитель?

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

8.3 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

9. Форма и содержание

9.1 Напишите название продукта.

Будут ли использоваться его латинское написание или сокращение/аббревиатура?

9.2 Какие визуальные образы отражают суть вашего бренда?

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

9.4 Какие образы и решения, на ваш взгляд, недопустимы для использования (почему)?











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

9.5 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

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

 <p>Комбинированный: знак + начертание названия</p>	 <p>Интегрированный: знак включён в начертание названия</p>	 <p>Шрифтовой</p>	 <p>Композиционно- шрифтовой</p>
 <p>Персонаж</p>	 <p>Только знак</p>	 <p>Герб</p>	 <p>Эмблема</p>
 <p>Вензель</p>	 <p>Лигатура</p>	 <p>Орнамент</p>	

9.7 Какой стиль графического решения логотипа, на ваш взгляд, предпочтителен для создания желаемого образа? Выделите не более 2-х вариантов.

☐

Форма – контрформа


☐

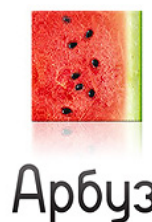
Аллегория, метафора


☐

Каллиграфия


☐

Объем, фотореалистичность


☐

Величественность, аристократизм

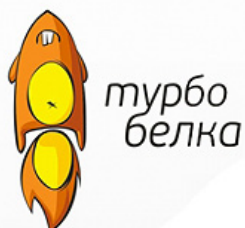




Каллиграфия



Прямолинейность



Типографика



Юмор

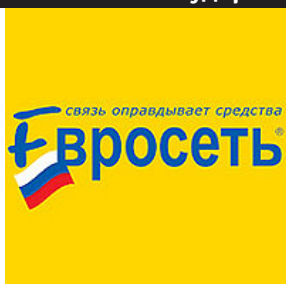


Градиенты, прозрачности, блюр





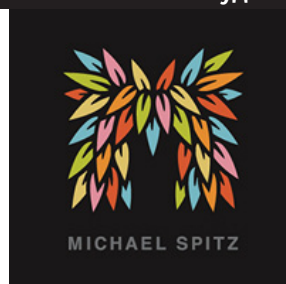
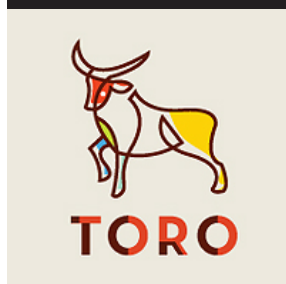
Государственные мотивы



Рисование



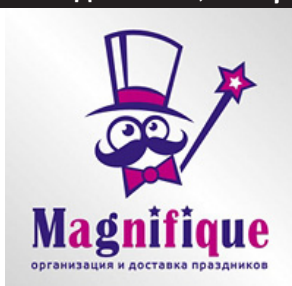
Художественность



Абстракция



Детскость, намеренный инфантилизм



☐

Историчность, мифологичность

☐

Система элементов



9.8 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

☐ Бланк

☐ Факс-бланк

Конверт:

- ☐ евро (DL)
- ☐ A4 (C4)
- ☐ A5 (C5)

☐ Папка

☐ Шаблоны презентации PowerPoint

☐ Шаблоны для технической, проектной и прочей документации

☐ Обложка CD/DVD

☐ Шаблон поздравительной открытки

☐ Шаблон Приглашения

☐ Типовая листовка/флаер

☐ Типовой буклет

☐ Бейдж

☐ Блокнот

☐ Ручка

☐ Настольный флаг

☐ Кружка

☐ Спецодежда (укажите – какая)

☐ Автотранспорт

☐ Стенд

☐ Экстерьерное оформление

☐ Интерьерное оформление

☐ Другое (укажите – что)

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

10. Информация о компании

10.1 Название и адрес компании

10.2 Контактное лицо

ФИО

Должность

Рабочий телефон

Мобильный телефон

e-mail

10.3 Дата заполнения брифа
