

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 страшатся 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				

Какую 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				

Какую 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





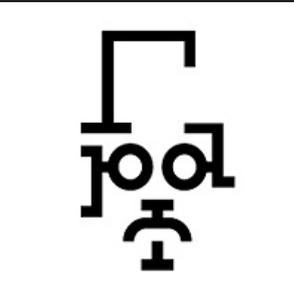
Каллиграфия



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
