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 начнем 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[1]?**

Пример:

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

Пример:

[1] Здесь и далее по брифу под «продуктом» понимается товар, услуга или компания.

1.3 **Уникальное торговое предложение (УТП) продукта?**
Почему именно ваш продукт (относительно конкурирующих) **захочет купить потребитель?**
Позиционирование продукта (основное отличие от основных конкурентов).

Пример:

1.4 **3 основные ценности продукта** (рациональные и/или эмоциональные)**?**

Пример:

1.5 **Какую выгоду потребителю дает каждая из вышеприведенных ценностей?**

Пример:

2. ДЛЯ КОГО?

2.1 **Какие три группы потребителей будут пользоваться вашим продуктом чаще всего? На кого он рассчитан?**
Опишите их по следующим параметрам или в свободной форме (в первую очередь опишите самую многочисленную группу – ядро целевой аудитории):

Важно! Избегайте шаблонных и поэтому бесполезных описаний! Опишите вашего потребителя как живого человека, чтобы по вашему рассказу можно было отчетливо представить конкретного человека и его действия.

- демография: пол, возраст, семейное положение, вероисповедание, национальность, прочее
- социография: социальный статус, образование, род занятий, ежемесячный доход, прочее
- поведение: авторитеты клиента, степень осведомленности о продукте, степень заинтересованности в продукте, степень приверженности данному продукту, интенсивность потребления, стереотипы восприятия/предрассудки
- образ жизни и психологический портрет
- соотношение мотиваций: рациональные/эмоциональные

1 группа. Название «_____»

Пример:

В каком процентном соотношении от общего потребления продукта его потребляет данная группа?
____%

2 группа. Название «_____»

В каком процентном соотношении от общего потребления продукта его потребляет данная группа?
____%

3 группа. Название «_____»

В каком процентном соотношении от общего потребления продукта его потребляет данная группа?
____%

3. ДЛЯ ЧЕГО?

3.1 **Для чего ваш продукт нужен потребителю?**
Какие проблемы потребителя он решает, в чём облегчает его жизнь?

Пример:

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

Пример:

3.3 **Является ли ваш продукт привычным для потребителя?**

[ ] Продукт инновационный и потребителя необходимо приучить к его потреблению.
[ ] Продукт привычен, но обладает улучшениями относительно конкурирующих.
Укажите эти улучшения:
[ ] Продукт не отличается от конкурентов, он такой же.
[ ] Другое:

4. КАК?

4.1 **Какой покупкой является ваш продукт для потребителя: простой или сложной?**
Покажите цепочку действий потребителя от желания купить продукт данной категории до непосредственно покупки продукта.

Пример:

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

Потребители 1-ой группы .

Пример:

Потребители 2-ой группы .

Потребители 3-ей группы .

4.3 **Ценовая и статусная характеристики вашего продукта.**

Пример:

4.4 **Почему потребитель захочет платить такую цену за продукт и какие атрибуты продукта убедят его в данном статусе вашего продукта?**

Пример:

5. С КЕМ?

5.1 **Опишите 3-х ваших основных конкурентов по следующим параметрам:**

- название
- сайт
- сильные стороны конкурента относительно вашего продукта/бренда
- слабые стороны конкурента относительно вашего продукта/бренда
- позиционирование и УТП конкурента
- ценности продукта/бренда конкурента
- как долго конкурент находится на рынке
- доля в % потребления продукта конкурента относительно всего объема рынка

1 конкурент.

Пример:

2 конкурент.

3 конкурент.

6. ГДЕ?

6.1 **Масштаб интересов:**

[ ] Международный
[ ] Федеральный
[ ] Региональный
[ ] Местный

6.2 **План дистрибуции вашего товара с указанием географических, временных и количественных показателей.**

Пример:

7. ЧТО ЕЩЁ?

6.1 **Что еще на ваш взгляд нам важно знать о продукте/бренде, чтобы наша работа была эффективнее?**

Пример:

Дизайн-блок

8. ЧТОБЫ ЧТО?

8.1 **Для чего вам нужен логотип и/или фирменный стиль? Какие задачи должна решить разработка?**

Пример:

8.2 **Точки контакта и носители. Где ваш логотип/фирменный стиль будет чаще всего видеть потребитель?**

Пример:

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

Пример:

8.4 **По каким критериям будет оцениваться эффективность разработки?**

Пример:

9. ФОРМА И СОДЕРЖАНИЕ

9.1 **Языковые версии** (кириллица, латиница и т.д.)

9.2 **Название** (для каждой языковой версии)

9.3 **Какие визуальные образы отражают суть вашего бренда?**

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

9.5 **Какой ХАРАКТЕР логотипа и стиля, на ваш взгляд, предпочтителен для создания желаемого образа бренда**
(сдержанный, экспрессивный, романтичный, мужской, волевой и т.д.)**?**

9.6 **Какой ТИП логотипа, на ваш взгляд, предпочтителен для создания желаемого образа бренда?**
Выделите подчеркиванием.

			
Комбинированный: знак + начертание названия	Интегрированный: знак включен в начертание названия	Шрифтовой	Композиционно-шрифтовой
			
Персонаж	Только знак	Герб	Эмблема
			
Вензель	Лигатура	Орнамент	Динамический – анимированный

9.7 **Какой СТИЛЬ/МЕТОД ГРАФИЧЕСКОГО РЕШЕНИЯ логотипа, на ваш взгляд, предпочтителен для создания желаемого образа бренда?**
Выберете НЕ более 5 и выделите подчеркиванием или установкой знака +, в случае заполнения в электронном виде.

Форма и контрформа			
			

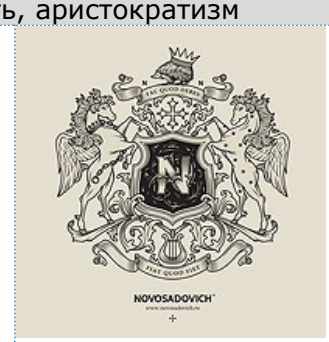
Аллегория, метафора			
			

Каллиграфия			
			

Объем, фотореалистичность			
			

Величественность, аристократизм





Каллиграфия



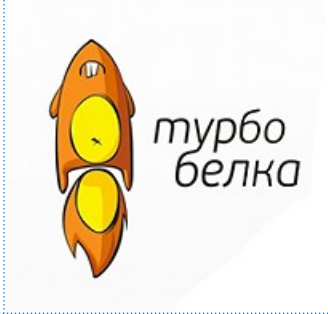






Прямолинейность





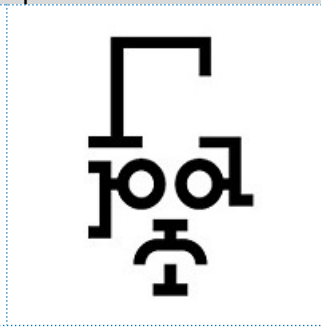




Типографика





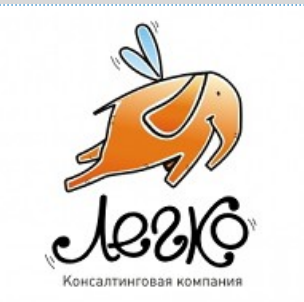



Юмор









Градиенты, прозрачности, блюр









Семантичность









Этника









Корпоративность









Минимализм, лаконичность









Геометрия



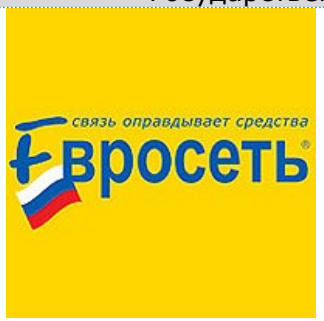






Государственные мотивы









Рисование



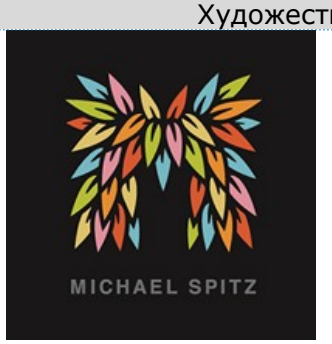




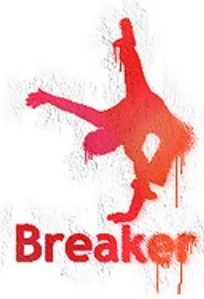


Художественность









Абстракция



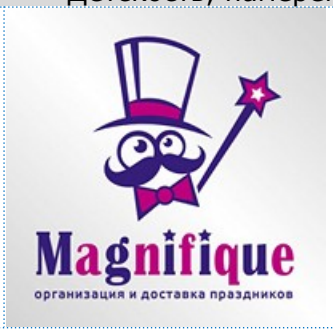






Детскость, намеренный инфантилизм







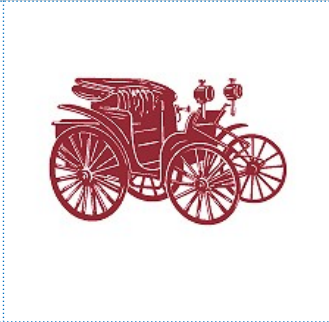


Историчность, мифологичность









Система элементов









9.8 **Какие цвета** (и их количество)**, на ваш взгляд, предпочтительны для создания желаемого образа бренда?**

9.9 **Приведите примеры логотипов и стили других брендов, которые вы считаете удачными с точки зрения создания желаемого образа бренда и объясните почему?**

9.10 **Приведите примеры логотипов и стили других брендов, которые вы считаете Неудачными с точки зрения создания желаемого образа бренда и объясните почему?**

9.11 **В производстве ваш фирменный стиль должен быть экономичным или допустимо использование нестандартных дизайнерских решений: необычная бумага, тиснение, вырубка, конгрев и прочее?**

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 пр. документации
[ ] Обложка CD/DVD

[ ] Шаблон поздравительной открытки
[ ] Шаблон Приглашения
[ ] Типовая листовка/флаер
[ ] Типовой буклет
[ ] Модульная сетка для печатной и наружной рекламы

[ ] Бейдж
[ ] Пропуск
[ ] Блокнот
[ ] Блок-куб
[ ] Ручка/карандаш
[ ] Настольный флаг
[ ] Пепельница
[ ] Зажигалка
[ ] Кружка/стакан

[ ] Спецодежда (укажите – какая)
[ ] Автотранспорт (укажите марки автомобилей и спецтехники)
[ ] 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?**

9.14 **В каком виде Вы хотите получить окончательный вариант (форматы файлов)?**

Административный блок

10. Информация о компании

10.1 Название и адрес компании, адрес веб-сайта

10.2 Контактное лицо

ФИО
Должность
Рабочий телефон
Мобильный телефон
e-mail

10.3 Дата заполнения брифа