

# 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				

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 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>
--	---	--

9.6 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





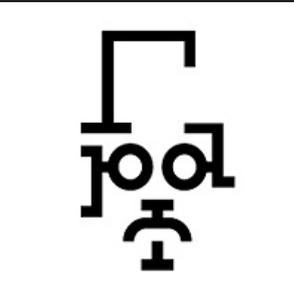
### Каллиграфия



### Прямолинейность



### Типографика



### Юмор



### Градиенты, прозрачности, блюр





### Государственные мотивы



### Рисование



### Художественность



### Абстракция



### Детскость, намеренный инфантилизм



## Историчность, мифологичность



## Система элементов



9.7 Какие цвета, на ваш взгляд, предпочтительны для создания желаемого образа?

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

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

9.10 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)

9.11 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

9.12 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

-----

P.S.

Замечательно, что вы посмотрели бриф до самой последней страницы. Сейчас вы имеете представление о том, на какие вопросы предстоит ответить, прежде чем мы приступим к созданию логотипа и фирменного стиля.

Если у вас возникнут вопросы – пишите на [info@adver.kz](mailto:info@adver.kz) обязательно ответим и проконсультируем.