

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*?

Пример:
товары народного потребления, услуги для населения и т.п.

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

Пример:
«Обеспечение надежной основы для эффективной работы вашей компании за счет построения высококлассных инженерных сетей и систем».

1.3 Уникальное торговое предложение (УТП) продукта?

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

Пример:
Новая разработка, уникальное предложение и т.п.

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

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

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

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/предвззудки
- **образ жизни и психологический портрет**
- **соотношение мотиваций:** рациональные/эмоциональные

1 группа. Название « _____ »

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. ДЛ Я ЧЕГО?

3.1 Для чего ваш продукт нужен потребителю?

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

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

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.

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

Потребители 1-ой группы .

Потребители 2-ой группы .

Потребители 3-ей группы .

Ценовая и статусная характеристики вашего продукта.

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

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.

2 конкурент.

3 конкурент.

6. ГДЕ?

- 6.1 Масштаб интересов:

- ☐ Международный
- ☐ Федеральный
- ☐ Региональный
- ☐ Местный

- 6.2 План дистрибуции вашего товара, оказания услуг с указанием географических, временных и количественных показателей.

7. ЧТО ЕЩЁ?

6.1 Что еще 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?

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

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

8.4 По каким критериям будет оцениваться эффективность разработки?

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

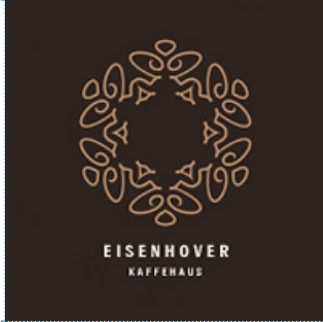
(сдержанный, экспрессивный, романтический, мужской, волевой и т.д.)?

9.6 Какой ТИП логотипа, на ваш взгляд, предпочтителен для создания желаемого образа бренда?

Выделите подчеркиванием.

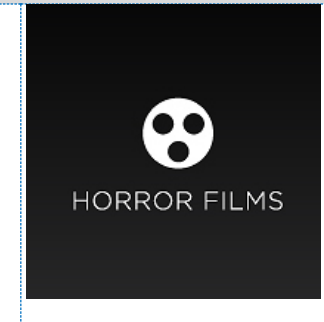
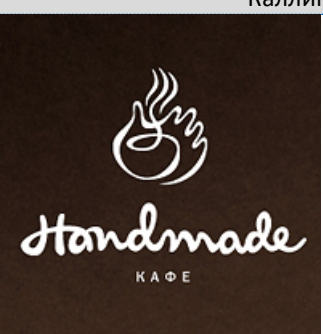
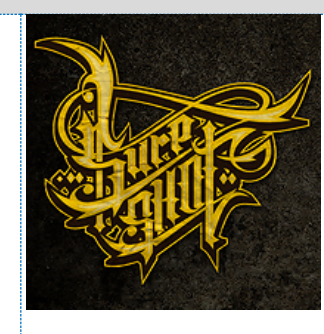
ВАЖНО. Приведенные ниже логотипа не являются разработкой нашего агентства. И приведены здесь в качестве примера наиболее четко характеризующих ТИП того или иного логотипа. С нашими работами вы можете ознакомиться на сайте metrikaltd.ru в разделе Портфолио.

			
Комбинированный: знак + начертание названия	Интегрированный: знак включен в начертание названия	Шрифтовой	Композиционно-шрифтовой
			
Персонаж	Только знак	Герб	Эмблема

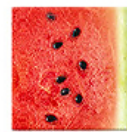
			
Вензель	Лигатура	Орнамент	Динамический – анимированный по ссылке: www.swisscom.com/solutions/en/

9.7 Какой СТИЛЬ/МЕТОД ГРАФИЧЕСКОГО РЕШЕНИЯ логотипа, на ваш взгляд, предпочтителен для создания желаемого образа бренда?

Выберите **НЕ** более 5 и выделите подчеркиванием.

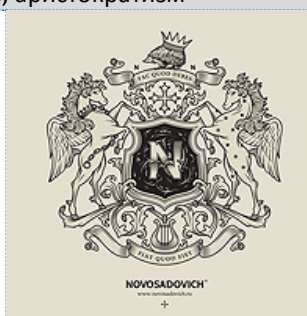
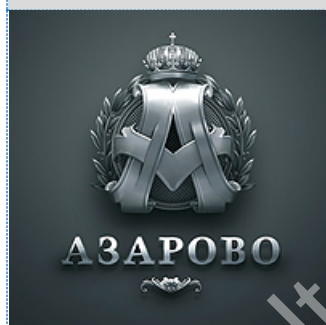
Форма и контрформа			
			
Аллегория, метафора			
			
Каллиграфия			
			

Объем, фотореалистичность

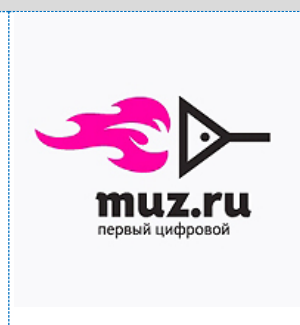
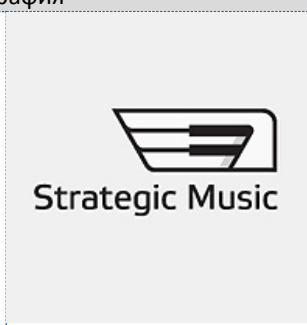


Арбуз

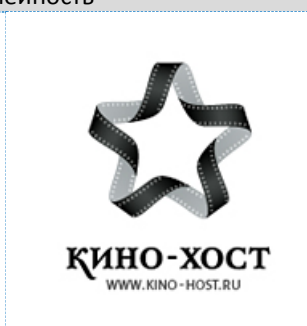
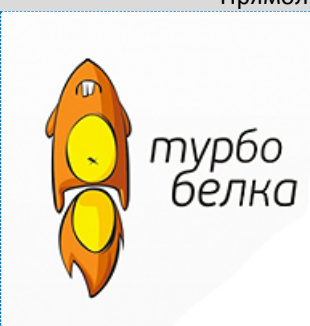
Величественность, аристократизм



Каллиграфия



Прямолинейность



Типографика

Gòod News
Корпорация Праздников

invizio



Be Wine

Юмор



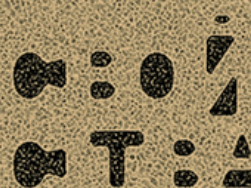
Градиенты, прозрачности, блюр



Семантичность



Этника



Корпоративность



Минимализм, лаконичность



Геометрия



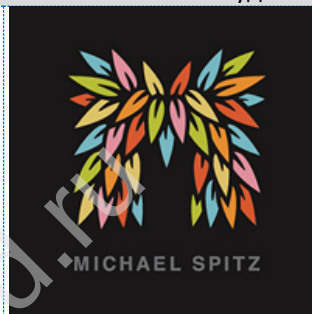
Государственные мотивы



Рисование



Художественность



Абстракция



Metroplex



Русэнергосбыт



Иса®

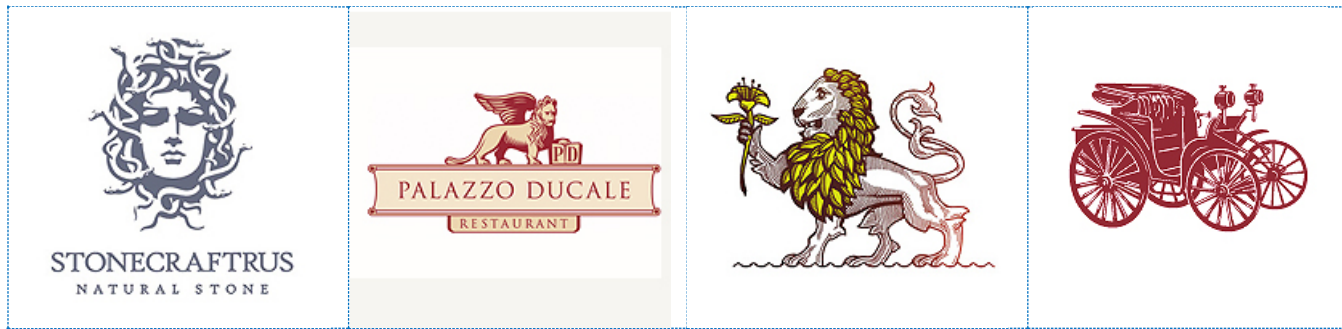


swisscom

Детскость, намеренный инфантилизм



Историчность, мифологичность



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

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

9.10 Приведите примеры логотипы и стили других брендов, которые вы считаете **НЕ**удачными 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

- ☐ A4 (C4)
- ☐ A5 (C5)
- ☐ Папка
- ☐ Шаблоны презентации PowerPoint
- ☐ Шаблоны для технической, проектной и пр. документации
- ☐ Обложка CD/DVD

- ☐ Шаблон поздравительный 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?**

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

Благодарим за потраченное время!

Ваш менеджер Ольга Морозова
(812) 495-63-39 (доб.104)
om@metrikaltd.ru

www.metrikaltd.ru