



Бриф на створення логотипу і фірмового стилю

Цей бриф допоможе нам підготуватися до роботи, щоб виконати її для вас якнайкраще. Від того наскільки чітко і вичерпно ви відповісте на запитання залежить те, як швидко ми з вами почнемо бути на одній хвилі, щоб вирішити поставлені завдання максимально швидко й ефективно. Ми гарантуємо вам повну конфіденційність наданої нам інформації. Бриф не є технічним завданням і лише допомагає нам зрозуміти, яким ви бачите ваш майбутній фірмовий стиль. Якщо будь-які з питань анкети будуть для вас складними, будь ласка, зверніться до нас за роз'ясненням. Якщо у вас є власний бриф - надайте його замість цього, при браку інформації - деталі уточнимо при зустрічі.

Маркетинговий блок

1. Що?

1.1 Що являє собою продукт (товар, послуга або компанія)?

Приклад: вівсяна каша швидкого приготування / юридичні послуги

1.2 Суть бренду (основна ідея (місія) продукту)?

Приклад: задоволення повсякденної потреби (нагодувати людей)

1.3 Унікальна торговельна пропозиція (УТП) продукту?

Чому саме ваш продукт (на фоні конкурентів) захоче купити споживач? Позиціонування продукту (основна відмінність від основних конкурентів).

Приклад: тільки унікальні товари / набір кращих світових практик ведення маркетингу / найнижчі ціни в місті / найбільший асортимент.

1.4 Назвіть 3 основні характеристики / переваги продукту (раціональні й / або емоційні)?

Приклад: ціна, якість, сервіс / найкрасивіший

36003, Україна, Полтава

+38 (066) 018 52 55 mironenko.studio@gmail.com www.design-logo.net

2. Для кого?

2.1 Опишіть групи споживачів продукту за такими параметрами або в довільній формі:

Приклад: менеджери з розвитку, 50+, активні чоловіки, рахують гроші, але при цьому не цураються нововведень, відпочивають після роботи, малюють, розслабляються в барі, отримують задоволення від роботи, чітко знають, що потрібно купити й купують відразу коли бачать, але намагаються економити, якщо є така можливість.

1 група. Назва "....."

стать	<input type="checkbox"/> Ч / <input type="checkbox"/> Ж	вік		спосіб життя та психологічний портрет
сімейний стан				
соціальний статус				
освіта				
вид діяльності				
щомісячний дохід				

яку частину (%) від загального числа споживачів займає ця група?%

2 група. Назва "....."

стать	<input type="checkbox"/> Ч / <input type="checkbox"/> Ж	вік		спосіб життя та психологічний портрет
сімейний стан				
соціальний статус				
освіта				
вид діяльності				
щомісячний дохід				

яку частину (%) від загального числа споживачів займає ця група?%

1. Для чого?

3.1 Для чого ваш продукт потрібен споживачу? Які проблеми споживача він вирішує, в чому полегшує його життя?

Приклад: заощаджує час, розвиває мислення / допомагає ходити по снігу і не провалюватися

3.2 Коли і як споживач буде користуватися вашим продуктом найчастіше?

Приклад: на роботі, вдома, на відпочинку, в момент споживання / вдень, вночі, в спортзалі

Чи є ваш продукт звичним для споживача?

- Продукт інноваційний і споживача необхідно привчити до його споживання.
- Продукт звичний, але має переваги над конкурентами.
Запишіть ці переваги: _____
- Продукт не відрізняється від конкурентів, він такий самий.
- інше: _____

4. Як?

4.1 Вкажіть ступінь зацікавленості в придбання:

- слабка (немає зацікавленості розбиратися, вдаватися в деталі)
- сильна (готовий вкладати час і сили в пошук інформації про продукт)
- є звичкою (спосіб життя, регулярно купує не замислюючись)

4.2 У якій ситуації, за яких умов найчастіше споживач буде купувати ваш продукт?

Приклад: твердо заплановано / частково заплановано / імпульсивно

4.3 Цінова характеристика продукту.

Приклад: низький / середній / високий ціновий сегмент

5. З ким?

5.1 Опишіть 3-х ваших основних конкурентів за такими параметрами:

Приклад: «Продуктова лавка», більше точок продажу, але товар дорожчий, дисконтні карти, впізнаваність

- назва
- переваги вашого продукту над продуктом конкурента
- недоліки вашого продукту над продуктом конкурента
- УТП конкурента
- як довго конкурент перебуває на ринку в порівнянні з вашою компанією

Конкурент 1

Конкурент 2

6. Де?

Масштаб інтересів:

- Міжнародний
- Всеукраїнський
- Регіональний
- Місцевий

7. Що ще?

7.1 Що ще на ваш погляд нам важливо знати про продукт / бренд для ефективності нашої роботи?

Приклад: низький / середній / високий ціновий сегмент

8. Щоб що?

8.1 Для чого вам потрібен логотип і / або фірмовий стиль? Які завдання повинна вирішити розробка?

Приклад: збільшити кількість попиту на товар / привернути увагу, інформувати покупця / відповідати часу, ринку

8.2 Де ваш логотип / фірмовий стиль буде найчастіше бачити споживач?

Приклад: збільшити кількість попиту на товар / привернути увагу, інформувати покупця / відповідати часу, ринку

8.3 Які відчуття у споживача повинно викликати візуальне оформлення? Який образ і характер бренду повинен бути сформований?

Приклад: веселощі, насолода, агресія, виклик, досягнення, лідерство, впевненість, безпека.

9. Форма і зміст

9.1 Напишіть назву продукту.

Чи будуть використовуватися його латинське написання або скорочення / аббревіатура?

9.2 Які візуальні образи показувати сенс вашого бренду?

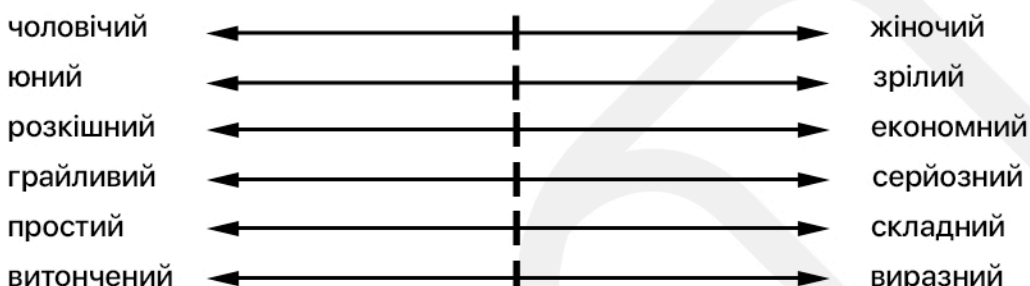
Приклад: сонце, річка, ліс, поле, будинок, тварина

9.4 Які образи й рішення, на ваш погляд, є неприпустимими для використання (чому)?

Приклад: темні й похмурі тони й образи / кульбаби, гроші / наївність, дитячість

9.5 Яким Ви бачите Ваш логотип і стиль?

Який характеристики він повинен більше відповідати. Відзначте на схемі.



9.6 Який тип логотипу, на ваш погляд, найкращий для створення бажаного образу вашого бренду? Підкресліть (не більше 2-х).

 <p>Комбінований знак+накреслення назви</p>	 <p>Інтегрований: знак міститься в накресленні назви</p>	 <p>Шрифтовий</p>	 <p>Композиційно-шрифтовий</p>
 <p>Персонаж</p>	 <p>Тільки знак</p>	 <p>Герб</p>	 <p>Емблема</p>
 <p>Вензель</p>	 <p>Лігатура</p>	 <p>Орнамернт</p>	

9.7 Який стиль графіки логотипу, на ваш погляд, найкращий для створення бажаного образу?
Виділіть не більше 2-х варіантів.

Форма-контрформа



Алегорія, метафора



Каліграфія



Об'єм, фотореалістичність



Велич, аристократія



Каліграфія



Прямолинійність



Типографіка



Гумор



Градiєнт, прозорiсть





Державні мотиви



Малювання



Художність



Абстракція



Дитячість, навмисна інфантильність



Історизм, міфологія



Система елементів



9.8 Який колір, на ваш погляд, пріоритетний для створення бажаного образу?

9.9 Наведіть приклади логотипів і стилів інших брендів, які, на ваш, погляд, є вдалими (чому?)

9.10 Наведіть приклади логотипів і стилів інших брендів, які на ваш погляд, є невдалими (чому?)

9.11 Які носії фірмового стилю необхідно розробити?

- Візитівка:
 - корпоративна
 - персональна
- Бланк
- Факс-бланк
- Конверт:
 - євро
 - A4
 - A5
- Папка
- Шаблони презентації PowerPoint
- Шаблони для технічної, проектної та іншої документації
- Обкладинка CD/DVD
- Шаблони вітальних листівок
- Шаблони запрошень
- Типовий буклет

- Бейдж
- Блокнот
- Ручка
- Настільний прапор
- Чашка
- Спецодяг (вкажіть який)
- Автотранспорт
- Стенд
- Екстер'єрне оформлення
- Інтер'єрне оформлення
- Інше (вкажіть що)



9.12 Якого типу довідник з фірмового стилю вам необхідний?

- Брендбук (опис маркетингової стратегії + опис візуальної комунікації і стандартів роботи з ними на прикладі різних носіїв)
- Guideline (опис тільки стандартів і правил роботи з фірмовим стилем)
- Нічого не потрібно

9.13 Інше, що б деталізувало завдання з розробки фірмового стилю, що нам необхідно знати?

Адміністративний блок

10. інформація про компанію

10.1 Назва та адрес компанії

10.2 Контактна особа

ПІБ

Посада

Робочий телефон

Мобільний телефон

e-mail

10.3 Дата заповнення брифа

36003, Україна, Полтава

+38 (066) 018 52 55 mironenko.studio@gmail.com www.design-logo.net