

# 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\*?

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

\*

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).

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/предрассудки
- **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?**

20 %

**3 группа.** Название «\_\_\_\_\_»

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

20 %

### **3. ДЛЯ 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 .

- 4.3 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 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 вызывать 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?

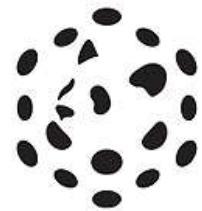
9.5 Какой ХАРАКТЕР логотипа и стиля, на ваш взгляд, предпочтителен для создания желаемого образа бренда (держаный, экспрессивный, романтичный, мужской, волевой и т.д.)?

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

- 9.7 Какой СТИЛЬ/МЕТОД ГРАФИЧЕСКОГО РЕШЕНИЯ логотипа, на ваш взгляд, предпочтителен для создания желаемого образа бренда?  
Выберете **НЕ** более 5 и выделите подчеркиванием.

## Форма и контрформа



## Аллегория, метафора



## Каллиграфия

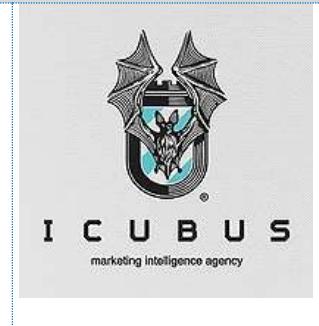
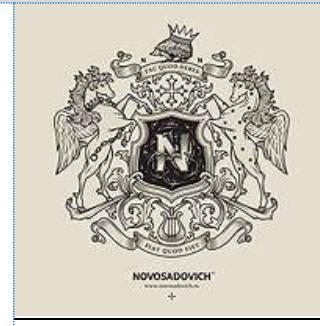


## Объем, фотoreалистичность



**Арбуз**

Величественность, аристократизм



Каллиграфия



Прямолинейность



Типографика



Юмор



Градиенты, прозрачности, блюр



**LEXPRO**  
экспертная юридическая система



**fortuna**



**FOTOPOLKA**



**Limonad**  
cafe

Семантичность



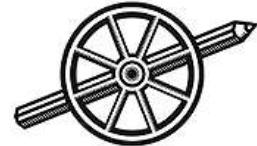
Robin Rutherford, DDS



у вас будет дом!



**PORTWEIN**  
records



**FRONT**

Этника



инди



Кабинка



Корпоративность



**VERTEX**  
Pharmaceutical company



Минимализм, лаконичность



**VINILSUL**  
publicidade



**FOUR WINDS**  
PLAZA



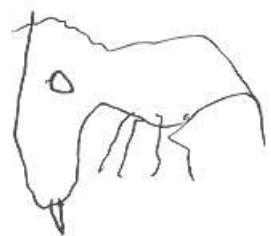
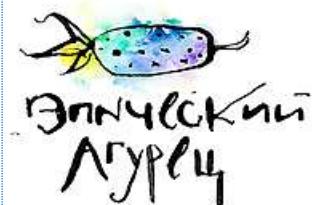
Геометрия



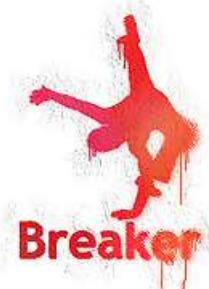
Государственные мотивы



Рисование



Художественность



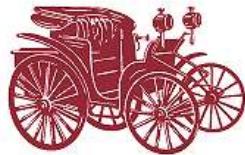
Абстракция



## 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 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 **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)
- А4 (C4)
- А5 (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

#### 10.3 Дата заполнения брифа