[](http://biz-b.ru)

Арт-директор студии: Кира В. Смелкова

+7-920-414-6-234 / info@bizdelnik.online / skype:kirchilina

**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, а недостающую информацию мы уточним при встрече.

**МАРКЕТИНГ\_**

**1. ЧТО?**

**1.1 Что представляет собой продукт[[1]](#footnote-1)\*?**

|  |
| --- |
|  |

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

|  |
| --- |
|  |

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 для потребителя** (рациональные и/или эмоциональные)**?**

|  |
| --- |
|  |

1.5 **Ценовая и статусная характеристика продукта** (за что и сколько готов платить покупатель)**?**

|  |
| --- |
|  |

**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
* **социальные:** 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**

**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. 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?**

|  |
| --- |
|  |

**4. КАК?**

4.1 **Какой покупкой является ваш продукт для потребителя: простой или сложной?**

|  |
| --- |
|  |

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 .**

|  |
| --- |
|  |

**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?**

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

|  |
| --- |
|  |

**ДИЗАЙН\_**

**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?**

|  |
| --- |
|  |

**9. ФОРМА И СОДЕРЖАНИЕ**

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

|  |
| --- |
|  |

9.2 **Название** (полное написание 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 СТИЛЬ/МЕТОД ГРАФИЧЕСКОГО РЕШЕНИЯ логотипа, на ваш взгляд, предпочтителен для создания желаемого образа бренда? Выберете НЕ более 5 и** выделите подчеркиванием.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Форма и контрформа | | | |
| 6-negative-space1.png | e2926-clip-4kb.jpg | 6-negative-space2.png | 01.jpg |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Аллегория, метафора | | | |
| C:\02_Opera\B2Brand\03_Ipsum\SummaDesign\Brifs\1\1\20.jpg | 3965601904_370f6227a3.jpg | 4-12.jpg | 18b03258956d672a20b573dc3e60f89b--restaurant-logos-logo-design.jpg |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Леттеринг | | | |
| Ошка.png | C:\02_Opera\B2Brand\03_Ipsum\SummaDesign\Brifs\1\1\06.jpg | dbd0c76b38853151992e1824a40db311.jpg | 10-lettering1.png10-lettering2.png |
| c9727929045515.55df327f8adda.jpg | 9f84c5e91a10871148b38109c13c6c8a--juice-logo-brand-design.jpg | 87eyrse4yfr4917512yt21688.png | 22b72-clip-79kb.jpg |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Фотореалистичность | | | |
| de12e-clip-19kb.jpg | 0e36f-clip-12kb.jpg | C:\Users\user\Desktop\прайсы и брифы\логотипы в бриф\dcffc-clip-12kb.jpg | il_fullxfull.1258323589_9nql.jpg |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Величественность, аристократизм | | | |
| C:\02_Opera\B2Brand\03_Ipsum\SummaDesign\Brifs\1\1\07.jpg | 91.jpg | c2d3527b88769b2dd2439e6b837b5b4c.jpg | 2584079.png |
| 39.jpg | 1365857_935xp.jpg | p_07-.jpg | C:\Users\user\Desktop\прайсы и брифы\логотипы в бриф\mgm-logo.png |
| Прямолинейность | | | |
| C:\02_Opera\B2Brand\03_Ipsum\SummaDesign\Brifs\1\1\29.jpg | C:\02_Opera\B2Brand\03_Ipsum\SummaDesign\Brifs\1\1\03.jpg | 17677615-y_480b52bf-1475127442-650-d3ef7de56c-1492238521.jpg | 61749-clip-21kb.jpg |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Типографика и пунктуация | | | |
| 3-letter-stacking1.png | 154.jpg143.jpg | 15.jpg  131.jpg | 09.jpg |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Юмор | | | |
| 12-min.png.pagespeed.ce.mrr78Ivh34.png | a2488-clip-14kb.jpg | 13-min.png.pagespeed.ce._N0cN5DIf71.png | 396444.jpg |
| logo_inst1.jpg | e19ce-clip-7kb.jpg | C:\Users\user\Desktop\099e7-clip-14kb.jpg | 830ee-clip-9kb.jpg |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Градиенты и прозрачности | | | |
| 8-color-transitions2.png | 8-color-transitions1.png | 47.jpg | md_d0cc5fb016c65f89768ba1d537826573.jpg |
| creative-abstract-pear-fruit-logo-vector-10618833.jpg | 9936ff47ae8128391463bae6269e648d.jpg | 4a71243c92785dd43c54fb708fccc3cb.jpg | De_Lz8qWsAEykAD.jpg |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Семантичность | | | |
| b8314-clip-10kb.jpg | 13-min.png.pagespeed.ce._N0cN5DIf7.png | 40.jpg | 46.jpg |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Этника | | | |
| logotyp-totem.jpg | 1cd4683f18ee862d479826ef5a7c07c5_gallerySiteSize.jpg | ethnic-logo14.jpg | hand-drown-logo20.jpg |
| no-translate-detected_23-2147608149.jpg | ethnic-logo19.jpg | 101161_original.png | C:\Users\user\Desktop\прайсы и брифы\логотипы в бриф\cd353-clip-40kb.jpg |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Корпоративность | | | |
| C:\Users\user\Desktop\463db-clip-17kb.jpg | 2617763.jpg | logotype-novem-new.jpg | F:\домашний ворк\порталище\18838886_10214998804513118_1369670167525262225_n.jpg |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Минимализм, лаконичность | | | |
| C:\02_Opera\B2Brand\03_Ipsum\SummaDesign\Brifs\1\1\41.jpg | F:\домашний ворк\порталище\BIZ-B\клиенты BIZ\АКВАСтрой\в портфолио\Logo.png | 38.jpg | 42.jpg |
| 9-komehome-letter-logo.jpg | mts.png | 27-mountain-thin-line-logo.jpg | 42b71154069111.594bd1ad91a4a.png |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Государственные мотивы | | | |
| C:\02_Opera\B2Brand\03_Ipsum\SummaDesign\Brifs\1\1\13.jpg | Di2xze4W0AENnwO.jpg | 1493135264-min-mockup.jpg | 1496650190_cwFOdz3q0t_аси.jpg |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Рисование и хужожественность | | | |
| C:\02_Opera\B2Brand\03_Ipsum\SummaDesign\Brifs\1\1\05.jpg | 29.jpg | C:\02_Opera\B2Brand\03_Ipsum\SummaDesign\Brifs\1\1\12.jpg | 19.jpg |
| 17.jpg | tumblr_nwny10zAov1u7w8gto1_1280.jpg | ангелопа.png | глазгот.png |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Хипстерский стиль | | | |
| C:\Users\user\Desktop\прайсы и брифы\логотипы в бриф\ef1b3-clip-21kb.jpg | 51.jpg | 61.jpg | C:\Users\user\Desktop\прайсы и брифы\логотипы в бриф\gentleman-wallpapers-036.jpg |
| C:\Users\user\Desktop\прайсы и брифы\логотипы в бриф\хип\41.jpg | 34-hip.jpg | 5-hip.jpg | screenshot-9nov2018-02.33.35.png |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Историчность, мифологичность | | | |
| C:\02_Opera\B2Brand\03_Ipsum\SummaDesign\Brifs\1\1\37.jpg | dee45722ae7b7a9a03c4f791d5f6adc6.png | 53415eb1948f0_thumb900.jpg | post-93537-1235041611.jpg |

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

|  |
| --- |
|  |

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

|  |
| --- |
|  |

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

|  |
| --- |
|  |

9.10 **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
* Конверт  
  **[ ]** евро (DL)  
  **[ ]** А4 (С4)  
  **[ ]** А5 (С5)

**[ ]** Папка

**[ ]** Ручка/карандаш

**[ ]** Блокнот

**[ ]** Шаблоны презентации PowerPoint  
**[ ]** Бланк для документов

**[ ]** Прайс

**[ ]** Бейдж  
**[ ]** Пропуск   
  
**[ ]** Дисконтная карта  
**[ ]** Сертификат

* Брендирование гаджетов  
  **[ ]** Флеш-накопитель

**[ ]** CD/DVD

**[ ]** Фитнес-браслет

**[ ]** аксессуары для смартфона

* Сувенирная продукция

**[ ]** Кружка/стакан

**[ ]** Пакет

**[ ]** Значок

**[ ]** Зонт

**[ ]** Рюкзак

**[ ]** Антистресс

**[ ]** Спецодежда (укажите – какая)

**[ ]** Упаковка (укажите – какая)

* WEB и SMM

**[ ]** Иконка для профиля в соц.сетях  
**[ ]** Рекламный баннер  
**[ ]** Баннер для слайдера  
**[ ]** Шаблоны для оформления фотоконтента

**[ ]** Кнопка, иконка  
  
 **[ ]** Outdoor оформление (табличка, указатель, режимник)  
**[ ]** Интерьерное оформление (таблички, указатели, постеры)  
  
**[ ]** 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 **Уточнения и дополнения:**

|  |
| --- |
|  |

**ОБЩАЯ ИНФОРМАЦИЯ\_**

**10. Информация о компании**

10.1 **Название и адрес компании**

|  |
| --- |
|  |

10.2 **Контактное лицо**

|  |
| --- |
| ФИО Должность Рабочий телефон Мобильный телефон e-mail |

10.3. **Сроки, есть ли временные ограничения для разработчиков?**

|  |
| --- |
|  |

10.3 **Дата заполнения брифа \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**



Спасибо, что добрались до конца брифа.

Вам зачтется ;)

1. **\*** Здесь и далее по брифу под «продуктом» понимается товар, услуга, идея, компания. [↑](#footnote-ref-1)