Создание и продвижение сайтов

г. Санкт-Петербург

www.webevolution.ru

+7 (812) 339 34 32

|  |  |
| --- | --- |
| **Бриф на разработку** **логотипа** |  |

**ИНСТРУКЦИЯ**

|  |
| --- |
| 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. КТО?**

**1.1. Общая информация о компании.** \*

|  |
| --- |
|  |

**1.2. Размер компании.**

|  |
| --- |
|  |

**1.3. География работы компании.**

|  |
| --- |
|  |

**1.4. Возраст компании.**

|  |
| --- |
|  |

**1.5. Ключевые преимущества компании, имеющие ценность для потребителя.** \*

|  |
| --- |
|  |

**1.6. Преимущества компании по сравнению с конкурентами**. \*

|  |
| --- |
|  |

**1.7. Что обозначает и/или символизирует название компании?**

|  |
| --- |
|  |

**1.8. Эмоциональные характеристики компании.**

|  |
| --- |
|  |

**1.9. Преимущества компании по сравнению с конкурентами.**

|  |
| --- |
|  |

**1.10.** Есть ли у компании уже зарегистрированные товарные знаки?

|  |
| --- |
|  |

**2. ЧТО?**

**2.1. Что представляет собой продукт?** \*

|  |
| --- |
|  |

**2.2. Суть бренда (основная идея (миссия) продукта)?** \*

|  |
| --- |
|  |

**Если проводится ребрендинг.**

**2.3. Возраст бренда.**

|  |
| --- |
|  |

**2.4. Есть ли у компании уже зарегистрированные товарные знаки?**

|  |
| --- |
|  |

**3. ДЛЯ КОГО?**

**Какие потребители будут пользоваться вашим продуктом чаще всего? На кого он рассчитан?**

**Опишите их:** \*

|  |
| --- |
| *Пол**Возраст**Тип личности**Образование**Достаток**Род занятий**Уровень владения интернетом**Хобби**Пол**Возраст**Тип личности**Образование**Достаток**Род занятий**Уровень владения интернетом**Хобби* |

**4. ДЛЯ ЧЕГО?**

**4.1. Для чего ваш продукт нужен потребителю?**

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

|  |
| --- |
|  |

**4.2. Когда и как потребитель будет пользоваться вашим продуктом чаще всего?**

|  |
| --- |
|  |

**5. ГДЕ?**

**5.1. Общее описание и особенности рынка, на котором работает компания.**

|  |
| --- |
|  |

**5.2. Список основных конкурентов с указанием наиболее значимых.**

|  |
| --- |
| *\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**● Позиционирование.**● Преимущества.**● Слабые стороны.**● Ценовая категория товара и/или услуги.**● Коммуникации со своими потребителями.**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**● Позиционирование.**● Преимущества.**● Слабые стороны.**● Ценовая категория товара и/или услуги.**● Коммуникации со своими потребителями.* |

Дизайн блок

**6. ЧТОБЫ ЧТО?**

**6.1. Для чего вам нужен логотип?
Какие задачи должна решить разработка?**

|  |
| --- |
|  |

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

|  |
| --- |
|  |

**6.3. Какие ощущения у потребителя должно вызвать визуальное оформление?
Какой образ и характер бренда должен быть сформирован?** \*

|  |
| --- |
|  |

**7. ФОРМА И СОДЕРЖАНИЕ**

**7.1. Текст логотипа.** \*

|  |
| --- |
|  |

**7.2. Какие визуальные образы можно использовать для создания логотипа. Или не использовать никаких.** \*

|  |
| --- |
|  |

**7.3. Если название компании является дочерним, укажите обязательную составляющую, что можно или нет в ней менять. Также, как должны соотноситься старая часть с разрабатываемой?**

|  |
| --- |
|  |

**7.4. Какой ХАРАКТЕР логотипа и стиля, на ваш взгляд, предпочтителен для создания желаемого образа бренда?** \*

|  |
| --- |
| *Например: сдержанный, экспрессивный, романтичный, мужской, волевой и т.д.* |

**7.5. Какой ТИП логотипа, на ваш взгляд, предпочтителен для создания желаемого образа бренда?**
Выделите подчеркиванием или любым удобным Вам способом. \*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Описание: Описание: C:\Users\user\Dropbox\!Happy Work\Бриф на лого\acme-wordmark.png | Описание: Описание: C:\Users\user\Dropbox\!Happy Work\Бриф на лого\acme-pictorial-mark.png | Описание: Описание: C:\Users\user\Dropbox\!Happy Work\Бриф на лого\acme-abstract-mark.png |
| **Слово – знак***Название вашей компании в стилизованном написании становится логотипом*. | **Графический знак***Для представления вашего бизнеса используется легко распознаваемая форма или образ.* | **Абстрактный знак***Для того чтобы передать ценности вашего бизнеса используется абстрактная форма или символ.* |
| Описание: Описание: C:\Users\user\Dropbox\!Happy Work\Бриф на лого\acme-letterform.png | Описание: Описание: C:\Users\user\Dropbox\!Happy Work\Бриф на лого\acme-character.png | Описание: Описание: C:\Users\user\Dropbox\!Happy Work\Бриф на лого\acme-emblem.png |
| **Лигатура***В логотипе используются инициалы/аббревиатура названия вашего бизнеса.* | **Персонаж***Ваш бизнес олицетворяет персонаж (маскот).* | **Эмблема/Герб***Название вашего бизнеса вписано в графический элемент или форму.* |

7.6**. Какие цвета** (и их количество)**, на ваш взгляд, предпочтительны для создания желаемого образа бренда? Можно не указывать и положиться на наш выбор.**

 *Возможно, вам поможет памятка о наиболее распространенных цветовых ассоциациях:*

*Красный - страсть, гнев, сила, энергия, любовь, опасность*

*Желтый – эрудиция, энергия, развлечения, интеллект, молодость*

*Зеленый - плодородие, богатство, исцеление, успех, рост*

*Белый - чистота, исцеление, безупречность, достоинство, добродетельность*

*Голубой - знания, доверие, спокойствие, невозмутимость, мирный, умиротворение, холодный*

*Черный - страх, секретность, конфиденциальность, официальность, строгость, богатство, роскошь*

*Фиолетовый - королевская роскошь, мудрость, волшебство, духовность, воображение, фантазия*

*Оранжевый - творчество, бодрящий, воодушевление, уникальный, побуждающий*

*Серый - сбалансированность, изысканность, утонченность, нейтральность, беспристрастность, свободный от обязательств*

|  |
| --- |
|  |

7.7. **Приведите примеры логотипов и стилей других брендов, которые вы считаете удачными
с точки зрения создания желаемого образа бренда и объясните почему?**

**Желательно поместить примеры в таблицу или вложить отдельно вместе с брифом.**

**Примечание:** общеизвестные бренды обычно являються плохим примером, так как субъективное отношение к бренду мешает оценить эффективность графики.\*

|  |
| --- |
|  |

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

|  |
| --- |
|  |

Административный блок

8.1**. Выберете тарифный план**

|  |  |
| --- | --- |
| **«Экспресс»**На основе заполненного вами брифа будут разработаны три варианта логотипа без предоставления возможности внесения правок в эти варианты. | **«Стандарт»**Разработка логотипа разбивается на несколько последовательных этапов. Постепенно от общих идей мы приходим к конкретным решениям в дизайне логотипа. |

|  |
| --- |
| **«Товарный знак»**Разработка логотипа проходит при постоянном участии и контроле со стороны патентного поверенного, который следит за тем, чтобы логотип разрабатывался с учетом требований законодательства о товарных знаках, тем самым повышая вероятность его последующей успешной регистрации в качестве товарного знака. |

8.2**. Контактное лицо**

|  |
| --- |
| *ФИОДолжностьТелефонe-mail* |

8.3**. Дата заполнения брифа** \_\_\_.\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_201\_г.