**Предварительное описание задания (бриф)**

**на разработку фирменного стиля**

Бриф заполняется или координируется человеком, ответственным за приём проекта и его оценку на всех этапах разработки. Вся информация, полученная от клиента, является конфиденциальной и не подлежит разглашению третьим лицам. Пожалуйста, укажите все необходимые данные здесь, в брифе, даже если вы прилагаете какие-либо файлы или ссылки на сайты. Бриф должен включать в себя всю необходимую информацию для работы над фирменным стилем. Распечатка брифа является основополагающим документом для специалистов разного профиля, и работа не всегда ведётся в он-лайне или даже за компьютером. Пожалуйста, заполните все необходимые поля.

**Просим Вас указать ответы на приведенные ниже вопросы анкеты, которые позволят более точно сформулировать задачу по разработке корпоративного стиля.**

*Вы можете проигнорировать вопросы, которые кажутся непонятными или не имеют точного ответа.*

**1. Общая информация**

Каждое ключевое лицо, принимающее решение относительно продвижения веб-сайта, должны заполнить свой экземпляр опроса, четко ответить на все поставленные вопросы и добавить в конце опроса любые дополнительные замечания или комментарии.

**1.1. Название компании**Общие сведения о фирме, основные направления деятельности.

|  |
| --- |
|  |

**1.2. Вид деятельности Продукт/Услуга**

Укажите основные направления деятельности (услуги / продукция) вашей организации.

|  |
| --- |
|  |

**1.3. Контактное лицо**

Кто является основным контактным лицом от организации, и кто имеет право подписи документов по проекту? Пожалуйста, укажите имя, должность**.**

|  |
| --- |
|  |

**1.4. Контакты и Адрес для элементов фирменного стиля** (Телефон, Email, Skype, ICQ) / **Адрес** (Город, Улица, Дом, Офис)

|  |
| --- |
|  |

**1.5. Утверждение этапов работы
-** Кто будет утверждать дизайн логотипа и всех работ по фирменному стилю?
 *Пример: Генеральный директор, отдел маркетинга, сотрудники компании (10 чел.)*
- Все ответственные лица которые будут утверждать этапы, сходятся во мнении позиционирования заполненные в брифе?

|  |
| --- |
|  |

**1.6. Критерии оценки результата**

На что будете опираться при оценке предлагаемых вариантов?

|  |
| --- |
|  |

**2. Логотип**

**2.1. Название торговой марки**

|  |
| --- |
|  |

 **2.2. Требуется ли графический перевод логотипа с кириллицы на латиницу или обратно.**

|  |
| --- |
|  |

**2.3. Создание или редизайн?**Вы заказываете его первый вариант, или это редизайн созданной ранее версии (если это редизайн, уточните, чем не устраивает)? Каких практических результатов вы хотели бы добиться с помощью нового логотипа/фирменного стиля?

|  |
| --- |
|  |

**2.4. Тип логотипа** (выберите один из типов)
- Символический логотип (фирменный знак) *Пример: Shell, Apple, Nike*

- Текстовый логотип (шрифтовое начертание) *Пример: Coca-Cola, Oriflame, Canon*- Комбинированный логотип (составной логотип из фирменного знака и шрифтового начертания)
*Пример: Сбербанк, Газпром, Wella, Adidas*

|  |
| --- |
|  |

**2.5. Слоган или расшифровка деятельности**Будет ли дополнительно использоваться слоган компании или полная расшифровка названия компании и вида деятельности?

|  |
| --- |
|  |

 **2.6. В каком виде будет использоваться**

*Проставьте оценки по убыванию:*

{ } Черно-белый

{ } Цветной

{ } Контурный (теснение, гравировка)

Дополнительно:

**2.7. Приоритетные цветовые решения**

Какие цвета по вашему мнению подходят для вашей торговой марки?

|  |
| --- |
|  |

**2.8. Укажите любые логотипы, которые Вам нравятся** (по любым причинам)

*Название компании, комментарий, и где этот логотип можно увидеть.*

|  |
| --- |
|  |

**2.9. Укажите любые логотипы, которые Вам НЕ нравятся** (по любым причинам)

*Название компании, комментарий, и где этот логотип можно увидеть.*

|  |
| --- |
|  |

**3. Фирменный стиль**

**3.1. Имеющиеся элементы Фирменного Стиля**
Если таковые элементы имеются,которые Вы хотели бы сохранить,пришлите образцы.
*Например: Визитка, Буклет, Сайт.*

|  |
| --- |
|  |

 **3.2. Выберите элементы фирменного стиля, разработка которых требуется**

{ } нэйминг (имя торговой марки)
{ } слоган

{ } доменное имя сайта
{ } товарный знак (логотип, торговая марка)

{ } фирменный персонаж

**3.3. Применение элементов фирменного стиля** (выберите нужные для вас элементы)

**Деловая документация:**

{ } визитная карточка персональная

{ } визитная карточка корпоративная

{ } фирменный бланк вертикальный (с указанием всех реквизитов), бланки внутренних документов, предложений, официальных писем. Цветной и монохромный варианты.

{ } прайс-лист

{ } конверт «Евростандарт», С4

{ } бейдж

{ } печать

{ } папка

**Сувенирная, презентационная продукция:**

{ } ручка

{ } пакет

{ } майки с символикой фирмы

{ } флаг (односторонний 1м х 2 м)

{ } флаг (настольный)

**Печатная продукция:**

{ } рекламная листовка

{ } буклет (лист А4 сложенный втрое с 2 фальцами)

{ } каталог (многостраничное издание)

{ } плакат рекламный/информационный (А3, А2, А1)

{ } календарь настенный (А3, А2)

{ } календарь настенный (квартальный)

{ } календарь настольный (перекидной, домик, шалаш)

{ } календарь карманный

{ } открытка

{ } пластиковая карта

**Оформление товара и торгового зала:**

{ } упаковка (количество видов и размер допишите, если известно)

{ } этикетка (количество видов и размер допишите, если известно)

{ } элементы оформления мест продаж (вид, размер, элементов подбирается индивидуально)

{ } информационный стенд (стенд с кармашками для листов А4)

{ } презентационные стойки

{ } униформа торгового персонала (кепка, майка, куртка, другое...)

**Дополнительно**
Допишите все что не вошло в список. Например: оформление автомобилей

|  |
| --- |
|  |

**3.4. Дополнительная информация**

Укажите все, что, с вашей точки зрения, может уточнить задачу по разработке.

|  |
| --- |
|  |

 **4. Позиционирование**

**4.1. Предполагаемое графическое позиционирование** **торговой марки**

Деловое, солидное, развлекательное, престижное, дружественное, забавный, прогрессивный и т.п.

|  |
| --- |
|  |

**4.2. Цели дизайн-разработки**

Требования к популярности. Ожидаемый потребительский эффект. Ожидаемый эффект для клиента.

|  |
| --- |
|  |

**4.3. Личность марки**
То, с помощью чего марка находит общий язык с потребителем: Тип отношений и тон общения, которые марка должна устанавливать с потребителями («друг», «помощник», «агрессор», «путеводитель» и т.п.).

|  |
| --- |
|  |

 **4.4. Потребитель**
То, что поможет ответить на вопросы «кому?» и «зачем?» и определить целевую потребительскую аудиторию: Пол, возрастные группы потребителя. География (регионы потребления). Интенсивность потребления, степень приверженности.

|  |
| --- |
|  |

**4.5. Конкуренты.**

Товары/Услуги, конкурирующие на том же сегменте рынка.

|  |
| --- |
|  |

**4.6. Целевая аудитория**
На кого должен работать логотип? Описание целевой аудитории в стандартной терминологии (возраст, пол, уровень доходов, образовательный уровень, тип потребления – новаторы, консерваторы), описание типичного представителя

|  |
| --- |
|  |

**4.7. Дополнительная информация**
Укажите все, что, с вашей точки зрения, может уточнить задачу по разработке логотипа.

|  |
| --- |
|  |

**4.8.. Данные для выбранной продукции**
- Визитки: ФИО, контакты, услуги.
- Бланки :реквизиты организации, адрес, телефон Email, адрес сайта.

- Печатная продукция: текст, изображения, пожелания (заполняется отдельный бриф по необходимости).

- Или укажите срок предоставления этой информации.

|  |
| --- |
|  |

**5. Дополнительные сведения и комментарии**

**1. Ограничения особые условия**

Есть ли ограничения или особые условия работы. Технические, Юридические, Бюджетные, Другие.

(К примеру: ограниченный бюджет, оплата электронными деньгами и т.п.)

|  |
| --- |
|  |

**2. Комментарии и пожелания клиента.**

Пожалуйста, напишите все, что считаете необходимым добавить.

|  |
| --- |
|  |

**6. Дата заполнения.**

|  |
| --- |
|  |