### БРИФ

**ЛОГОТИП, ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ**

|  |
| --- |
| **Клиент** |
| Название  | www. |
| Предварительное замечание.Бриф состоит из трех частей: I часть. «Необходимая информация» – это та информация, без которой невозможно начать работу по созданию фирменного стиля (здесь необходимо по возможности наиболее полно заполнить все пункты брифа).II часть. «Дополнительная информация» – та информация, которой Вы, возможно, обладаете, и которая может помочь наиболее точно выполнить задание по созданию фирменного стиля.III часть. «Оформление заказа» – та информация, на основе которой готовится коммерческое предложение и рассчитывается стоимость работ. |
| **I часть. Необходимая информация** |
| **Краткое описание задачи**(какую ТМ надо создать, в чем особенности, какие маркетинговые задачи должна решить эта ТМ) |  |
| **Краткие сведения о клиенте**(историческая справка, направления деятельности, существующие ТМ) |  |
| Деятельность |
| Концепция и идея деятельности |  |
| Горизонт развития |  |
| Целевая аудитория |
| **Потребитель**Социально-демографические характеристики (пол, возраст, доход, образование, образ жизни) |  |
| Основные ситуации контактов  |  |
| Позиционирование ТМ |
| Образ, который мы хотим создать в сознании нашего потенциального потребителя. Для чего и как можно использовать ТМ (уровень качества, дорогой/недорогой, престижный/обычный, новые возможности в сравнении с другими ТМ, эмоциональная окраска). |  |
| Конкуренты |
| Прямые ТМ-конкуренты  |  |
| Прочие ТМ-конкуренты  |  |
| Пожалуйста, по возможности представьте образцы вашей продукции и продукции конкурентов. |

|  |
| --- |
| **II часть. Дополнительная информация** |
| Основные ТМ-конкуренты и их позиционирование (с точки зрения потребителя) |
| по уровню знания и потребления |  |
| по потребительским свойствам  |  |
| по имиджевым характеристикам |  |
| Позиционирование ТМ (расширенное и дополненное описание будущей ТМ из I части брифа) |
| по уровню знания и потребления (если ТМ уже существует) |  |
| по потребительским свойствам  |  |
| по имиджевым характеристикам |  |
| Дополнительная информация, которая может помочь в разработке материалов |  |
| Основные требования |
| Предпочтения, которые необходимо учесть при разработке (цветовое решение, соотношение элементов, наличие определенных элементов и т.п.) |  |
| Обязательные требования к дизайну |  |
| **Пожалуйста, по возможности представьте результаты исследований, если они проводились** |
| **III часть. Оформление заказа** |
| Перечень работ (отметьте необходимое (да)) |
| Разработка творческой концепции позиционирования  |  |
| Разработка ядра идентичности ТМ |  |
| Разработка наименования ТМ |  |
| Разработка графического решения ТМ |  |
| Коррекция графического решения ТМ |  |
| Разработка корпоративного слогана |  |
| Разработка имидж-героя  |  |
| Разработка деловой и представительской документации |  |
| Разработка творческой концепции продвижения |  |
| Brand book |  |
| Другие задачи (впишите) |  |
| Срок сдачи материалов |  |
| **Бриф заполнил** (ФИО, должность) |  |
| **Лица, отвечающие за ведение проекта со стороны Клиента**(ФИО, должность) |  |
| **Бриф отправлен клиенту**(дата, ФИО) |  |

**Дата заполнения: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

**Подпись заказчика: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**