

БРИФ

техническое (творческое) задание на разработку логотипа и фирменного стиля

сиреневым шрифтом обозначены примерные ответы на вопросы

Бизнес-информация

1. Дата и время заполнения:

2. Полное название компании:

3. Контактное лицо:

ФИО:

E-mail:

Skype:

Исq:

Телефон:

Факс:

Общие вопросы

4. Бренд: *(торговая марка)*

«Суперкомпания»

5. Слоган компании: *(девиз)*

Суперкомпания –компания супер!

6. Область деятельности: *(позиционирование, т.е. что представляет собой компания на рынке)*

Наша компания является суперкомпанией во всех смыслах.

7. Цели и задачи: *(перспективы развития компании в обозримом будущем)*

Выход на мировой рынок.

8. Основные конкуренты: *(приложите их логотипы, приведите ссылки на их сайты, если возможно)*

Нет. Уже нет. Все умерли.

9. Уникальные свойства наших услуг, которые отличают нас от конкурентов?
(УТП)

Специфическая ниша.

10. Характерные черты потенциального клиента компании: *(Полное описание ЦА: географический – страна, регион, город; демографический - возраст, пол; психографический - общественный класс, образ жизни, тип личности.)*

Целевая аудитория, на которую должен влиять корпоративный стиль – все люди.

11. Имидж тм/продукта: *(какое впечатление должна производить тм/продукция на потребителя)*

Положительное.

Дизайн логотипа и фирменного стиля

12. Пожелания к логотипу: *(если есть)*

Лаконичность.

13. Логотип должен отражать: *(образ товара (организации), который должен сформировать логотип)*

Лидеры рынка. Конкурентноспособность.

14. Только логотип? *(или логотип+знак)*

Желательно с отдельным знаком - идентификатором компании; либо универсальный знак-логотип.

15. Текстовый элемент для логотипа: *(в русском, латинском, ином написании)*

«Суперкомпания» (только в русском).

16. Дополнительные надписи: *(вторичный статус: слоган, девиз, расшифровка названия и т.д.)*

Нет.

17. Пожелания по типографике: *(желаемый шрифт логотипа и надписей)*

Читабельный, русский, простой, уникальный.

18. Пожелания по формату букв шрифта: *(строчные, прописные, их вариации)*

Нет.

18. Соблюдение существующего логотипа и элементов фирменного стиля?

Необходимо, в некоторых вариантах, постараться учесть графему старого логотипа. Прилагается.

19. Пожелания по количеству концепт-эскизов:

Два-три, более - за дополнительную оплату.

20. Пожелания по цветовой гамме:

Два, максимум три цвета. Желательны желтый и синий. Черный, как дополнительный.

21. Тоновое цветовое решение: *(пастельные тона, мягкие, контрастные, яркие, чистые)*

Натуральные, природные оттенки.

22. Обязательные и желательные элементы знака, стиля: *(необходимо (или возможно) отражение характера товара (услуги) в логотипе (графическом символе), на основе каких символов, образов)*

Возможные символы: земля, луна, марс, гладиолус.

23. Недопустимые к использованию цвета, символы, слова и прочее:

Розовый. Знак радиации. Сочи-2014.

24. Ориентиры: *(Какие товарные знаки/фирменный стиль компаний или конкурентов/партнеров нравятся/не нравятся? По каким критериям оценивали? По возможности приложите образцы.)*

Нравятся – SONY, Panasonic. Графично, строго и утонченно.

Не нравятся – LG, Rolsen. Недостаточно строго и серьезно.

25. Стилистика, в которой должен быть выполнен логотип: *(строгий, классический, модерн, авангард, восточный, славянский (указать конкретно)*

Строгий, европейский.

26. Стилистика фирменного стиля: *(строгий, серьезный, консервативный, современный, статичный, динамичный, яркий, что-то другое?)*

Строгий, вызывающий ощущение серьезной, надежной, высокопрофессиональной компании.

27. Имидж компании, создаваемый фирменным стилем: *(ожидаемая реакция от стиля)*

Крутая фирма.

28. Реквизиты предприятия для указания в фирменном блоке: *(адрес, телефон, факс, электронная почта, страница на WEB сервере, адрес сайта, ФИО руководителя/сотрудников)*

Элементы фирменного стиля

29. Разрабатываемые элементы фирменного стиля: *(основные носители будущего логотипа)*

1. Визитка компании - полноцвет, шелкография, УФ-лакирование, вырубка и т.п.
2. Визитка руководителя - 4краски
3. Визитка менеджера - 4краски
4. Бланк делового письма, А4 - 4краски
5. Бланк официального письма, А - полноцвет
6. Бланк электронного письма, А4 - полноцвет
7. Бланк факса, А4 - монохром
8. Конверт (С5 с окошком) - 4краски
9. Конверт (С4 без окошка) - 4краски
10. Конверт (А4 с окошком) - 4краски
11. Папка рабочая, А4 - 4краски
12. Папка руководителя, А4, 4краски
13. Папка презентационная, А4, с местом для визитки и ручки - полноцвет
14. Анкета, А4 - 4краски
15. Наклейка (вертикальная и горизонтальная), 50x75мм и 150x100мм - 4краски
16. Бейдж 90x54 - 4краски
17. Дипломы (лучшим менеджерам, партнерам) - полноцвет
18. Благодарности - 4краски
19. Обложка и оформление фирменного компакт-диска «Промо» (CD)
20. Обложка и оформление фирменного компакт-диска «Видео» (DVD)
21. Геральдика (флаг, вымпел) – 4цвета, вышивка
22. Оформление транспорта – 4цвета, краска, пленка, винил
23. Фирменная униформа – 4цвета, краска, вышивка

30. Пожелания к разработке: *(желательно указать все нюансы, которые следует учитывать, для каждого элемента стиля, если есть необходимость)*

Стандартные условия или Описание прилагается отдельным приложением к Брифу.

31. Разрабатываемые разделы Брендбука: *(разрабатываются позиции, относящиеся к описанию элементов фирменного стиля и основных правил воспроизведения)*

1. эскиз логотипа в цветном, черно-белом, монохромном и инверсном исполнении;
2. система цветов с номерами по Pantone и CMYK;
3. масштабная сетка логотипа;
4. охранное поле логотипа;
5. варианты расположения логотипа на документе;
6. размеры логотипа при исполнении на различных форматах носителей;
7. недопустимые вариации логотипа;
8. недопустимое расположение логотипа;
9. фирменная палитра цветов (контрастирующие и поддерживающие цвета);
10. корректное отображение логотипа на фирменных цветных подложках;
11. рекомендации по оформлению фирменного бланка документации А4;
12. рекомендации по оформлению конверта евростандарт;
13. корпоративный шрифт;

32. Пожелания к разработке: *(желательно указать все нюансы, если есть необходимость)*

Стандартные условия или Описание прилагается отдельным приложением к Брифу.

33. Разрабатываемые элементы сувенирной продукции: *(носители будущего логотипа и стиля)*

1. Пакет
2. Ручка
3. Блокнот А5
4. Ежедневник
5. Магнит на холодильник
6. Галстуки
7. Флэшка
8. Платок
9. Футболка (майка)
10. Посуда (тарелка)
11. Кружка (чашка)
12. Зажигалка
13. Пепельница

34. Пожелания к разработке: *(желательно указать все нюансы, которые следует учитывать, для каждого элемента сувенирной продукции, если есть необходимость)*

Стандартные условия или Описание прилагается отдельным приложением к Брифу.

35. Разрабатываемые элементы полиграфической продукции: *(рекламные и промо-материалы)*

1. Лифлет, А4, полноцвет
2. Листовка, А4
3. Буклет, А4
4. Открытки А5
5. Фирменный календарь
6. Каталог продукции, А4
7. Плакаты, А1

8. Баннеры 3x5
9. Флаеры рекламной кампании
10. Календарь
11. Стойки и стенды для выставок

36. Пожелания к разработке: *(желательно указать определенные нюансы, которые следует учитывать, для каждого элемента стиля, если есть необходимость)*

Подробное описание предоставляется отдельным приложением к Брифу и может являться самостоятельным Заказом на создание макетов полиграфической продукции.

Сроки

37. Предельные сроки создания фирменного стиля: *(максимальные)*

31 декабря 2011 года.

Критерии оценки результата

38. Оставьте наиболее важные критерии: *(критические)*

Оригинальность замысла и содержательность
Графическая и композиционная выразительность
Способность идентифицировать компанию (продукт)
Соответствие целевой направленности
Удобочитаемость и запоминаемость
Эстетическая привлекательность
Технологичность в использовании
Отражает коммуникацию
Учитывает ориентиры
Соответствует целевой аудитории (по данным экспертных интервью, при необходимости)
Одинаково хорошо воспринимается на всех рекламоносителях
Правильный ассоциативный ряд.
Легко в изготовлении (не обязательно).
Привлекает внимание, запоминается
Читается всеми
Лаконичность
Элементы патриотизма
Толерантность
Удобно в использовании
Не должно вызывать негатива, даже у незначительной части аудитории
Уникальность логотипа

Дополнительная информация

39. Любая дополнительная информация.