### БРИФ

**КОРПОРАТИВНАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ, 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: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_