**Бриф на разработку брендбука**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№** | **Вопросы** | **Ответы** |
| Информация о компании | | |
| 1. | Компания: |  |
| 2. | Рекламируемый объект (товар, услуга, имидж). |  |
| Маркетинговая составляющая | | |
| 3. | Описание продуктов/услуг: |  |
| 4. | Целевая Группа  Полное описание ЦГ:  географический – страна, регион, город. демографический - возраст, пол. психографический - общественный класс, образ жизни, тип личности. |  |
| 5. | Основные преимущества рекламируемого объекта перед конкурентами  Его особенности, технические характеристики. |  |
| 6. | Ожидаемая реакция потребителя  Характер впечатлений, которые должны остаться у целевой аудитории после знакомства с рекламным продуктом |  |
| Технические и графические аспекты | | |
| 4. | Стиль подачи информации:  Корпоративный стиль, строгий стиль, развлекательный стиль, комплексное решение.  Простые геометрические фигуры, тщательно прорисованные образы, техно-стиль, граффити, псевдообъемные элементы. |  |
| 5. | Цветовая гамма:  Цвета, желательные или обязательные для использования. Если есть, то так же укажите, нежелательные цвета. |  |
| 6. | Слоган (если он разработан);  Есть ли в нём необходимость, если его нет? |  |
| 7. | Основной пакет брендбука:  (Требующуюся услугу указать)  1.1. Цвета  1.1.1. Палитра CMYK;  1.1.2. Палитра RGB;  1.2. Логотип  1.2.1. Стандартное отображение;  1.2.2. Черно-белое отображение;  1.2.3. Монохромное отображение;  1.2.4. Инвертированное отображение;  1.3. Фирменный блок  1.3.1. Пропорции;  1.3.2. Основное цветовое решение;  1.3.3. Черно-белое цветовое решение;  1.3.4. Монохромное цветовое решение;  1.3.5. Использование фонов и подложек;  1.4. Шрифты (подбор лицензионных шрифтов для заголовков и основного текста);  2.1. Бланки  2.1.1. Вертикальный для основных документов;  2.1.2. Вертикальный для основных документов (версия для факса);  2.1.3. Вертикальный для предложений и писем;  2.1.4. Вертикальный для предложений и писем (версия для факса);  2.1.5. Горизонтальный для предложений и писем;  2.1.6. Горизонтальный для предложений и писем (версия для факса);  2.1.7. Специальный для факса;  2.2. Визитки  2.2.1. Корпоративная односторонняя;  2.2.2. Корпоративная двухсторонняя;  2.2.3. Персональная односторонняя;  2.2.4. Персональная двухсторонняя;  2.3. Конверты  2.3.1. Формат С-65 («евро», 229 x 114 мм);  2.3.2. Формат С-4 (324 х 229 мм);  2.3.3. Формат С-5 (229 х 162 мм);  2.4. Папка для документов;  2.5. Дискета 3.5”;  2.6. Записываемый компакт-диск CD-R (обложка и «яблоко»);  3.1. Ежедневник;  3.2. Блокнот;  3.3. Визитница;  3.4. Пакет;  3.5. Бедж;  3.6. Наклейка;  3.7. Воблер;  3.8. Ценник;  3.9. Подставка под мелочь;  3.10. Одежда и униформа  3.10.1. Бейсболка;  3.10.2. Футболка (оформление лицевой и обратной частей);  3.10.3. Галстук;  3.10.4. Платок;  3.10.5. Комбинезон;  3.11. Флаги  3.11.1. Настольный;  3.11.2. Знамя;  3.12. Посуда  3.12.1. Кружка;  3.12.2. Стакан;  3.12.3. Чашка с блюдцем;  3.12.4. Тарелка;  3.13. Зажигалка;  3.14. Ручка;  3.15. Пепельница;  3.16. Брелок;  3.17. Логотип – отображение на сотовом телефоне;  3.18. Телефонная пластиковая карта;  4.1. Наружная реклама  4.1.1. Перетяжка;  4.1.2. Лайт-бокс;  4.1.3. Вывеска;  4.1.4. Штендер;  4.1.5. Стелла;  4.1.6. Уличный указатель;  4.1.7. Табличка перед входом;  4.1.8. Внешнее оформление торговой точки;  4.2. Оформление интерьера  4.2.1. Кабинетные таблички;  4.2.2. Внутренние указатели;  4.3. Оформление автотранспорта  4.3.1. Легковой автомобиль;  4.3.2. Фургон;  4.3.3. Грузовой; |  |
| Дополнительная информация | | |
| 8. | Конкуренты:  Лидеры на рынке, названия компаний. |  |
| 9. | Примеры понравившихся логотипов: Что понравилось: цветовое решение, композиция, подача информации, запоминаемость и т.д. |  |
| 10. | Комментарии: |  |
| Контактная информация | | |
| 11. | Адрес сайта компании: |  |
| 12. | Контактное лицо и должность: |  |
| 13. | Телефон и e-mail: |  |

* Если вы затрудняетесь ответить, оставьте комментарий об этом, например «на Ваше усмотрение»
* Чем более полно Вы дадите ответы, тем более точно мы сможем реализовать задачу.
* Если у Вас есть какие либо уточнения – сообщите об этом.