**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 ГруппаПолное описание ЦГ:географический – страна, регион, город.демографический - возраст, пол.психографический - общественный класс, образ жизни, тип личности. |  |
| 5. | Основные преимущества рекламируемого объекта перед конкурентамиЕго особенности, технические характеристики. |  |
| 6. | Ожидаемая реакция потребителяХарактер 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. Цвета1.1.1. Палитра CMYK;1.1.2. Палитра RGB;1.2. Логотип1.2.1. Стандартное отображение;1.2.2. Черно-белое отображение;1.2.3. Монохромное отображение;1.2.4. Инвертированное отображение;1.3. Фирменный блок1.3.1. 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. Бланки2.1.1. 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. Визитки2.2.1. Корпоративная односторонняя;2.2.2. Корпоративная двухсторонняя;2.2.3. Персональная односторонняя;2.2.4. Персональная двухсторонняя;2.3. Конверты2.3.1. 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 униформа3.10.1. Бейсболка;3.10.2. Футболка (оформление лицевой и обратной частей);3.10.3. Галстук;3.10.4. Платок;3.10.5. Комбинезон;3.11. Флаги3.11.1. Настольный;3.11.2. Знамя;3.12. Посуда3.12.1. 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 реклама4.1.1. 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 интерьера4.2.1. Кабинетные таблички;4.2.2. Внутренние указатели;4.3. Оформление автотранспорта4.3.1. 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.