



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

<p>Образ, который мы хотим создать в сознании нашего потенциального потребителя.</p> <p>Для чего и как можно использовать ТМ (уровень качества, дорогой/недорогой, престижный/обычный, новые возможности в сравнении с другими ТМ, эмоциональная окраска).</p>	
--	--

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



адрес: Москва, ул. Верейская, 17, стр. 2, Бизнес-Центр « Верейская Плаза 2»

телефон: +7 (985) 301-98-91



е-mail: info@fteam.ru



сайт: www.fteam.ru

FREE TEAM – РАЗВИТИЕ БИЗНЕСА ПОД ВАШИМ КОНТРОЛЕМ

(ФИО, должность)

Лица, отвечающие за ведение проекта со стороны Клиента

(ФИО, должность)

Бриф отправлен клиенту

(дата, ФИО)

Дата заполнения: _____

Подпись заказчика: _____