Бриф

Уважаемые коллеги,

Благодарим за интерес к нашей студии! Для подготовки предварительного расчета пожалуйста, заполните данные ниже.

Все предоставленные сведения строго конфиденциальны и используются исключительно для составления коммерческого предложения.

|  |
| --- |
| **ИНФОРМАЦИЯ О БРЕНДЕ**Расскажите о компании и задачах |
| **Название и направления деятельности компании**Опишите кратко, в каких сегментах работает ваша компания (интересует не только сегмент, связанный с данным проектом, но и все направления деятельности).Где можно получить дополнительную информацию об истории вашей компании, ее деятельности, миссии и т.п. (сайт, ссылки на статьи)? Можно приложить дополнительные материалы к данному файлу |  |
| **Суть задачи**Кратко опишите суть проекта |  |
| **Цели проекта**Каких результатов вы хотите добиться, по результатам выполнения данного проекта. Нас интересуют как количественные результаты, так и качественные, имиджевые и любые другие, важные для вас аспекты |  |
| **Сроки**Укажите, какие критические точки по времени существуют в вашем проекте, чем обусловлены такие сроки  |  |
| **Информация о бренде**Поделитесь, пожалуйста, краткой информацией по каждому пункту: **Описание продукта/услуги**Опишите продукт / услугу, по которой предполагается сотрудничество с агентством**Уникальные свойства продукта/услуги**Опишите уникальность продукта/услуги, чем она обусловлена**Целевая аудитория** Кто является потребителями вашего бренда/продукта? Что вам о них известно?**Конкуренты**Кто является конкурентом разрабатываемого (требующего коррекции) бренда/продукта: основным, второстепенным, какие товары/услуги/компании могут заменить ваш бренд/продукт? **Платформа бренда, позиционирование (иные документы) по бренду/продукту**Существует ли у вас документ, по которому «живет и общается» бренд/продукт. Это может быть формализованный документ, или ваш внутренний. (если да, пожалуйста, приложите к брифу, пожалуйста)**Архитектура бренда**Какие линейки, товарные группы и суббренды существуют или планируются в рамках вашего бренда?**Проведенные исследования, дополнительные материалы** Какие исследования и данные по бренду вы можете предоставить для работы над проектом |  |
| **Дополнительная информация**В данном пункте мы просим Вас в свободной форме дополнить информацию, если вы полагаете, что какие-то важные вопросы остались нераскрытыми  |  |

|  |
| --- |
| **НЕОБХОДИМЫЕ РАБОТЫ** Отметьте и/или прокомментируйте ожидаемые работы агентства.Исходя из информации о вас и проекте мы можем предложить альтернативные решения на основании отмеченных пунктов  |
| **Аудит бренда**Для существующих брендов данный этап поможет четче выявить возможные проблемы или недостатки существующих элементов бренда (как сепаратно, так и с учетом конкурентной среды), в ходе последующего совместного совещания принять решения о необходимости корректировки тех или иных элементов бренда. |  |
| **Проведение исследований**Для изучения конкурентного окружения, трендов, рынка, ЦА мы можем провести различные исследования. Если среди представленных методик не нашлось нужной вам, то напишите об этом в свободной форме | Кабинетное исследование(экспертный обзор) |  |
| [Качественные исследования](https://wellhead.ru/services/kachestvennye-issledovanija/) |  |
| [Количественные исследования](https://wellhead.ru/services/kolichestvennye-issledovanija/)  |  |
| **Позиционирование или репозиционирование бренда**Эта работа поможет вам более четко осознать место вашего бренда на рынке, дистанцироваться от конкурентов, понять, что бренд должен сообщать потребителю и кто они, его потребители. В рамках данной работы, мы, возможно, предложим провести исследования целевой аудитории. |  |
| **Платформа бренда**Все результаты, полученные в ходе проекта, должны быть систематизированы. Необходим понятный и удобный в использовании документ, по которому будет жить ваш новый/обновленный бренд, который поможет вам и вашим подрядчикам избежать ошибок и неточностей при создании дизайна, коммуникаций и айдентики в будущем.  |  |
| **Построение портфеля брендов**Если вы планируете одновременно запускать (или развивать) несколько брендов, мы рекомендуем провести данную работу, которая позволит четко понять, чем будут различаться ваши бренды и как добиться эффекта взаимной синергии от их использования, а не каннибализма. |  |
| **Название бренда и вербальная айдентика**Следующим шагом может стать разработка названия. Также мы можем предложить разработать слоган и/или теглайн бренда (короткой фразы, используемой вместе с логотипом).При разработке названия нам важно понимать, должно ли название быть охраноспособным и если да, то по каким классам МКТУ планируется его регистрация. Пожалуйста, укажите.Также вы можете воспользоваться нашими услугами по проверке названия и его последующей регистрации. | Название |  |
| Слоган/ Теглайн |  |
| Классы МКТУ |  |
| Проверка в ФИПС |  |
| Регистрация в ФИПС |  |
| **Коммуникационная стратегия бренда**Все дальнейшие коммуникации, которые необходимо в дальнейшем формировать и простраивать, должны иметь чёткий план. Необходим понятный и удобный в использовании документ, по которому будет жить ваш новый/обновленный бренд, который сформулирует понятный коммуникационный план действий нового бренда: «что говорить», «где говорить», «кому говорить» и «как говорить» |  |  |
| **Базовый дизайн и визуальная идентификация**Требуется ли разработка каких-либо визуальных элементов бренда? Как правило, это логотип, упаковка (для товаров), фирменный стиль. Данная работа состоит из нескольких этапов: создания дизайн концепции, адаптации дизайн концепции на все виды носителей (SKU товаров, элементов айдентики бренда), подготовки материалов к печати (препресс).Презентовать варианты мы можем на 1-2 наиболее приоритетных для Вас носителях или SKU продукции. Просим их указать, а также приложить общий список всех SKU и элементов айдентики бренда. | Логотип |  |
| Фирменный стиль |  |
| Упаковка |  |
| Форма упаковки |  |
| Приоритетные SKU/носители |  |
| Общее число SKU /носителей |  |
| **Тестирование дизайн концепций**После разработки дизайн концепции мы рекомендуем протестировать презентованные варианты на целевой аудитории. Это поможет принять наиболее правильное решение при выборе одного варианта.  |  |
| **Разработка креативной концепции**Планируете ли вы рекламное продвижение вашего бренда? Требуется ли разработка соответствующих материалов? Требуется ли их последующее тестирование? | ТВ |  |
| Наружная реклама |  |
| Пресса |  |
| Интернет |  |
| Дополненная реальность  |  |
| Другое |  |
| Тестирование |  |
| **Retail – дизайн**Требуются ли вашему бренду оформление мест продаж? Это может быть от небольшой стойки до концепции и дизайна магазина. Если да, то, какие форматы предполагается использовать? |  |
| **Брендбук**Все результаты, полученные в ходе проекта, должны быть систематизированы. Предлагаем разработать понятный и удобный в использовании BrandBook, который поможет вам и вашим подрядчикам избежать ошибок и неточностей при создании носителей идентификации бренда в будущем.  |  |
| **Другое**Если вы не нашли нужной услуги в списке выше, то опишите ее здесь, пожалуйста.  |  |

Признательны за внимание к деталям! Каждый вопрос помогает нам сформировать наиболее эффективное предложение. С нетерпением ждем возможности обсудить дальнейшие шаги.