

БРИФ НА РАЗРАБОТКУ ДИЗАЙНА УПАКОВКИ

г. Москва

« ___ » _____ 201_ г.

Конкретизация Задачи

Конкретизируйте задачу одним–тремя предложениями

| |
|--|
| |
|--|

Продукт

| | |
|--|--|
| Описание продукта | |
| <p>Название Торговой марки используемой на упаковке, Необходима ли разработка новой Торговой марки (если разрабатывается новая Торговая марка, необходимо указать пожелания по дизайну, стилистике, цветовому решению и т.п.)</p> <p>Если необходимости в разработке логотипа нет, то просьба предоставить существующий логотип в векторе для использования в дизайне.</p> | |

Основные характеристики продукта:

| | |
|--|--|
| Объемы | |
| Структура марок (ассортиментный ряд – серии, линейки), отобразить схематично | |
| Ценовой сегмент (розница) | |
| Продолжительность присутствия товара на рынке | |

| | |
|--|--|
| Текущее позиционирование (как продукт или Торговая марка воспринимается потребителем – образ в голове потребителя) | |
|--|--|

MARGARITA MIKHALEVICH

WWW.MM-33.COM

INFO@MM-33.COM

Особенности потребления:

| | |
|---|--|
| Мотивы покупки (почему покупают – рациональные и эмоциональные) | |
| Мотивы потребления (почему потребляют – рациональные и эмоциональные) | |
| Ситуации покупки (где, как) | |
| Ситуации потребления (где, как) | |

Регионы продаж (города, области, регионы):

| | |
|----------------|--|
| Основные | |
| Дополнительные | |
| Перспективные | |

Места продаж (магазины, рынки, супермаркеты и т.п.):

| | |
|----------------|--|
| Основные | |
| Дополнительные | |
| Перспективные | |

Продукты-конкуренты их цены и владельцы:

| | |
|--|--|
| | |
| Укажите срок предоставления образцов упаковок-этикеток конкурентов | |

Продукты-конкуренты, доли рынка:

| |
|--|
| |
|--|

Конкурентные преимущества нашего товара и товаров конкурентов:

| |
|--|
| |
|--|

Тенденции рынка:

| |
|--|
| |
|--|

Целевая аудитория

| | | |
|-----|-----|-----|
| Пол | жен | муж |
|-----|-----|-----|

| | | |
|-------|------|-----|
| Семья | Есть | Нет |
|-------|------|-----|

| | |
|--------------|--|
| Состав семьи | |
|--------------|--|

| | | | | | |
|---------|-------|-------|-------|-------|-----------|
| Возраст | 18-25 | 26-35 | 36-45 | 46-55 | 56 и выше |
|---------|-------|-------|-------|-------|-----------|

Детский возраст указывается по необходимости дополнительно, с обязательным указанием возраста родителей:

| | | | | | |
|--------------------------|----------|-----------|------------|-------------|------------|
| Доход на члена семьи, \$ | До \$ 50 | \$ 51-100 | \$ 101-300 | \$ 301-1000 | От \$ 1001 |
|--------------------------|----------|-----------|------------|-------------|------------|

| | | | | | |
|----------------------|--------------------|---------|------------------------|----------------------------|--------------|
| Социальное положение | Учащиеся, студенты | Рабочие | Служащие гос. структур | Служащие коммерч. структур | Руководители |
|----------------------|--------------------|---------|------------------------|----------------------------|--------------|

Если социально-демографические характеристики целевой группы размыты, укажите дополнительно сфокусированный психографический портрет потребителя или выделите основную характеристику, мотив, объединяющий Ваших потребителей:

В случае, если целевой аудиторией являются дистрибьюторы, магазины или другие корпоративные клиенты – дать подробное описание типа корпоративного клиента, людей, принимающих решение о приобретении товара или услуги, особенностей и мотивов принятия решений:

Тенденции потребительского поведения:

Разработка дизайна упаковки-этикетки

| | |
|---|--|
| Разработка нового дизайна или ре-дизайн существующего дизайна | |
|---|--|

На базе какой формы/объема/серии/вкуса упаковки-этикетки делается основной концепт-дизайн:

| | |
|---|--|
| особенности формата и материалов, серия и вкус. Перечислите позиции оформления (например, этикетка, крышка, контрольная пломба) | |
| Указать материал тары | |
| Указать цвет тары | |
| Предоставить чертежи и/или точные размеры упаковки/этикетки | |
| Срок предоставления старых образцов этикетки (если есть) | |

| | |
|--|--|
| Перечислить, на какие форматы упаковки впоследствии будет разноситься концепт-дизайн | |
| Перечислить, на какие типы/виды/серии продукции будет разноситься концепт-дизайн | |
| Перечислить, на какие вкусы/линейки будет разноситься концепт - дизайна | |

| | |
|---|--|
| Сформулируйте основную задачу нового дизайна упаковки-этикетки | |
|---|--|

| | |
|---|--|
| Укажите обязательную информацию для лицевой части упаковки-этикетки, обязательно ли изображение продукта, возможно ли использование окна-вырубки и т.п. Предоставьте тексты и символы (медали, значки) для фейсинга этикетки и (если есть необходимость) для контрэтикетки. | |
|---|--|

MARGARITA MIKHALEVICH

WWW.MM-33.COM

INFO@MM-33.COM

| | |
|--|--|
| Перечислите законодательные или другие ограничения, накладываемые на оформление упаковок-этикеток данной продукции | |
|--|--|

| | |
|--|--|
| Укажите основные темы, которые следует отобразить в дизайне (например, натуральность продукта, молодежный стиль и т.п.) Также укажите предпочтительный стиль, цветовую гамму упаковки | |
|--|--|

Исследования рынка

| | |
|---|--|
| Существуют ли исследования, способные помочь в разработке упаковки-этикетки | |
| Доступны ли эти исследования | |

Если исследования есть, но их материалы недоступны по каким-либо причинам, перечислите, пожалуйста, основные выводы и рекомендации этих исследований относительно дизайна упаковок-этикетки:

| |
|--|
| |
|--|

Графика

Укажите, если есть, Ваши пожелания относительно стиля, цвета, возможности использования тех или иных образов на упаковке:

| | |
|----------------------------|--|
| Стиль, цвет, образы и т.п. | |
|----------------------------|--|

Есть ли обязательные к использованию в упаковке графические или текстовые элементы. Перечислите их и укажите, когда Вы их предоставите.

| | |
|---|--|
| Фотографии, тексты, образы и т.п. (например, фотография самого продукта или место его производства) | |
|---|--|

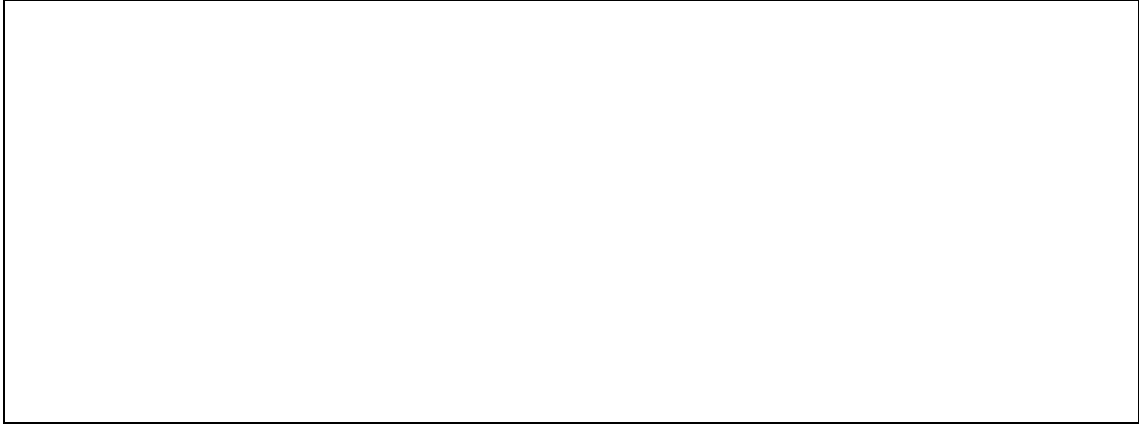
MARGARITA MIKHALEVICH

WWW.MM-33.COM

INFO@MM-33.COM

Дополнительно

Укажите **всю** дополнительную информацию, которая не вошла в данный бриф, но может оказаться полезной для реализации поставленной задачи, а также предоставьте примеры дизайнов, которые Вам нравятся (4-5) и НЕ нравятся (4-5):



Если вы затрудняетесь ответить - пожалуйста, оставьте комментарий об этом, например «на Ваше усмотрение»

Чем более полными будут Ваши ответы, тем более точно будет реализован проект.

Если у Вас есть какие-либо уточнения или вопросы – пожалуйста, сообщите об этом.

БРИФ НА РАЗРАБОТКУ ДИЗАЙНА ЛОГОТИПА

г. Москва

« ___ » _____ 201_ г.

Конкретизация Задачи

Конкретизируйте задачу одним–тремя предложениями

| |
|--|
| |
|--|

Маркетинговая составляющая

| | |
|---|--|
| Сфера деятельности Вашей компании: | |
| Краткая информация о компании: - год основания - количество сотрудников - заслуги, награды, преимущества - примеры предлагаемых услуг или товаров | |
| Целевая аудитория: - частные лица (розница) - фирмы (организации) - опт и розница | |
| Возрастные группы клиентов: - до 18 лет - 18-25 лет - 25-40 лет - 40 и выше | |
| Краткая информация по клиентам: - страна, регион, город - пол - тип личности, общественный класс, образ жизни, интересы | |
| Позиционирование товаров и услуг компании: - инновационные - классические - другие (указать, какие) | |
| К какому ценовому диапазону относятся услуги или товары компании: - ниже среднего - средний - выше среднего - премиум | |
| Перечень носителей и рекламных инструментов, на | |

| | |
|---|--|
| которых планируется использовать логотип: - визитка - сайт - вывеска - наружная реклама - сувенирная продукция - упаковка, этикетка - другое (указать, что именно) | |
|---|--|

Графические аспекты

| | |
|--|--|
| Идея: - какую идею должен содержать в себе образ логотипа | |
| Слова, наиболее подходящие стилистике логотипа: - строгий - молодежный - игривый - серьезный - авангардный - изящный - мягкий - объемный - округлый - массивный и т.д. | |
| Цветовая гамма: - цвета, желательные или обязательные для использования - цвета, неприемлемые для использования | |
| Графические элементы: - графические образы, которые желательно или обязательно использовать - графические образы, неприемлемые для использования | |
| Представьте, что логотип – это музыкальное произведение. Какое именно? - опера - классика - рок - джаз - поп - электронная музыка и т.д. | |

Технические аспекты

| | |
|---|--|
| Название: - какое текстовое содержание должно быть в логотипе? Пример: Пятёрочка, BOSN, Lays и т.д. | |
| Приписка: - слоган, сайт, сфера деятельности (одно на выбор) Пример: интернет-магазин, товары для дома, www.сайт.ru | |
| Примеры логотипов, которые нравятся: - укажите критерии оценки | |
| Примеры логотипов, которые НЕ нравятся: - укажите критерии оценки | |
| Язык логотипа: - русский - английский - другой | |
| Дополнительная информация: - любые дополнительные пожелания к логотипу | |

Контактная информация

| | |
|----------------------------------|--|
| Название компании и адрес сайта: | |
| Контактное лицо и должность: | |
| Телефон и e-mail: | |

Если вы затрудняетесь ответить - пожалуйста, оставьте комментарий об этом, например «на Ваше усмотрение»

Чем более полными будут Ваши ответы, тем более точно будет реализован проект.

Если у Вас есть какие-либо уточнения или вопросы – пожалуйста, сообщите об этом.

БРИФ НА РАЗРАБОТКУ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ

г. Москва

« ___ » _____ 201_ г.

Конкретизация Задачи

Конкретизируйте задачу одним–тремя предложениями

| |
|--|
| |
|--|

Маркетинговая составляющая

| | |
|---|--|
| Сфера деятельности Вашей компании: | |
| Краткая информация о компании: - год основания - количество сотрудников - заслуги, награды, преимущества - примеры предлагаемых услуг или товаров | |
| Целевая аудитория: - частные лица (розница) - фирмы (организации) - опт и розница | |
| Возрастные группы клиентов: - до 18 лет - 18-25 лет - 25-40 лет - 40 и выше | |
| Краткая информация по клиентам: - страна, регион, город - пол - тип личности, общественный класс, образ жизни, интересы | |
| Позиционирование товаров и услуг компании: - инновационные - классические - другие (указать, какие) | |
| К какому ценовому диапазону относятся услуги или товары компании: - ниже среднего - средний - выше среднего - премиум | |

Графические аспекты

| | |
|---|--|
| <p>Тип подачи информации:</p> <ul style="list-style-type: none"> - строгий стиль - развлекательный стиль - изящный стиль - спортивный стиль - восточный стиль - комплексное решение | |
| <p>Цветовая гамма:</p> <ul style="list-style-type: none"> - укажите (если есть) пожелания по базовым цветам фирменного стиля - укажите (если есть) пожелания по дополнительным цветам фирменного стиля | |
| <p>Графические элементы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - необходима ли разработка фирменных графических элементов | |

Технические аспекты

| | |
|--|--|
| <p>Фирменный бланк:</p> <ul style="list-style-type: none"> - укажите текстовые данные, которые необходимо отразить на бланке | |
| <p>Визитка:</p> <ul style="list-style-type: none"> - укажите текстовые данные, которые необходимо отразить на визитке | |
| <p>Конверты:</p> <ul style="list-style-type: none"> - укажите текстовые данные, которые необходимо отразить на конверте - приемлемы ли для Вас цветные конверты? | |
| <p>Папка для документов:</p> <ul style="list-style-type: none"> - укажите текстовые данные, которые необходимо отразить на папке | |
| <p>Дополнительная информация:</p> <ul style="list-style-type: none"> - укажите все элементы фирменного стиля, которые необходимо разработать (например, борт транспорта, фирменная одежда и т.д.) | |

Контактная информация

| | |
|---|--|
| <p>Название компании и адрес сайта:</p> | |
| <p>Контактное лицо и должность:</p> | |
| <p>Телефон и e-mail:</p> | |

MARGARITA MIKHALEVICH

WWW.MM-33.COM

INFO@MM-33.COM

Если вы затрудняетесь ответить - пожалуйста, оставьте комментарий об этом, например «на Ваше усмотрение»

Чем более полными будут Ваши ответы, тем более точно будет реализован проект.

Если у Вас есть какие-либо уточнения или вопросы – пожалуйста, сообщите об этом.