Бриф на разработку фирменного стиля

|  |  |
| --- | --- |
| **Информация о компании** |  |
| Основные направления |  |
| В чём состоит ценность продукта |  |
| Характеристика трех наиболее успешных конкурентов в нише |  |
| Целевая аудитория |  |
| УТП |  |
| Степень осведомленности потребителей о продукте |  |
| **Позиционирование** |  |
| Точки соприкосновения с ЦА и носители |  |
| Какие эмоции должен вызывать продукт у покупателей? |  |
| Язык |  |
| Какой образ фирменного стиля больше подойдет бренду, а какой является недопустимым для внедрения и почему |  |
| Фирменные стили других компаний и брендов, которые, по мнению клиента, считаются наиболее привлекательными и удачными |  |
| На что должен быть сделан акцент при создании фирменного стиля: экономичность или разработку креативных и нестандартных дизайнерских решений |  |
| **Стиль** |  |
| Деловой |  |
| Ретро |  |
| Хипстерский |  |
| Минимализм |  |
| Классический |  |
| Гламурный |  |
| Поп |  |
| Шрифт |  |
| **Носители фирменного стиля** |  |
| Визитная карточка; Блокнот; Упаковка; Шаблон для постов в социальных сетях; Плакат; Листовка; Флаер; Фирменный персонаж; Транспорт; Интерьер и многое другое.  |  |