Техническое задание

для разработки логотипа / айдентики

**МАРЕКТИНГОВЫЙ БЛОК**

**1. Что?**

1.1 Что представляет собой компания/продукт/услуга?

1.2 Что есть суть бренда, (основная идея или миссия компании/продукта/услуги)?

1.3 Что является уникальностью компании/продукта/услуги)?

1.4 Что за три основные ценности компании/продукта/услуги вы бы назвали?

1.5 Что за выгода потребителю дает ваша ценность?

**2. Для Кого?**

Портрет потенциальных клиентов:

• демография:   
• социография:

• образ жизни и психологический портрет:

• соотношение мотиваций

**3. Для Чего?**

3.1 Для чего ваш продукт нужен потребителю?  
Какие проблемы потребителя он решает, в чём облегчает его жизнь?

3.2 Когда и как потребитель будет пользоваться вашим продуктом чаще всего?

3.3 Является ли ваш продукт привычным для потребителя?  
• Компания/продукт/услуга инновационна и потребителя необходимо приучить к ней.  
• Компания/продукт/услуга привычна, но обладает улучшениями относительно  
конкурирующих.  
• Компания/продукт/услуга не отличается от конкурентов, она такая же.

**4. Как?**

4.1 Каким выбором вы являетесь для потребителя: простым или сложным?  
4.2 В какой ситуации и при каких условиях чаще всего потребитель будет выбирать вас?  
4.3 Какая ваша ценовая и статусная характеристики?  
4.4 Почему потребитель захочет платить именно такую цену?

**5. Где?**

5.1 Ваш масштаб интересов:  
Международный; федеральный; региональный; местный  
5.2 План развития с указанием географических, временных и количественных показателей.

**6. С Кем?**

6.1 Опишите 3-х ваших основных конкурентов по следующим параметрам:  
названия, сайты, их сильные и слабые стороны, позиционирование, ценности,  
долголетие на рынке, доля в % относительно всего объема данного рынка.

**7. Что еще?**

7.1 Что еще на ваш взгляд важно знать о компании/продукте/услуге,

чтобы работа над дизайном была эффективнее?

**ДИЗАЙН БЛОК**

**8. Зачем?**

8.1 Для чего вам нужен логотип/фирменный стиль? Какие задачи должна решить разработка?

8.2 Ваше основное лицо. Где ваш логотип/стиль будет чаще всего видеть потребитель?

8.3 Какие ощущения у потребителя должно вызвать визуальное оформление?  
Какой **образ и характер** бренда должен быть сформирован?

**9. Какой?**

9.1 Какие визуальные образы отражают суть вашего бренда?

9.2 Какие образы и решения, на ваш взгляд, недопустимы для использования и почему?

9.3 Какой характер логотипа и стиля более предпочтителен:  
сдержанный, экспрессивный, романтичный, мужской, волевой, веселый и т.д.?

9.4 Какой тип логотипа, на ваш взгляд, предпочтителен для создания желаемого образа  
бренда? (можно выделять несколько)  
• Комбинированный: оригинальный знак + шрифтовое начертание названия;  
• Буквенный знак (лигатура, монограмма);  
• Только знак, (уникальный символ, геральдика, простая пиктограмма);  
• Интегрированный: знак включен в шрифтовое начертание названия;  
• Шрифтовой логотип, подчеркивающий название / композиционно-шрифтовой;  
• Персонаж, «герой», «талисман»;

9.5 Какой стиль исполнения графического решения наиболее подходящий?  
(можно выделять несколько)  
• Аллегория, метафора  
• Прямолинейность образа  
• Корпоративная строгость  
• «Эмблемность», ретро, винтаж  
• Технологичность  
• Природность, экологичность  
• Живой или намеренно оживленный образ  
• Художественность образа  
• Историчность, мифологичность  
• Определенная трендовость (указать и показать стиль)  
• Абстракция  
• «Мультяшность»  
• Система элементов

9.8 Какой метод графического решения логотипа наиболее подходящий?  
• Форма и контрформа

• Геометричность

• Линейность  
• Минимализм, лаконизм  
• Детальная точность, фотографичность  
• Только типографика, шрифт  
• Объемность, «3Dэшность»  
• Штрих, росчерк, «хэнд-мэйд»  
• Каллиграфия, леттеринг  
• Силуэтность  
• Абстракция  
• Намеренная (искусственная) небрежность

9.6 Какие цвета (и их количество), на ваш взгляд, предпочтительны при создании дизайна?

9.7 Приведите примеры удачных на ваш взгляд логотипов.

9.8 Приведите примеры неудачных на ваш взгляд логотипов.

**АДМИНИСТРАТИВНЫЙ БЛОК**

**10. Детали?**

10.1 Точное название компании/бренда/услуги

10.2 Языковые версии (кириллица, латиница и т.д.)

10.3 Точные названия для каждой языковой версии (если есть необходимость)

**11. Развитие?**

11.1 В реальном производстве ваш фирменный стиль должен быть экономичным  
или допустимо использование нестандартных дизайнерских решений:  
необычная бумага, тиснение, вырубка, конгрев, лак и прочее?

11.2 Какие носители фирменного стиля в будущем понадобятся бренду?

11.3 Какого типа руководство по фирменному стилю вам нужно?  
• Брендбук (описание маркетинговой стратегии + описание визуальных коммуникаций  
и стандартов работы с ними на примере различных носителей)  
• Гайдлайн / логобук (описание только стандартов и правил работы с логотипом)  
• Ничего не нужно

**12. Cколько?**

12.1 Сколько вариантов дизайна вы ожидаете увидеть на первой стадии проекта?

12.2 Сколько дней по вашим ожиданиям будет идти разработка дизайна?

12.3 Сколько дней будет приниматься решение о выборе логотипа?

**13. Оценка?**  
13.1 Кто будет принимать решение об окончательном выборе логотипа?  
• Экспертная группа из дизайнеров, и тех, кто будет работать с фирменным логотипом  
и/или стилем (рекламным или рекламно-маркетинговым отделом).  
• Экспертная группа (дизайнеры + рекламисты) и дирекция/руководство.  
• Фокус-группа + отделы рекламы/маркетинга  
• Только рекламно-маркетинговый отдел/отделы.  
• Рекламно-маркетинговый отдел и дирекция/руководство.  
• Только дирекция/руководство, без мнения профильных экспертов.  
• Один человек, (директор/руководитель) на свой вкус, страх и риск.

13.2 По каким критериям будет оцениваться эффективность разработки?

13.3. Каким образом будет происходить презентация дизайна?  
• Презентация и рассмотрение в офисе компании совместной экспертной группой.  
• Презентация в офисе дизайнера, детальное рассмотрение позже в компании.  
• Рассмотрение эскизов по электронной почте, всеми участниками обсуждения.

**14. Контакт?**

14.1 Информация о компании: адреса, контакты  
14.2 Контактные лица, с кем вести деловую связь при разработке, их координаты