Бриф на разработку дизайна упаковки и/или этикетки

|  |  |
| --- | --- |
| **Пункт брифа** | **Ваш ответ** |
| **Резюме проекта** | |
| * 1. О компании   Расскажите нам о компании, для которой необходимо разработать фирменное название. |  |
| * 1. География   В каких регионах будут представлены продукты/услуги под этим брендом и в какие регионы планируется дальнейшая экспансия? |  |
| * 1. Существующее название   Существующее название бренда, с которым предложение представлено на рынке, при наличии. |  |
| * 1. История или легенда бренда   Есть ли у вашего бренда особая история или легенда? Если да, расскажите о ней. |  |
| * 1. Будущее бренда   Какой будет компания через 5 лет? |  |
| * 1. Конкуренты   Расскажите нам о том, что вы знаете о Ваших основных конкурентах. |  |
| Конкурент 1. Его сильные и слабые стороны |  |
| Конкурент 2. Его сильные и слабые стороны |  |
| Конкурент 3. Его сильные и слабые стороны |  |
| **Целевая аудитория** |  |
| 2.1 Целевые группы |  |
| Группа 1. Возраст, пол в процентном соотношении, местожительства, сфера деятельности |  |
| Группа 2. Возраст, пол в процентном соотношении, местожительства, сфера деятельности |  |
| Группа 3. Возраст, пол в процентном соотношении, местожительства, сфера деятельности |  |
| 2.2 Описание целевой аудитории  Опишите, пожалуйста, Вашу целевую аудиторию в произвольной форме. Что важно для ваших Клиентов? (Какой образ жизни они ведут? Что приносит им удовольствие?) Например, социально активный человек, инноватор, ищущий новые возможности; стремится пробовать, экспериментировать в брендинге и рекламе. |  |
| Какие бренды, на ваш взгляд, импонируют вашей аудитории, которые они потребляют или хотят потреблять? |  |
| **Продукт (товар или услуга), который Вы хотите донести до ЦА** | |
| 3.1 Позиционирование  Опишите вкратце, как Вы позиционируйте Ваш бренд. Укажите слоган компании. Почему покупатель должен выбрать вашу компанию? Например, для Red Bull: "Уникальный и инновационный продукт, который дает энергию и повышает концентрацию". Слоган: "Red Bull окрыляет" |  |
| Какими из перечисленных слов вы бы охарактеризовали Ваш бренд и продукт?  Выберите 3-4 наиболее соответствующих слов или допишите свое:   1. Премиальный 2. Для широких масс 3. Инновационный 4. Динамичный 5. Молодежный 6. Зрелый 7. Смелый 8. Серьезный 9. Ответственный 10. Консервативный 11. Мобильный 12. Сложный 13. Простой 14. Уникальный |  |
| 3.2 Преимущества |  |
| Преимущество 1 |  |
| Подтверждение преимущества 1 |  |
| Преимущество 2 |  |
| Подтверждение преимущества 2 |  |
| Преимущество 3 |  |
| Подтверждение преимущества 3 |  |
| Преимущество 4 |  |
| Подтверждение преимущества 4 |  |
| Преимущество 5 |  |
| Подтверждение преимущества 5 |  |
| Преимущество 6 |  |
| Подтверждение преимущества 6 |  |
| Преимущество 7 |  |
| Подтверждение преимущества 7 |  |
| 3.3 Степень новшества  Является ли Ваш продукт новым для рынка? Пожалуйста, выберите один из вариантов   1. Продукт абсолютно новый и потребителя необходимо приучить к его потреблению 2. Продукт привычен, но обладает определенными улучшениями по сравнению с конкурентами 3. Продукт сходен с продуктами конкурентов |  |
| 3.4 Атрибуты  Какие рациональные атрибуты вашего бренда и продукта, Вы могли бы выделить. Например, для энергетического напитка Red Bull: "необычный вкус, оказывает тонизирующий эффект" |  |
| Какие эмоциональные атрибуты вашего бренда и продукта, Вы могли бы выделить. Например, для энергетического напитка  Red Bull: "продукт для настоящих экстрималов, вроде меня" |  |
| 3.5 Ценовая характеристика  В каком ценовом сегменте работает ваша компания?  Выберите один вариант:   1. Доступна для широких масс (более 80% взрослого населения) 2. Предназначена для среднего класса 3. Предлагается людям с достатком выше среднего 4. Находится в самом высоком ценовом сегменте (элитный, эксклюзивный, редкий, дорогостоящий) |  |
| 3.6 Ассортиментный перечень  Укажите предполагаемый ассортиментный перечень товаров и услуг бренда. Например: Мармеладные конфеты, вкусы: «Малина», «Черника», «Банан», «Лимон» |  |
| 3.7 Наиболее вероятное побуждение для покупки ваших товаров  Укажите, пожалуйста, наиболее вероятные ситуации, в которых представители ЦА обратятся к продукту. |  |
| 3.8 Сценарий совершения покупки  Укажите цепочку действий потребителя: от желания купить продукт данной категории до непосредственно покупки продукта. Например: «Подумал о том, что смартфон устарел – Увидел по телевизору рекламу смартфона – Почитал обзоры телефона в интернете – Попросил посмотреть смартфон у коллеги, спросил об опыте использования – Нашел выгодное предложение в интернете - Приобрел в точке продаж» |  |
| **Ваше представление о дизайне упаковки** | |
| 4.1 Название продукта  Укажите название продукта для каждой языковой версии (если их несколько). Например: Русский – Смирновъ, Английский - Smirnoff |  |
| 4.2 Визуальные образы  Какие визуальные образы, на Ваш взгляд, отражают концепцию Вашего продукта? Например: Огонь, колесо, метал |  |
| 4.3 Информация на упаковке  Укажите, какую обязательную информацию о продукте необходимо разместить на упаковке:   1. Состав 2. Срок годности 3. Энергетическая и пищевая ценность 4. Способ приготовления 5. Инструкция по использованию 6. Вес 7. Объем 8. Штрихкод 9. ТУ 10. ГОСТ 11. ISO 12. Адрес производства 13. Юридический адрес 14. Значок РСТ 15. Условия хранения 16. Дата производства 17. Дата розлива 18. Срок хранения 19. Срок годности 20. Контактные данные (e-mail, телефон, адрес сайта) 21. Серийный номер 22. Модельный номер 23. Номера выданных лицензий/сертификатов 24. Знак переработки 25. Противопоказания 26. Промо-блое под акции и спецпредложения 27. Другое (что именно) |  |
| 4.4 Маркетинговые инструменты упаковки  Укажите, какие, инструменты и элементы, способствующие повышению привлекательности, по вашему мнению, следует использовать на упаковке:   1. Рекламное описание 2. Слоган 3. Инфографика 4. Фотоиллюстрации 5. Рисованные иллюстрации 6. История и/или легенда бренда 7. Рецепты / «лайфхаки» 8. Награды продукта 9. Выделенный адрес сайта 10. Используемые технологии на производстве 11. Натуральность продуктов 12. Список преимуществ 13. Органолептические свойства 14. Другие продукты в ассортименте 15. Телефон горячей линии 16. Конкурсы и/или акции 17. Социальные сети 18. Дата основания компании 19. Партнеры компании 20. Акцент на стране производства / происхождения 21. Акцент на энергетической ценности 22. Акцент на пищевой ценности 23. Акцент на экологичности продукции 24. Размеры продукта 25. Фотографии продукта 26. Другое (что именно) |  |
| 4.5 Стиль упаковки  Укажите, каким стилем должна обладать упаковка. Отметьте 1-2 слова, наиболее соответствующих Вашему представлению об упаковке:   1. Минимализм 2. Корпоративность 3. Юмор 4. Детскость 5. Винтажность 6. Футуристичность 7. Геометричность 8. Небрежность 9. Простота 10. Фотореалистичность Художественность 11. Другое (что именно) |  |
| 4.6 Цветовая схема упаковки  Выберите наиболее близкую Вам цветовую схему упаковки.  Выберите один вариант в каждой паре:   1. Черно-белый 2. Цветной 3. Светлый тон 4. Темный тон 5. Теплые цвета, мягкие оттенки 6. Яркие, контрастные цвета 7. Четкие элементы, линии 8. Полупрозрачные элементы   Выберите, пожалуйста, преобладающий цвет, один вариант:   1. Красный 2. Голубой 3. Зеленый 4. Желтый 5. Оранжевый 6. Фиолетовый 7. Коричневый 8. Белый 9. Серый 10. Розовый 11. Черный 12. Другой (какой именно) |  |
| 4.7 Виды упаковки  Укажите предполагаемый формат упаковки:   1. Дой-пак 2. Флоу-пак 3. Пакет-подушка 4. Коробка 5. Металлическая банка 6. Саше 7. Слив этикетка 8. Стик-пакет 9. Другой (какой именно) |  |
| 4.8 Упаковки, которые вам нравятся  Приведите, пожалуйста, примеры дизайна упаковок/этикеток, которые нравятся Вам. Что Вам нравится в них? Например: Crunchy Crew - яркие, запоминающиеся иллюстрации. |  |
| 4.9 Нестандартные форматы  Допустимо ли использование нестандартных и вместе с тем более дорогих в производстве форматов (УФ-лак, конгрев, тиснение, пластик, текстурная бумага и т.д.) при изготовлении упаковки?  Выберите один вариант:   1. Да 2. Нет |  |
| **Дополнительная информация** | |
| 5.1 Сопутствующие документы  Укажите, пожалуйста, все файлы и документы, которыми Вы, возможно, хотите сопроводить данный бриф. Например, старый брендбук, фотографии, сформированные требования к названию. |  |
| 5.2 Замечания, идеи, пожелания  Поделитесь с нами любыми идеями, касающимися предстоящей работы. |  |
| **Спасибо!** | |