3.8. Вместе с направляемой заявкой СМСП заполнят следующий бриф, который должен быть размещен в форме сбора заявок на участие в отборе (п. 3.7):
Бриф содержит описание потребностей Заявителя (СМСП), информацию необходимую при подготовке элементов айдентики, и обеспечивает полноценное и качественное оказание услуг Исполнителем. Исполнитель гарантирует полную конфиденциальность представленной ему информации о Заявителях (СМСП) переданной Заказчиком. Бриф определяет видение Заявителем (СМСП) планируемого к созданию бренда и его пожелания. Вопросы, возникающие у Исполнителя по заполнению брифа после его получения от Заказчика, решаются самостоятельно с Заявителями (СМСП) путем телефонных переговоров или перепиской по электронной почте с обязательным письменным уведомлением Заказчика о результатах переговоров и внесенных изменениях в форму брифа на электронную почту binkra@yandex.ru. В случае отсутствия обратной связи от Заявителя (СМСП) «невозможно дозвониться» и «нет ответа по электронной почте» продолжительностью более 3 рабочих дней Исполнитель обязан письменно уведомить Заказчика о невозможности оказания услуг.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№** | **Вопросы** | **Ответы** |
| **Маркетинговая составляющая** |
| 1 | Сфера деятельности компании: |  |
| 2 | Краткая информация о компании:* Год основания
* География
* Количество сотрудников
* Заслуги, награды, преимущества
* Примеры предлагаемых услуг или товаров и т.д..
 |  |
| 3 | Название компании и его смысл: |  |
| 4 | Уникальные преимущества бренда / продукта / услуги: |  |
| 5 | Целевая аудитория:* Частные лица (розница)
* Фирмы (организации) (опт)
* Опт и розница
 |  |
| 6 | Возрастные группы типовых клиентов:* До 18 лет
* 18-25
* 25-40
* 40 и выше
 |  |
| 7 | Краткая информация по типовым клиентам:географический – страна, регион, город.демографический - пол.психографический - общественный класс, образ жизни, тип личности, интересы. |  |
| 8 | Позиционирование товаров или услуг компании:Инновационные, классические, другие |  |
| 9 | К какому ценовому диапазону относятся услуги или товары компании:Ниже среднего, средний, выше среднего, дорогие. |  |
| 10 | Перечень рекламных инструментов и носителей, на которых Вы планируете в будущем использовать фирменную идентификацию:* Сайт
* Реклама в соц.сетях
* Полиграфические изделия
* Наружная реклама
* Сувенирная продукция и т.д.
 |  |
| **Графические аспекты** |
| 11 | Идея:Какую идею должен содержать в себе образ логотипа и других графических элементов |  |
| 12 | Слова наиболее подходящие стилистике логотипа логотипа и других графических элементов:Пример: строгий, молодежный, авангардный, изящный, мягкий, спортивный, объёмный и тд. |  |
|  13 | Цветовая гамма:Цвета, желательные или обязательные для использования в айдентике. Если есть, то так же укажите нежелательные цвета. |  |
| 14 | Графические элементы:Графические образы, которые желательно или обязательно использовать.Если есть нежелательные элементы, то так же укажите их. |  |
| 15 | Представьте, что логотип музыкальное произведение.К какому жанру вы его отнесете?* Опера
* Классика
* Поп
* Рок
* Электронная
 |  |
| **Технические аспекты** |
| 16 | НазваниеКакое текстовое содержание должно быть в логотипе? |  |
| 17 | ПрипискаСлоган, сайт, сфера деятельности (одно на выбор) Пример: интернет-магазин, лучшие товары |  |
| 18 | Наиболее приоритетное решение по структуре логотипа: 1) шрифтовой 2) комбинированный (шрифт + знак) |  |
| 19 | Примеры логотипов, которые нравятсяМожно не из тематической области. По каким критериям оценивали? (укажите название компаний или приложите ссылки на изображения в интернете) |  |
| 20 | Примеры логотипов, которые не нравятсяМожно не из тематической области. По каким критериям производилась оценка?(укажите название компаний или приложите ссылки на изображения в интернете) |  |
| 21 | Язык логотипа:* Русский
* Английский
* Другой
 |  |
| 22 | Дополнительная информация:Дополнительные пожелания к логотипу |  |
| **Контактная информация** |
| 23 | Контактное лицо и должность: |  |
| 24 | Телефон и e-mail: |  |