|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | 8 (499) 653-96-20 |  | info@tutmee.ru |  | tutmee.ru |  | tutmee.ru |
|  | | | | | | | |

**Бриф на разработку логотипа**

[](http://tutmee.ru/)

**За гранью конкуренции!**

[](https://www.behance.net/tutmee_int) [](https://www.facebook.com/tutmeeltd/) [](https://plus.google.com/u/0/+TutmeeRu) [](https://www.instagram.com/tutmee.ru/) [](https://ru.pinterest.com/tutmeecom/?eq=tutmee&etslf=965) [](https://vk.com/tutmee)

*Присоединяйтесь к нам в социальных сетях и получайте* ***скидки***

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Дата заполнения: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**  \*Важно! На основе брифа составляется техническое задание. От полноты и детализации его заполнения будет зависеть результат, который Вы получите.  В случае затруднения с ответами на любой из перечисленных вопросов, Вы всегда можете связаться с нами по телефону, скайпу и электронной почте или поставить знак «?» рядом с пунктом, который хотите обсудить подробнее в дальнейшем.   |  |  | | --- | --- | | Ваши личные данные для связи | | | 1. Ваше полное имя |  | | 1. Телефон |  | | 1. E-mail |  | | 1. Skype |  | | 1. Способ оплаты заказа |  | | 1. Наименование компании |  | | 1. Сайт компании |  |  |  | | --- | | **Откуда Вы узнали о TutMee Agency?** | | Поле для заполнения |  |  | | --- | | **Опишите Вашу задачу** | | Поле для заполнения | | |
| **Ключевая информация о компании** | |
| 1. Полное название компании |  |
| 1. Год основания компании |  |
| 1. Краткая история компании   (ключевые моменты) |  |
| 1. Род занятий компании   (опишите, чем Вы занимаетесь) |  |
| 1. Масштаб деловых интересов компании (местный, региональный, международный) |  |
| 1. Позиционирование компании на рынке   (Например, SAAB «Лучший автомобиль для норвежской зимы») |  |
| 1. Назовите 3-х основных конкурентов Вашей компании |  |
| 1. Преимущества перед конкурентами |  |
| 1. Основная идея (миссия) продукта/услуги   (Например, миссия IKEA «Улучшение повседневной жизни каждого») |  |

|  |  |
| --- | --- |
| **Ваша целевая аудитория?** | |
| 1. Мужчины/Женщины |  |
| 1. Возраст |  |
| 1. Род занятий |  |
| 1. Уровень дохода |  |
| 1. В какой ситуации, при каких условиях чаще всего потребитель будет покупать ваш продукт/услугу? |  |

|  |  |
| --- | --- |
| **Ключевая информация к разработке логотипа** | |
| 1. Полное название, которое должно быть отражено в логотипе (при создании разноязычных версий, необходимо указать написание на всех языках) |  |
| 1. Дополнительные надписи, которые должны присутствовать в логотипе   (Номер, расшифровка, слоган) |  |
| 1. Эмоции и ассоциации, которые должен вызывать логотип у потребителя. |  |

|  |
| --- |
| **Какой ТИП логотипа, на ваш взгляд, предпочтителен для создания желаемого образа бренда?** |
| **\*Выделите подчеркиванием или цветом.** |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 11 | 12 | 10 | 07 |
| Комбинированный: знак + начертание названия | Интегрированный: знак включен в начертание названия | Шрифтовой | Композиционно-шрифтовой |
| 02 | 08 | 03 | 06 |
| Персонаж | Только знак | Герб | Эмблема |
| 05 | 01 | 09 |
| Вензель | Лигатура. Логотип написан текстом, каждая буква соединена друг с другом, как нить. | Орнамент (изображение не несущее конкретного изображения в себе и дополнено текстовым написанием) |

|  |  |
| --- | --- |
| **Предпочтения по дизайну будущего логотипа** | |
| 1. Какие исходные материалы для разработки логотипа Вы готовы предоставить? (старый логотип, фирменные элементы, фирменные цвета, цветовую схему, фото продукции, фото отражающие символику и философию Вашей компании) |  |
| 1. Примеры логотипов, которые Вам нравятся (в конце брифа представлены самые популярные стилистики в разработке логотипов, можете выбрать среди них или предложить свои варианты) |  |
| 1. Примеры логотипов, которые Вам НЕ нравятся (в конце брифа представлены самые популярные стилистики в разработке логотипов, можете выбрать среди них или предложить свои варианты) |  |
| 1. Стилевое решение логотипа:   Серьезный, строгий деловой стиль  Яркий, современный стиль  Легкий, невесомый стиль  Оригинальная, нестандартная подача информации  Другое (опишите Ваши мысли) |  |
| 1. Цветовая гамма, которую желательно использовать. Почему? |  |
| 1. Цветовая гамма, которую НЕ желательно использовать. Почему? |  |
| 1. Где будет использоваться логотип?   -Деловая документация  -Полиграфия  -Интернет  -Наружная реклама  -Транспорт  -Телевидение  -Упаковка  -Сувениры  Другое (дополните пожалуйста комментарием) |  |
| 1. Любая другая Ваша полезная информация относительно логотипа |  |

|  |
| --- |
| **Какой СТИЛЬ/МЕТОД ГРАФИЧЕСКОГО РЕШЕНИЯ логотипа, на ваш взгляд, предпочтителен для создания желаемого образа бренда?** |
| **\*Выберете НЕ более 4 и выделите подчеркиванием, цветом или оставьте нужное слово.** |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Форма и контрформа | | | |
| 01.jpg | 50.jpg | 37.jpg | 43.jpg |
| Нравится/не нравится | Нравится/не нравится | Нравится/не нравится | Нравится/не нравится |
| Аллегория, метафора | | | |
| C:\02_Opera\B2Brand\03_Ipsum\SummaDesign\Brifs\1\1\20.jpg | C:\02_Opera\B2Brand\03_Ipsum\SummaDesign\Brifs\1\1\30.jpg | 20.jpg | 14.jpg |
| Нравится/не нравится | Нравится/не нравится | Нравится/не нравится | Нравится/не нравится |
| Каллиграфия | | | |
| C:\02_Opera\B2Brand\03_Ipsum\SummaDesign\Brifs\1\1\08.jpg | C:\02_Opera\B2Brand\03_Ipsum\SummaDesign\Brifs\1\1\06.jpg | 03.jpg | 27.jpg |
| Нравится/не нравится | Нравится/не нравится | Нравится/не нравится | Нравится/не нравится |
| Объем, фотореалистичность | | | |
| C:\02_Opera\B2Brand\03_Ipsum\SummaDesign\Brifs\1\1\26.jpg | 41.jpg | 51.jpg | 55.jpg |
| Нравится/не нравится | Нравится/не нравится | Нравится/не нравится | Нравится/не нравится |
| Величественность, аристократизм | | | |
| C:\02_Opera\B2Brand\03_Ipsum\SummaDesign\Brifs\1\1\07.jpg | C:\02_Opera\B2Brand\03_Ipsum\SummaDesign\Brifs\1\1\43.jpg | 02.jpg | 39.jpg |
| Нравится/не нравится | Нравится/не нравится | Нравится/не нравится | Нравится/не нравится |
| Прямолинейность | | | |
| C:\02_Opera\B2Brand\03_Ipsum\SummaDesign\Brifs\1\1\29.jpg | C:\02_Opera\B2Brand\03_Ipsum\SummaDesign\Brifs\1\1\03.jpg | C:\02_Opera\B2Brand\03_Ipsum\SummaDesign\Brifs\1\1\24.jpg | C:\02_Opera\B2Brand\03_Ipsum\SummaDesign\Brifs\1\1\18.jpg |
| Нравится/не нравится | Нравится/не нравится | Нравится/не нравится | Нравится/не нравится |
| Типографика | | | |
| C:\02_Opera\B2Brand\03_Ipsum\SummaDesign\Brifs\1\1\33.jpg | 12.jpg | C:\02_Opera\B2Brand\03_Ipsum\SummaDesign\Brifs\1\1\22.jpg | 09.jpg |
| Нравится/не нравится | Нравится/не нравится | Нравится/не нравится | Нравится/не нравится |
| Юмор | | | |
| 06.jpg | 07.jpg | 49.jpg | C:\02_Opera\B2Brand\03_Ipsum\SummaDesign\Brifs\1\1\19.jpg |
| Нравится/не нравится | Нравится/не нравится | Нравится/не нравится | Нравится/не нравится |
| Градиенты, прозрачности, блюр | | | |
| C:\02_Opera\B2Brand\03_Ipsum\SummaDesign\Brifs\1\1\10.jpg | 16.jpg | 47.jpg | 48.jpg |
| Нравится/не нравится | Нравится/не нравится | Нравится/не нравится | Нравится/не нравится |
| Семантичность | | | |
| 05.jpg | 32.jpg | 40.jpg | 46.jpg |
| Нравится/не нравится | Нравится/не нравится | Нравится/не нравится | Нравится/не нравится |
| Этника | | | |
| C:\02_Opera\B2Brand\03_Ipsum\SummaDesign\Brifs\1\1\09.jpg | C:\02_Opera\B2Brand\03_Ipsum\SummaDesign\Brifs\1\1\01.jpg | C:\02_Opera\B2Brand\03_Ipsum\SummaDesign\Brifs\1\1\11.jpg | 45.jpg |
| Нравится/не нравится | Нравится/не нравится | Нравится/не нравится | Нравится/не нравится |
| Корпоративность | | | |
| C:\02_Opera\B2Brand\03_Ipsum\SummaDesign\Brifs\1\1\17.jpg | C:\02_Opera\B2Brand\03_Ipsum\SummaDesign\Brifs\1\1\15.jpg | C:\02_Opera\B2Brand\03_Ipsum\SummaDesign\Brifs\1\1\27.jpg | 24.jpg |
| Нравится/не нравится | Нравится/не нравится | Нравится/не нравится | Нравится/не нравится |
| Минимализм, лаконичность | | | |
| C:\02_Opera\B2Brand\03_Ipsum\SummaDesign\Brifs\1\1\41.jpg | 28.jpg | 38.jpg | 42.jpg |
| Нравится/не нравится | Нравится/не нравится | Нравится/не нравится | Нравится/не нравится |
| Геометрия | | | |
| C:\02_Opera\B2Brand\03_Ipsum\SummaDesign\Brifs\1\1\16.jpg | 21.jpg | 22.jpg | 23.jpg |
| Нравится/не нравится | Нравится/не нравится | Нравится/не нравится | Нравится/не нравится |
| Государственные мотивы | | | |
| C:\02_Opera\B2Brand\03_Ipsum\SummaDesign\Brifs\1\1\13.jpg | 56.jpg | 57.jpg | 58.jpg |
| Нравится/не нравится | Нравится/не нравится | Нравится/не нравится | Нравится/не нравится |
| Рисование | | | |
| C:\02_Opera\B2Brand\03_Ipsum\SummaDesign\Brifs\1\1\05.jpg | C:\02_Opera\B2Brand\03_Ipsum\SummaDesign\Brifs\1\1\38.jpg | C:\02_Opera\B2Brand\03_Ipsum\SummaDesign\Brifs\1\1\12.jpg | C:\02_Opera\B2Brand\03_Ipsum\SummaDesign\Brifs\1\1\40.jpg |
| Нравится/не нравится | Нравится/не нравится | Нравится/не нравится | Нравится/не нравится |
| Художественность | | | |
| 17.jpg | 19.jpg | 29.jpg | C:\02_Opera\B2Brand\03_Ipsum\SummaDesign\Brifs\1\1\04.jpg |
| Нравится/не нравится | Нравится/не нравится | Нравится/не нравится | Нравится/не нравится |
| Абстракция | | | |
| 08.jpg | 35.jpg | 34.jpg | 13 |
| Нравится/не нравится | Нравится/не нравится | Нравится/не нравится | Нравится/не нравится |
| Детскость, намеренный инфантилизм | | | |
| C:\02_Opera\B2Brand\03_Ipsum\SummaDesign\Brifs\1\1\39.jpg | C:\02_Opera\B2Brand\03_Ipsum\SummaDesign\Brifs\1\1\14.jpg | 10.jpg | 25.jpg |
| Нравится/не нравится | Нравится/не нравится | Нравится/не нравится | Нравится/не нравится |
| Историчность, мифологичность | | | |
| C:\02_Opera\B2Brand\03_Ipsum\SummaDesign\Brifs\1\1\37.jpg | C:\02_Opera\B2Brand\03_Ipsum\SummaDesign\Brifs\1\1\42.jpg | C:\02_Opera\B2Brand\03_Ipsum\SummaDesign\Brifs\1\1\28.jpg | 31.jpg |
| Нравится/не нравится | Нравится/не нравится | Нравится/не нравится | Нравится/не нравится |
| Система элементов | | | |
| 36.jpg | 53.jpg | 52.jpg | 54.jpg |
| Нравится/не нравится | Нравится/не нравится | Нравится/не нравится | Нравится/не нравится |

**Просим Вас давать максимально раскрытые ответы, а также при необходимости делать уточнения.**

* Первый вариант, разрабатываемый нашими специалистами основан не только на Ваших пожеланиях, но и на современных тенденциях дизайна, психологических факторах поведения будущих клиентов. Соответственно первый макет наиболее приемлем для создания бизнеса в интернете. Просим Вас прислушаться к нам)))
* Любые дополнительные доработки в дизайне логотипа или новые вариации, не заявленные в брифе и предоставленном ТЗ, будут рассчитываться, как дополнительные работы и оплачиваться по доп. соглашению сторон. В соответствии с этим, просим предоставлять максимум информации для разработки логотипа.

**Благодарим Вас за заполнение брифа!**

**МЫ РАДЫ СОТРУДНИЧЕСТВУ С ВАМИ!**

|  |  |
| --- | --- |
| **Вы можете воспользоваться дополнительными**  **услугами нашей компании.** | |
| 1. Разработка фирменного стиля |  |
| 1. Маркетинг-кит |  |
| 1. Презентация |  |
| 1. Создание лендинг пейдж |  |



**За гранью конкуренции!**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | 8 (499) 653-96-20 |  | [info@tutmee.](mailto:info@tutmee.)ru |  | tutmee.ru |  | tutmee.ru | |
|  | | | | | | | | |

[](https://www.behance.net/tutmee_int) [](https://www.facebook.com/tutmeeltd/) [](https://plus.google.com/u/0/+TutmeeRu) [](https://www.instagram.com/tutmee.ru/) [](https://ru.pinterest.com/tutmeecom/?eq=tutmee&etslf=965) [](https://vk.com/tutmee)

*Присоединяйтесь к нам в социальных сетях и получайте* ***скидки***