Бриф на разработку дизайна упаковки

Приветствуем вас, коллеги! Перед вами бриф на разработку дизайна упаковки. Просим вас внимательно заполнять каждое поле брифа. Для этого, возможно, вам потребуется встреча с членами рабочей группы и ЛПР.

Заполнение брифа может занять у вас от получаса. Важно, что чем больше полей брифа вам удастся заполнить и чем подробнее описать ваши пожелания, тем больше нам удастся синхронизировать понимание задачи.

|  |  |
| --- | --- |
| Общая информация | |
| ФИО контактного лица \*  *(\* – менеджер проекта со стороны Заказчика)* |  |
| Должность контактного лица |  |
| Телефон контактного лица |  |
| E-mail контактного лица |  |
| Наименование компании Заказчика |  |
| Основные направления деятельности компании |  |
| Сайт компании |  |
| Миссия вашей компании |  |
| История бренда / компании (основные факты, цифры, достижения) |  |
| Где мы можем получить дополнительную информацию о вашем бренде / товаре /услуге? |  |
| Дата заполнения брифа |  |
| Команда проекта со стороны Заказчика (Руководитель проекта и участники рабочей группы по проекту) |  |
| I. Задача | |
| Сформулируйте, что нужно сделать? |  |
| Есть ли у бренда, которому требуется разработка дизайна упаковки нейминг? *(если да, то какой)* |  |
| Есть ли у бренда, которому требуется разработка дизайна упаковки товарный знак? *(если да, то какой)* |  |
| Зарегистрирован ли нейминг / товарный знак из предыдущих вопросов в базах ФИПС? *(если да, то напишите номер(а) патента(ов))* |  |
| Что требуется: *(выберите один или несколько подходящих вариантов)*   1. Разработать дизайн упаковки с нуля 2. Переработать дизайн упаковки с сохранением преемственности (рестайлинг) 3. Переработать дизайн упаковки без сохранения преемственности (ребрендинг) 4. Адаптировать существующий дизайн на новый вкус / вес / фасовку / упаковку товара 5. Другое *(что именно?)* |  |
| Охарактеризуйте причины разработок дизайна упаковки? |  |
| Охарактеризуйте цели разработок дизайна упаковки? |  |
| Необходимы ли дополнительные услуги: *(выберите один или несколько подходящих вариантов)*   1. Разработать нейминг для товара 2. Разработать нейминг для компании-производителя 3. Сформулировать слоган или байлайн бренда 4. Отрисовать товарный знак / логотип 5. Создать креативные рекламные коммуникации (POS-материалы или др.) 6. Разработка формы упаковки 7. Написание текстов для упаковки (легенда, промо-тексты, технические тексты, переводы) 8. Отрисовка уникальных иллюстраций 9. Создание брендбука 10. Другое *(укажите)* |  |
| Перечислите единицы товаров из ассортиментной матрицы, для которых требуется разработка дизайна упаковки |  |
| Все перечисленные выше товары должны быть в единой концепции дизайна упаковки или в разных *(в скольких?)* |  |
| С какого (каких – 1-2) ключевого товара нам начинать разработку дизайна? |  |
| Ваши идеи по дизайну упаковки (референсы / эскизы), можете указать ссылки |  |
| Какие сроки заложены вами на выполнение задачи по дизайну упаковки? |  |
| Допустимо ли при создании дизайна упаковки использование изображений из фотобанков? |  |
| II. Семантическое поле | |
| Ключевые ценности бренда |  |
| Опишите “личность” бренда |  |
| Потребительский инсайт |  |
| Сущность бренда (каким одним словом или фразой можно резюмировать то, что коммуницирует бренд) |  |
| Проблемы бренда / существующей идентификации |  |
| С чем или с кем, на ваш взгляд, должен ассоциироваться будущий дизайн упаковки? |  |
| Хотели бы вы, чтобы дизайн ассоциировался с географической принадлежностью (например, страной изготовителем или др.)? И, если да, то с какой страной? |  |
| Креативный посыл, который вы бы хотели заложить в дизайн *(опишите)* |  |
| Есть ли комментарии (пожелания) от ЛПР по будущему дизайну, возможно, какие-то исследования конкурентов, итоги встреч и др. |  |
| Позиционирование ваших товаров на рынке:  *(выберите один или несколько подходящих вариантов)*   1. Инновационные 2. Консервативные 3. Модернистские 4. Классические 5. Новые 6. Уникальные 7. Традиционные 8. Как у всех 9. Необычные 10. Строго корпоративные 11. Для всех и каждого 12. Дающие надежду 13. Уверенные в результате 14. Заботливые 15. Высоко профессиональные 16. В первую очередь гуманные 17. Крупные (с т.з. зданий и помещений) 18. Солидные 19. «У дома» 20. Престижные 21. Другие *(какие?)* |  |
| III. Дизайн упаковки | |
| Какова должна быть общая стилистика будущего дизайна:  *(выберите один или несколько подходящих вариантов)*   1. Классический 2. Барокко 3. Минималистичный 4. Аскетичный 5. Яркий, сочный 6. Модернистский 7. Ретро 8. Советская эстетика 9. «Эко», «био» 10. Геральдистическая 11. Поп-арт 12. Арт-Деко 13. Handmade 14. Шрифтовая (использующая типографику и фон) 15. Персонифицированная (сконцентрированная на персоне, например, на генеральном директоре, основателе бренда или персонаже) 16. Рисованный 17. Другой *(какой?)* |  |
| Напишите ваши предпочтения по цветовой гамме для упаковки |  |
| Какие / чьи графические образы вы считаете подходящими для использования на упаковке? |  |
| Текстовая техническая информация для нанесения на упаковку (наименование продукта, состав, дата производства, срок годности, вес, производитель, импортер, пищевая и энергетическая ценности и др.) |  |
| Обязательные для нанесения на упаковку графические элементы (штрихкод, знаки маркировки и др.) |  |
| Тип упаковки, которую нужно задизайнить: *(выберите один или несколько подходящих вариантов)*   1. Индивидуальная 2. Групповая 3. Индивидуальная и групповая |  |
| Материал упаковки:  *(выберите один или несколько подходящих вариантов)*   1. Стекло 2. Бумага 3. Картон 4. Пластик 5. Жесть 6. Полимер 7. Другое *(что?)* |  |
| Метод печати упаковки / (офсет, флексо, ротогравюра, литография и т.п.) |  |
| Предполагаемое место печати упаковки (название типографии) |  |
| Максимально допустимое количество цветов и возможность использовать красок Pantone |  |
| Формат предоставления готовых к печати макетов |  |
| Что должен транслировать дизайн упаковки (что должен понять / почувствовать потребитель, увидев упаковку)? |  |
| Психологически значимые свойства товара, которые необходимо отразить в дизайне упаковки (мягкость, свежесть, современность, романтичность, традиционность, динамичность, престижность, стильность и т.п.) |  |
| Есть ли у вас разработанные клеймы (фразочки) для размещения на упаковке? |  |
| Перечислите критерии, относительно которых будет происходить оценка дизайна |  |
| IV. Потребитель и товар / услуга | |
| Социально-демографические характеристики потребителя (пол, возраст, доход, семейное положение) |  |
| Стиль жизни потребителя |  |
| Базовые ценности потребителя |  |
| Выгода потребителя (повод для покупки), то, что вы ему даете? |  |
| Уникальное торговое предложение (чем ваш товар отличается в лучшую сторону от конкурентных)? |  |
| Недостатки товара по сравнению с товарами конкурентов |  |
| Есть ли какие-то особенности потребления вашего товара и если есть, опишите их |  |
| География продаж товаров (город, страна, точки продаж) |  |
| Сложившееся у потребителя отношение к компании / бренду |  |
| Сложившееся у потребителя отношение к компаниям / брендам конкурентам |  |
| Что самое важное для вашего потребителя? |  |
| Чего не хватает вашему потребителю? |  |
| Проводили ли вы ранее исследования целевой аудитории, что они показали? |  |
| Опишите полную ассортиментную матрицу ваших товаров (вкус, вес, фасовка, тип упаковки и др.) |  |
| Поделитесь планируемым расширением ассортиментной матрицы |  |
| V. Конкуренты | |
| Кто является конкурентами бренду:   1. Ключевые конкуренты *(перечислите)* 2. Второстепенные конкуренты *(перечислите)* 3. Товары / услуги заменители *(перечислите)* |  |
| В каком ценовом сегменте находятся ваши товары по сравнению с конкурентами? |  |
| Перечислите 5-10 дизайнов упаковок, которые вам нравятся и почему. (Желательно и конкурентов, и из представителей других/смежных областей, можете прикрепить ссылки) |  |
| Перечислите 5-10 дизайнов упаковок, которые вам НЕ нравятся и почему. (Желательно и конкурентов, и из представителей других/смежных областей, можете прикрепить ссылки) |  |
| Опишите дополнительные требования к дизайну, которые НЕ вошли в бриф, но имеют весомое значение при разработке |  |

Спасибо, что подробно и внимательно заполнили бриф!

Он не короткий, но вся проделанная вами работа поможет нам разработать   
подходящий дизайн упаковки для вашего проекта!

Хорошего вам дня!