

БРИФ НА ДИЗАЙН



КОНТАКТЫ

Контактное лицо

Должность

E-mail

Телефон

Сайт

О КОМПАНИИ

Название компании

Основные направления деятельности компании

ХАРАКТЕРИСТИКИ БРЕНДА

Торговая марка (бренд)

Наименование товарной группы

Класс продвигаемой продукции

Конкурентные преимущества бренда или товара (бренда), на которых в дизайне необходимо сделать акцент (например: качество, уникальность, цена, новизна, традиционность, технологичность)

Основные конкуренты на рынке

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ

Пол

Возраст

Уровень дохода

Дополнительная информация

ДИЗАЙН

В данном блоке необходимо, помимо ответов на вопросы ниже, по возможности, привести примеры дизайнов (как те, что нравятся, так и те, которых следует избегать). Так же, если она есть, можно показать разработанную ранее продукцию.

Наличие примеров существенно упростит разработку, поскольку позволит избежать заведомо тупиковых путей, по которым в случае отсутствия примеров придется пройти, прежде чем прийти к окончательному образу.

Уровень работы по дизайну полиграфической продукции

Цель разработки дизайна полиграфической продукции (например, проведение рекламной акции, имиджевое продвижение, ребрендинг торговой марки, проведение выставки, уникальное торговое предложение)

Стилевое решение (например: деловое, веселое, арт, хайтек, домашнее)

Предпочитаемые шрифты (например: классические, современные, рукописные)

Предпочтительное цветовое решение (например: теплое, холодное, яркое, строгое, авангардное)

Желательные / нежелательные цвета

Примеры понравившихся изделий, ранее разработанной для Вас продукции (ссылки)

ИСХОДНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ДИЗАЙНА

Логотип или брендбук, если он существует (ссылка)

Текстовая часть (ссылка)

ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ ИЗОБРАЖЕНИЯ

Ссылки на существующие (фото продукции, изображения из фотобанков, чертежи и схемы)

Требуется создание, нужно описание (например: инфографика, коллажи)

Покупка изображений в фотобанках (мы сотрудничаем с [istockphoto.com](https://www.istockphoto.com), если вы хотите сами подбирать изображения, тут можно указать их номера либо описание того, что именно нам нужно найти)

ПРОДУКЦИЯ

Виды полиграфической продукции, для которых необходимо разработать дизайн
(можно описать в произвольной форме)

ДЛЯ КАЖДОГО ВИДА ВАЖНО ПОНИМАТЬ СЛЕДУЮЩЕЕ

- ★ **Формат** (например, А4, А5 или 100×200 мм)
- ★ **Количество полос**
- ★ **Цветность** (от 1+1 до 6+6)
- ★ **Материал для печати** (картон, бумага, пленка, пластик)
- ★ **Поверхность готового печатного изделия** (матовая, глянцевая, ламинированная, лакированная)
- ★ **Постпечатная обработка** (вырубка, перфорация, тиснение, фальцовка)

ТРЕБОВАНИЯ К ИСХОДНЫМ МАТЕРИАЛАМ

- ★ **Текстовая информация для верстки макета должна быть предоставлена в формате Word.** Просим указать пометками в тексте – номера или названия файлов фотографии, которые относятся к тексту. Если предоставлены несколько фото на выбор — в тексте нужно сделать пометку (например, так: «фото 01-12 на выбор дизайнера»)
- ★ **Таблицы** (технические характеристики, прайс-листы) **предпочтительно предоставить в табличных форматах, например, Microsoft Excel**
- ★ **Чертежи и схемы предоставлять в векторном виде** (например, Adobe Pdf, Autodesk Autocad)
- ★ **Фотографии и графические материалы должны быть рассортированы и подписаны**
- ★ **Логотип, брендбук и материалы по описанию фирменного стиля, если такие имеются, должны быть предоставлены в графических форматах, удобных дизайнеру** (например, Adobe Pdf)
- ★ **Шрифты должны поддерживать тот язык, на котором изготавливается новый макет**

ВАЖНАЯ ИНФОРМАЦИЯ И УСЛОВИЯ РАЗРАБОТКИ ПЕЧАТНОГО ИЗДАНИЯ

- ★ **Вся информация для разработки дизайн-макета предоставляется в электронном виде, любым удобным для заказчика способом**
- ★ **За достоверность и грамотность написания (орфографию и пунктуацию) предоставленной заказчиком информации, а также за авторство фотографий и иллюстраций типография ответственности не несет**
- ★ **Заполненный и подписанный бриф после подписания договора является его неотъемлемой частью и изменению не подлежит. В случае, если заказчик вносит изменения в текущий бриф во время или по окончании работ, он аннулируется и составляется новый, и это расценивается как новая работа и оплачивается соответственно**

199058, САНКТ-ПЕТЕРБУРГ, МОРСКАЯ НАБЕРЕЖНАЯ,
Д. 39 КОРП. 3, ЛИТ. А, ПОМ. 27-Н (М. ПРИМОРСКАЯ)

ТЕЛЕФОН: (812) 313 20 35 | FLYP.RU