

БРИФ НА СОЗДАНИЕ НЕЙМИНГА

Данный опросный лист поможет более четко понять ваши пожелания к будущему неймингу.

Клиент:	
Дата:	
Контактное лицо:	
Телефоны:	
E-mail:	
Сайт (если есть):	
Желаемые сроки:	
Бюджет проекта: (возможны рамки от и до)	
Формат подбора исполнителя:	<input type="checkbox"/> Открытый конкурс <input type="checkbox"/> Закрытый тендер <input type="checkbox"/> Сравнение предложений <input type="checkbox"/> Мы – единственные исполнители <input type="checkbox"/> Другое (вписать)

1. ИНФОРМАЦИЯ О КОМПАНИИ

1.1. Полное название организации
1.2. Вид деятельности компании. Описание основных продуктов/услуг

2. КОНКУРЕНТЫ

2.1. Прямые конкуренты
<i>Необходимо перечислить прямых конкурентов. По возможности опишите, что вам нравится в их нейминге, а что - нет.</i>

3. ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ

3.1. Описание целевой аудитории
<i>На кого ориентирован нейминг? Каковы социально-демографические</i>

характеристики (пол, возраст, доход, образование, стиль жизни) его целевой аудитории?

4. ИНФОРМАЦИЯ О ЗАДАЧЕ

4.1. Есть ли старый нейминг?

Если да, то, что в нем не устраивает, почему было принято решение о заказе нового?

4.2. Чем ваш продукт, компания полезна потребителю?

Какие проблемы ЦА решаются, в чем заключается УТП?

4.3. Является ли ваше предложение привычным для потребителя или, наоборот, инновационным?

4.4. Есть ли у вас фирменный стиль, от которого нужно отталкиваться?

Что он в себя включает и остались ли у вас исходники?

4.6. Какой нейминг известных компаний вам нравится, какой - нет? И почему?

5. КОНКРЕТИКА О БУДУЩЕМ НЕЙМИНГЕ

5.1. Нужны ли языковые версии нейминга?

Нужно ли, чтобы в нейминге было отражено название бренда? Если да, напишите название на нужных языках.

5.2. Какой характер на ваш взгляд необходимо придать неймингу?

Официально-деловой, молодежный, романтический, брутальный и т.д.

5.3. Какие цвета предпочтительно использовать, а какие - нет?

Если есть строгие ограничения или требования - необходимо их обязательно указать.

5.4. Количество слов в названии

Укажите при необходимости: одно слово, словосочетание, аббревиатура, другое.

5.5. С чем должно ассоциироваться название? А с чем не должно?

5.6. Необходима ли проверка на уникальность для регистрации товарного знака?

6. ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ИНФОРМАЦИЯ

6.1. Любая полезная в работе над неймингом информация