

Бриф на логотип и фирменный стиль

Заполните до заказа логотипа или до того, как рисовать его самому. Хватит коротких ответов; «пока не решено» — тоже ответ. Распечатайте, пишите от руки, сохраните согласованный экземпляр.

1. Бизнес и его клиенты

Чем занимается бизнес и для кого?

Одно-два предложения, понятные постороннему. Кто покупает, где, как часто.

Три вещи, которые клиент должен почувствовать или запомнить

По одной на строку. Словами клиента, а не «качество» и «современность».

На что бренд ни в коем случае не должен быть похож?

Дёшево, по-детски, казённо, как аптека... Назовите впечатления, которых нужно избежать.

2. Конкуренты

Конкуренты и как они выглядят

Название, основные цвета, тип знака (символ, шрифтовой логотип, эмблема). Результат не должны путать ни с одним из них.

3. Где будет жить логотип

Вычеркните носители, которыми не пользуетесь, впишите свои размеры и добавьте то, чего не хватает. Измеряйте линейкой, а не на глаз.

Носитель	Размер (впишите свой)	Что логотип должен там выдержать
Вывеска или фасад	Ширина ____ м, читают с ____ м	Расстояние, сумерки и ночная подсветка, беглый взгляд; часто режется из одного материала в один цвет
Упаковка, этикетка, наклейка	____ x ____ мм	Мелкая печать, цветная или шершавая бумага, одна краска, изогнутая поверхность
Иконка приложения	Квадрат; оценивайте в размере на экране телефона	Полное название не помещается: символ или одна-две буквы; углы скругляются
Аватар в соцсетях	Чаще круг; оценивайте в размере рядом с комментарием	Углы срезаны кругом, размер миниатюры, светлый и тёмный фон

Носитель	Размер (впишите свой)	Что логотип должен там выдержать
Счёт, договор, печать	Ширина в шапке ____ мм	Чёрно-белый офисный принтер, ксерокопия, скан
Другое:	_____	_____

Минимальный размер, в котором логотип должен работать

Самый маленький реальный носитель из таблицы, в мм или рх. В этом размере проходят чек-лист.

4. Название, слоган, алфавиты

Название в точном написании

Заглавные буквы, пробелы, кавычки, буква «ё»; форма собственности, если она должна быть видна.

Слоган или дескриптор, если есть

Укажите, стоит ли он рядом с логотипом всегда или только иногда.

Языки и алфавиты, в которых знак должен читаться

Например, кириллица и латиница. Напишите название в каждом варианте.

5. Что сохранить и на что смотреть

Цвета, шрифты или материалы, которые нужно сохранить

Уже сделанная вывеска, отпечатанная упаковка, цвет, который клиенты знают. Что закреплено, а что можно менять.

Референсы, которые нравятся, и почему

Из любой сферы, не только логотипы. Что именно работает: шрифт, цвет, спокойствие.

Референсы, которые не нравятся, и почему

Причины важнее самих примеров.

6. Решение, результат, условия

Кто принимает решение и как?

Одно имя для окончательного «да». С кем ещё советуются и на каком этапе; сколько концепций и кругов правок оговорено.

Что должно быть в результате

Версии логотипа (основная, компактная, в один цвет, для тёмного фона), коды цветов для печати и экрана, шрифты и лицензии на них, правила использования, форматы файлов (вектор и растр).

Срок

Дата и что от неё зависит: открытие, тираж, запуск.

Вилка бюджета

От и до. По вилке дизайнер предложит реальный объём работ.

7. Как оценивать концепции

Прогоните каждую концепцию по этим проверкам до того, как кто-то скажет, нравится она или нет. Концепция, не прошедшая проверку, возвращается с номером проверки, а не с мнением.

- ☐ Читается в минимальном размере из части 3: распечатайте в этом размере и посмотрите с расстояния вытянутой руки
- ☐ Работает в один цвет, без градиентов и теней: чёрным по белому и белым по чёрному
- ☐ Рядом с конкурентами из части 2 её нельзя спутать ни с одним из них
- ☐ Помещается на каждый носитель из таблицы, включая квадрат и круг
- ☐ Название читается в каждом алфавите и на каждом языке из части 4
- ☐ Передаёт хотя бы одну из трёх вещей из части 1 и ничего из списка «ни в коем случае»

ПРИМЕР (ВЫМЫШЛЕННЫЙ БИЗНЕС, ЦИФРЫ УСЛОВНЫЕ)

«Три козы», семейная сыроварня под Тверью: продаёт на фермерских рынках и через маркетплейсы. Делает: козий сыр небольшими партиями для тех, кто готовит дома. Должны почувствовать: чисто, по-домашнему, честно. Ни в коем случае: «эко» с зелёным листиком, сувенирная лавка. Конкуренты: две сыроварни в области, обе на крафте с рисованной козой. Минимальный размер: круглая наклейка 20 мм на крышке. Алфавиты: кириллица, для маркетплейса ещё латиница (Tri Kozy). Сохранить: синий цвет палатки на рынке. Решает: Анна, после разговора с мужем. Результат: основная и круглая версии, версия в один цвет, коды цветов, лицензия на шрифт, страница с правилами, SVG, PDF, PNG. Срок: за шесть недель до осенней ярмарки. Бюджет: 40 000–60 000 ₽.

Похожий знак может быть уже зарегистрирован. Бриф этого не проверяет. Поиск по реестрам товарных знаков — отдельный шаг: его делают через патентное ведомство каждой страны, где вы будете работать, или с юристом по товарным знакам, до того как что-либо печатать. Это простое предостережение, а не юридическая консультация.