



ОКАЗАНИЕ УСЛУГ ПО РАЗРАБОТКЕ ЗОНТИЧНОГО БРЕНДА

1. ТЕРМИНЫ И СОКРАЩЕНИЯ

Архитектура брендов - система взаимосвязей (соподчинение, тождественность, дифференциация) элементов в портфеле брендов - корпоративного бренда с другими брендами, а также последних между собой на уровне их семантики и атрибутов;

Брендбук - руководство по фирменному стилю и управлению брендом;

Гайдлайн - свод правил и/или рекомендаций для формирования внешнего вида продукта;

Зонтичный бренд - вид стратегии расширения присутствия бренда на рынке, заключающийся в выпуске под одной маркой сразу нескольких групп товаров или товарных категорий, при этом в названии товаров доминирует имя мастер-бренда, а в рекламе продукции компании демонстрируется её логотип;

Логотип - графический знак, эмблема, представляет собой название сущности, которую он идентифицирует в виде стилизованных букв и/или идеограмм;

Мастер-бренд - всеобъемлющий бренд, который служит основной точкой привязки, на которой базируются все базовые продукты и суббренды в зонтичном бренде;

Нейминг - процесс разработки названия для продуктового бренда, который регистрируется и выводится на рынок;

Посадочная страница (лендинг) - одностраничный сайт с краткой информацией о товаре, услуге или мероприятии;

Прототип дизайна сайта - уникальные для конкретного веб-сайта структура, графическое оформление и способы представления информации;

Суббренд - «дочерний» бренд нового продукта\услуги, базирующийся на родительском бренде (мастер-бренд), с целью расширения целевой аудитории и повышения лояльности аудитории на рынке;

Схематические макеты - файл, содержащий элементы внешнего оформления страниц сайта, а также набор специальных тегов, используемых системой публикации сайта для вывода информации при создании окончательных страниц;

B2B аудитория – сегмент рынка, основным потребителем которого является юридическое лицо.

2. СРОКИ ОКАЗАНИЯ УСЛУГ

Общий срок оказания услуг: 90 дней с даты заключения договора.

3. КРАТКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОБЪЁМОВ УСЛУГ

Цель – разработать зонтичный бренд «под ключ» бренда и суббрендов на B2B аудиторию.

Необходимые задачи в рамках разработки бренда в формате «под ключ»:

1. Аудит;
2. Разработка платформы бренда;
3. Разработка вербальных атрибутов бренда;
4. Разработка визуальных атрибутов бренда;
5. Дизайн носителей айдентики бренда и суббрендов;
6. Брендбук;
7. Разработка элементов интерфейса и прототипа сайта.

Задачи работы:

1. Проведение маркетингового исследования потребителей и определение наиболее эффективных путей продвижения на основных рынках Заказчика
2. Разработка концепции позиционирования зонтичного бренда Заказчика
3. Разработка бренд-бука Заказчика





Основные этапы работы

1. **ЭТАП 1: проведение маркетингового исследования потребителей и определение наиболее эффективных путей продвижения на основных рынках продукции Заказчика, в том числе:**
 - 1.1. Исследование и анализ рынка;
 - 1.2. Сегментация целевой аудитории;
 - 1.3. Определение ключевых преимуществ, качественных свойств продуктов, услуг, входящих в зонтичный бренд заказчика, характеристик, сильных сторон, преимуществ использования товаров зонтичного бренда для потребителей;
 - 1.4. Определение первичных концептуальных положений бренда;
 - 1.5. Определение желаемых результатов по результатам продвижения бренда для трех сценариев: (1) продвижения бренда на уровне региона с целью увеличения доли рынка участников заказчика, (2) продвижение бренда с целью выхода на российский рынок, (3) продвижение с целью выхода на международный рынок.
 - 1.6. Аудит точек соприкосновения целевой аудитории с брендом (элементы корпоративного стиля, упаковка, каналы, продажи и т.д.)
 - 1.7. Оценка эффективности каналов коммуникаций (сми, интернет, коммуникационные площадки, аудиозаписи и видеofilмы, видеохостинг, ros материалы, сувенирная продукция, каталоги, прочее);

Обязательным является:

Кабинетное исследование

Интервью с клиентами Заказчика

Результат:

Аналитический отчет, содержащий детальное описание результатов проведения блоков работ, а также выводы и рекомендации, первично описывающие приоритетные направления и «ограничения» для формирования концепции позиционирования и продвижения бренда; ожидаемая реакция аудитории на первично сформированные концептуальные положения бренда.

2. **ЭТАП 2: изучение российских и мировых практик создания и продвижения коллективных брендов:**
 - 2.1. Конкурентный анализ ведущих российских коллективных брендов;
 - 2.2. Выявление сильных и слабых сторон конкурентов (SWOT-анализ).

Обязательным является:

Кабинетное исследование;

Экспертная оценка эффективности конкурирующих зонтичных брендов.

Результат:

Рекомендации по развитию бренда на основе лучших практик

3. **ЭТАП 3: разработка концепции позиционирования зонтичного бренда Заказчика:**
 - 3.1. Формулирование «ядра концепции» для привлечения и взаимовыгодного объединения представителей разных отраслей, необходимых для функционирования проекта;
 - 3.2. Разработка концепции бренда, включающая в себя комплекс информации о компаниях, входящих в зонтичный бренд, и их услугах;
 - 3.3. Определение ценностей бренда;
 - 3.4. Формулирование миссии бренда;
 - 3.5. Разработка идеи и легенды бренда;
 - 3.6. Разработка обещания бренда;
 - 3.7. Определение основного коммуникационного сообщения/саблайна, - определение tone of voice бренда;
 - 3.8. Разработка атрибутов бренда;
 - 3.9. Разработка слогана;
 - 3.10. Определение важнейших конкурентных преимуществ бренда, особенностей восприятия потребителями;
 - 3.11. Определение фактического позиционирования относительно конкурентов;
 - 3.12. Разработка креативных текстов, отражающих характер бренда;
 - 3.13. Характеристика стиля бренда;





- 3.14. Возможные направления стратегии развития бренда;
 - 3.15. Рекомендации по реализации концепции бренда и формированию/усилению компетенций, необходимых для грамотного управления брендом
 - 3.16. Рекомендации по предупреждению формирования негативного имиджа продуктов среди потребителей.
- 4. ЭТАП 4: разработка бренд-бука зонтичного бренда Заказчика**
- 4.1. Разработка/подготовка предварительных вариантов уникального правозащитного наименования бренда Заказчика – не менее 10 (десяти) наименований;
 - 4.2. Проведение круглого стола (в формате оффлайн/онлайн) с заказчиком с целью обсуждения вариантов уникального правозащитного наименования бренда Заказчика и выбора не менее 3 (трех) итоговых наименований;
 - 4.3. Разработка правозащитного логотипа бренда (разработка не менее трех вариантов логотипа). Для утвержденного логотипа: виды логотипа (в различных цветах), его размеры, масштаб, возможные варианты и ограничения применения в сочетании с различными цветами, в различных форматах на различных поверхностях;
 - 4.4. Утверждение итогового наименования бренда (посредством совещания в формате оффлайн/онлайн) и разработка товарного слогана бренда;
 - 4.5. Разработка рекомендаций по применению фирменных цветов, включающих: определение основного фирменного цвета и дополнительных цветов, разрешенных комбинаций цветов;
 - 4.6. Разработка рекомендаций по фирменным шрифтам (кириллическое написание, латинское написание) включает: выбор единого фирменного шрифта и свод правил по его использованию;
 - 4.7. Дополнительные элементы фирменного стиля (иллюстрации, орнаменты, узоры);
 - 4.8. Разработка рекомендаций по размещению элементов бренда Заказчика на сайтах, упаковке продукции;
 - 4.9. Разработка дизайна:
 - Брошюры;
 - Общего каталога продукции Заказчика;
 - Презентации Заказчика;
 - POS-материалов;
 - Торгового стеллажа;
 - Выставочного стенда;
 - Страниц интернет сайта;
 - Системы навигации в пространстве.
 - 4.10. Разработка макетов сувенирной продукции бренда.
 - 4.11. Проверка бренда на «чистоту» с целью определения возможности регистрации в качестве товарного знака/торговой марки.

Обязательные требования:

Оригинальная идея зонтичного бренда Заказчика должна передавать ценности бренда Заказчика, но при этом должна эффективно приниматься потребителем, в соответствии с результатами исследований этапов 1-2;

Бренд-бук должен быть разработан на основе концепции и стратегии коммуникации бренда

Логотип, основное уникальное начертание: должен состоять из графического изображения, буквенного написания (кириллицей, латиницей), допускается 3D – графика логотипа по согласованию с Заказчиком; все подготовленные материалы, после согласования финальной версии логотипа, должны быть переданы в следующих форматах для работы в программах: AdobePhotoshop (растровые изображения), (форматы: TIFF, PSD, JPG, PNG); AdobeIllustrator (векторная графика), (форматы: EPS, AI);

Дизайнерские решения должны быть практичными и удобными в реализации, а также учитывать экономику проекта;

Текстово -графическое решение должно быть создано в двух вариантах – на русском и английском языках.

Брендбук – документ, содержащий ценности, философию бренда, его стратегические цели и руководство по использованию стандартов фирменного стиля.





Требования к оформлению

Брендбук и все дизайн-макеты предоставляются Заказчику в следующих форматах для работы в программах: Adobe Photoshop (растровые изображения), (форматы: TIFF, PSD, JPG, PNG, CMYK, RGB); Adobe Illustrator (векторная графика), (форматы: EPS, AI).

Ориентировочный перечень этапов и сроков оказания услуг по разработке зонтичного бренда приведен в Таблице №1.

Таблица №1

Этап №	Период оказания услуг	Описание этапа	Результат оказанных услуг в рамках этапа
1. Аудит	Согласовывается сторонами в Заказах, в соответствии с условиями Проекта договора	Конкурентный аудит и аналитический отчет: анализ материалов, предоставленных Заказчиком, формализация достоинств и недостатков конкурентного преимущества бренда, характеристика рынка и категорий, в которых будет представлен новый бренд, выявление потребительских трендов путем проведения бенчмарк-анализа и сбора реализованных кейсов в рамках российского и международного рынков, релевантным внутрикорпоративному кластеру брендов.	Отчет в формате .xls и презентация в формате .pptx
2. Разработка платформы бренда	Согласовывается сторонами в Заказах, в соответствии с условиями Проекта договора	На основании проведенного анализа необходимо разработать уникальную идею бренда: формирование миссии бренда, уникальных характеристик и ценностей бренда, концепции бренда, коммуникационного позиционирования.	Презентация в формате .pptx
3. Разработка вербальных атрибутов бренда.	Согласовывается сторонами в Заказах, в соответствии с условиями Проекта договора	<ul style="list-style-type: none">Создание названия мастер-бренда.Создание дескриптора мастер-бренда.Создание лонг-листа названий из не менее 10 (десяти) опций;Создание списка из 5 (пяти) вариантов дескрипторов;Проведение тестирования разработанных вариантов нейминга.Доработка названий и дескрипторов с учетом комментариев (не менее 3 (трех) итераций доработки по каждому из брендов).Предварительная проверка каждого из предлагаемых вариантов, указанных в лонг-листе на охраноспособность по открытым источникам.	Презентация в формате .pdf и .pptx
4. Разработка визуальных атрибутов бренда	Согласовывается сторонами в Заказах, в соответствии с условиями Проекта договора	Создание визуальной концепции мастер-бренда: <ul style="list-style-type: none">разработка концепции визуальной айдентики для зонтичного бренда;разработка логотипа мастер-бренда и логотипов суббрендов (не менее 3 (трех) вариантов);разработка цветовой схемы (не менее 3 (трех) вариантов);разработка шрифтовой схемы (на основании бесплатных шрифтов) (не менее 3 (трех) вариантов);разработка других графических/	Презентация в формате .pdf и .pptx, , исходники (файлы в редактируемом формате) в форматах .ai (.psd) и .png





		<p>иллюстративных/ приемов идентификации и дифференциации в архитектуре брендов (не менее 3 (трех) вариантов).</p> <ul style="list-style-type: none">• Проведение тестирования разработанных вариантов визуальных решений. Доработка с учетом комментариев, включая доработку логотипов мастер-бренда и суббрендов (не менее 2 (двух) итераций доработки).• Разработка гайдлайнов для каждого субъекта зонтичного бренда в соответствии с утвержденным визуальным стилем (графические элементы, фирменный паттерн, узор, фон и т.д.)	
5. Оформление носителей бренда	Согласовывается сторонами в Заказах, в соответствии с условиями Проекта договора	<p>Визуализация брендовых решений:</p> <ul style="list-style-type: none">• Предложены варианты размещения элементов фирменного стиля на разноформатных носителях для каждого бренда:• Деловая документация: шаблон презентации (до 6 (шести) типовых слайдов) – горизонтальный вариант, в редактируемом формате pptx. Размер 16x9 и 4x3.• Шаблон дайджеста для мастер-бренда вертикального формата на примере размера А4.• Разработка почтовой рассылки.• Рекламные материалы: рекламный модуль (буклет), - горизонтальный и вертикальный формат• Digital-иконка приложения.• Доработка носителей по согласованному списку комментариев (не менее 1 (одной) итерации доработок).	Презентация в формате .pdf и и .pptx, , исходники (файлы в редактируемом формате) в форматах .ai (.psd) и .png
6. Брендбук	Согласовывается сторонами в Заказах, в соответствии с условиями Проекта договора	<p>Разработка общего брендбука с количеством страниц не менее 100 (ста) с формализованными правилами по вербальной и визуальной идентификации брендов внутрикорпоративного Заказчика согласно ранее утвержденным результатам.</p> <p>Содержание:</p> <ul style="list-style-type: none">• Описание платформы и архитектуры зонтичного бренда.• Идея стиля и идея фирменной графики.• Описание визуальных констант бренда:<ul style="list-style-type: none">- логотип и рекомендации по его использованию; - цветовое пространство бренда;- использование подобранных шрифтов, фирменных цветов и дополнительных графических элементов;- правила компоновки фирменных блоков;- описание стилистики и правил использования имиджевых материалов (иллюстрации, фотографии);- правила кобрендинга.• Принципы оформления разработанных ранее носителей бренда. Подготовка и	Файл в формате .pdf и и .pptx, исходники при необходимости (файлы в редактируемом формате) в форматах .ai (.psd) (или другой редактируемый формат в зависимости от требований типографии)





		предоставление библиотеки файлов. Доработка: не более 1 (одной) итерации внесения правок.	
7. Разработка элементов интерфейса и прототипа сайта.	Согласовывается сторонами в Заказах, в соответствии с условиями Проекта договора	Необходимо разработать прототип сайта с акцентной главной страницей (презентация программы в целом) и 5 (пяти) отдельных страниц для каждого продукта с возможностью перехода с главной страницы, а также, разработать служебные страницы (пр. Ошибка 404) (подробное описание требований к разработке элементов интерфейса и прототипу сайта раскрыто в Приложении №2): <ul style="list-style-type: none">● Пользовательский интерфейс и представление шаблонов (схематические макеты) расположения ключевых элементов интерфейсов системы.● Прототип дизайна сайта должен быть разработан на основе прототипов и представлен минимум в 2 (двух) вариантах (не менее 1 (одной) итерации доработки). Прототипы и макеты дизайна предоставляются в версии к просмотру с помощью мобильных устройств (ноутбук, нетбук, планшет, смартфон).	Схематические макеты и прототип дизайна сайта в формате .psd (другой редактируемый формат в зависимости от требований верстки), шрифты и исходные изображения в формате .png/jpg

4. УСЛОВИЯ ОКАЗАНИЯ УСЛУГ

Приложение №1 – Характеристика объектов брендинга.

Приложение №2 – Требования к разработке прототипа сайта.

ПРИЛОЖЕНИЕ №1. ХАРАКТЕРИСТИКА ОБЪЕКТОВ БРЕНДИРОВАНИЯ

БЛОК 1. ПРОДУКТ И ПРОЕКТ

1. Краткое описание объекта брендинга:

Субъекты	Краткое описание
Целеполагание	Цель: Разработать зонтичный бренд и суббренды продуктов, входящих в его контур.
Ключевые ожидания от брендинга	<ul style="list-style-type: none">● Узнаваемость продуктов как внутри компании, так и ее за пределами в целях успешной коммерциализации;● Комплексное рыночное преимущество;● Повышение ценности корпоративного бренда за счет демонстрации компетенций;● Эффективное и понятное структурирование продуктов для внешней и внутренней аудитории;● Повышение качества коммуникационных материалов.
Контур коммуникаций	Ориентация на внутренний и внешний рынок.

БЛОК 2. ОКРУЖАЮЩАЯ СРЕДА

1. Внешняя среда (если предполагается внешний контур коммуникаций)





Конкуренты	
------------	--

2. Целевая аудитория

Характеристики групп целевой аудитории, в соответствии с сегментами – их портрет, ключевые рациональные и эмоциональные потребности	
Мотивы и барьеры ЦА при взаимодействии с будущим брендом	<p>Мотивы:</p> <ul style="list-style-type: none">• Понимание функциональных возможностей решений и продуктов, современность и инновационность имиджа продуктов и программы;• Привлечение интереса расширенной аудитории и потенциальных партнеров;• Повышение качества принятия решения на всей цепочке создания стоимости;• Сокращение длительности бизнес-процессов в течение проектного цикла от планирования до завершения камеральных работ. <p>Барьеры:</p>

БЛОК 3. ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ И ИДЕНТИЧНОСТЬ

Уникальность	<i>Чем объект брендинга отличается от существующих аналогов, каковы его сильные стороны?</i>
Позиционирование	<i>Лаконичная формулировка идеи бренда:</i>
Суть бренда	<i>Целевой образ бренда в сознании целевых аудиторий. Что ЦА должна понять, почувствовать и запомнить об объекте брендинга:</i>
Архитектура бренда	<i>Будет ли бренд использоваться совместно с другими брендами, какими? Каково отношение этих брендов друг к другу (партнерский статус, принадлежность и т.п.)?</i>

Технические требования к названию»

Общие требования к названиям	<ul style="list-style-type: none">• Обозначение функционала• Системность (неймы продуктов должны выглядеть как элементы одной системы)• Охраноспособность, незаанкетированность конкурентами
------------------------------	--





ПРИЛОЖЕНИЕ №2. ТРЕБОВАНИЯ К РАЗРАБОТКЕ ПРОТОТИПА САЙТА

БЛОК 1. ОБЩЕЕ

Приложение содержит перечень требований к разработке элементов интерфейса и прототипа сайта в рамках Этапа №7 «Разработка элементов интерфейса и прототипа сайта»

Основные задачи:

- Предоставить решение разработки уникального дизайн-макета сайта и нескольких универсальных шаблонов (исключительно этапы прототипирования и дизайна);
- Обеспечить коммуникацию и корректную передачу материалов стороне разработки.

Детальная информация:

№	Наименование услуг по этапам	Описание этапа и период оказания услуг	Результат оказанных услуг
1	Прототипирование (структура и схема сайта)	Описание этапа и период оказания услуг согласовывается сторонами в Заказах, в соответствии с условиями Проекта договора	Структура и схема в формате .pdf
2	Разработка шаблонов (схематические макеты) расположения ключевых элементов интерфейсов системы для страниц «Главная», «Страница продукта», «Ошибка 404», «Страница с результатами поиска», «Форма обратной связи»	Описание этапа и период оказания услуг согласовывается сторонами в Заказах, в соответствии с условиями Проекта договора	Схематические макеты формате .psd (другой редактируемый формат в зависимости от требований верстки).
3	Разработка дизайна сайта (предоставление 2 (двух) вариантов), для основной (десктоп) и мобильной версии	Описание этапа и период оказания услуг согласовывается сторонами в Заказах, в соответствии с условиями Проекта договора	Прототип дизайна сайта в формате .psd
4	Прорисовка всех страниц, верстка основной (десктоп) и мобильной версии	Описание этапа и период оказания услуг согласовывается сторонами в Заказах, в соответствии с условиями Проекта договора	Прототип дизайна сайта в формате .psd

БЛОК 2. ПРОТОТИПИРОВАНИЕ

Этап прототипирования требует разработку схемы и структуры сайта для всех версий устройств - проектируется пользовательский интерфейс и представляются прототипы (схематические макеты) расположения ключевых элементов интерфейсов системы.

Образец прототипа версии ПК и мобильного адаптива изображен на рисунке №1:

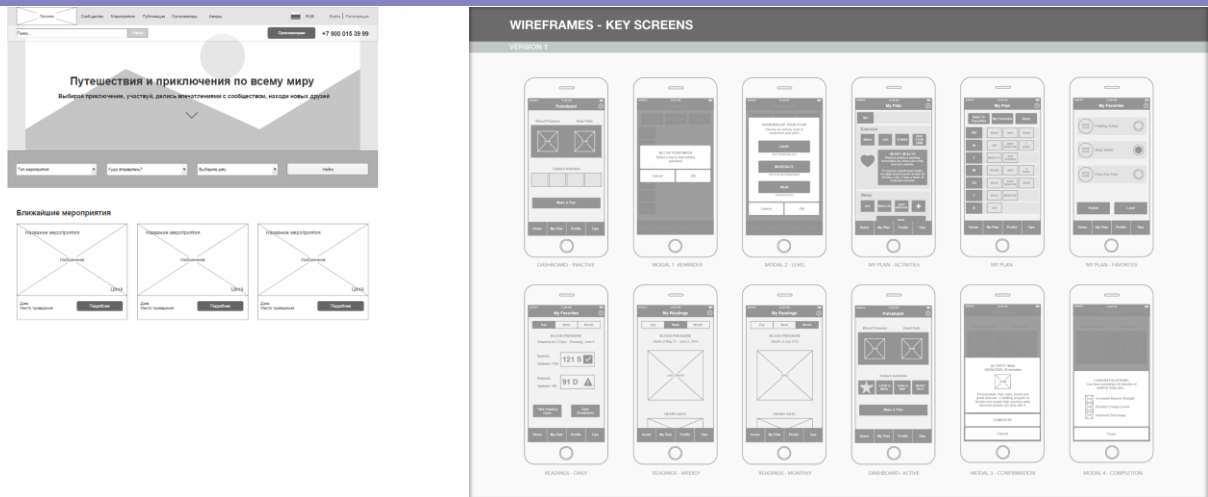


Рисунок №1 - Образец прототипа версии ПК и мобильного адаптива

- Интерфейс прототипа должен быть понятным и удобным, а также универсальным для дальнейшей верстки.
- Дизайн сайта должен быть разработан на основе прототипов и представлен минимум в 2(двух) вариантах.
- Прототипы и макеты дизайна предоставляются в версии для настольного компьютера, для планшетов и для смартфонов.
- Сайт должен разрабатываться под стандартные разрешения экрана.
- Сайт должен корректно просматриваться с мобильных устройств (смартфонов, планшетов), отображаясь в responsive (отзывчивой) верстке.
- Сверстанные HTML-шаблоны сайта визуально должны быть полностью идентичны утвержденным макетам.

На рисунке №2 представлены основные разрешения экрана, под которые рисуется и адаптируется сайт:

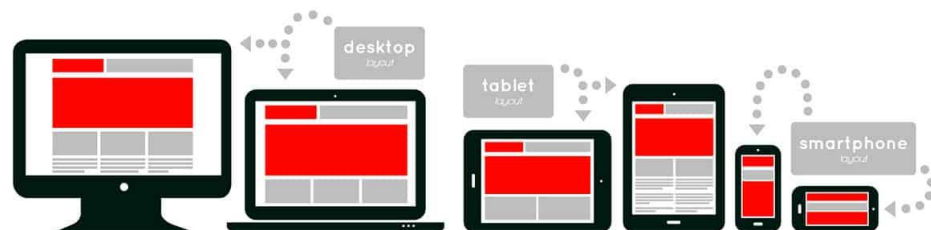


Рисунок №2 - Образец основных разрешений экранов.

Страницы сайта должны быть идентичны макетам и не иметь видимых дефектов в следующих браузерах:

- Microsoft Internet Explorer
- Mozilla Firefox
- Opera
- Google Chrome
- Apple Safari



Предварительная предлагаемая структура должна соответствовать существующей структуре сайта, изображенной на рисунке №3.

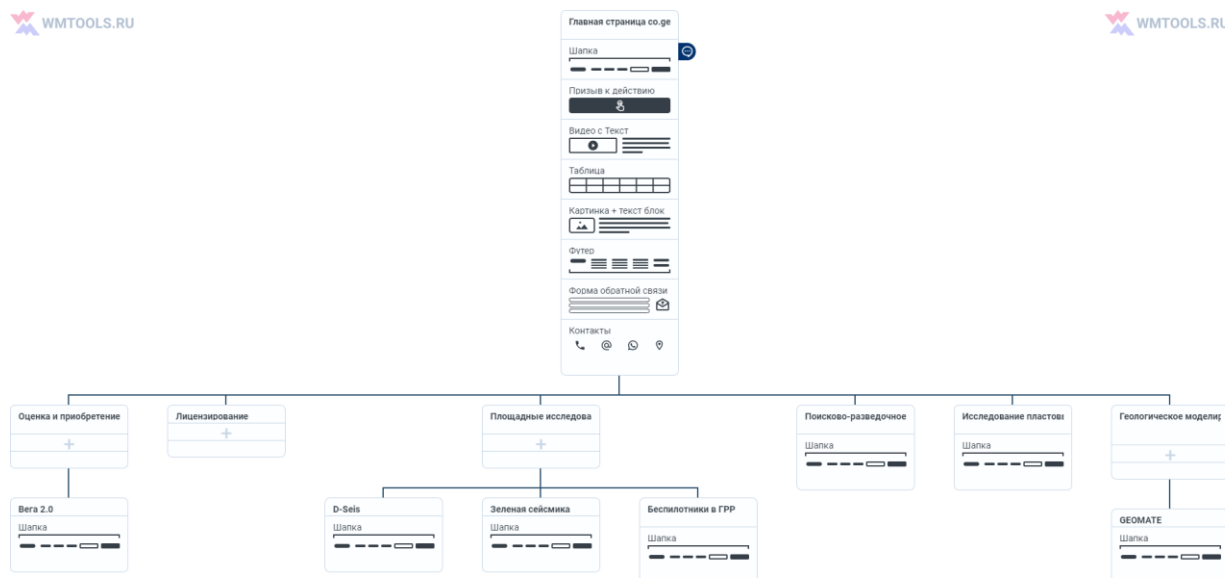


Рисунок №3 - Предварительная структура сайта.

Обязательные элементы для всех страниц сайта:

- логотип мастер-бренда (на внутренних страницах служит ссылкой на главную);
- контактные телефоны в «шапке» сайта и в «подвале»;
- главное (верхнее) навигационное меню;
- второстепенное навигационное меню (подменю);
- поле поиска;
- контактная информация в футере (подвале) сайта. Футер также должен дублировать ссылки верхнего меню;
- интерактивные элементы взаимодействия с пользователем.

Порядок и состав основного меню, подменю и меню в футере будут дорабатываться на стадии прототипирования непосредственно с Исполнителем.

БЛОК 3. ТРЕБОВАНИЯ К ДИЗАЙНУ

Дизайн сайта должен быть удобным и привлекательным для посетителей сайта.

Объем графических элементов дизайна не должен ухудшать общую загрузку сайта, влияя на его производительность.

Все одинаковые элементы управления и данных должны быть оформлены одинаково в пределах одной типовой страницы и для всех типовых страниц.

В частности, это относится к оформлению: кнопок, ссылок, таблиц, текстов (в том числе заголовков всех уровней, нумерованных и нenumерованных списков), форм (в том числе фильтров) и отдельных полей форм.

Количество основных цветов, используемых для оформления всех элементов пользовательского интерфейса не должно превышать 3(трех) цветов. Количество начертаний шрифта, используемых для оформления всех элементов пользовательского интерфейса и данных не должно превышать 2 (двух) шрифтов.

Дизайн интерфейса должен быть разработан с учетом максимального облегчения навигации по сайту и принципов удобства использования пользователем, и будет решать следующие задачи:

- идентификация сайта: верхний (шапка) и нижний (футер) колонтитул страниц, единый стиль оформления информационного наполнения;





- ориентация пользователя в иерархической структуре сайта: главное меню, меню разделов;
- информирование о возможностях обратной связи с администрацией сайта: меню сервисов.

Примерный перечень необходимых шаблонов для разработки Исполнителям:

- Главная страница;
- Страница продукта;
- Страница «Ошибка 404»;
- Страница с результатами поиска;
- Страница обратной связи.

