Бриф на нейминг (разработку наименования)

Приветствуем вас, коллеги! Перед вами бриф на разработку нейминга. 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 |
| Для чего нужно разработать нейминг:1. Для компании
2. Для бренда
3. Для товара / услуги
4. Для персонажа
 |  |
| Что требуется:*(выберите один или несколько подходящих вариантов)*1. Разработать нейминг с нуля
2. Переработать нейминг с сохранением преемственности
3. Переработать наименование без сохранения преемственности
4. Другое *(что именно?)*
 |  |
| Охарактеризуйте причины разработок нейминга? |  |
| Охарактеризуйте цели разработок нейминга? |  |
| Необходимы ли дополнительные услуги:*(выберите один или несколько подходящих вариантов)*1. Разработать слоган к неймингу
2. Разработать байлайн к неймингу
3. Отрисовать товарный знак / логотип к неймингу
4. Задать основы фирменного стиля
5. Помощь с покупкой доменного имени к неймингу
6. Проверка нейминга по базам ФИПС
7. Последующая разработка дизайна упаковки
8. Другое *(укажите)*
 |  |
| Укажите количество и номера классов МКТУ для регистрации нейминга |  |
| Необходима ли свобода нейминга в доменной зоне .ru / .net / .com / .рф или др.? *(если да, то укажите, в какой)* |  |
| Допустимо ли использование дефисов в домене? |  |
| Есть ли в будущем нейминге обязательные константы (например, «ООО», «ТК», «Сеть клиник» или др.) и если есть, то какие и где они используются (в начале или в конце нейминга)? |  |
| Ваши идеи по неймингу (если есть) |  |
| Какие сроки заложены вами на выполнение задачи по неймингу?  |  |
| II. Семантика |
| С чем или с кем, на ваш взгляд, должно ассоциироваться будущее наименование? |  |
| Хотели бы вы, чтобы нейминг ассоциировался с географической принадлежностью (например, страной изготовителем или др.)? И, если да, то с какой страной? |  |
| Креативный посыл, который вы бы хотели заложить в наименование (опишите)  |  |
| Есть ли комментарии (пожелания) от ЛПР по будущему названию, возможно, какие-то исследования конкурентов, итоги встреч и др. |  |
| Позиционирование ваших товаров / услуг 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. Фонетика |
| Впечатление, которое должно производить наименование на потребителя (tone-of-voice):1. Доверительный
2. Заботливый
3. Юмористический
4. Задорный
5. Деловой
6. Элегантный
7. Величественный
8. Другое *(какое?)*
 |  |
| Как должно звучать будущее наименование: 1. Звонко (звонкие согласные – «д», «г» и др.)
2. Глухо (глухие согласные – «т», «ф» и др.)
3. Дребезжаще (с сочетаниями согласных «др», «зв» и др.)
4. Стройно (чаще чередование «согласная», «гласная»)
5. Мелодично (может с задвоениями «лл», «тт» и др.)
6. На манер какого-то языка *(какого?)*
7. По-другому *(как?)*
 |  |
| Хотели бы вы, чтобы название складывалось в аббревиатуру? |  |
| Использование аббревиатуры в названии: 1. Желательно
2. Не желательно
3. Обязательно
4. Не обязательно
5. Другое *(какое?)*
 |  |
| Начертание наименования:1. Кириллица
2. Латиница
3. И кириллица и латиница
4. Итальянский
5. Немецкий
6. Французский
7. Другое *(какое?)*
 |  |
| Желаемое количество слов в наименовании (не включая константы): 1. Одно
2. Два
3. Три
4. Более *(сколько?)*
 |  |
| Длина слов(а) в наименовании:1. Короткое (до 5 букв включительно)
2. Среднее (6-8 букв)
3. Длинное (9 и более букв)
 |  |
| 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 / обращения за услугами), то, что вы ему даете? |  |
| Уникальное торговое предложение (чем ваша компания/товар/услуга отличается от конкурентных)? |  |
| География продаж товаров (город, страна, точки продаж) / оказания услуг |  |
| 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 ассортиментную матрицу ваших товаров / перечень оказываемых услуг |  |
| V. Конкуренты |
| Кто является конкурентами будущему бренду / компании, для которой разрабатывается нейминг: 1. Ключевые конкуренты *(перечислите)*
2. Второстепенные конкуренты *(перечислите)*
3. Товары / услуги заменители *(перечислите)*
 |  |
| В каком ценовом сегменте находятся ваши товары / услуги по сравнению с конкурентами?  |  |
| Перечислите 5-10 наименований, которые вам нравятся и почему. (Желательно и конкурентов, и из представителей других/смежных областей) |  |
| Перечислите 5-10 наименований, которые вам НЕ нравятся и почему. (Желательно и конкурентов, и из представителей других/смежных областей) |  |
| Опишите дополнительные требования к неймингу, 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 найти

точное и подходящее название именно для вас!

Хорошего вам дня!