

## Бриф на разработку нового бренда

<b>Общая информация</b>	
Вопросы	Ответы
<ol style="list-style-type: none"><li>1. Описание компании: имя, сфера деятельности, история, регионы присутствия, описание услуг/товаров, характерные особенности</li><li>2. Если компания уже использует бренд, известен ли он целевой аудитории? Какое у него позиционирование?</li><li>3. Маркетинговые задачи компании</li><li>4. Причины создания/корректировки бренда</li><li>5. Цели и задачи создания/корректировки бренда</li></ol>	
<b>Информация о бренде, продуктах и услугах</b>	
Вопросы	Ответы
<ol style="list-style-type: none"><li>1. Концепция и формат продукта/услуги</li><li>2. История возникновения продукта/услуги на рынке, путь развития, нынешнее положение. Специфические особенности. Географический охват — текущий и планируемый</li><li>3. УТП, конкурентные преимущества продукта</li><li>4. Предполагаемый или существующий стиль</li></ol>	



<p>и характер марки. Примеры используемых ранее слоганов, рекламных сообщений. Тон и форму коммуникации, которые используются бренд</p> <p>5. Позиционирующее определение бренда. Какие потребности и мотивы он закрывает?</p> <p>6. Ключевые продукты или услуги</p>	
---	--

### **Информация о целевой аудитории**

Вопросы	Ответы
<p>1. Какие группы целевых аудиторий выделяет компания? Что важно для каждой из групп? С какими трудностями сталкиваетесь при работе с ними?</p> <p>2. Страхи, опасения и возражения ЦА</p> <p>3. Социально-демографические характеристики — пол, возраст, доход, семейное положение, образование, вид занятости</p> <p>4. Сценарий взаимодействия с аудиториями в офлайне и онлайн как есть сейчас.</p> <p>5. Откуда сейчас аудитории узнают о компании</p>	

### **Информация об отрасли и конкурентной среде**

Вопросы	Ответы
<p>1. Прямые конкуренты, в чем их преимущества и недостатки</p>	



elama

<ol style="list-style-type: none"><li>2. Косвенные конкуренты, в чем их преимущества и недостатки</li><li>3. Характер конкуренции на рынке — цена, продукт, дистрибуция, коммуникации</li><li>4. Роль бренда и рекламы в конкурентной борьбе</li><li>5. Основные тенденции рынка. Предпочтения аудитории</li></ol>	
<b>Организационные моменты</b>	
Сроки выполнения проекта	
Кто согласовывает результат. Контактная информация	