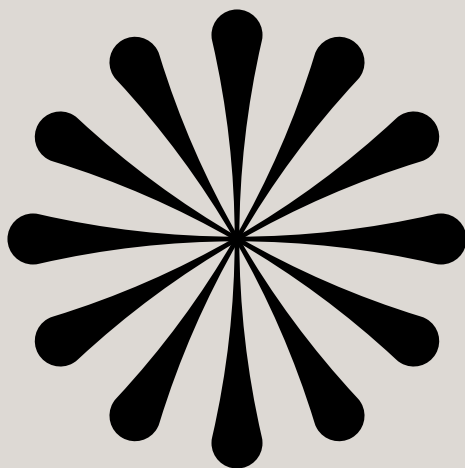
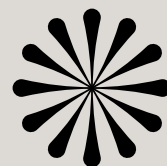


brief / identyfikacja wizualna



[amandawalaszek.com](http://amandawalaszek.com)



# Cześć!

Brief jest kluczem do naszej współpracy. Dzięki informacjom zawartym w dokumencie będę w stanie poznać charakter Twojej marki oraz Twoje oczekiwania odnośnie projektu.

Postaraj się jak najdokładniej odpowiedzieć na pytania. Trafne i szczegółowe odpowiedzi pozwolą mi stworzyć profesjonalną identyfikację wizualną oraz spójny wizerunek Twojej marki.

Wszystkie informacje zawarte w briefie objęte są klauzulą poufności i zostaną wykorzystane jedynie na potrzeby przygotowania oferty oraz projektu.

# Podstawowe informacje<sup>1</sup>

Pełna nazwa firmy / Imię i nazwisko:

Adres strony www (jeśli istnieje):

Osoby uprawnione do kontaktu w sprawie projektu:

Dane do faktury:

Telefon:

E-mail:

Deadline / ważne daty:

Dodatkowe informacje:

# Zakres prac<sup>2</sup>

Czy projekt obejmuje stworzenie nowej identyfikacji wizualnej czy rebranding?

Brand book:

tak

nie

Przewidywany budżet:

Elementy identyfikacji:

wizytówka

teczka

broszura

thank you card

projekt www

katalog

papier firmowy

materiały SM

opakowania

Inne:

Dodatkowe informacje:

# Twoja marka / historia<sup>3</sup>

Nazwa marki:

Branża:

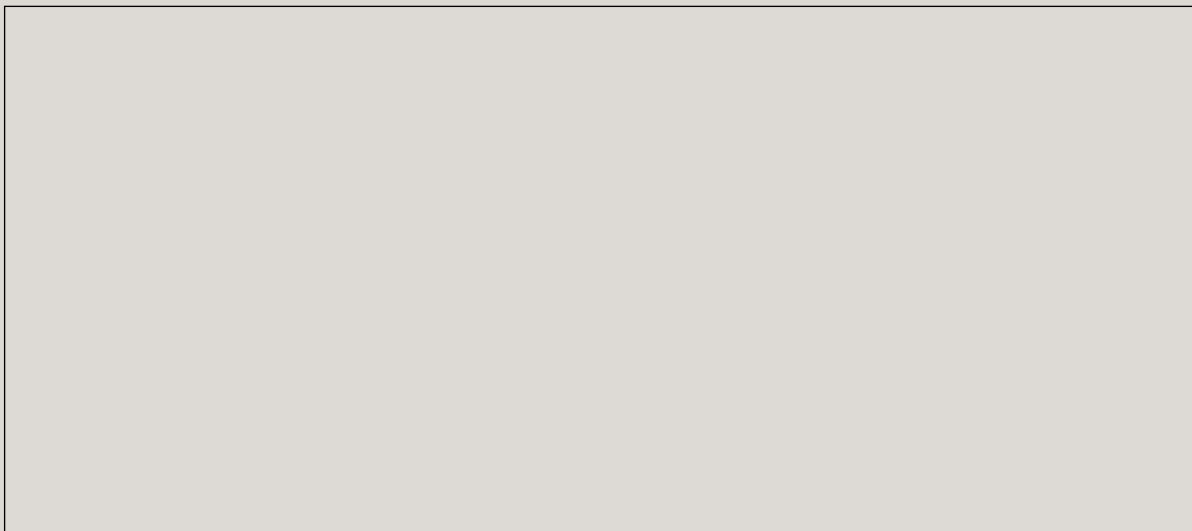
Pozycja marki na rynku:

Oferowane produkty / usługi:

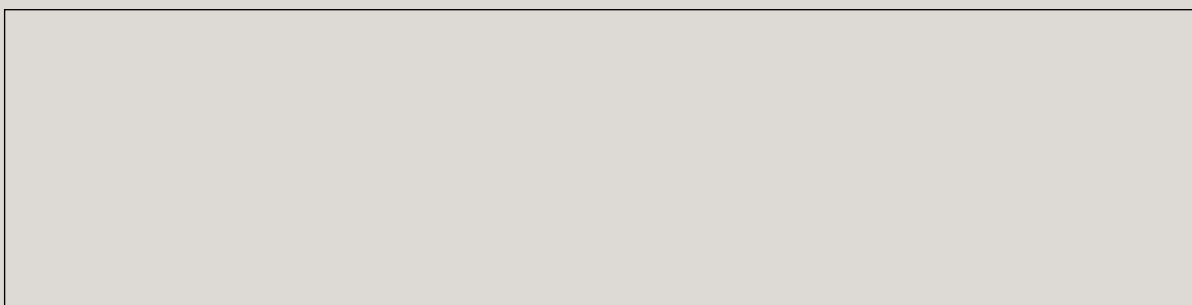
Opisz historię marki:

# Twoja marka / wartości<sup>4</sup>

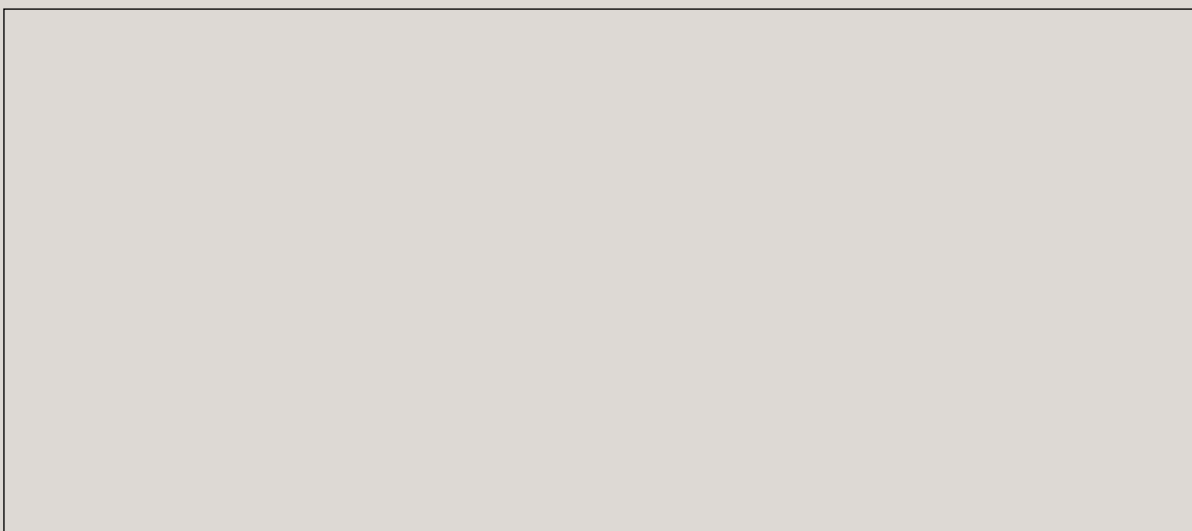
Wartości marki:

A large, empty rectangular box with a thin black border, intended for the user to write down the values of their brand.

Grupa docelowa:

A large, empty rectangular box with a thin black border, intended for the user to describe their target audience.

Jakie wyobrażenie o marce powinien mieć klient?

A large, empty rectangular box with a thin black border, intended for the user to describe the image or perception of their brand that they want their customers to have.

# Twoja marka / profil klienta<sup>5</sup>

Kto jest odbiorcą produktów / usług marki?

kobiety

dzieci

mężczyźni

młodzież

Podaj wiek, miejsce zamieszkania, wykształcenie oraz zamożność klienta:

Jakie zainteresowania / styl życia / postawy / wartości reprezentuje klient?

Czy są jakieś obszary, w których produkt / usługa może pomóc klientowi?

Co oferuje marka klientowi na poziomie emocjonalnym?

Opis idealnego odbiorcy marki:

# Twoja marka / konkurencja<sup>6</sup>

Firmy konkurencyjne:

Które działania wizerunkowe firm konkurencyjnych są w Twojej opinii korzystne?

Co wyróżnia markę spośród konkurencji?



# Twoja marka / wizerunek<sup>7</sup>

Co powinno ilustrować logo / identyfikacja wizualna?

Jakie elementy / informacje powinny zostać wyróżnione w projekcie?

Preferowana kolorystyka komunikacji wizualnej:

Oczekiwana stylistyka komunikacji wizualnej:

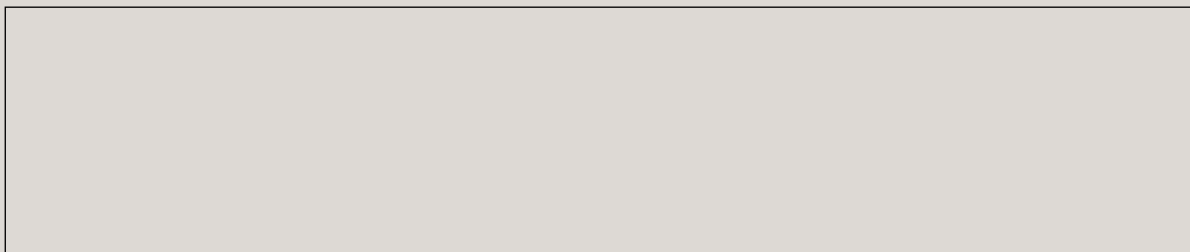
Jaki ton powinien być utrzymany w komunikacji z klientem?

- |                                    |                                     |
|------------------------------------|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> formalny  | <input type="checkbox"/> żartobliwy |
| <input type="checkbox"/> przyjazny | <input type="checkbox"/> poważny    |

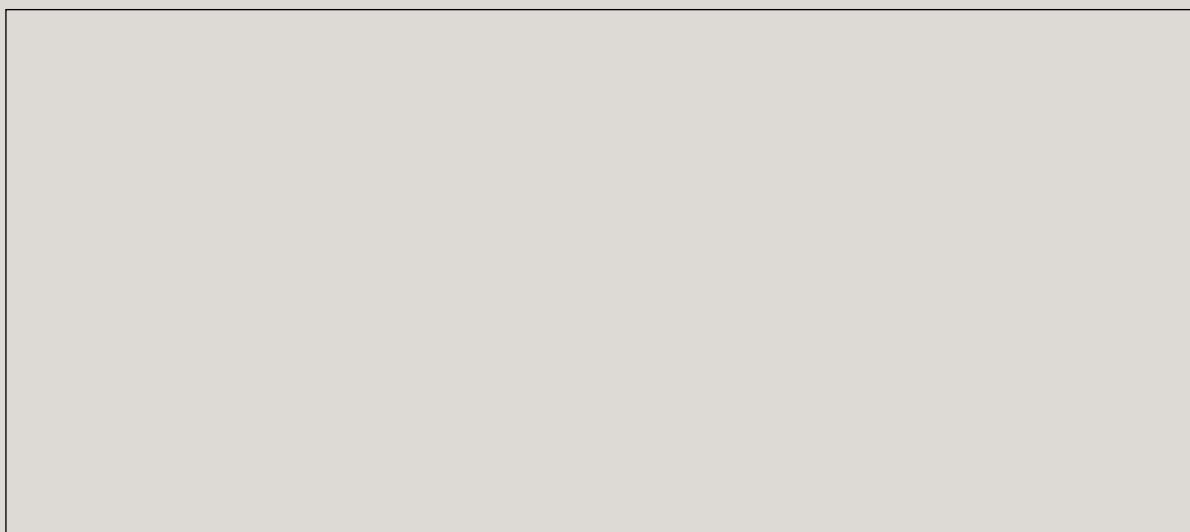
Jakie wymagania techniczne powinien spełniać projekt? Czy istnieją jakieś ograniczenia, które trzeba wziąć pod uwagę?

# Twoja marka / wizja i inspiracje<sup>8</sup>

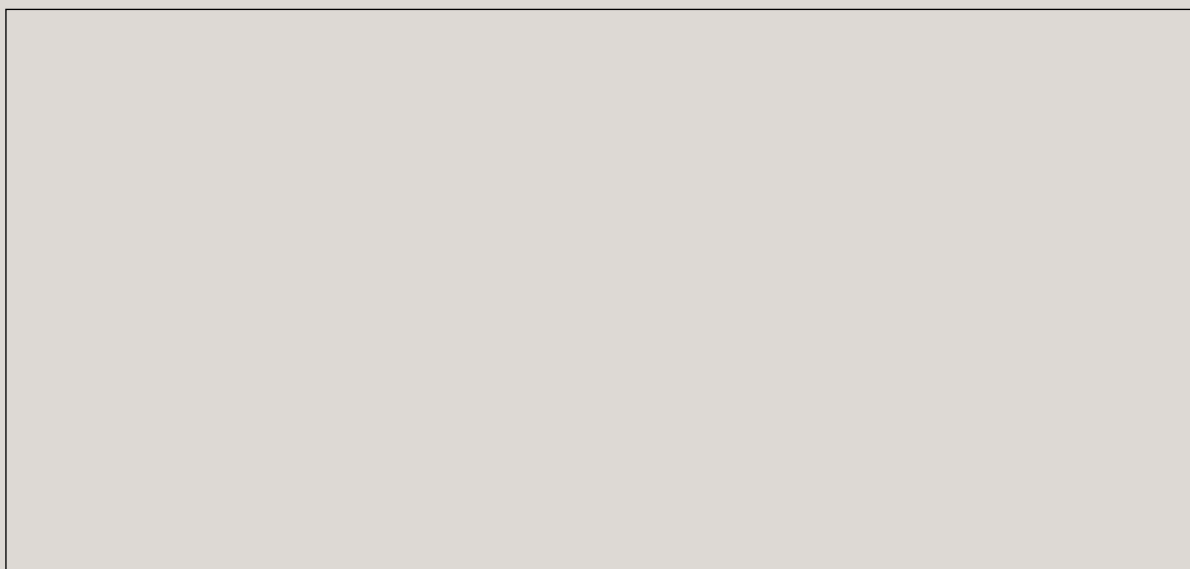
Jakie są Twoje wyobrażenia o nowej identyfikacji wizualnej?

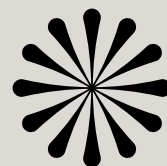


Przykłady projektów, które odpowiadają Twoim oczekiwaniom wizualnym:  
(przykłady marek / projektów z dowolnej branży)



Uwagi:





# Zaczynamy?

Wypełniony brief prześlij proszę na adres:

**walaszek.am@gmail.com**

Po otrzymaniu odpowiedzi przygotuję dla Ciebie ofertę.  
Następnie przeprowadzę dokładną analizę Twojej marki  
i dam z siebie wszystko aby Twoja nowa identyfikacja  
wizualna była profesjonalna i idealnie dopasowana  
do Twoich potrzeb.