**Техническое задание на создание легенды бренда**

|  |  |
| --- | --- |
| Название компанииКонтактные данные |  |
| Название бренда  |  |
| В какой нише распространяется бренд? Например, косметическая продукция, товары для дома, автомобили, продукты питания и так далее.  |  |
| Основные потребители продукта или услуги – это мужчины или женщины? Возможно, дети или пожилые люди? Укажите хотя бы приблизительно.*Пример: 50% подростки и студенты, 25% - женщины не старше 30 лет, 10% - женщины старше 30 лет. Мужчины.*  |  |
| Для кого создан продукт или услуга - элита, средний класс, люди с минимальными заработками и так далее. Можно несколько социальных категорий.  |  |
| Бренд уже известен потребителю или он только выходит на рынок?  |  |
| Вы бы хотели, чтобы бренд ассоциировался с ….Например, с роскошью, с удобством, с качеством и невысокой ценой, с надежностью, с товарами класса «премиум», с честными услугами для малообеспеченных и так далее.**Любые ассоциации только приветствуются!**  |  |
| Есть ли примеры историй брендов в вашей нише, которые вам кажутся привлекательными? Возможно, легенды брендов из других ниш?  |  |
| Какое ощущение должно сложиться у читателя после прочтения легенды вашего бренда?Например:*Эти ребята точно знают толк в спортивной обуви**А ведь и вправду этот рецепт сока самый полезный**Я рад, что принадлежу к тем 3%, которым по карману такие замечательные элитные часы***Креатив приветствуется!**  |  |
| Стиль написания (деловой, ироничный, с элементами юмора, упрощенный и так далее). Если затрудняетесь, в качестве примера стиля можно дать любые посторонние тексты  |  |
| Есть ли у вас какие-то «заготовки» на основе которых может быть построена легенда бренда? Истории из жизни компании, отличительные свойства продукта или услуги, интересные факты и так далее.  |  |
| Может ли легенда бренда быть полностью вымышленной или обязательно лишь обобщение, художественное украшение реальных фактов?  |  |
| Дополнительные пожелания |  |

Задачи

|  |  |
| --- | --- |
| Основная задача разработки |   |
| Проблемная ситуация |   |
| Предполагаемый результат |   |
| Предполагаемые сроки разработки |   |

Продукт / Услуга

|  |  |
| --- | --- |
| Краткое описание продукта / услуги |   |
| Основное преимущество или УТП |   |
| Другие преимущества |   |
|  Основной недостаток |   |
| Другие недостатки |   |
| Ассортиментный ряд, иерархия позиций в ассортиментном ряду (изобразить схематично) |   |

Ценовой сегмент

|  |  |
| --- | --- |
| В каком ценовом сегменте находится продукт / услуга |   |
| Что продается дешевле? |    |
| Что продается дороже? |   |

Конкурентная среда

|  |  |
| --- | --- |
| Основные конкуренты |   |
| Преимущества конкурентов |    |
| Недостатки конкурентов |   |

Дистрибуция

|  |  |
| --- | --- |
| Основные регионы продаж |   |
| Перспективные регионы продаж |   |
| Основные места продаж |   |

Потребитель

|  |  |
| --- | --- |
| Кто является нашим потребителем? |   |
| Мотивы покупки | . |
| Ситуация покупки |   |
| Ситуация потребления |   |

Позиционирование

|  |  |
| --- | --- |
| Текущее позиционирование продукта / услуги |   |

Опыт

|  |  |
| --- | --- |
| Какие материалы есть в наличии (упаковка, рекламные материалыи т.д.) |   |
| Наличие результатов маркетинговых исследований |   |

|  |
| --- |
|  Вы можете отправить заполненное задание на почту panda@petr-panda.ru |
|  Отправляя техническое задание на почту panda@petr-panda.ru , вы подтверждаете согласие с [Пользовательским](https://petr-panda.ru/polzovatelskoe-soglashenie/) [соглашением сайта](https://petr-panda.ru/polzovatelskoe-soglashenie/) и [Публичной офертой сайта](https://petr-panda.ru/publichnaya-oferta/) |