



Чек-лист

Брендинг – это то, что привлекает к вам клиентов. Проверьте ваш инструментарий. Чек-листы хороши тем, что дают системное представление о каком-то предмете. Вы сможете оценить: ваш маркетинг – это набор хаотичных шагов, или ваша компания – хорошо продуманный и успешный бренд.

☐ Есть ли у вас платформа бренда?

☐ Есть ли у вас исследование ваших конкурентов. Их позиционирования и ключевых сообщений?

[Для чего это нужно?](#)

Во-первых, для того чтобы отстроится от них. Во-вторых, для понимания их сильных и слабых сторон. В-третьих, для получения точек роста своего бизнеса.

☐ Определение структуры ценностей и характера компании

[Для чего это нужно?](#)

Во-первых, для того чтобы использовать свои сильные стороны как аргументы в коммуникации. Во-вторых, чтобы дать себе отчет о сильных и слабых сторонах компании. В-третьих, будет являться дополнительным критерием при подборе хорошего.

☐ Анализ целевой аудитории

[Для чего это нужно?](#)

Понимание портрета вашего потребителя поможет найти к нему правильный подход, заслужить его доверие.

☐ Определение вашего главного позиционирования

[Для чего это нужно?](#)

Определение главного позиционирования (какие мы) поможет, во-первых, выделиться среди конкурентов, а во-вторых, создать себе четкий и понятный образ.

☐ Легенда бренда

Для чего это нужно?

Легенда бренда должна нести в себе либо интригу, либо историю. Это улучшает лояльность аудитории и повышает доверие

☐ Нейминг

Для чего это нужно?

Название компании или продукта, в идеале, должно отражать ее суть, являться метафорой. А еще быть запоминающимся. И этот шаг тоже направлен на то, чтоб вашу компанию запомнили.

☐ Современный логотип

Для чего это нужно?

Логотип – это первый штрих к визуальному образу вашей компании. Современный качественный логотип - метафора вашего бренда.

☐ Создание гайдлайна и верстка брендбука

Для чего это нужно?

Гайдлайн – это свод правил использования логотипа и фирменного стиля компании. Именно он стоит на страже единого целостного визуального образа бренда. И вашей прибыли.

Что делать, если по какому-то из пунктов вы пока не можете сказать «да»?

Мы вам поможем! Обратитесь к нам за консультацией.



ISTA MEDIA