

ремесло.
design & smm

чек-лист проверки бренда



WhatsApp:
+ 7 (961) 833-08-10



Telegram:
@remeslodesigner



Вконтакте:
remeslo_design

чек-лист проверки вашего бренда

1. ОБЩАЯ КОНЦЕПЦИЯ БРЕНДА

Отражают ли визуальные элементы ключевые ценности бренда?

☐

Понятна ли миссия бренда через дизайн?

☐

Насколько дизайн соответствует ожиданиям целевой аудитории?

☐

Привлекателен ли визуальный стиль для выбранного сегмента клиентов?

☐

Отличается ли бренд от конкурентов?

☐

Используются ли уникальные элементы дизайна, которые невозможно спутать с другими?

☐

2. ЛОГОТИП

Соответствует ли логотип тематике и духу бренда?

☐

Понятны ли названия виджетов?

☐

Разработаны ли варианты логотипа для разных форматов (горизонтальный, вертикальный, монохромный, упрощенный)?

☐

Учитывается ли его использование на разных носителях (цифровые, печатные)?

☐

Ясно ли читается текст в логотипе (если он присутствует)?

☐

Логотип виден и узнаваем даже в небольшом размере?

☐

Есть ли логотип в векторном формате для масштабирования?

☐

3. ЦВЕТОВАЯ ПАЛИТРА

Выбранные цвета соответствуют эмоциональному посылу бренда?

☐

Сохраняется ли гармония между основными и дополнительными цветами бренда?

☐

Передаёт ли цветовая палитра нужное настроение (доверие, радость, инновации и т.д.)?

☐

Цветовая палитра адаптируется для светлых и тёмных фонов?

☐

Достаточно ли контраста между текстом и фоном?

☐

4. ТИПОГРАФИКА

Используются ли шрифты, соответствующие характеру бренда?

☐

Гармонируют ли основные и акцентные шрифты между собой?

☐

Определены ли шрифты для заголовков, подзаголовков и основного текста?

☐

Подходит ли типографика для использования в печати и в WEB?

☐

Достаточно ли крупный кегль для комфортного восприятия?

☐

Не усложняет ли декоративность шрифта восприятие текста?

☐

5. ГРАФИЧЕСКИЕ ЭЛЕМЕНТЫ

Используются ли стилизованные графические элементы, поддерживающие общий стиль?

☐

Соответствуют ли они брендовой концепции?

☐

Упрощают ли графические элементы понимание дизайна или создают избыточный шум?

☐

Применяются ли текстуры, добавляющие глубину, но не отвлекающие внимание?

☐

6. АЙДЕНТИКА НА РАЗНЫХ НОСИТЕЛЯХ

Соответствуют ли элементы брендинга стандартам для веба (разрешение, размер, адаптивность)?

☐

Работают ли логотип и цветовая схема в социальных сетях, мобильных приложениях и на сайтах?

☐

Учитывается ли качество и цветопередача для визиток, буклетов, плакатов?

☐

Проверен ли дизайн на разных типах бумаги (глянцевая, матовая)?

☐

Легко ли адаптировать брендовый стиль для сувенирной продукции (одежда, аксессуары)?

☐

Используется ли брендинг в оформлении офисов, витрин, мероприятий?

☐

7. ТОН ОБЩЕНИЯ (TONE OF VOICE)

СООТВЕТСТВИЕ:

Является ли стиль текстов в рекламе, социальных сетях и на сайте единообразным?

☐

Гармонирует ли тон общения с визуальной частью бренда?

☐

ЭМОЦИОНАЛЬНОСТЬ:

Передаёт ли Tone of Voice те же эмоции, что и визуальный дизайн?

☐

8. СИСТЕМНОСТЬ

Есть ли детально проработанный брендбук с инструкциями по применению айдентики?

☐

Указаны ли размеры, шрифты, цветовые значения (RGB, HEX, CMYK)?

☐

Проверено ли использование айдентики всеми подрядчиками (дизайнеры, маркетологи)?

☐

Сохраняется ли единый стиль в любых материалах, включая небольшие носители?

☐



9. ВИЗУАЛЬНАЯ ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ

- Узнаётся ли бренд по визуальным элементам без указания названия?
- ☐
- Следует ли дизайн логичной структуре, где основные элементы выделены первыми?
- ☐
- Сохраняется ли последовательность во всех коммуникационных каналах (цифровые и оффлайн)?
- ☐

10. ЭМОЦИОНАЛЬНАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ

- Вызывает ли бренд у пользователей мгновенную ассоциацию с его продуктами или услугами?
- ☐
- Передаёт ли брендинг желаемые эмоции (доверие, надёжность, энергичность и пр.)?
- ☐
- Отражает ли визуальный стиль историю и философию бренда?
- ☐

11.ТЕСТИРОВАНИЕ

- Собирались ли отзывы от целевой аудитории?
- ☐
- Понятен ли визуальный посыл всем пользователям?
- ☐
- Проверены ли элементы брендинга в реальных условиях (WEB, печать, видео)?
- ☐
- Проводилось ли тестирование разных вариантов дизайна (например, логотипа)?
- ☐

12. ГИБКОСТЬ И МАСШТАБИРУЕМОСТЬ

- Можно ли легко доработать брендовый стиль для новых рынков или продуктов?
- ☐
- Учитываются ли в дизайне возможности масштабирования (добавление новых элементов)?
- ☐

Этот чек-лист поможет провести всесторонний анализ брендинга, выявить слабые места и улучшить визуальное восприятие бренда.

ремесло. строит не просто образы,
а рабочие инструменты.

мы знаем: бизнес — это точные расчеты,
а дизайн — их визуальное воплощение.

давайте создадим стиль, который будет
работать, как ваша бизнес-модель:
предсказуемо, эффективно и на результат.

