



brief Pate Media  
identyfikacja wizualna



# 01.

Brief klient – agencja.  
Identyfikacja wizualna.

Brief klient – agencja. Identyfikacja wizualna.

Data briefingu:

Data prezentacji / odpowiedzi  
na brief:

Lider projektu po stronie klienta /  
brief przygotował / kontakt:

Forma prezentacji  
(język, wysyłka w formie pliku czy  
prezentacja podczas spotkania itp.)

Brief klient – agencja. Identyfikacja wizualna.

## MARKA/PRODUKT

## PREZENTACJA FIRMY

Nazwa marki, submarki. Misja, wizja, działalność, oferta.

## TŁO SYTUACYJNE

Prosimy o podanie opisu rynku: potencjał dalszego rozwoju, kluczowe trendy, segmenty rynku, szanse i zagrożenia, główni gracze i ich udziały, mocne strony i słabości konkurentów (również z punktu widzenia Konsumenta), ich pozycjonowanie i działania komunikacyjne, wizerunek...

## Brief klient – agencja. Identyfikacja wizualna.

### SYTUACJA MARKI / PRODUKTU

Zakres kompetencji marki i architektura/portfolio, historia, obecna pozycja rynkowa, postrzeganie marki, sytuacja geograficzna (jeśli istotna), ambicje dalszego rozwoju w przyszłości.  
Charakterystyka produktu / oferty (funkcje użytkowe, parametry techniczne) oraz cena, sposób dystrybucji/proces realizacji usługi, czym się wyróżnia na tle konkurencji; rola, jaką pełni w architekturze/portfolio marki, której podlega i rodzaj powiązania z nią (część bazowej oferty/submarka/marka wspierana).  
Merchandising: gdzie i jak marka / produkt będzie eksponowana/y konsumentom i/lub media/nośniki: gdzie i jak marka/produkt będzie eksponowana/y Konsumentom.  
Planowane wsparcie marketingowe.  
**Główny problem/wyzwanie, z którym związane jest zadanie dla agencji brandingowej.**

Brief klient – agencja. Identyfikacja wizualna.

## CELE MARKETINGOWE

W tym cele komunikacyjne.

### OPIS GRUPY DOCELOWEJ

Szeroko i wąsko zdefiniowanej grupy docelowej, tzw. „serca”.  
Charakterystyka demograficzna, psychograficzna.  
Używanie kategorii lub jej substytutów, potrzeby i oczekiwania z tym związane.  
Relacja Klienta z marką/produktem, jeśli takowa istnieje.  
Kluczowy insight (próba postawienia się na miejscu odbiorcy naszego komunikatu), ewentualne przekonania/bariery do pokonania.

Brief klient – agencja. Identyfikacja wizualna.

## POZYCJONOWANIE MARKETINGOWE

Działania marketingowe dla jakiej grupy docelowej. Definicja punktu odniesienia/kategorii marki.  
Opis obiecywanej korzyści konsumenckiej.

### KLUCZOWA PROPOZYCJA DLA KONSUMENTA / KLUCZOWY KOMUNIKAT

Sformułowana w sposób najbardziej jednoznaczny i klarowny jak to możliwe – adekwatna i motywująca w stosunku do Konsumenta, unikalna i „do zawłaszczenia” wobec konkurencji.

## KORZYŚCI KONSUMENCKIE

Emocjonalne i racjonalne korzyści dla konsumenta.

Brief klient – agencja. Identyfikacja wizualna.

## WSPARCIE PROPOZYCJI

Specyficzne i wyróżniające atrybuty produktu/oferty lub argumenty płynące z dorobku/filozofii marki uzasadniające/uwiarygodniające propozycję.

### WARTOŚCI MARKI

Wartości, w które marka wierzy, którymi kieruje się w swych działaniach.

## OSOBOWOŚĆ MARKI

Opis marki jako osoby, która ma zbudować relację z Konsumentem.



Brief klient – agencja. Identyfikacja wizualna.

STYL KOMUNIKACJI

Definicja pożądanego stylu/tonu komunikacji.

WSKAZÓWKI WYKONAWCZE  
DLA DESIGNU

Hierarchia komunikacji / porządek czytania (np. opakowania).  
Obowiązkowe elementy kreacji wynikające np. z wytycznych strategii marki macierzystej/marki producenta  
czy architektury marki macierzystej.

## Brief klient – agencja. Identyfikacja wizualna.

### ZAKRES PROJEKTU

Poszczególne zadania wchodzące w zakres projektu, np. identyfikacja marki, system identyfikacji wizualnej, literatura firmowa, branding miejsca sprzedaży/placówki, architektura miejsca sprzedaży/placówki etc.

### DODATKOWE POTRZEBY W RAMACH PROJEKTU IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ

- Repozycjonowanie marki
- Rebranding: zmiana logo, brandu marki, przygotowanie wersji wektorowej logo
- Stworzenie podstawowej księgi znaku dla loga, brandu marki
- Stworzenie dla produktu wizualizacji 3D
- Kreacja głównego kierunku wizualnego z opracowaniem motywu graficznego na potrzeby publikacji czy kampanii reklamowej
- Opracowanie projektu strukturalnego opakowania, projekt graficzny etykiety
- Opracowanie treści, tekstów na potrzeby publikacji

Prosimy o zaznaczenie dodatkowych zadań dla agencji reklamowej przy tworzeniu systemu identyfikacji marki

## Brief klient – agencja. Identyfikacja wizualna.

### SZACUNKOWY BUDŻET KOMUNIKACJI

Szacunkowy budżet  
(lub jego widełki), który Klient  
planuje przeznaczyć na  
identyfikację wizualną marki

Agencja powinna znać szacunkowy budżet, aby przygotować zakres opracowania systemu identyfikacji wizualnej i obszar niezbędnych pól eksploatacji dla zastosowania identyfikacji wizualnej marki.

### TERMIN WDROŻENIA

Proszę podać planowany czas realizacji projektu. Podane terminy obejmować będą: kreację pomysłu, prezentację koncepcji, feedback, korektę, akceptację koncepcji, datę oddania projektu, termin ostatecznej realizacji.

### LISTA ZAŁĄCZNIKÓW DO BRIEFU (jeśli występują)

Prosimy o dodanie załączników (hasła, teksty, zdjęcia, grafiki, opakowania produktów, logotypy marek, inne).

## Ważne informacje

Przekazanie materiałów agencji reklamowej Pate Media

Zamawiający potwierdza, że w przypadku dostarczenia przez Zamawiającego jakichkolwiek informacji lub materiałów do wykonania Prac, w tym zdjęć, grafiki, logo itp., dostarczone informacje lub materiały nie będą naruszały chronionych prawem dóbr osobistych lub majątkowych osób trzecich, w szczególności praw autorskich, praw pokrewnych, praw z rejestracji wzorów przemysłowych, praw ochronnych na znaki towarowe lub tajemnicy przedsiębiorstwa ani jakichkolwiek przepisów prawa. W przypadku wystąpienia przez osobę trzecią z jakimikolwiek roszczeniami przeciwko Wykonawcy w związku z informacjami lub materiałami dostarczonymi przez Zamawiającego, Zamawiający zobowiązuje się do zwolnienia Wykonawcy z wszelkich roszczeń i do wystąpienia przeciwko takim roszczeniom na własny koszt i ryzyko, do zaspokojenia wszelkich uzasadnionych roszczeń, a także do naprawienia wszelkiej szkody powstałej po stronie Wykonawcy w związku ze zgłoszonymi roszczeniami osoby trzeciej, w tym wszelkich związanych z tym wydatków i opłat, włączając w to koszty procesu i obsługi prawnej.

## Klauzula informacyjna RODO dla osób będących naszym klientem lub kontrahentem

Informujemy, że administratorem Pana/Pani danych osobowych jest firma Pate Media Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością Spółka komandytowa, z siedzibą w Bielsku-Białej 43-300, ul. Karpacka 24/B26, NIP: 547 217 34 66 .

Wypełniając wymogi Rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z 27.04.2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE (RODO) (Dz.Urz. UE L 119, s..1) informujemy, że: Pani/Pana dane osobowe będą przetwarzane w celu:

- A.** realizacji transakcji kupna-sprzedaży na podstawie umowy, zlecenia, serwisu sprzedażowego, bazując na podstawie prawnej art.6. ust.1.lit.b RODO,
- B.** wystawionej dokumentacji finansowo-księgowej potwierdzającej transakcje kupna-sprzedaży bazując na podstawie prawnej art.6. ust.1.lit.c RODO,
- C.** dochodzenia roszczeń bazując na podstawie prawnej art.6. ust.1.lit.f RODO,
- D.** marketingowych na podstawie prawnego interesu Administratora bazując na podstawie prawnej art.6. ust.1.lit.f RODO,
- E.** statystycznych i analitycznych ukierunkowanych na badanie potencjału sprzedażowego bazując na podstawie prawnej art.6. ust.1.lit.f RODO,
- F.** realizacji reklamacji bazując na podstawie prawnej art.6. ust.1.lit.f RODO. Pani/Pana dane osobowe mogą być przekazywane urzędom skarbowym, bankom, przewoźnikom, Poczcie Polskiej S.A., firmom kurierskim, kancelariom prawnym, Krajowej Administracji Skarbowej, tłumaczom, firmom umożliwiającym obsługę lub wsparcie sprzedaży i obsługi zamówień, firmom realizującym usługi marketingowo-reklamowe.

Pani/Pana dane osobowe nie będą przekazywane do państw trzecich i organizacji międzynarodowych. Pani/Pana dane osobowe będą przetwarzane: Cel **A.** Zgodnie z ustawą o rachunkowości. Cel **B.** Zgodnie z ustawą o rachunkowości. Cel **C.** Do czasu przedawnienia roszczeń. Cel **D.** Do momentu zakończenia współpracy. Cel **E.** Do czasu zakończenia relacji biznesowej. Cel **F.** Do zakończenia postępowania reklamacyjnego oraz zgodnie z ustawą o rachunkowości. Przysługuje Pani/Panu prawo wniesienia skargi do organu nadzorczego, gdy uzna Pani/Pan, że przetwarzanie Pani/Pana danych osobowych narusza przepisy RODO. Organem nadzorczym jest Prezes Urzędu Ochrony Danych Osobowych. Udostępnione dane osobowe nie będą podlegały zautomatyzowanemu podejmowaniu decyzji, w tym decyzji będących wynikiem profilowania. Posiada Pani/Pan prawo dostępu do treści swoich danych oraz prawo ich sprostowania, usunięcia, ograniczenia przetwarzania, prawo do przenoszenia danych oraz wyrażenia sprzeciwu (dotyczy Celu **C-F**). Podanie przez Pana/Panią danych osobowych jest dobrowolne lecz niezbędne do wypełnienia obowiązku ciążącego na administratorze i realizacji umowy.

# wyślij brief

Dziękujemy Zespół Pate Media





# kontakt

Pate Media

Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością spółka komandytowa

ul. Karpacka 24/B26

43-300 Bielsko-Biała

tel. +48 33 851 43 44

[www.pate.pl](http://www.pate.pl)

Jerzy Tessar

dyrektor zarządzający

tel. +48 602 496 890

e-mail: [jurek@pate.pl](mailto:jurek@pate.pl)

Dominik Kotowski

dyrektor kreatywny

tel. +48 668 385 361

e-mail: [dominik@pate.pl](mailto:dominik@pate.pl)

# do zobaczenia

Zespół Pate Media

