

A grayscale photograph of a person from the chest up, looking through binoculars. The person is wearing a striped shirt. The background is a bright, hazy sky. The text is overlaid on the image.

# Дизайн исследования в проектировании бренда

Корней Григорий



Продукт

Конкуренты

Рынок и тренды

Целевая аудитория

# Продукт

## Оценка здоровья бренда

1. Знания
2. Интерес
3. Желание воспользоваться
4. Удовлетворение/повторная покупка
5. Советы друзьям

## Средства образной выразительности

1. Метонимия
2. Сравнение
3. Олицетворение
4. Параллелизм
5. Символ
6. И прочее...

## Система идентификации

1. Знак, логотип, фирменный блок
2. Цветовая палитра бренда
3. Шрифт, основы типографики
4. Фирменная графика
5. Пиктограммы
6. Фотостиль, образы.

## Носители

1. Интерьер
2. Навигация
3. Торговое
4. Оборудование
5. Продукт
6. Упаковка

# Рынок и тренды

## Дизайн-стратегии

1. Мимикрия
2. Копирование
3. Гребешковая стратегия
4. Фейсинг
5. Контраст и дифференциация, противопоставление
6. Сторитейлинг
7. Гипербола, приувеличение
8. Правило тройника
9. Ликвидация, распродажа
10. Кобрендинг

## Тренды

1. Политические
2. Экономические
3. Социальные
4. Технологические
5. Юридические
6. Экологические
7. Глобальные
8. Цифровые
9. Эстетические

# Конкурененты

A group of dogs, possibly Weimaraners, are running through a grassy field. Several of the dogs are wearing large, dark antlers on their heads. The scene is captured in a slightly blurred, dynamic style, suggesting movement and energy.

## Анализ позиционирования

1. Платформа
2. Имидж
3. RTB
4. Преимущества
5. Key vidual
6. Инсайты
7. Визуальные
8. Атрибуты
9. Эмоции
10. Вербальный портрет

## Анализ коммуникаций

1. Сайт
2. Соц. сети
3. Количество упоминаний на других ресурсах
4. Форумы
5. Рекламу в интернете
6. Программы лояльности
7. Систему дизайна
8. POS-материалы

# Целевая аудитория



## Сегментация

1. Социальная
2. Демографическая
3. Финансовая
4. Психологическое восприятие
5. Культурный код
6. Модель потребления
7. Визуальное восприятие
8. Ценностные ориентации
9. Потребности

## Когнитивные искажения

1. Искажения, связанные с поведением и принятием решений
2. Излишнее беспокойство за успех
3. Преувеличение вероятности частных случаев
4. Переоценка значимости частных случаев
5. Переоценка своих возможностей
6. Социально обусловленные искажения
7. Искажения в собственную пользу
8. Искажения, связанные с вероятностями и стереотипами
9. Ошибки вследствие непонимания сущности случайностей
10. Искажения, связанные с ошибками памяти

## Каналы коммуникации

1. Направленность коммуникации
2. Виды каналов
3. Задачи коммуникации
4. Креативная идея
5. Транслируемые ценности
6. Маркетинговый план
7. Этапы знакомства