



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?

Что почитать?

<https://mind-expert.ru/articles/8-sovetov-po-sozdaniyu-brenda/>

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.

Что почитать?

<https://mind-expert.ru/articles/pozicionirovanie-brenda-formirovanie-celevoj-auditorii/>

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.

Что почитать?

<https://mind-expert.ru/articles/brending-kompanii-5-trendov-dlya-startapov-2019/>



Анализ целевой аудитории

Для чего это нужно?

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

Что почитать?

<https://mind-expert.ru/articles/brending-statistika-2020/>

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.

Что почитать?

<https://mind-expert.ru/articles/razrabotka-brenda-brending-i-tekhnologii-brendinga/>

Наличие слогана

Для чего это нужно?

Хороший слоган может запоминаться лучше, чем название компании. А если вас помнят, то это уже половина успеха.

Легенда бренда

Для чего это нужно?

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

Что почитать?

<https://mind-expert.ru/articles/legenda-brenda-3-effektivnyx-sposoba-rasskazat-istoriyu/>

<https://mind-expert.ru/articles/kak-sozdaetsya-legenda-brenda/>



Ключевые бренд-сообщения

Для чего это нужно?

Это ваши аргументы. Тезисы рационального и эмоционального плана, которые были разработаны с учетом описания аудитории, структуры ценностей компании и позиционирования конкурентов. Именно они облегчают коммуникацию, делают вас ближе к вашему клиенту.

Тональность коммуникации (tone of voice)

Для чего это нужно?

Это то, с какой интонацией и на каком языке вы говорите с вашей аудиторией. Tone of voice очень сильно зависит от аудитории и от вашей системы ценностей. Коммуникация разных специалистов, рекламных материалов, информационных постов в одной тональности будет формировать единый облик вашего бренда, повышая доверие к нему вашей аудитории.

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.

Что почитать?

<https://mind-expert.ru/articles/kak-zaregistrirovat-tovarnyj-znak/>

Современный логотип

Для чего это нужно?

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

Что почитать?

<https://mind-expert.ru/articles/kak-sozdaem-sovremennye-logotipy/>

<https://mind-expert.ru/articles/osobennosti-brandinga-korporativnyj-shrift/>



Впечатляющий фирменный стиль

Для чего это нужно?

Разработка фирменного стиля — это создание фирменного паттерна, подбор шрифтовых пар и палитры нужных цветов для формирования единого положительного образа у вашей аудитории.

Что почитать?

<https://mind-expert.ru/articles/cvetovye-trendy-2019-8-trendovyh-cvetov/>

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 почитать?

<https://mind-expert.ru/articles/25-pravil-sozdaniya-rukovodstva-po-firmennomu-stilyu/>

<https://mind-expert.ru/articles/chem-otlichaetsya-brendbuk-ot-gajdlajna/>

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

Вы можете реализовать этот этап самостоятельно. Вам помогут статьи на нашем сайте. Или обратитесь к нам за консультацией.