

Как понять, что пора обновлять фирменный стиль бренда

1. ОТМЕТЬТЕ ФИРМЕННЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ, КОТОРЫХ НЕТ У ВАШЕГО БРЕНДА:

- ☐ Логотип (3 балла)
- ☐ Шрифт (3 балла)
- ☐ Цветовая палитра (2 балла)
- ☐ Фотостиль (2 балла)
- ☐ Фирменная графика (1 балл)
- ☐ Иллюстрации (1 балл)
- ☐ Другие элементы (1 балл)

2. ДОСТАТОЧНО ЛИ УЖЕ РАЗРАБОТАННЫХ ЭЛЕМЕНТОВ ДЛЯ РАЗВИТИЯ БРЕНДА?

- ☐ Совсем недостаточно, всё время добавляем новые элементы (3 балла)
- ☐ Зависит от задачи, иногда приходится вводить новые элементы (2 балла)
- ☐ Достаточно для брендингового любого носителя (1 балл)

3. СООТВЕТСТВУЕТ ЛИ ТЕКУЩИЙ СТИЛЬ НАСТРОЕНИЮ И ХАРАКТЕРУ БРЕНДА?

- ☐ Нет, мы чувствуем противоречие между визуальным стилем и тоном коммуникации (3 балла)
- ☐ В общем наш визуал соответствует настроению и характеру бренда, но требует доработок (2 балла)
- ☐ Да, мы выглядим полностью в соответствии с позиционированием (1 балл)

4. СОЧЕТАЮТСЯ ЛИ ЭЛЕМЕНТЫ ВИЗУАЛЬНОГО СТИЛЯ МЕЖДУ СОБОЙ?

- ☐ Нет, все они как будто из разных миров (3 балла)

- ☐ Некоторые образуют единую визуальную систему, некоторые из неё выпадают (2 балла)
- ☐ Все элементы были разработаны согласно единой идее и отлично сочетаются между собой (1 балл)

5. ВАШ БРЕНД ВЫГЛЯДИТ СОВРЕМЕННО?

- ☐ Нет, наш стиль был разработан более 10 лет назад, и с тех пор мы его не обновляли (3 балла)
- ☐ Мы стараемся. Наш стиль был разработан около 8 лет назад. Периодически мы обновляем отдельные элементы (2 балла)
- ☐ Наш визуальный стиль соответствует современным требованиям. Мы разработали его не более 5 лет назад и постоянно работаем над обновлениями (1 балл)

6. ВАШ БРЕНД ВЫГЛЯДИТ КОНКУРЕНТНО?

- ☐ Нет, на фоне конкурентов мы не вызываем доверия (3 балла)
- ☐ Выглядим довольно убедительно, но есть куда расти (2 балла)
- ☐ Мы выглядим как лидер в отрасли, значительно превосходим конкурентов (1 балл)

7. НАСКОЛЬКО УДОБЕН В РАБОТЕ ВАШ ЛОГОТИП?

- ☐ Есть разные адаптированные версии и форматы логотипа с которыми удобно работать (1 балл)
- ☐ У логотипа есть несколько разных версий и непонятно какую использовать (2 балла)

- ☐ Есть мелкие детали, от которых можно отказаться (2 балла)
- ☐ Есть тени и обводки, от которых можно отказаться (2 балла)
- ☐ У логотипа нет сокращённой версии (3 балла)

8. УДОБНО ЛИ РАБОТАТЬ С ЭЛЕМЕНТАМИ ВАШЕГО СТИЛЯ?

- ☐ Нет, многие наши элементы требуют дополнительной работы для каждого носителя. В каждом отдельном случае мы решаем задачу разными способами (3 балла)
- ☐ Более-менее, но хочется оптимизировать процессы. Мы привыкли работать с тем, что есть, но никаких правил нигде не зафиксированно (2 балла)
- ☐ У нас есть гайдлайн по работе со стилем, и все дизайнеры работают по нему. Наш визуальный стиль выглядит понятно, мы можем прогнозировать, как будет выглядеть любой носитель в системе (1 балл)

9. НРАВИТСЯ ЛИ ВАШЕЙ КОМАНДЕ ТО, КАК ВЫГЛЯДИТ БРЕНД?

- ☐ Нет, мы чувствуем, что наш визуальный стиль устарел, стал неудобным, не вдохновляет на сотрудничество (3 балла)
- ☐ Мы привыкли с ним работать. Наш стиль выглядит сносно, но не может составить конкуренцию действительно современным брендам (2 балла)
- ☐ Да, наш визуальный стиль полностью соответствует видению нашей команды! (1 балл)

РЕЗУЛЬТАТЫ:

45–24 балла

Пора обратиться за комплексной разработкой айдентики. Похоже, ваш стиль устарел и нуждается в основательной доработке.

23–10 баллов

Фирменный стиль более-менее справляется со своими задачами, но носители могут работать эффективнее и выглядеть современнее. Рекомендуется освежить концепцию и систематизировать элементы.

10–0 баллов

Ваша команда заботится о том, чтобы компания выглядела конкурентно и современно. Вы строго соблюдаете правила гайдлайна и выглядите классно. Самое время задуматься об эффектном спецпроекте!