

Денис Серебряков

Открытое коммерческое предложение



Денис
Серебряков —
руководитель
dsgn.by,
член союза
дизайнеров
Беларуси

С 2003 года основным направлением деятельности является корпоративный дизайн. Предлагаются комплексные услуги по созданию бренда: от подбора названия, разработки логотипа и носителей фирменного стиля до производства сайта. Системный узкоспециализированный подход к разработке и дальнейшее сопровождение визуального образа торговой марки или компании позволяет получать точный, прогнозируемый и эффективный результат.

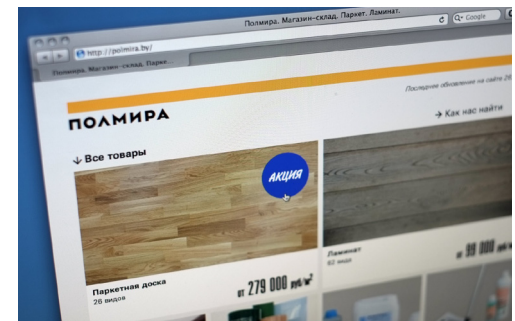
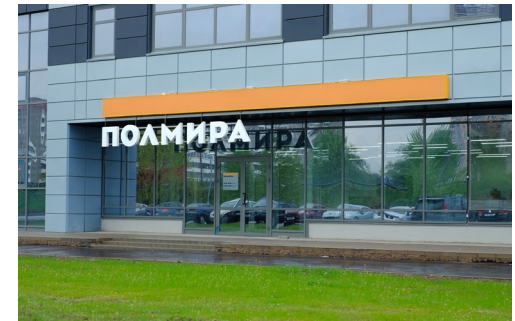
Эффективность сотрудничества

Эффективность дизайна состоит не только в его оптимальном соответствии компании или торговой марке, но и в том, насколько умело им пользуются и развивают.

Использовать элементы корпоративного стиля должен квалифицированный специалист, отдел или фирма. Хорошо, когда такой ресурс имеется в распоряжении, но часто одних дизайнеров недостаточно: некоторые ситуации предполагают большую профессиональную чувствительность и гибкость — необходимы комплексные знания и неоднократный опыт внедрения подобных проектов. Это так называемая бренд-аналитика — синхронизация маркетинг-задач с визуальным «языком» компании.

На примере элементы фирменного стиля «Полмира»: визитка, вывеска одного из магазинов сети, веб-сайт.

Каждый из этих носителей был выполнен в разные периоды сотрудничества, но при этом удалось сохранить единство на протяжении многих лет взаимодействия с клиентом.



Этапы эффективного сотрудничества

	Этапы поддержки		
	<i>Разработка</i>	<i>Внедрение</i>	<i>Сопровождение</i>
Знак/логотип	✓		
Деловой минимум ¹	✓		✓
Руководство/гайдлайн/брендбук	✓		✓
Упаковка	✓	✓	✓
Внутренние и внешние идентификаторы ²	✓		✓
Рекламно-информационная продукция		✓	✓
POS-материалы (календари, пакеты и др.)		✓	✓
Выставки, PR-события		✓	✓
Реорганизация/развитие торговой сети			✓
Веб-сайт	✓		✓

¹ — Визитные карточки, оформление базовой документации, презентации, коммерческие предложения и прочее.

² — Навигационные таблички, указатели, вывески, транспорт и подобные носители элементов фирменного стиля.

Вы начинаете новое дело

Для начала комфортной и эффективной работы вам нужен «деловой минимум» — логотип и визитные карточки. Но в каждом конкретном случае могут понадобиться и другие носители: вывески, рекламные плакаты, сайт-визитка и т.д.

«Деловой минимум» разумно делать сразу — на одном дыхании и «одной рукой»: образ вашего бизнеса получится более цельным и однородным.

Практика показывает, что услуги дизайнера с высокой долей вероятности понадобятся и в будущем. Непрерывное ведение вашего проекта, идеальное знание продукта и всех нюансов взаимодействия позволят максимально деликатно и гармонично

развивать его, «подключать» новые носители и коммуникации и корректировать старые. При необходимости проект будет выведен на стадию полноценного фирменного стиля (системы визуальных образов), который сформируют особый «почерк» компании и сделают его безусловно узнаваемым.

Длительные взаимодействие с компанией или торговой маркой переводят отношения на новый уровень. Вместе с вами мы начинаем анализировать закономерности, реагировать на изменение конкурентной среды и преобразовывать разработанный образ так, чтобы он соответствовал времени.

Компания давно на рынке

Любому бизнесу свойственно в многолетнем формировании своего визуального стиля накапливать ошибки. Вы осознаете, что пришло время корректировать образ или полностью менять его.

Комплексная разработка фирменных носителей — это создание основы для будущей графической концепции. Результатом первичной разработки в проекте должен стать документ (руководство, гайдлайн) — эталон, в котором описан каждый носитель и его способы коммуникации — будущие «правила жизни».

С одной стороны, этого достаточно — задача выполнена. Но чтобы понять, что все сделано точно, необходим этап

внедрения, который страхует от случайной трактовки или воспроизведения каких-либо элементов стиля. Разработанная концепция погружается в реальный контекст под присмотром, чем контролируется ее корректное воспроизведение.

Дальнейшее сопровождение — это регулярный дизайн-«надзор» основной идеи, а также создание и развитие новых коммуникаций с учетом перспектив и стратегических целей бизнеса. Процесс поддержки означает постоянное взаимодействие с партнером, тотальный анализ и погружение в проект. Эта услуга позволяет компании сосредоточиться на бизнесе, сохранив при этом образ компании цельным и узнаваемым.

Что включает бренд-поддержка на практике

Разработка и подготовка любых дизайн-макетов для внутрекорпоративного или рекламно-информационного использования.

К примеру: новые биллборды, подготовка к выставке, внутренняя презентация компании.

Реализация любых других задач, направленных на прямое или косвенное продвижение бренда.

К примеру: сценарий видеоролика, продвижение сайта через реальные точки продаж, оптимизация пространства торгового зала.

Коммуникация и контроль исполнения профессиональных обязательств в творческой сфере другими подрядчиками.

К примеру, проконтролировать процесс оклейки фирменного транспорта.

Контроль экономии/расходования денежных средств в случае реализации отдельных творческих задач другими подрядчиками.

К примеру: вместо видеоролика за \$20k на выставочный стенд разработать, в рамках бренд-поддержки, анимированную презентацию.

Постоянное бренд- и дизайн-консультирование в области текущих способов продвижения и разработке/внедрению новых.

К примеру, концептуальная подготовка «коробочных решений» товаров или услуг компании.

Поиск и подбор творческого персонала с обучением/настройкой под текущий процесс и особенности работы с брендом.

Последовательность работы над проектом



В среднем, реализация любого комплексного проекта по разработке корпоративного стиля рассчитана минимум на 3 месяца, два из которых — рекомендуемый период бренд-поддержки (внедрение и сопровождение).

Сроки реализации ключевых групп-элементов фирменного стиля

	<i>Рабочие дни</i>	<i>Обязательная встреча</i>
Знак/логотип	15	✓
Деловой минимум ¹	10	
Руководство/гайдлайн/брендбук ²	20	
Упаковка	20	✓
Веб-сайт	40	✓
Сопровождение ³	2 месяца	✓
Название	15	✓

¹ — Т.к. деловой минимум у каждого проекта индивидуальный, то и время которое тратится на него тоже индивидуальное. Указанный срок реализации — усредненный. В случае разработки дополнительной языковой версии сроки увеличатся на 30%, равно как и стоимость работ.

² — Часто при разработке комплексного проекта Руководство формируется параллельно основному процессу, поэтому по времени совпадает с общим временем проекта.

³ — 2 месяца это оптимальный и рекомендуемый срок для сопровождения компании или торговой марки. Это и пробный период тоже, потому что не попробовав долгосрочного сотрудничества по бренд-аналитике сложно понять на сколько это эффективно для вашего бизнеса.

Стоимость бренд-сопровождения определяется исходя из объема деловой/рекламной активности (среднемесячного объема задач) вашей компании или торговой марки.

Необходимость проведения совещаний/встреч по обсуждению процесса разработки и сопровождения определяется индивидуально, но проведение ключевых необходимо, чтобы действовать согласовано.

Несколько клиентов, которые стали партнёрами

ПОЛМИРА

«Стратегическое мышление и понимание продукта. Скрупулезный подход к работе обеспечивает продуманные до мелочей решения, которые помогают достигать поставленных целей. Высокое качество исполнения и всегда пунктуальность. Такое сотрудничество позволяет нам сохранять собственный стиль и достойно выглядеть на рынке.»

*Сергей Гапанович,
управляющий ЗАО «Пол мира»,
торговые сети «Полмира™»
и Openini™*



«Растущая конкуренция заставляет не просто производить, а создавать бренд. Поиски партнёра среди известных агентств, дали только километры счетов и разговоры о брендах. С Денисом Серебряковым нам удалось в сжатые сроки провести ребрендинг. На выставке «Мир Детства» (Москва, Экспоцентр) новый имидж успешно укрепил наши позиции в глазах потребителей.»

*Марина Малыщицкая,
генеральный директор «Плитекс-С»,
торговые марки Plitex™ и Perina™*

Stroyka.by

«Цельное видение бренда и реализацию этого видения в графике определяет настоящий профессионализм и ум. Не остается без внимания и творческая составляющая процесса. Погружение в вопросы бизнеса, маркетинга, постоянный поиск решений — творческий поиск.»

*Александр Стриженок,
генеральный директор крупнейшего
строительного каталога Stroyka.by*

Резюме

Уникальность подобного предложения в том, что вы решаете вопрос применения дизайна раз и навсегда! Вся практика основана на реальном опыте разработки проектов «с нуля», что гарантирует её высокую конкурентоспособность на белорусском рынке. Постоянная поддержка не предполагает дополнительного поиска вами разработчиков для разовой работы в отрыве от общей картины бренда. Никаких случайностей — выбранная на старте концепция корректно используется и развивается, что позволяет действовать на перспективу.

Денис Серебряков
+375 (29) 693-30-23
www.dsgn.by

Минск