



**SKIVRE Учебен модул 8:**  
**Създаване на силна марка**  
**Дизайн и етикиране**

Автор/и:

**Ангела Иванова**  
**Волфганг Книйски**

Институция:

**ИНИ-Новация**  
**България ООД**



Съфинансиран от програма  
„Еразъм+“  
на Европейския съюз

Подкрепата на Европейската комисия за изготвянето на тази публикация не представлява одобрение на нейното съдържание, което отразява единствено възгледите на авторите. Комисията не носи отговорност за каквото и да било използване на информацията, която се съдържа в настоящата публикация. Проект № 2018-1-DE02-KA202-005023



Декларация за авторско право:



Тази разработка се разпространява под лиценз *Криейтив Комънс Признание - Некомерсиално - Споделяне на споделеното 4.0. Международен лиценз*

Можете свободно:

- да споделяте — да копирате и разпространявате материала на произволен носител и в произволен формат
- да адаптирате (да създавате производни материали) — да редактирате, видоизменяте и да създавате нов материал, опирайки се на настоящия

при следните условия:

- Признание — вие трябва дадете съответните указания, свързани с авторството, да дадете линк към лиценза и да посочите всички направени промени, ако има такива. Можете да направите това както сметнете за целесъобразно, но не и по начин, който би означавал, че лицензодателят одобрява вас или вашия начин на използване на произведението.
- Некомерсиално — вие нямате право да използвате този материал за търговски цели.
- Споделяне на споделеното (при същите условия) — ако редактирате, видоизменяте и да създавате нов материал, опирайки се на стария, вие сте длъжни да разпространявате преправените от вас части при условията на лиценза, под който се разпространява оригинала.



# Проверете знанията си

Упражнения

---



## Упражнение 8.1. – Идентичност на бранда

### Отговорете на въпросите

Въпросите по-долу могат да ви помогнат да започнете да определяте идентичността на вашия бранд. Те са свързани с вашата вътрешна култура и ценности:

- Какви са основните ценности и принципи на вашия манастир?
- Какви са основните ценности и принципи в производствената ви дейност?
- Какво ви вдъхнови да започнете и да създавате вашата продукция?
- Кои са уникалните характеристики на вашите продукти?
- Какво искате името на вашия (бъдещ) бранд да извиква в съзанието на някой когато го чуе?
- Как искате да се чувстват хората когато се срещат за вашите продукти?
- Как искате клиентите ви да описват вашите продукти?
- Защо искате да предлагате вашите манастирски продукти или услуги на хората?

След като отговорите на въпросите, вече ще имате база за концепция на вашия бранд и добра подготвителна работа за следващите стъпки.

## Упражнение 8.2. – Дизайн бриф за вашия бренд

### Попълнете формуляра

Моля попълнете формуляра по-долу, за да създадете Дизайн бриф, който ще бъде основата за създаване на логото и всички други визуални елементи на вашия бренд.

Креативен дизайн бриф

Дата:

Име и имейл за връзка	...
Име на манастирския магазин	...
Опишете производствената си дейност или вашия манастирски магазин	...
Какви са уникалните характеристики на вашите манастирски продукти/ манастирски магазин?	...
Има ли съществуващи указания за бранда?	<input type="checkbox"/> Да <input type="checkbox"/> Не
Налични материали/необходими материали	...
Дългосрочни и краткосрочни цели на новия дизайн	...
Цвета, които предпочитате / не предпочитате?	...
Обхват на производствената дейност/ манастирския магазин	...
Коя е целевата ви аудитория?	...
Цялостен стил/ вид/ чувства/ тон	...
Всякакви категорични „Не искам“	...

Обсъдете дизайн брифа с дизайнера, който ще създаде логото на вашия бренд и всички други материали.



## Упражнение 8.3. – Стъпки за комуникация на бранда

Попълнете таблицата

<b><i>i. Идентичност на бранда, определете вашата ценност, предложение – какво хората трябва да мислят за вас?</i></b>	<b><i>ii. Послание на бранда – какво трябва хората да разбират?</i></b>	<b><i>iii. Комуникация на бранда – как ще достигнете до хората?</i></b>
Ключови характеристики и ползи от вашите продукти	Стратегическо послание	План за комуникация – преглед на вашите комуникационни дейности
Вашата целева аудитория	Теми на вашата история на бранда – персонализирана за вашите продукти и манастирски магазин	Комуникационни канали – места където ще участвате, за да се свържете с вашата целева аудитория
Вашите уникални характеристики	Източници на съдържание	Комуникационни материали – помощни материали за вашето послание на бранда (видеа, снимки, брошури и др.)
Вашите ценности и опит	Ангажирани хора – кой ще разпространи посланието на бранда (служители, доброволци, клиенти, партньори, др.)?	

