

**ブランドアイデンティティデザインの簡単なサンプルテンプレート**

|  |
| --- |
| **クリエイティブの概要** |
| **ブランドアイデンティティデザイン概要タイトル** | **正電荷のためのブランドブリーフ**  |
| **クライアント名** | 正電荷 |
| **連絡先情報** | **名前** | ジェーン・ウェンデル |
|   | **電話** | 555-123-9876 |
|   | **電子メール** | jane@positivecharge.com |
|   | **住所** | 正電荷7898 59th St., Ste ボセル, WA 98011 |
| **ブランドデザイン予算** | **量** | 50000ドルフォローアップブランドの改良のための$ 20,000.00(テスト後の市場) |
| 詳細な財務予測 |
| **財務ソース** | カリフォルニア銀行  |
| **筆記** | クライアントは、12月1日までに署名する作業明細書(SOW)を当社に提供します。 |
| **ブランドアイデンティティデザイン概要ブランド**の概要、研究ソースと調査結果 |  | クライアントは、自社ブランドが環境に配慮したドライバーや非ドライバー、そしてEV市場が提供する利便性を望むすべての人と話すことを望んでいます。 ブランドは、既存および潜在的なEVユーザー/ドライバーに話す必要があります。  |
| **ブランドアイデンティティデザインの目的**詳細な目標、望ましい結果、測定可能な目標 |  | クライアントのEV充電ステーションは、そのようなステーションの相対的な希少性に対応します。EV充電ステーションの増加に伴い、EVドライバー/ユーザーはより多くの充電オプションを持つことになります。EV充電ステーションの普及は、EV以外のユーザー/ドライバーにもEV車への切り替えを促し、次の利点を生み出します。二酸化炭素排出量の削減地域社会での運転コストを下げる。他の形態のクリーンな輸送のモデルとして役立つ。地域社会が気候変動の目標を達成するのを助けます。 ブランドは、環境に配慮したドライバーと非ドライバー、そしてEV市場が提供しなければならない利便性を望むすべての人に話すべきです。 |
| **ブランドマーケティングガイドライン**すべての作品の詳細な承認プロセス、スタイルガイド、既存のブランディング標準へのリンク | ブランドは、環境に配慮したドライバーと非ドライバー、そしてEV市場が提供しなければならない利便性を望むすべての人に話すべきです。 |
| **ブランドマーケティング資料**戦略的リーチと望ましい結果とともに必要な部分を説明する | **写し** | (詳しくはクリエイティブのデザインディテール仕様 [添付] をご覧ください) |
|   | **広告を印刷する** | (詳しくはクリエイティブのデザインディテール仕様 [添付] をご覧ください) |
|   | **ディスプレイ広告** | (詳しくはクリエイティブのデザインディテール仕様 [添付] をご覧ください) |
|   | **サイネージ/バナー** | (詳しくはクリエイティブのデザインディテール仕様 [添付] をご覧ください) |
|   | **イベント/プロモーション作品** | (詳しくはクリエイティブのデザインディテール仕様 [添付] をご覧ください) |
|   | **ウェブサイト** | (詳しくはクリエイティブのデザインディテール仕様 [添付] をご覧ください) |
|   | **ソーシャルメディア** | (詳しくはクリエイティブのデザインディテール仕様 [添付] をご覧ください} |
|   | **他** | (詳しくはクリエイティブのデザインディテール仕様 [添付] をご覧ください) |
| **ターゲットオーディエンス**ターゲット顧客ベースの誰が、何を、いつ、どこで | **主な人口統計** | ターゲットオーディエンスには、環境的、社会的、経済的に良心的な既存および潜在的なEVユーザー/ドライバーが含まれます。  |
|   | **二次人口統計** | 私たちの二次的なターゲットオーディエンスには、EV充電ステーションを駐車場に組み込もうとしているチェーン店やフランチャイジーが含まれます。 |
| **行動喚起**ターゲットオーディエンスの望ましい反応を詳述する | 「ポジティブチャージは、私たちが世界を変えるのを手伝ってほしいと願っています。 |
| **ブランドキャンペーンのルックアンドフィールキャンペーンの**希望するスタイルを説明する |   | 親しみやすさ、信頼性、環境の健全性、親しみやすさの感覚を植え付ける必要があります。 |
| **キャンペーンメッセージ**製品の主な利点を定義し、その価値を説明し、希望するターゲットオーディエンスが取り除く | ブランドは次のメッセージを伝えるべきです:環境的に肯定的な違いを生む。社会的および経済的健全性を提供する。既存および潜在的な顧客に前向きな感覚を植え付けます。 |
| **競合分析**競合他社、キャンペーンメッセージ、調査結果、およびサポート情報の説明 - ドキュメントの添付ファイルを一覧表示します。 | 分析によると、クライアントのEV充電ステーションは、競合他社のステーションよりも費用対効果が高く、設置が簡単で、環境にやさしいことがわかりました。クライアントのEV充電ステーションもすぐに利用できます。  |
| **画像の要件**必要な画像と投影ソースのリスト | **グラフィックス** | (詳しくはクリエイティブのデザインディテール仕様 [添付] をご覧ください) |
|   | **写真術** | (詳しくはクリエイティブのデザインディテール仕様 [添付] をご覧ください) |
| **マルチメディア** | (詳しくはクリエイティブのデザインディテール仕様 [添付] をご覧ください) |
| **計画** | **投影タイムライン** | 私たちは、契約/ SOWに署名してから6ヶ月以内に新しいクライアントのブランディングを持っている必要があります。 |
|   | **重要な日付/締め切り** | クライアントは、休日(11月上旬)に新しいブランドが利用可能であることを望みます。 |
| **その他**その他の重要な情報を含める |   |
| **コメントと承認** |
| **クライアントの連絡先名と役職** |
| ジェーン・ウェンデル、CMO、ポジティブチャージ |
| **コメント** |
| 主に、クライアントは、できるだけ多くの場所に完全に無料のEV充電ステーションを持つことで、次の結果が得られることを思い出せるようにすることで、ブランドがオーディエンス/顧客にプラスの影響を与えることを望んでいます。二酸化炭素排出量を削減する。地域社会での運転コストを下げる。他の形態のクリーンな輸送のモデルとして役立つ。コミュニティが気候変動の目標を達成するのを助けます。    |
| **日付** | **署名** |
|   |   |

|  |
| --- |
| **免責事項**Web サイトで Smartsheet が提供する記事、テンプレート、または情報は、参照のみを目的としています。当社は、情報を最新かつ正確に保つよう努めていますが、本ウェブサイトまたは本ウェブサイトに含まれる情報、記事、テンプレート、または関連グラフィックに関する完全性、正確性、信頼性、適合性、または可用性について、明示的または黙示的を問わず、いかなる種類の表明または保証も行いません。したがって、お客様がそのような情報に依拠する行為は、お客様ご自身の責任において厳格に行われるものとします。 |