

A person's hands are shown typing on a silver laptop keyboard. The background is a soft, out-of-focus white. Overlaid on the image is the logo for Apollo-8, which consists of the letters 'A8' in a stylized, multi-colored font (red, purple, orange) with horizontal lines extending from the 'A' and '8'. Below this is the text 'APOLLO-8' in a black, sans-serif font, and 'digital agency' in a smaller, pink, lowercase sans-serif font.

A8

APOLLO-8

digital agency

Чек-лист по созданию бренда

Создание идеи

1. Выпишите все идеи по созданию бренда.
2. Каждую идею распишите подробно.
3. Структурируйте информацию по каждой идее, чтобы ее можно было сравнить между собой по одинаковым критериям (например, реалистичность реализации, дороговизна реализации, новизна, популярность ниши, финансовый потенциал).
4. Сравните все идеи или разные версии одной общей идеи.
5. Расставьте их в порядке приоритетности.

Анализ

1. Посмотрите популярные запросы в поисковых системах в Яндекс.Вордстат.
2. Проанализируйте, есть ли среди них совпадения с вашими идеями или близкие к ним.
3. Проанализируйте конкурентов — какой продукт они производят или продают, как продают, какие инструменты для продвижения используют, с какой аудиторией работают.
4. Выберите 1 лучшую идею, которая идеально совпадают и с вашими интересами, и с аналитикой.
5. Если нужно — доработайте свою идею в соответствии с трендами.
6. Подробно распишите разных потенциальных клиентов — возраст, локация, уровень жизни, ценности, проблемы, приоритеты и т.д. Это позволит лучше понять, в каком направлении двигаться.

Концепция бренда

1. Выпишите ценности, которые можно реализовать через бренд.
2. закажите логотип.
3. Выпишите варианты названий и отфильтруйте по объективным признакам: соответствие философии компании, уникальность, благозвучие, запоминаемость, отсутствие разночтений.
4. Проанализируйте, какую проблему (внутреннюю и бизнес) вы хотите решить через бренд, проект.
5. Продумайте УТП.
6. Сформируйте концепцию бренда.

Стратегия развития бренда

1. Определитесь с продуктовой линейкой, если это будет бренд с физическими товарами.
2. Составьте список поставщиков.
3. Свяжитесь с несколькими поставщиками.
4. Оплатите и получите тестовые партии продуктов.
5. Оцените качество тестовых продуктов и определитесь с поставщиками.
6. Просчитайте стоимость минимальной партии для заказа.
7. Решите, какие товарные единицы будут в дальнейшем, а какие — сейчас, на этапе запуска.
8. Решите, в каких направлениях, с точки зрения расширения ассортимента, можно будет развиваться в ближайшие полгода-год.
9. Определитесь с персоналом и командой — кто в ней будет, в какой последовательности и кого именно будете нанимать, какими будут обязанности этих людей, как будет оцениваться эффективность их работы.
10. Определитесь с фирменным визуальным стилем для сайта, страниц в соцсетях, полиграфии.

11. Определитесь с инструментами для продвижения бизнеса, каналами продаж.
12. Составьте бизнес-план, где просчитаете фиксированные месячные затраты, точку безубыточности, срок окупаемости, нормальный средний чек, бюджет на рекламу и маркетинг.
13. Составьте план продаж на 12 месяцев.
14. Продумайте маркетинговые активности на 12 месяцев, глобальные рекламные кампании.

Предзапуск бренда

1. Закупите упаковочные материалы для продукции.
2. Составьте описания вакансий и опубликуйте на job-порталах.
3. Начните поиски первых членов команды.
4. Отберите первых специалистов в команду.
5. Создайте страницы в соцсетях.
6. Проведите фотосессию продукции для сайта.
7. Проведите фотосессию продукции для соцсетей.
8. закажите создание сайта.
9. Напишите тексты для сайта.
10. Составьте контент-стратегию для соцсетей.
11. Составьте контент-стратегию для блога на сайте, если он будет.
12. Напишите посты хотя бы на месяц для соцсетей.
13. Подготовьте пару самых важных статей для блога на сайте, если он будет.
14. Составьте скрипты для отдела продаж.
15. Разработайте скрипты для клиент-сервиса.
16. Создайте себе и всем членам команды корпоративную почту
17. Чтобы сделать ваши маркетинговые кампании более эффективными и результативными, всегда отслеживайте их показатели.