

«Теория дизайна. Референс и мудборд. Бренд как эмоция. Визуальное нишевание. Метафора»

Цель: Создать сравнительную характеристику конкурентов и на ее основе выгодно, уникально отнишеваться.

Что нужно сделать:

1. Заполнить сравнительную таблицу приоритетов. Шаблон таблицы представлен в файле «Таблица_анализ конкурентов.xlsx». Скопируйте её и заполните.

Тип целевой аудитории конкурентов и вашей:

- Подумать, что им важно? (Как смотрится предмет на них, например, или как он отшит: они визуалы/ перфекционисты/ ...и т.д.)
- Какую эмоцию испытает или что про себя отметит аудитория от продукта? А к какой эмоции стремились и конкуренты, и вы? Все ли совпало?

После сравнения 3-х своих конкурентов, понимания их удачных ходов и провалов вывести свою строку в таблице — вывод о том, каким должен быть ваш визуал, в какую сторону двигаться, какие боли закрывать, какая ниша может быть свободна.

2. Проанализировав платформу, конкурентов и ЦА, сформулировать тезисно характер вашего бренда. Создать один мудборд из референсов, отражающий вашу эмоцию бренда. В мудборде уже можно отобразить метафору, родившуюся из вашей карты ассоциаций первой лекции. Не бойтесь, если что-то не получается технически, это пока могут быть просто подобранные и сложенные вместе рядом картинки-референсы.

3. Написать список возможных необходимых носителей, как веб, так и печатных (визитка, например). Будете ли вы “продвигаться” только в инстаграме и фейсбуке, или планируете собственный сайт? Со списком удобнее будет воспринимать фронт работ и работу айдентики.

Дополнительное задание (с возможностью проверить себя на знание материала):

Предлагаем вам еще раз пробежаться по презентации, запомнить все упомянутые в ней термины и проверить себя на их знание. Так вы точно

будете помнить, чем айдентика отличается от брендинга, референс от мудборда, что такое метафора, и как это все работает; разложите по полочкам процессы. Старайтесь отвечать, не подсматривая в определения, а вдумываясь в суть. Если не помните — вернитесь и еще раз зафиксируйте себе термин и его особенности.

1. Что такое дизайн?
2. Что такое концепция?
3. Что такое айдентика?
4. Чем брендинг отличается от айдентики?
5. Для чего нужны и айдентика, и брендинг?
6. Что входит в элементы айдентики? (Назвать хотя бы 3-4 аспекта)
7. Что входит в носители айдентики? (Назвать хотя бы 3-4 аспекта)
8. Что такое референс?
9. Чем мудборд отличается от референса?
10. Что такое метафора и из чего она состоит?