

**как выбрать
брендинговое
агентство?**



dezza.ru

По каким критериям выбирать агентство и какие вопросы задавать

**DE
ZA
/**

Каждый современный бизнес, крупный, средний или малый, в какой-то момент сталкивается с задачами, которые необходимо решать при помощи брендинга. На первом же этапе возникает вопрос: к кому обратиться, чтобы не ошибиться?

1 Встречают по работе

Как бы банально это ни звучало, самый простой и первичный фильтр отбора — портфолио и опыт агентства.

Работа с брендами для всех отраслей примерно одинаковая

Если агентство имеет разнообразный опыт, значит оно не только хорошо владеет методикой работы, но и знакомо с тонкостями, характерными для той или иной отрасли, и учитывает их.

Может быть, вы не нашли в портфолио агентства работы для компаний определенной (или узкой) специализации, похожей на вашу. Это не значит, что агентство не сможет качественно разработать вам бренд. Но если такие работы и компании есть — это очевидное преимущество.



Обращайте внимание на клиентов, с которыми работало агентство. Не теряйте бдительность и дар речи от логотипов «Газпрома» и «Сбербанка» в разделе «Наши клиенты».

Крупные известные компании в списке клиентов имеют ценность только тогда, когда есть релиз с описанием проекта для них. Текст релиза, иллюстрации, видео должны полно отражать задачу клиента и ее решение агентством.

Если в описании проекта только и разговоров, что о визуальной составляющей работы, это может быть признаком, что агентство не разрабатывало бренд как таковой. В другом случае — это, возможно, затаившаяся среди поисковой выдачи дизайн-студия, не имеющая отношения к брендингу.

Настоящее брендинговое агентство объясняет визуальные решения не тонким чутьем дизайнера и глубоким пониманием Ретроградного Меркурия, а задачами бизнеса и смысловыми атрибутами бренда.

Ведь, как мы знаем, бренд — это не красивые картинки, а четко выстроенная концепция и система коммуникаций.

2 **Рассказ о себе**

Посмотрите, что агентство рассказывает о себе, как себя подает, какой у него логотип и фирменный стиль.

Брендинговое агентство, которое не может представить себя, вряд ли сможет представить вас.

Изучите сайт и социальные сети агентства, частоту обновления контента и его актуальность, оцените полезность публикуемой информации. Медийная активность рождается не только из альтруистических просветительских побуждений, но и с целью пиара. Однако ее открытость, честность говорит о профессионализме агентства, уверенности в себе и своих силах. Уделите внимание и ведущим отраслевым ресурсам — представлено ли агентство там.

**DE
ZA**



3 Познакомимся поближе?

Общение с менеджером — важный фактор в принятии решения о сотрудничестве. Здесь стоит обратить внимание на то, о чем менеджер говорит с вами в первую очередь: если он рассказывает о небывалом росте продаж после вашего ребрендинга и как круто будет выглядеть визуал, скорее всего это пустые обещания.



Прежде всего менеджер должен быть консультантом, заботиться о вас как о клиенте, ответить на самые волнующие вопросы и развеять страхи, дав убедительные аргументы. В брендинговых проектах клиент тоже часть креативной группы — только так работа эффективна и результативна.

Но не стоит ограничивать диалог только менеджером агентства. Познакомьтесь со стратегом, арт-директором, посмотрите в глаза друг другу, почувствуйте связь. Ведь над вашим проектом будут работать именно эти люди. И факторы доверия и заинтересованности станут очень существенны в те недели или даже месяцы, которые вам предстоит провести вместе.

Авторитетность, успешность и титулованность агентства — атрибуты качества, что бесспорно важно. Но не менее важно видеть, что команда вашего проекта любит его и болеет за него, считает его реальные результаты критерием своей успешности.

Обсудите свои сомнения, страхи, скепсис. Проверьте как команда решает ситуации, когда с вашей точки зрения что-то идет не так. Не бывает длинных проектов, где все идеально. И как раз тут решающую роль сыграют опыт и равнодушие, отзывчивость команды. Поинтересуйтесь, как это бывает.

4

Ход конем: контроль проекта



Уточните, как будет проходить процесс. Хорошее брендинговое агентство сходу расскажет вам о технологии работы, этапах проекта, а самое главное — о системе, с помощью которой вы в режиме реального времени сможете видеть и контролировать ход проекта и решение задач. Работа должна быть системной. Узнайте о гарантированности сроков проекта, порядке внесения комментариев, а также об ответственности сторон при их нарушении.

5 А что с ценой?

Как ни парадоксально, брендинговый рынок до сих пор не сформировался в плане средней стоимости услуг. Это мнение часто подтверждают наши коллеги и даже последние исследования рынка брендинга. А значит сравнить цены с каким-либо «эталонном» будет, скорее всего, затруднительно.

В этой ситуации очень полезным может оказаться разговор о том, по какому принципу агентство формирует стоимость своих работ и что в реальности скрывается за похожими на первый взгляд формулировками в различных коммерческих предложениях. Как минимум вы получите возможность сравнивать подобное с подобным.



6

Не плодите сущности сверх потребностей

На вашем месте совершенно нормально сомневаться, не знать досконально, что вам нужно и чего вы хотите. Это задача агентства рассказать вам, какие этапы проекта действительно необходимы для достижения полноценного и качественного результата. А какие, как выяснится, вам в общем-то и не нужны — то есть на них можно смело экономить.



Разумная достаточность — тонкий момент при погружении в такую сложную составную услугу, как брендинг. Постарайтесь разобраться в деталях предстоящего проекта; здесь не бывает лишних вопросов, смело задавайте их.

7 Что в результате?



Ни один из описанных моментов нельзя считать определяющим. Если на сайте агентства нет подробного портфолио — это не повод ставить на нем крест. Если у агентства нет известных престижных наград — возможно, оно просто не хочет тратить деньги и время на участие в конкурсах.

Оценивайте каждое агентство комплексно. Ваше решение о дальнейшем сотрудничестве — сумма фактов и факторов, важных именно вам.

DE ZA branding studio

давайте знакомиться!

Мы будем рады помочь вам улучшить ваш бренд. Присылайте свои запросы, брифы, задачи. Наш менеджер свяжется с вами в ближайшее время!

А еще вы можете получить консультацию бренд-стратега, дизайн-директора или задать пять вопросов генеральному директору

Санкт-Петербург
+7 (812) 677-77-10
dezaSPB@dezzza.ru

Москва
+7 (495) 789-85-51
dezaMSK@dezzza.ru

dezzza.ru