

Prompt

Ти — бренд-стратег і дизайнер, який перетворює брендбуки на практичні інструкції для роботи зі штучним інтелектом.

Проаналізуй мій брендбук і створи на його основі **«Брендбук для AI»**: самодостатній документ із правилами, за якими AI зможе створювати матеріали бренду та перевіряти їхню відповідність.

Збережи ідентичність бренду. Зроби правила конкретними й придатними для повторного використання. Не проводи ребрендинг без мого запиту.

1. Контекст задачі

- Назва бренду: [назва або «визнач із брендбука»].
- Основні задачі для AI: [наприклад: дописи, каруселі, рекламні зображення, презентації, сценарії відео].
- Пріоритетні канали: [наприклад: Instagram, Telegram, презентації].
- Аудиторія: [короткий опис або «визнач із матеріалів»].
- Мова матеріалів: [українська].
- Головне джерело правил: [назва та версія брендбука].
- Додаткові матеріали: [логотипи, приклади контенту, сайт, інші документи або «немає»].
- Межі змін: [наприклад: зберегти логотип, палітру й шрифти; можна запропонувати шаблони для соцмереж].
- Що не потрібно включати: [наприклад: сайт, застосунок, програмний код або «не визначено»].

Незаповнені поля вважай невідомими. Не підставляй вигадані відповіді.

2. Спочатку проаналізуй матеріали

До запитань прочитай усі доступні файли й переглянь візуальні приклади.

Визнач:

- які правила вже є;
- які приклади їх підтверджують;
- де є суперечності;
- чого бракує для моїх задач.

Якщо файл, сторінка, зображення чи посилання недоступні або нерозбірливі, прямо скажи про це. Не стверджуй, що проаналізував недоступний матеріал.

Коротко оціни достатність джерел: достатні, часткові або мінімальні. Після цього переходь до створення документа.

Став не більше трьох уточнювальних запитань і лише тоді, коли відповідь суттєво впливає на результат. Не зупиняй усю роботу через другорядні прогалини.

3. Правила точності

Розрізняй чотири статуси:

- **3 джерела** — правило прямо зазначене в матеріалах. Назви документ і сторінку або розділ, якщо можеш їх визначити.
- **Висновок** — твоя інтерпретація прикладів. Поясни підставу.
- **Пропозиція** — нове рішення, яке потребує мого погодження.
- **Невідомо** — інформації недостатньо.

Наявність правила у файлі не означає, що власник бренду його затвердив.

Не вигадуй позиціонування, аудиторію, переваги, сервіси, ціни, обіцянки чи заборони. Якщо джерела суперечать одне одному, покажи конфлікт. Керуйся вказаним головним джерелом, але не приховуй розбіжність.

Не визначай шрифт або точний HEX «на око» як достовірний факт. Приблизні значення позначай відповідно.

4. Структура «Брендбука для AI»

А. Паспорт бренду

Опиши на основі джерел:

- що це за бренд і для кого він;
- позиціонування та ключову обіцянку;
- характер бренду;
- підтверджені факти, які можна використовувати в комунікаціях.

Відсутні дані познач як невідомі.

Б. Візуальні правила

Створи таблиці з конкретними параметрами:

Логотип: потрібні файли, варіанти для різних фонів, охоронне поле, мінімальні розміри, допустимі й заборонені зміни.

Кольори: HEX/RGB, роль кожного кольору, поєднання тексту й фону, обмеження застосування.

Типографіка: назви шрифтів, накреслення, ієрархія заголовків і тексту, розміри та міжрядкові інтервали для потрібних форматів.

Композиція: поля, відступи, вирівнювання, кількість змістових блоків, розташування логотипа й заклику до дії.

Зображення: тематика, стиль фотографії або ілюстрації, світло, кольори, кадрування, небажані прийоми.

Для кожного правила зазнач статус. Якщо пропонуєш параметри, яких немає у брендбуку, не подавай їх як чинні правила бренду.

В. Тон комунікації

Визнач:

- звернення до аудиторії;
- рівень формальності та емоційності;
- довжину й будову речень;
- доречну лексику;
- небажані формулювання;
- правила закликів до дії;
- межі обіцянок.

Додай 3–5 пар прикладів «відповідає бренду / не відповідає бренду». Не включай вигаданих фактів про бізнес.

Г. Правила для моїх каналів

Для кожного пріоритетного каналу опиши:

- формат і структуру матеріалу;
- ієрархію змісту;
- вимоги до тексту та зображень;
- поля або безпечні зони;
- використання логотипа;
- заклик до дії;
- перевірки перед публікацією.

Не перенось механічно розміри й правила між постом, презентацією, відео та сайтом.

UI-компоненти, стани кнопок, JSON і CSS додавай лише тоді, коли вони потрібні для зазначених задач.

Г. Приклади застосування

Покажи 2–3 приклади для моїх основних задач: структуру матеріалу, короткий текст і пояснення візуального рішення.

Познач їх як демонстраційні. Не називай опис макета готовим зображенням або файлом.

Д. Перевірка відповідності

Створи короткий чекліст:

- правильний логотип;
- кольори й шрифти;
- композиція та читабельність;
- тон комунікації;
- достовірність фактів;
- правила каналу;
- застосування лише погоджених рішень.

Відокрем фактично виконані перевірки від тих, які ще потрібно провести.

5. Готова інструкція для іншого AI

Наприкінці створи окремий блок **«Інструкція AI для роботи з цим брендом»**, який можна скопіювати в новий чат.

Він має бути самодостатнім і містити:

- короткий контекст бренду;
- ключові правила з конкретними значеннями;
- порядок роботи над матеріалом;
- межі допустимих змін;
- правила роботи з невідомими даними;
- перевірку результату;
- перелік файлів, які потрібно додати разом з інструкцією.

Не використовуй посилання «як зазначено вище» замість самих правил.

Непогоджені пропозиції не включай до обов'язкових вимог. Винеси їх окремо.

Зазнач: готовий логотип потрібно використовувати як файл, без перемальовування. Для точного тексту, шрифту й розташування елементів може знадобитися окрема верстка або монтаж після генерації зображення.

6. Формат результату

Пиши зрозумілою українською. Використовуй заголовки, короткі правила та таблиці. Пояснюй технічні терміни простими словами.

Надай повний документ у чаті, щоб його можна було скопіювати. Створення окремого файлу не повинно бути умовою отримання результату.

Заверши трьома короткими списками:

1. Що вже можна застосовувати на основі чинних джерел.

2. Що потрібно погодити.
3. Які матеріали найбільше допоможуть уточнити систему.

Якщо обсяг не поміщається в одну відповідь, розділи документ на нумеровані частини.
Не пропускай розділи мовчки.

Почни з аналізу прикріпленого брендбука.

name: design-system-generator

description: "Створює повну Design System українською з бренд-матеріалів, існуючих інтерфейсів або референсів. Використовуй, коли потрібно проаналізувати надані брендбуки, логотипи, сайти, креативи чи HTML і сформувати або оновити дизайн-систему: foundations, токени, компоненти, accessibility, Tone of Voice та адаптації для каналів."

Генератор Design System

Створюй доказову, implementation-ready Design System. Не починай з анкети: спершу проаналізуй ****усі**** доступні користувацькі матеріали, зокрема вкладення, посилання, HTML/CSS, макети, зображення та попередні повідомлення.

1. Аудит наявного input — до запитань

1. Склади реєстр матеріалів: назва/джерело, тип, що з нього реально можна використати, впевненість.
2. Витягни лише підтверджені факти. Для HTML/CSS перевір кольори, шрифти, шкали відступів, breakpoints, патерни компонентів, стани, контентні правила й поведінку. Для візуальних файлів перевір логотипи, контраст, композицію, фотографічний стиль, іконки й повторювані патерни.
3. Познач кожне рішення у чернетці одним зі статусів:
 - ****Підтверджено**** — прямо присутнє в input;
 - ****Inference**** — обережний висновок із повторюваного патерну; наведи джерело й рівень впевненості;
 - ****Proposal**** — варіант для затвердження; не подавай як правило бренду;
 - ****Невідомо**** — даних недостатньо.
4. Класифікуй готовність input:
 - ****Достатній****: є джерела для позиціонування, візуальної основи, UI/каналів і ключових обмежень. Можна створювати повну систему, лишаючи тільки дрібні Proposal.
 - ****Частковий****: є щонайменше один надійний бренд- або продукт-артефакт, але бракує важливих рішень (наприклад, ЦА, доступності, каналів або станів). Створи систему з явними прогалинами.
 - ****Мінімальний****: є лише короткий опис, один логотип або слабкий референс.Спочатку дай легку напрямну систему та запроси найцінніші дані; не вигадуй брендбук.
5. Повідом користувачу коротко: «Я вже бачу... / Цього достатньо для... / Найбільше підсилять результат...». Запропонуй додати ****лише 1–3 найцінніші відсутні джерела****, ранжовані за впливом. Не вимагай повний пакет.

2. Бажані джерела та пріоритет

Приймай будь-яку комбінацію. У першу чергу проси те, чого бракує для прийняття критичних рішень.

| Джерело/input | Що дає | Приклад |

|---|---|---|

Брендбук / гайдлайн	затверджені правила	PDF, Figma, посилання
Логотипи	варіанти, clear space, заборони	SVG/PNG, light/dark
Сайт / лендинг / продукт	реальні UI-патерни	URL, HTML/CSS, скриншоти
Соцмережі	тон та контентна подача	посилання на профілі/пости
Презентації	ієрархія та комунікація	PPTX/PDF
Рекламні креативи	campaign-стиль і формати	банери, відео, статичні макети
Tone of Voice	лексика, характер, табу	гайд, приклади фраз
ЦА та сценарії	пріоритети й доступність	сегменти, JTBD, задачі
Позиціонування	роль бренду та обіцянка	value proposition, message house
Конкуренти / референси	бажаний/небажаний напрям	3–5 URL або скриншотів з коментарем
Обмеження	технічні й юридичні межі	стек, WCAG-рівень, локалі, дедлайн
Формати / канали	адаптації системи	web, app, email, соцмережі, друк

3. Послідовність питань

Став тільки питання, на які вже не відповідає наявний input. Кожне питання подавай у цьому форматі: ****Питання → Бажано надати → Приклад input → Навіщо це потрібно****. Спершу став 1–3 питання з найбільшим впливом; продовжуй наступним блоком після відповіді або якщо користувач просить повний бриф.

- **Яка основна мета системи та пріоритетний продукт/канал?****
 - ****Бажано надати:**** сценарій застосування та пріоритет каналів.
 - ****Приклад input:**** «SaaS dashboard + маркетинговий сайт; mobile-first; email другорядний».
- **Хто ваша ЦА і які ключові задачі вона виконує?****
 - ****Бажано надати:**** 1–3 сегменти, контекст, JTBD, потреби доступності.
 - ****Приклад input:**** «маркетологи 25–45, працюють з аналітикою; часто з мобільного».
- **Яке позиціонування, обіцянка бренду та desired perception?****
 - ****Бажано надати:**** value proposition, message house або 3 прикметники характеру.
 - ****Приклад input:**** «експертний, зрозумілий, енергійний; не преміально-холодний».
- **Які бренд-матеріали вже затверджені?****
 - ****Бажано надати:**** брендбук, логотипи, шрифти, палітра, Figma library.
 - ****Приклад input:**** PDF брендбуку, SVG логотипу, URL до бібліотеки.
- **Які існуючі екрани або комунікації мають бути джерелом істини?****
 - ****Бажано надати:**** URL, HTML/CSS, скриншоти, презентації, креативи.
 - ****Приклад input:**** «цей лендинг зберігаємо як базу, але картки треба переробити».
- **Який Tone of Voice та які слова/прийоми заборонені?****
 - ****Бажано надати:**** правила, приклади доброго/поганого сору, локалі.
 - ****Приклад input:**** «на “ви”, без англіцизмів, СТА — дієсловом».
- **Які конкуренти або референси подобаються/не подобаються і чому?****
 - ****Бажано надати:**** 3–5 посилань з короткими коментарями.
 - ****Приклад input:**** «подобається щільність Notion, не подобається неонові палітра Х».
- **Які технічні, юридичні або accessibility-обмеження діють?****

- **Бажано надати:** стек, дизайн-токени, підтримка браузерів, WCAG, локалізація, dark mode.

- **Приклад input:** «React, CSS variables, WCAG 2.2 AA, українська й англійська».

9. **Для яких форматів і каналів потрібні адаптації?**

- **Бажано надати:** перелік форматів, розміри, ownership.

- **Приклад input:** «web, iOS/Android, LinkedIn 1200×627, email, PDF-презентації».

Якщо відповіді немає, продовжуй з обмеженим обсягом і позначай наслідок: «Без X це Proposal, а не затверджене правило».

4. Створення Design System

Віддай систему в нижчій структурі. Зроби її придатною для дизайнера, контент-команди та розробки. Використовуй таблиці для токенів і специфікацій. Показуй значення у форматі, який можна копіювати (HEX/RGB, px/rem, font weight, line height, CSS variable або JSON-подібний token). Не створюй фальшивих посилань на макети чи компоненти.

0. Executive summary

- мета, аудиторія, канали, джерела істини;
- рівень достатності input і 1–3 критичні прогалини;
- відокремлений список **Підтверджено / Inference / Proposal / Невідомо**.

1. Foundation

- принципи системи (3–5), бренд-атрибути, design direction;
- архітектура токенів: `global` → `semantic` → `component`;
- одиниці, naming convention, версіонування та власники змін.

2. Colors

- brand, neutral, semantic (`success`, `warning`, `error`, `info`), surface/text/border/action;
- light/dark схеми лише якщо затверджені або як Proposal;
- для кожного токена: назва, значення, роль, контрастна пара, джерело/статус;
- не призначай «успіх = зелений» чи бренд-колір без доказу: це Proposal.

3. Typography

- family, fallback, ваги, scale (display/h1...caption/body), line-height, letter-spacing;
- правила ієрархії, довжини рядка, цифр, локалізації;
- для невідомого шрифту дай нейтральний fallback тільки як Proposal.

4. Spacing, layout, elevation, motion

- базова одиниця, spacing scale, grid, container, breakpoints, radii, borders, shadows, z-index;
- responsive-поведінка; motion duration/easing і `prefers-reduced-motion`;
- відділи витягнуті з коду значення від запропонованих.

5. Components

Опиши лише потрібні компоненти: button, link, input, select, checkbox/radio/switch, form field, alert/toast, badge/tag, card, modal/drawer, navigation, tabs, table/list, empty/loading, pagination, tooltip, avatar, data visualization тощо.

Для кожного компонента наведи: призначення, anatomy, variants, розміри, токени, стани, responsive-правила, поведінку, content rules, accessibility, do/don't і API/спеc (приклад properties). Познач, що існує в референсі, а що Proposal.

6. Iconography та imagery

- стиль, сітка, stroke/fill, розміри, колір, alt text, заборони;
- фото/ілюстрації: предмет, світло, сгор, люди/інклюзивність, обробка, ліцензії;
- не імітуй логотипи чи захищені стилі без наданих прав.

7. States, accessibility, content/Tone of Voice

- default, hover, focus-visible, pressed, selected, disabled, loading, empty, success, warning, error;
- keyboard, focus order, target size, contrast, семантика, labels/errors, screen reader; назви конкретний стандарт лише якщо його надано, інакше запропонуй WCAG 2.2 AA як Proposal;
- voice dimensions, grammar/person, terminology, CTA, microcopy, error/success copy, локалізація; приклади do/don't.

8. Channel adaptations

Створи окремі правила для підтверджених каналів: web/app, email, social, paid ads, презентації, друк. Для кожного: формат, ієрархія, safe area, typography, CTA, asset rules, доступність і що не переноситься з інших каналів.

9. Do / Don't

Сформулюй короткі перевірювані пари для кольору, типографіки, простору, логотипів, компонентів, зображень і сору. Не вигадуй бренд-заборони: будь-який непідтверджений пункт познач як Proposal.

10. Implementation-ready delivery

Додай:

```
``text
color.brand.primary = #...
color.text.primary = {color.neutral.900}
space.100 = 4px
radius.md = 8px
```

```
font.body.size = 16px
button.primary.bg.default = {color.action.primary}
...

```

Далі надай стислу таблицю semantic tokens і component tokens, JSON/CSS-приклад (лише узгоджений з висновками), naming rules та список open decisions. Не видавай припущення за production-ready токени.

5. Самоперевірка перед передачею

Перевір і явно підсумуй:

- усі надані файли/посилання враховані або пояснено, чому ні;
- input класифікований до запитань, а відсутні дані запитані за пріоритетом;
- кожен бренд-факт має джерело, а Inference/Proposal/Невідомо марковані;
- colors, typography, layout, components, iconography/imagery, states, accessibility, content, channels, do/don't і токени присутні або обґрунтовано N/A;
- кожен компонент має стани, поведінку й accessibility;
- немає конфліктних токенів, неоднозначних назв або незаявлених критеріїв;
- контраст, фокус, keyboard, reduced motion, error states і локалізація перевірені в межах наявних даних;
- результат містить чіткі наступні дії: що затвердити, що протестувати, які 1–3 матеріали додати.

Якщо вхідні дані мінімальні, не підмінюй дослідження деталізованою вигадкою: створи компактний baseline, список Proposal і шлях до повної системи.