

# Simple Digital. Ребрендинг

## Бриф 2.0

- [Simple Digital](#)
- [Цель проекта](#)
- [Продукты Simple Digital](#)
- [Уникальное торговое предложение](#)
- [Целевые группы и сообщения](#)
- [Визуальные элементы](#)
- [Вербальные элементы](#)
- [Креативный комплекс](#)

## Коммерческое предложение

- [Структура работ](#)
- [Исследование рынка брендинга](#)
- [Калькуляция стоимости проекта](#)
- [Итоговое предложение](#)

## Бриф 2.0

Настоящее описание фиксирует понимание основных характеристик компании и набор задач – в объеме, необходимом для заключения контракта.

### Simple Digital

IT-компания, специализирующаяся на внедрении CRM-систем для частных медицинских центров (клиник, стоматологий, косметологических клиник и т.д.). Интегратор и консультант по оптимизации **бизнес-процессов** в сфере медицины. Помогает медицинским учреждениям автоматизировать работу с пациентами и повысить эффективность через современные цифровые решения.

### Цель проекта

Комплексный ребрендинг компании Simple Digital с сохранением текущего позиционирования и названия. Обновление фирменного стиля и коммуникаций компании. Для лучшего выражения ее уникальных преимуществ и масштаба бизнеса. Без потери узнаваемости и ценностей, заложенных в существующем бренде.

### Продукты Simple Digital

- Ключевые услуги Simple Digital: внедрение CRM-систем в клиниках и медицинских центрах; построение эффективных отделов продаж и колл-центров для медицинских организаций. Эти услуги позволяют клиникам улучшить управление взаимоотношениями с пациентами, оптимизировать маркетинг и продажи, повысить уровень сервиса.
- Авесте – собственный сервис Simple Digital – готовое решение для интеграции системы записи клиентов или медицинской информационной системы (МИС) клиники с возможностями CRM-платформы Битрикс24. Авесте обеспечивает бесшовный обмен данными между системой записи пациентов и Битрикс24, что позволяет автоматизировать процессы и улучшать взаимодействие клиник со своими клиентами.

## Уникальное торговое предложение

Основные конкурентные преимущества Simple Digital, лежащие в основе позиционирования бренда:

- Глубокая экспертиза в области IT-решений для медицины и большой опыт построения отделов продаж/колл-центров. Команда обладает уникальным сочетанием знаний в сфере технологий и навыков организационного развития, что позволяет внедрять не только софт, но и выстраивать эффективные бизнес-процессы.
- Наличие готовых решений под нужды рынка и способность создавать новые инструменты под любую задачу. Simple Digital уже имеет ряд отработанных интеграций и модулей, которые можно быстро адаптировать под нового клиента, и при этом готова разработать кастомное решение, если стандартных средств недостаточно.
- Клиентоориентированность и системный подход. Команда уделяет большое внимание изучению специфики каждого клиента. Вникает в детали бизнеса, умеет объяснять технические нюансы понятным языком, выстраивает работу системно и прозрачно. Заказчики ценят дружелюбный сервис и методичность Simple Digital в достижении результатов.

## Целевые группы и сообщения

В рамках действующей бизнес-стратегии основными целевыми группами коммуникаций Simple Digital являются:

- Собственники и топ-менеджмент клиник: акцент на главном УТП Simple Digital – глубокая экспертиза, готовые решения и способность повысить продажи клиники. Сообщение: «Мы понимаем ваш бизнес и предлагаем проверенные IT-инструменты для роста клиники».
- Партнеры (B2B-партнеры, разработчики, вендоры): подчёркивается, что сотрудничество с Simple Digital выгодно и удобно. Сообщение: «Работая с нами, вы получаете надежного технического партнера, который ценит долгосрочное сотрудничество и обеспечивает высокий уровень сервиса».
- Команда и соискатели: бренд должен позиционировать компанию как привлекательного работодателя. Сообщение: «Simple Digital – дружная команда профессионалов с ясными процессами и требованиями, где ценят инициативу и»

дают возможности для развития».

## Визуальные элементы

В рамках ребрендинга необходимо разработать полный комплект средств фирменной идентификации, включающий:

- Логотип: обновленный знак и фирменная надпись, отражающие специфику medtech-индустрии и ценности компании.
- Фирменный стиль: цветовая палитра, шрифты, графические элементы, паттерны, базовый набор носителей – всё, что формирует визуальный облик бренда в едином стиле.
- Брендированный мерч: дизайн сувенирной и промо-продукции (канцелярия, одежда, аксессуары) для внутреннего пользования и подарков клиентам/партнерам.
- Оформление выставок: шаблоны и дизайн выставочных стендов, баннеров, роллапов и раздаточных материалов – для участия в отраслевых выставках и конференциях.
- Полиграфия: фирменные бланки, визитки, брошюры, коммерческие предложения, буклеты – печатные материалы с новым дизайном.
- Презентации и инфографика: корпоративный шаблон презентации (PowerPoint/Keynote) и стилистика для инфографики, графиков, схем, используемых в маркетинговых материалах.
- Email-шаблон: фирменное оформление рассылок и писем (HTML-шаблон письма) для email-маркетинга и деловой переписки.
- Внутренние документы: оформление документов для внутреннего использования – шаблоны отчетов, регламенты, инструкции – в новом стиле.
- Дизайн сайта: редизайн корпоративного сайта Simple Digital в соответствии с новым брендом (UI/UX, графика, контент-стили).
- Социальные сети: оформление профилей, постов, сториз и рилс в соцсетях (Telegram, Вконтакте, Instagram, LinkedIn и др.) в единой фирменной стилистике.

- Motion-дизайн и видео: графические элементы для видео-контента, анимация логотипа, заставки и шаблоны для видеороликов, единый стиль для видеопрезентаций.

## Вербальные элементы

Помимо визуальных компонентов, будут разработаны ключевые вербальные атрибуты бренда Simple Digital:

- Название остается Simple Digital (разработка нового названия не требуется, важно сохранить преемственность).
- Дескриптор: краткое описание рядом с логотипом, поясняющее деятельность компании. Например, «медицинские CRM-решения» (вариант будет проработан).
- Слоган: лаконичный слоган бренда, отражающий основное ценностное предложение. Должен быть запоминающимся и понятным целевым аудиториям.
- Базовый промо-текст: короткий абзац о компании (brand elevator pitch) для использования на сайте, в презентациях и др. материалах.
- Tone of Voice: описание характера коммуникаций бренда – стиль письменной и устной речи (например, экспертный, но дружелюбный; понятный, без излишнего жаргона; уверенный, но не агрессивный).
- Правила внешней коммуникации: гайдлайны по тому, как бренд общается с внешним миром – клиенты, партнёры, СМИ (форматы обращений, стилистика текстов, реакция на отзывы и т.д.).
- Правила внутренней коммуникации: рекомендации по корпоративной культуре общения внутри компании – как сотрудники общаются между собой, каким тоном оформляются внутренние рассылки, объявления, ценности коммуникации внутри коллектива.
- Скрипты отдела продаж: разработка или доработка скриптов для менеджеров по продажам и аккаунтов – стандартизированные речевые модули, отражающие новый бренд (приветствие, презентация услуг, обработка возражений и т.д.).

## Креативный комплекс

Долгосрочная стратегия бренда предусматривает также разработку креативных решений для продвижения Simple Digital на рынке:

- Участие в выставках: разработка концепций участия в отраслевых выставках и ярмарках (оформление стенда, интерактив для посетителей, раздаточные материалы, презентации). Цель – привлечь внимание, повысить узнаваемость бренда среди медицинских клиник и заключить новые партнёрства.
- Участие в профильных ивентах: представление компании на конференциях, семинарах, вебинарах по медицине и digital-решениям. Разработка имиджевых презентаций, кейсов, выступлений, которые транслируют ценности бренда и экспертность команды.
- Организация собственных мероприятий: проведение тематических ивентов. Такие события могут укрепить статус Simple Digital как эксперта отрасли и позволят наладить прямой контакт с целевой аудиторией.
- Вирусный контент: создание контента, способного распространяться органично – необычные ролики, статьи, кейсы, флешмобы в социальных сетях. Креативный контент должен вызывать интерес к Simple Digital и охватить более широкую аудиторию за счёт репостов и обсуждений, формируя современный и инновационный образ бренда.

# Коммерческое предложение

## Структура работ

(Ре)брендинг – последовательный процесс. Каждый этап представляет собой отдельный блок работ с конкретным результатом:

1. Исследования: сбор и анализ информации (аудит коммуникаций и текущего бренда, анализ конкурентов, целевой аудитории). В данном кейсе проводится в сокращенном объеме, с опорой на информацию заказчика, результат представлен в настоящем брифе. 👍 – На стоимость не влияет.
2. Стратегическая сессия: рабочая сессия с участием команды Simple Digital. Цель – сформировать видение обновленного бренда, подтвердить ценности, миссию, позиционирование. В данном кейсе проводится в сокращенном объеме. Результаты ложатся в основу бренд-платформы. 👍 – На стоимость не влияет.
3. Платформа бренда: создание стратегического документа, закрепляющего фундаментальные элементы бренда – миссию, ценности, позиционирование, ключевые сообщения, портреты ЦА, ядро бренда. Бренд-платформа станет ориентиром для всех последующих решений. ✅ – Влияет на стоимость.
4. Коммуникационная концепция: разработка общей концепции коммуникаций бренда – основные сообщения для каждой целевой аудитории, ключевые каналы и подходы к коммуникации. Это связующее звено между стратегией и визуальной/вербальной реализацией бренда. ✅ – Влияет на стоимость.
5. Нейминг: не выполняется, так как название Simple Digital необходимо сохранить. При полном цикле на этом этапе генерируется новое название. В нашем случае произойдет интерпретация и адаптация привычного имени ко всем комплексу прочих решений. 👍 – На стоимость не влияет.
6. Вербальные элементы: разработка слогана, дескриптора, tone of voice и других языковых атрибутов бренда (см. выше раздел «Вербальные элементы бренда»). Результат – набор утвержденных формулировок и правил использования. ✅ – Влияет на стоимость.
7. Логотип: дизайн нового логотипа, отражающего обновленный образ Simple Digital. Предоставим несколько концепций, доработаем выбранный вариант. Результат – файл логотипа в различных форматах, руководство по использованию. ✅ – Влияет на стоимость.

8. Фирменный стиль: разработка визуальной айдентики (цвета, шрифты, графические элементы, макеты ключевых носителей). Результат – комплекты дизайнов для различных форматов (полиграфия, презентации, веб и т.д.).  – Влияет на стоимость.
9. Суббренды: разработка элементов айдентики для суббрендов при необходимости. Если у Simple Digital есть дочерние продукты или программы (например, сервис Aveste), на этом этапе создаются их логотипы/стили в рамках общей бренд-архитектуры.  – Влияет на стоимость.
10. Брендбук: создание брендбука – подробного руководства по использованию бренда. Включает описание миссии, ценностей, целевых аудиторий, правила использования логотипа, цвета и шрифты, примеры оформления носителей, тон коммуникации и пр. Брендбук обеспечит единое понимание бренда для всех сотрудников и подрядчиков.  – Влияет на стоимость.

Все блоки завершаются согласованием результатов с клиентом прежде, чем команда переходит к следующему. Поэтапный подход обеспечивает прозрачность процесса и позволяет вовремя вносить корректировки.

Каждый этап занимает 2-5 рабочих дней. Весь процесс – 1-2 месяца, в зависимости от объема и сложности работ, а также скорости согласований.

## Исследование рынка брендинга

Диапазон цен на брендинг под ключ от агентств топ 21-100 рынка:

Агентство	Объём работ и уровень	Ст-ть (₽)	Комментарий
V&C Branding	По ТЗ: фирмстиль, лого, брендбук, ToV, шаблоны	700–750 тыс.	Почти идентичный по структуре проект
Brandtime	Визуал + вербальные элементы + брендбук	750–850 тыс.	Без исследований, подходит по сегменту
Suprematika	Всё то же + UX/UI	1,1–1,3 млн	IT-сегмент, чуть выше вашего уровня
Ony Agency	Корп. брендинг под ключ без стратегии	от 900 тыс.	Сравнимо по масштабу

Z&G Branding	Визуал + ToV + правила коммуникации	700–850 тыс.	Наиболее близкое предложение
Фриланс / микростудии	Только лого/фирмстиль без ToV и брендбука	150–300 тыс.	Недостаточный охват задач

#### Выводы:

- Комплексный брендинг (включая ресерч и платформу) – 1,0-1,5 млн руб.
- Средняя цена за проект без нейминга, но с визуалом, ToV, брендбуком и коммуникациями – 700-850 тыс. руб.
- Облегченные пакеты (только визуал) – от 400 тыс.
- Фрилансеры/малые студии – дешевле, но без гарантии комплекса и глубины.

## Калькуляция стоимости проекта

Итак, полный комплекс работ по брендингу оценивается на рынке (сегмент агентств «средний и выше среднего») примерно в 1,0 млн руб. Эта стоимость включает весь цикл из 10 описанных выше блоков работ. В нашем случае, три из десяти этапов в полном объеме не потребуются (исследования, стратегическая сессия и нейминг). Произведем калькуляцию:

Исследования	10,00%	0	0,00
Стратегическая сессия	10,00%	0	0,00
Платформа бренда	10,00%	1	100 000,00
Коммуникационная концепция	10,00%	1	100 000,00
Нейминг	10,00%	0	0,00
Вербальные элементы	10,00%	1	100 000,00
Лого	10,00%	1	100 000,00
Фирменный стиль	10,00%	1	100 000,00
Брендбук	10,00%	1	100 000,00
Суббренды	10,00%	1	100 000,00
	<b>100,00%</b>		<b>700 000,00</b>

## Итоговое предложение

Мы предлагаем комплексный ребрендинг компании Simple Digital под ключ. Включая как визуальные, так и вербальные компоненты бренда, а также подготовку бренд-документации и оформление коммуникационных материалов.

Оцениваем стоимость работ в 700 тыс. руб. Однако, с учетом перспективы сотрудничества на рынке услуг для клиник и IT-компаний рады предоставить партнерскую скидку на данный заказ в размере 50%.

Таким образом, итоговая стоимость ребрендинга для Simple Digital составит всего:

***350 тыс. руб.***