

ТЕХНИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ НА СОЗДАНИЕ ЛОГОТИПА:

Название компании: Kantor (основное), Kantor Jewelry

Вводные данные: Название происходит от фамилии Кантор, владельца компании (фамилия еврейская). Таким образом название несёт семейную тематику, которую хотим отразить в логотипе. Также в испанском и других языках есть слово cantor, что означает певец. Соответственно в логотипе мы хотели бы изобразить птицу колибри, так как она совмещает в себе 2 ассоциации: пение, певец (так как птица это природный певец), а также колибри называют "flying jewel" что означает летающий драгоценный камень и созвучно со сферой работы компании. Компания специализируется на цветных драгоценных камнях, поэтому мы видим логотип максимально нейтральным по цветам, чтобы не спорить с ярким визуалом камней, черно-белым на сайте, цветным может быть на полиграфии и упаковке (также золотым/серебряным). Логотип может быть плавным или геометричным, но при этом должен смотреть современно и цельно и быть вариативным для использования на разных носителях.

Логотип: птичка-колибри

Стиль: премиальный, минимализм, чтобы цельно смотрелся в очень маленьком исполнении (гравировкой на кольце)

Бренды которые нам нравятся: Graff, Forms Jewelry, Chopard, Cartier, Van Cleef

Дополнительные пожелания: возможность использования элементов логотипа в готовых ювелирных изделиях. Например, как часть крепления камня и тд, тут есть простор для воображения дизайнера.

Если бы наш бренд был бы человеком: Элегантная художница/(художник), яркая, экспрессивная, любящая природу, путешествия, приключения и новые впечатления. Она вдохновляется красотой вокруг себя для создания своих работ.

Не включать в логотип ассоциации первого уровня: драгоценные камни, ювелиров и тд

Кто мы и что мы делаем:

Ювелирная студия-ателье.

- Ювелирные украшения на заказ, подбор и продажа драгоценных камней, готовые ювелирные изделия
- Украшения любой сложности с любыми драгоценными камнями на заказ (только Fine Jewelry - драгоценные и полудрагоценные камни, золото/платина, нет серебра и низкокачественных/неценных камней)
- Природные драгоценные камни высокого качества: бриллианты, цветные бриллианты, рубины, изумруды, сапфиры, шпинель, турмалины, гранаты, аквамарины, опалы, жемчуг и другие (можем подобрать что угодно). Их

покупают в качестве инвестиции, либо для использования в своём украшении/у своего ювелира.

Целевая аудитория:

География: США, самые богатые и либеральные (демократические) штаты: Калифорния, Орегон, Вашингтон, Иллинойс, весь северо-восток, Гавайи, Флорида.

Демография:

Женщины - 50-80%

Мужчины 20-40%

ЛГБТ - 5-15%

25-35 лет

35-45 лет

45+

Не женаты/незамужем, но планируют (помолвочные и обручальные кольца)

Женаты/замужем (кольца на годовщину и рождение детей)

В отношениях

Образование - высшее/магистр и выше

Религия, национальность, секс ориентация и тд - любые, политические взгляды либеральные

Род занятий - бизнес, креативные профессии, ничего строгого и серьезного (не политика, юристы, банкиры, финансисты). Однако профессия не так важна, важнее неконсервативное мышление.

Годовой доход:

Middle class \$70k- \$200k

Upper-middle class \$200k - \$500k

Upper Class \$500k +

Rich \$1 million and up

Знаменитости с любым уровнем дохода

Психографический портрет:

Средне-высокий и высокий класс

Образ жизни - хорошее образование, хороший доход, работа на себя или в менеджерских/руководящих позициях, путешествия, интерес к культуре и искусству, кино, шоу бизнесу.

Тип личности - адаптивный, предпринимательский, скорее экстраверт, любит быть в центре внимания, любит пробовать новое, любит разнообразие и новые впечатления.

Интересы:

мода, тренды, шоу бизнес/знаменитости, экологичность, бизнес, инвестиции,
украшения