

Tehniskā specifikācija

„Zīmola dizaina un materiālu izstrāde” ID Nr. LUCFI 2017/15

MATERIZE Radošais kopsavilkums

Piezīme – prasību materiāls saskaņā ar Valsts valodas likuma noteikumiem tulkots no angļu valodas uz latviešu valodu. Oriģinālie termini un rezultātu apraksti angļu valodā atrodami zemāk. Darba rezultāts būs jāizstrādā angļu valodā, šajā valodā vēlams izstrādāt arī tehnisko piedāvājuma, jo saturs tālāka attīstīšana notiks angļu valodā, ņemot vērā iepirkuma mērķi: starptautiska projekta īstenošanas ietvaros.

1. ZĪMOLA STRATĒGIAS KOPSAVILKUMS

- **Konteksts**

Visi produkti, sākot no Lego rotaļlietām un beidzot ar datoru mikroshēmām un datu uzkrāšanas medijiem, ir veidoti no dažādiem materiāliem. Šo produktu inovāciju uzmanības centrā ir tieši jauni vai uzlaboti materiāli. Mūsu darbā mēs tiecamies izprast un apstrādāt materiālus līdz to atomārai struktūrai, kā arī pārvarēt to ierobežojumus. Mūsu mērķis ir attīstīt tehnoloģijas ar inovatīviem materiāliem, kas palīdz radīt jaunus produktus augsto tehnoloģiju industrijā.

- **Missija**

Padarīt zinātnisko ekspertīzi kompetenci un pieredzi vērtīgu noderīgu industrijai un uzņēmumiem.

- **Pakalpojumi un mērķauditorija**

Mēs strādājam pie materiālu dizaina un inovācijām un risinām ar materiāliem saistītas problēmas augsto tehnoloģiju industrijas uzņēmumiem

- **Stratēģiskā ievirze**

Materize ir **mediators** (tulks) starp divām kontrastējošām, atšķirīgām pasaulēm – akadēmisko un biznesa. Mēs padarām zinātnisko izcilību efektīvu un noderīgu industrijai.

Materize ir Latvijas Universitātes Cietvielu fizikas institūta apakšstruktūra, kas izveidota sadarbībai ar industriju.

- **Zīmola essence**

Materiāli (inovatīvi, augsto tehnoloģiju) (*advanced, high-tech*)

Zīmola vārds - Materize

- Ideja:
Materials + Realize = **Mater(ial)ize** jeb
Materiāli + Realizēt = **Mater(ial)ize** (= materializēties, tapt realizētam)

Zīmola dizainam pirmkārt, jābūt balstītam uz zīmola identitātes vadlīnijām un vispārējo stratēģiju, neveidojot tā nemainīgu sasaisti ar vārdu. Tas saistīts ar iespējamām izmaiņām zīmola vārdā, atkarībā no tā izmantošanas rezultātiem industrijas vidē.

Zīmolu raksturojošie vārdi / atslēgvārdi

- Materiāli
- Inovācija
- Viegli saprotams
- Atvērtība, viegli pieejams (*Open, easy access*)

- Brīnišķīga pieredze (*Great experience*)

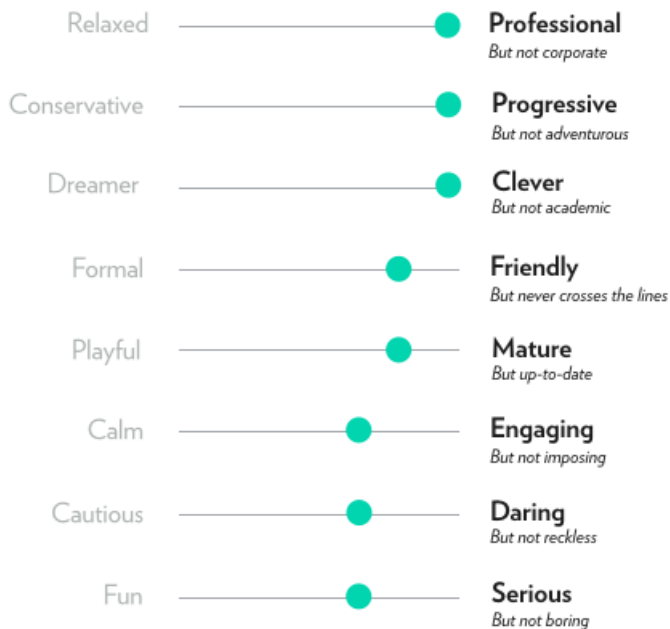
Vērtības

- Inovācija
- Orientācija uz tirgu
- Viegli saprotams (*Easily Understood*)
- Pilnveidošanās (*Betterment*)
- Kvalitāte

Galvenie darbības reģioni

- Eiropas savienība un asociētās valstis
- Āzija (Japāna, D.Koreja, Taivāna, Ķīna, Indija)
- ASV, Kanāda, Izraēla, Austrālija

Zīmola personība



- Relaksēts – Profesionāls (bet ne korporatīvs)
- Konservatīvs – Progresīvs (bet ne piedzīvojumu meklētājs)
- Sapņotājs – Gudrs (bet ne akadēmisks)
- Formāls – Draudzīgs (bet nekad nepārkāpj robežas)
- Rotaļīgs – Nobriedis (bet mūsdienīgs)
- Mierīgs – Iesaistošs (bet ne uzmācīgs)
- Piesardzīgs – Drosmīgs (bet ne pārgalvīgs)
- Jautrs – Nopietns (bet ne garlaicīgs)

Dizaina ievirze:

- **Tīrs** (mazāk komplicēts > vairāk skaidrs)
- **Mūsdienīgs** (mazāk konservatīvs > vairāk moderns (*cutting-edge*))
- **Autentisks** (mazāk vispārīgs > vairāk personības)
- **Tiešs (*Straight-forward*)** (mazāk korporatīvs > vairāk uzņēmēju (*entrepreneurial*))

2. PĀRSKATS PAR DARBA UZDEVUMU - PAKALPOJUMA ETAPIEM (SECĪGI)

Piezīme: norādītie termiņi darbu izpildei ir provizoriski un var tikt precizēti.

ZĪMOLA IDENTITĀTE UN KOMUNIKĀCIJAS MATERIĀLI

1. etaps — Radošais koncepts un vizuālā identitāte

- Radīt radošo pamatkonceptu (saskaņā ar zīmola vispārējo stratēģiju)
- Logo, ikona, fonti (typography), krāsas
- Vizuālie piemēri: parādīt, kā radošā ideja un vizuālā identitāte tiks realizēta dažādos medijos

Etapa izpilde: 4-5 nedēļu laikā no pasūtījuma veikšanas.

2.1. etaps — Zīmola vadlīnijas (pamata)

- Izstrādāt tiešsaistes zīmola grāmatu ar vadlīnijām un nepieciešamajiem elementiem:
 - Logo lietojums – krāsas, izvietošana uz attēliem, simbols
 - Drošā zona (*Safe Area*)
 - Krāsas – galvenās un sekundārās
 - Fonti
 - Vizuālie (*Visuals*)
- Logotipa izmantošana (krāsainais un melnbaltais)
- Drošās zonas un izmantošanas ierobežojumi
- Logo izmantošana uz dažādiem foniem
- Galvenie un sekundārie burtveidoli
- Mājaslapas vizuālais virziens – noskaņu kolāža un apraksti (*moodboards & descriptions*) (Materize mājaslapas izstrāde būs atsevišķs iepirkums)

Etapa izpilde: 2 nedēļas no 1. etapa beigām.

2.2. etaps – LU CFI mājas lapas dizaina vispārīgā caurskatīšana

- Vispārīgi ieteikumi ātrai dizaina uzlabošanai LU CFI mājas lapas (www.cfi.lu.lv) pirmajā lapā kontekstā ar jaunveidojamo Materize. LU CFI mājas lapas dizaina uzlabojuma mērķis ir izveidot konsekventāku vizuālo saikni starp Materize un LU CFI. Plašāks LU CFI zīmola uzlabošanas darbs būs atsevišķa aktivitāte nākotnē.

Etapa izpilde: 2 nedēļas no 1. etapa beigām

3.1. etaps — Komunikācijas materiālu dizains I

- Vizītkaršu sagataves (korporatīvās un personīgās)
- Prezentāciju sagataves (6 slaidi)
 - PowerPoint
- E-pasta paraksts
- Komunikācijas stils sociālajos tīklos (Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram)

Etapa izpilde: 3 nedēļas no 2. etapa beigām

3.2. Etaps — Komunikācijas materiālu dizains II

- Folderis / mape, A4 izmērs*
 - Viens dizains – iekļaujot Materize profilu un kopējo piedāvājuma informāciju (izmantojams piem., klientu vizītēs, kur papildus pievieno specifiskās informācijas lapas)
 - Otrs dizains – bez plašākas profila un piedāvājuma informācijas (izmantojams piem., konferencēs, semināros utml – kur ievieto pasākuma informāciju)
- Informācijas lapas* - ieliekamas prezentāciju folderī (5 dizaini ar saturu, A4, katrs 1-2 lapas)
- Zīmes (signage) dizains
- Interjera noskaņas (*moodboard*)
 - Vizuālais / attēla siena (*image wall*);
 - Krāsas
 - Dizaina stila ievirzes apraksts
- A4 vēstules forma
- Kvotācijas (quotation) forma *- cenu / pakalpojumu piedāvājumam
- Projektu / piedāvājumu dokuments * (t.sk. titullapa, satura rādītājs / vispārīgā struktūra, dokumenta elementi, noslēguma lapa)
- Līguma dokuments * (t.sk. titullapa, satura rādītājs / vispārīgā struktūra, dokumenta elementi, noslēguma lapa)
- Rezultātu atskaites dokuments * (t.sk. titullapa, satura rādītājs / vispārīgā struktūra, dokumenta elementi, noslēguma lapa)
- Piezīmju lapas (A4 un A5 – izdalīšanai piezīmēm sapulcēs, apmācībās utml.)
- Aploksnes
- Rēķīni, pavadzīmes, noslēguma akti
- Ietinamie stendi (*Roll-up's*) * (2 dizaini)
- Zīmola aksesuāru / atdodamo materiālu (*give-away's*) dizains (3 dizaini)

Etapa izpilde: 6-8 nedēļas no 3.1. etapa beigām

3.3. etaps — Komunikācijas materiālu dizains 3

- Skrejlapa/brošūra* - trīskārt pārlokāms A4 formāts, viens dizains ar saturu_

- Informatīva izdevuma sagataves dizains* (viens vispārīgs, viens konkrēts, piem., Mailchimp)
- Izstādes interjera dizains* (nelielai kabīnei (2 x 2 m) ar galdu/stendu (viegls un pārnēsājams))
- Korporatīvā dāvana (1 dizains)

Etapa izpilde: 6-8 nedēļas no 3.2. etapa beigām

4. etaps — Komunikācijas materiālu aktualizācija un papildus izstrāde

- Aktualizācija ar atjaunoto saturu
 - Folderis / mape* (ar Materize profilu)
 - Informācijas lapas *
 - Skrejlapas/brošūras *
- Viegla dizaina atjaunināšana izstrādājamiem materiāliem (ne dizains no jauna)
- Jaunu informācijas lapu dizains * - ieliekamas prezentāciju folderī (5 dizaini / varianti ar saturu, A4, katrs 1-2 lapas)

Laika grafiks: sākums orientējoši 10.-14. mēnesis no līguma noslēgšanas; izpilde 2-3 mēnešu laikā.

5. etaps – Papildus darbi

- Par papildu neplānoto darbu jāparedz 140 cilvēkstundas no dizaina un citu saistīto projektu un satura vadības resursiem
- Šis apjoms tiks izmantots pēc izvēles, ja būs nepieciešams veikt papildu darbu, kas nav iekļauti 1., 2., 3., 4. etapa specifikācijā.

Etapa izpilde: orientējoši laikā starp 5. un 36. mēnesi pēc līguma parakstīšanas.

3. UZRAUDZĪBA, VADĪBA UN KVALITĀTES KONTROLE

Šiem pakalpojumiem jābūt iekļautiem un cenotiem 1., 2., 3. un 4. etapa aktivitāšu ietvarā:

- Kopējā dizaina un zīmolvadības vadība un uzraudzība
- Ražošanas vadība un kvalitātes kontrole materiālu pirmajiem laidieniem
- Kvalitātes kontrole turpmākajiem materiālu laidieniem 36 mēnešu periodā pēc līguma parakstīšanas
- Uzraudzības ieteikumi dizaina iestrādēm Materize un LU CFI mājaslapās
- Stratēģiskie ieteikumi satura strukturēšanai, lai nodrošinātu stila konsekvensi (t. sk. vispārīgā uzraudzība web/online realizācijai)
- Tiešsaistes zīmola grāmatas (*online brandbook*) apkalpošana un atjaunošana, iekļaujot arī:
 - 3-5. etapā dizainētos materiālus
 - Tiešsaistes zīmola grāmatas pārvietošanu uz Pasūtītāja norādīto resursu pēc pirmā pieprasījuma bez papildu maksas (1 nedēļas laikā)
- Informācijas strukturēšana un tekstu rediģēšana dizainētajos materiālos
 - Jāiekļauj satura izveides vadības darbs, t. sk. Pasūtītāja sniegtās informācijas apkopošana un strukturēšana, tās formatēšana saskaņā ar zīmola identitāti un vadlīnijām, padarot to atbilstošu katra materiāla mārketinga mērķim, tai skaitā veicot tekstu redakcionālu papildināšanu, teksta tulkošanu uz angļu valodu, kur tas nepieciešams, un tekstu rediģēšanu (primāri materiāliem, kas atzīmēti ar “*”, bet arī citiem materiāliem pēc vajadzības)

- Šī projekta vadība

4. CITAS PRASĪBAS UN DETAĻAS

- Piedāvājumā ievadā Pretendentam jāparāda piedāvājuma redzējums un tā atbilstība Materize prasībām un vajadzībām
- Materiālu dizaina darbos tiek ietvertas arī kvalitātes prasību noteikšana drukas / ražošanas (*production*) materiāliem un tehnikai
- Fontiem jābūt identiski izmantojamiem gan drukātās, gan interneta versijās; dārgi fonti nav pieļaujami, izņemot, ja tas ir saskaņots ar Pasūtītāju
- Izpildītāja atbildība ir nodrošināt, lai radītais dizains nesaduras ar preču zīmes apdraudējumu. Izstrādājot dizainu, Izpildītājs pārliecinās un parāda, ka attiecīgajās pakalpojumu grupās un teritorijās netiek izmantots līdzīgs dizains, kas varētu radīt strīdus situāciju. Gadījumā, ja rodas motivēta prasība un tā rezultātā tiek pieņemts lēmums par nepieciešamību veikt izmaiņas dizainā, šo izmaiņu veikšana vai jauna dizaina izstrāde būs Izpildītāja atbildība, kas to veiks par saviem līdzekļiem. Izņēmums ir gadījums, ja Pasūtītājs apstiprina noteiktu risku pārņemšanu savā atbildībā.
- Tekstā “3. etaps” ietver 3.1., 3.2., 3.3. etapa darbus; “2. etaps” ietver 2.1. un 2.2. etapa darbus
- Visi materiāli nododami izejas formātā un PDF un/vai citā drukas/ražošanas formātā (kur tas ir pielietojams)
- Visi dokumentu dizaini sagatavojami MS Word kā galvenajā izmantošanas formātā
- Materiālu pamata valoda – angļu
- Pretendenti ir pieejama arī Materize zīmola stratēģija. To izsniedz 2 darba dienās pēc pieprasījuma saņemšanas un pēc informācijas neizpaušanas vienošanās (NDA) parakstīšanas.
- Cenu piedāvājums
 - 1., 2., 3., 4. etapam un etapam “Papildu darbi” cena jānorāda katram atsevišķi (3.1., 3.2., 3.3. etapiem cena var tikt apvienota vai uzrādīta atsevišķi pēc Pretendenta ieskatiem, kā arī tad, ja ir vēlme saņemt pa šiem apkšetapiem sadalītus maksājumus)
 - Jānorāda arī informācija par plānotajām darba stundām un vidējo cilvēkstundas izcenojumu katrā no etapiem.
- Jābūt iekļautam projekta plānam, kurā tiek parādīts pa etapiem sadalīts projekta laiku plānojums (pretendents pēc saviem ieskatiem var norādīt arī detalizētāku plānu).
- Pretendents var atsevišķā Piedāvājuma daļā veikt analīzi par iespējamiem būtiskiem papildus ierosinājumiem attīstībai. Tādā gadījumā tam skaidri jānorāda, ka šo ieteikumu realizācija nav daļa no 1.-4. etapiem piedāvātajā cenā ietvertā apjoma. Pēc Pasūtītāja ieskatiem tie var tikt realizēti zem 5.etapa – Papildus darbi vai citu iepirkumu ietvaros.

Zemāk prasību angliskā redakcija

Specification

Materize: Creative Brief

1. Brand Strategy Summary

Background

All products, starting from lego toys to computer chips and data storage media, are made from various materials. At the heart of product innovation are enhanced and new materials. Our work strives to understand and manipulate the atomic structure of materials and break their limitations. Our goal is to push forward technological advancement by innovating materials that help high-tech industry create new products.

Mission

Make scientific expertise beneficial to businesses.

Service & Audience

We design and innovate materials and solve material-related problems for the high-tech industry companies.

Strategy Direction

Materize is the **mediator** (interpreter) between the two contrasting worlds — academic and business. We make scientific excellence efficient for the industry.

Materize is subsidiary of Institute of Solid State Physics, University of Latvia intended for cooperation with industry.

Brand Essence

Materials (advanced, high-tech)

Brand Name

Materize

- Idea:
Materials + Realize = **Mater(ial)ize** (= come into being)

Brand design should be made based primarily on the general brand identity guidelines and not tied irrevocably with the name, keeping in mind the possibility of name change or adjustments in the future depending on the industry adoption of it.

Brand Keywords

- Materials
- Innovation
- Easy-to-understand
- Openness, easy access
- Great experience

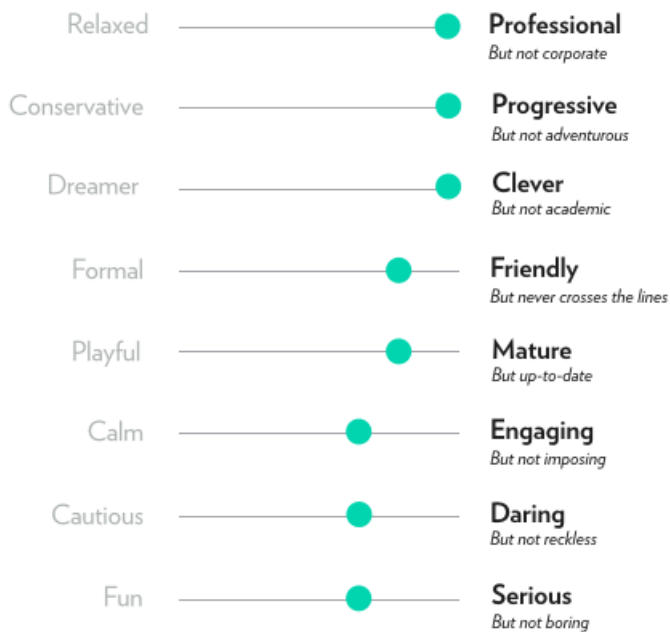
Values

- Innovation
- Market-focus
- Easily Understood
- Betterment
- Quality

Main target regions

- European Union and associated countries
- Asia (Japan, S.Korea, Taiwan, China, India)
- USA, Canada, Israel, Australia

Brand Personality



Design Direction:

- **Clean** (less complicated > more clarity)
- **Contemporary** (less conservative > more cutting-edge)
- **Authentic** (less generic > more personality)
- **Straight-forward** (less corporate > more entrepreneurial)

2. Brief:

Brand Identity & Communication Materials

Phase 1 — Creative Concept & Visual Identity

- Create the main creative concept (that aligns with the overall brand strategy);

- Logo, icon, typography, colors;
- Visual Samples: demonstrate how the creative idea and visual identity will be implemented across various mediums;

Work completion: within 4-5 weeks from contract signing

Phase 2 — Brand Guidelines (initial)

- Create online brandbook with guidelines & necessary brand assets;
 - Logo usage - colors, on images, symbol
 - Safe Area
 - Colors - primary & secondary
 - Fonts
 - Visuals
- Use of logotype (color & monochrome);
- Define safe area & usage restrictions;
- Logo usage on various backgrounds;
- Defining primary, secondary typefaces
- Website visual direction (moodboards & descriptions)
(Materize Website development shall be separate procurement)

Work completion: 2 weeks from end of Phase 1

Phase 2.1 – General revision of design for the ISSP UL website (www.cfi.lu.lv)

- General recommendations for fast re-design (face-lift) of ISSP UL Web page front page in the context of Materize. The goal for ISSP Web design is to create more consistent visual identity between Materize and ISSP. Deeper ISSP branding will be separate activity.

Work completion: 2 weeks from end of Phase 1

Phase 3.1 — Communication Materials Design 1

- Business Card Templates (Corporate & Personal)
- Presentation Template (6 slides)
 - PowerPoint
- E-mail signature
- Social Network Styling (Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram)

Work completion: 3 weeks from end of Phase 2

Phase 3.2 — Communication Materials Design 2

- Folders* (A4)
 - One design including Materize profile and general offering information
(to be used as example in client visits giving general information plus adding specific information pages)

- Second design without detailed profile and offering information
(used more in settings like conference or seminar as placeholder for event information)
- Information pages* - that could be added in the presentation folder (5 designs with content, A4, 1-2 pages each)
- Signage Design
- Moodboard for interior designer
 - Visual/image wall;
 - Colors
 - Design style direction description
- A4 Letterhead
- Price / services quotation form *
- Projects / offering document * (incl. design of front page,table of contents, document elements, closing page)
- Contract document design * (incl. design of front page,table of contents, document elements, closing page)
- Results report document * (incl. design of front page,table of contents, document elements, closing page)
- Envelopes
- Invoice * (bill for payment), Goods delivery invoice, Acceptance act
- Roll-up* (2 designs)
- Give-away/Brand Accessories Designs (3 designs)

Work completion: 6-8 weeks from the end of Phase 3.1

Phase 3.3 — Communication Materials Design 3

- Leaflet (brochure)* - one three-fold (A4) give-away leaflet with content
- Newsletter Template Design* (general and one specific like Mailchimp)
- Exhibition Interior Design* - Small booth (2x2m) with a table/stand (light & portable)
- Corporate gift (1 design)

Work completion: 6-8 weeks from the end of Phase 3.2

Phase 4 — Communication Materials Revision and New design

- Revision with updated content
 - Folders *
 - Information pages *
 - Leaflets (brochures) *
- Light design update (not redesign) of design materials
- Design of additional information pages * – that could be added in the presentation folder (5 new designs with content, A4, 1-2 pages each)

Work timeline: start – around 10-14 month from start of contract; completion within 2-3 months from start.

Phase 5 - Additional works

- For additional unplanned work should be estimated 140 man-hours of design and related project and content management resource.

- These hours shall be used optionally in case of need for the works not covered by the Phase 1-4 specification.

Work timeline: indicative between month 5 and 36 from contract signing.

Supervision, management and quality control

These services should be included and priced under the Phase 1-4 activities

- General Design & Branding oversight
- Production Management & Quality Control of first releases of materials designed
- Quality Control of further materials produced during period of 36 months from contract signing
- Supervision guidance of design implementation into the Materize and ISSP webs
- Strategic guidance for the content structuring for uniformity / consistency of the style (including also general oversight of the web/online implementation)
- Online brandbook service & update, including also
 - Addition of materials designed in Phases 3-5
 - Should be transferred to Client chosen location upon first request at no additional cost (within 1 week)
- Information structuring and copywriting revisions for the materials designed
 - should include content management work, including compilation and structuring of the source content provided by the client, making it formatted in the context of brand identity and guidelines, making it relevant for the marketing purposes of each specific material by adding necessary relevant texts, translation to English where relevant and copywriting revisions (primarily for materials marked with “*” but also other where relevant)
- Project management of this project

Other requirements and details

- In the proposal introduction Bidder should present the vision of their offering and its best matching to the Materize requirements and needs.
- Materials design shall include also requirements for the materials and process to be used for the production
- Fonts should be identical usable for both printed and web versions, no expensive fonts allowed with exception of Client approval
- It shall be responsibility of designing company to ensure that the design will not face trademark objections. While making design, Designing company makes certain and shows that in relevant service groups and territories there is no use of similar design which could create disputes. In case of motivated demand and consequent decision to change, it shall be responsibility of designer company to change or adjust the design on its own expense. Exception is if Client confirms the transfer of particular identified risks on his own liability.
- Phase 3 in the text includes works of Phase 3.1, 3.2, and 3.3. Phase 2 in text includes works of Phase 2.1. and 2.2.
- All materials are to be handed over to Client in source formats and PDF and/or other formats for printing/production (where applicable).
- All designs of documents are to be made for MS Word as primary means of use.
- The main language of materials – English
- There is possibility to access Materize brand strategy, it shall be issued to the asking Bidder within 2 working days from the request and signing of the NDA.
- Price calculation

- Phase 1, 2, 3, 4 and “Additional works” should be priced each separately in the price calculation (*price for Phase 3.1, 3.2, 3.3 can be merged or indicated separately, to be decided by Bidder and if like to have payments divided also by these sub phases*)
- Information on the estimated work hours effort and average hour pricing in each Phase should be also provided
- There should be included project plan showing project calendar planning divided by the phases (Bidder can decide to make it more detailed as relevant).
- Bidder in separate section can add also analysis of additional possible relevant suggestions for development. In that case it should be clearly marked as not part of the price offering of Phases 1-4. According to Client decision those can be executed as part of 5th phase – Additional work or as separate purchase.