

Brendo Skill: Claude, kuris pažįsta tavo prekės ženklą

Keturių žingsnių metodas, kaip į Claude įkrauti brendo balsą, vizualinę kalbą ir pozicionavimą prieš rašant promptą. Su pilnu pavyzdžiu ir paruoštais promptais.

SKILLS

12 MIN SKAITYMO

2026-05-23

RAKTAŽODIS: SKILL

Nori gauti failus per Instagram? Parašyk SKILL komentare po bet kuriuo apix.studija postu ir atsiųsiu juos žinute.

Generiniai Claude promptai duoda generinį rezultatą. Tą akimirką, kai į Claude įkrauni savo brendo realią vizualinę kalbą, balsą ir pozicionavimą prieš rašant promptą, rezultatas pasikeičia visiškai. Kampanijai paruoštas. Brendinis. Per sekundes.

Ką apima šis gidas

Kodėl Claude pagal nutylėjimą duoda ne brendinį rezultatą ir kaip tai sutaisyti per vieną setupo sesiją. Keturių žingsnių Brendo Skill metodas. Pilnas pavyzdys su fiktyvia LT interjero studija „STUDIJA AURA“. Ką statyti, kai tavo Brendo Skill jau veikia.

Kodėl generiniai Claude promptai nedarba

Kai pasakai Claude „sukurk kampanijos vizualą smulkaus verslo studijai“, jis padaro kažką, kas atrodo lygiai kaip kiekviena kita smulkaus verslo studija. Tai nėra Claude problema. Tai konteksto problema. Claude nepažįsta tavo brendo. Jis spėja.

Sprendimas paprastas. Įkrauni brendą į Claude prieš rašant promptą. Vizualinę tapatybę, balso toną, paslaugų pozicionavimą, konkurentų kontekstą. Kai šitas užtaisas yra, kiekvienas tavo promptas nuo to momento atsakomas per to brendo prizmę. Rezultatas nustoja būti generinis ir tampa naudojamas.

Metodas tinka bet kokiam brendui. Setupas užima 20 iki 30 minučių. Po to gali generuoti kampanijų briefus, vizualinius promptus, reklamos copy ir paslaugų istorijas per kelias sekundes.

1 žingsnis. Ištrauk brendą

Ištrauk viską, ko Claude reikia, kad suprastų, kaip brendas atrodo, kalba ir kaip pozicionuojasi rinkoje.

Atidaryk naują Claude pokalbį ir įklijuok šitą promptą, pakeisdamas URL į savo brendo:

@APIX.STUDIJA · APIXSTUDIJA.LT/GIDAI/BRENDOSKILLGIDAS/ · NEMOKAMAS GIDAS, DALINKIS SU NUORODA

Aš statau Brendo Skill brendui [BRENDŲ PAVADINIMAS]. Štai jų svetainė: [URL]

Išanalizuok šitą brendą ir ištrauk:

1. Brendo balso toną. Kaip kalba, kokius žodžius naudoja, ko vengia
2. Vizualinę tapatybę. Spalvų paletė, apšvietimo stilius, modelių estetika, aplinka ir nuotaika
3. Paslaugų ar produktų pozicionavimą. Kaip aprašo savo paslaugas, kokius pažadus duoda, ką iškelia į priekį
4. Tikslinę auditoriją. Kam kalba, kokią gyvenimo būdą parduoda
5. Konkurencinę poziciją. Kokią vietą užima rinkoje, kuo išsiskiria
6. Turinio raštus. Kokio tipo turinį dažniausiai dalina, kas veikia, ką kartoja

Būk konkretus. Naudok tiesiogines citatas iš svetainės kur tik įmanoma. Nesakyk apibendrintai.

Pridėk ir jų socialinius

Po svetainės analizės įklijuok šitą follow-up: „*Dabar išanalizuok jų Instagram @[HANDLE]. Kokie vizualiniai raštai kartojasi? Kaip atrodo jų feedo estetika? Kuo socialinių tinklų balsas skiriasi nuo svetainės balso, jei skiriasi?*“

Socialiniai ir svetainė dažnai pasakoja skirtingas istorijas. Tau reikia abiejų.

03

2 žingsnis. Pamaitink vizualais

Duok Claude akis. Be paslaugų nuotraukų ir kampanijos referensų jis dirba aklai.

Surink šituos vaizdus ir įklijuok tiesiai į Claude, nes Claude moka skaityti paveikslėlius:

- Pagrindinių paslaugų ar produktų vaizdai. Bent 3 iki 5 to, kam kursiturinį
- Geriausiai veikiantys kampanijos vizualai. Ekranų nuotraukos iš jų Instagram feedo ar svetainės
- Detalus kadrai, kad Claude suprastų tekstūrą, spalvą, medžiagas
- Bet kokie kampanijos kadrai, kurie reprezentuoja jų vizualinį standartą

Kai įklijuosi, pridėk šitą promptą.

Štai [BRENDŲ PAVADINIMAS] pagrindiniai vaizdai ir kampanijos referensai. Išstudijuok:

- Paslaugų ar produktų spalvas, tekstūras, medžiagas, įpakavimo stilių
- Kaip viskas stilizuota ir apšviesta jų kampanijose
- Modelius, žmonių tipus, estetiką, kurią naudoja
- Geriausių vizualų nuotaiką ir aplinką

Išsaugok visa tai kaip Brendo Skill dalį. Kiekvienas mano kūrybinis briefas nuo dabar turi remtis šituo vizualiniu standartu.

Pro patarimas

Daryk ekrano nuotraukas tiesiai iš svetainės ar Instagramo. Neatsisiųsk ir nemažink iš naujo. Vaizdo kokybė neprivalo būti tobula. Claude skaito vizualinę kalbą, ne rezoliuciją.

04

3 žingsnis. Pastatyk brendo briefą

Kai brendas jau įkrautas, paprašyk Claude paruošti struktūruotą briefą,

@APIX.STUDIJA · APIXSTUDIJA.LT/GIDAI/BRENDO-SKILL-GIDAS/ · NEMOKAMAS GIDAS, DALINKIS SU kurį jis naudos visiems kūrybiniams užklausimams.

Remdamasis viskuo, ką dabar žinai apie [BRENDŲ PAVADINIMAS], sukurk Brendo Kūrybinį Brief, kurį naudosiu visam tolimesniam kampanijos darbui. Įtrauk:

1. BRENDŲ BALSAS. 3 iki 5 tono savybės su po vieną pavyzdinį sakinių prie kiekvienos
2. VIZUALINIS STANDARTAS. Apšvietimas, spalvų paletė, modelių estetika, aplinka, ko vengti
3. PASLAUGŲ KALBA. Tikslus pažadų ir aprašymų tipas, kurį šitas brendas naudoja
4. KAMPANIJOS RAŠTAI. Formatai ir turinio tipai, kurie šitam brendui veikia
5. KŲ ŠITAS BRENDAS NIEKADA NEDARŲ. Vizualinės ir verbalinės linijos, kurių neperžengia

Suformatuok kaip referencinį dokumentą. Įklijuosiu jį būsimų pokalbių pradžioje, kad iškart aktyvuotų Brendo Skill.

Išsaugok rezultatą. Tai tavo Brendo Skill dokumentas. Įklijuoji jį naujo Claude pokalbio pradžioje ir brendo kontekstas iškart gyvas.

Ką daryti su šituo dokumentu

Išsaugok Notione kaip atskirą puslapį kiekvienam klientui ar brendui, su kuriuo dirbi. Kai atidarai naują Claude pokalbį, pirma įklijuoji briefą, paskui pradedi rašyti promptus. Claude visą paskesnę turinį traktuoja kaip brendo apribotą rezultatą. Generika baigiasi.

05

4 žingsnis. Generuok

Kai Brendo Skill aktyvus, kiekvienas tavo promptas duoda brendinį rezultatą.

Naudodamas viršuje esantį [BRENDŲ PAVADINIMAS] Brendo Skill, parašyk Nano Banana 2 vaizdo promptą:

- Pagrindinis paslaugos ar produkto kadras [PAVADINIMAS]
- Aplinka: [APLINKA]
- Nuotaika: [VIENAS ŽODIS]
- Vaizdas turi tiksliai atitikti brendo vizualinį standartą

Naudodamas [BRENDŲ PAVADINIMAS] Brendo Skill, parašyk tris reklamos copy variantus [PASLAUGAI ARBA PRODUKTUI]. Kiekvienas turi:

- Pradėti brendo tonu, ne generiniu pradžios pažadu
- Išskelti pagrindinį paslaugos privalumą
- Užbaigti CTA, kuris atitinka kaip šitas brendas kalba
- Tilpti į 40 žodžių

Naudodamas [BRENDŲ PAVADINIMAS] Brendo Skill, parašyk kampanijos briefą [SEZONUI] paleisti. Įtrauk:

- Kampanijos konceptas viename sakinyje
- Vizualinė kryptis (3 punktai)
- Pagrindinė paslauga ir palaikančios paslaugos
- Copy kryptis pagrindiniam vaizdui
- Trys turinio formatai jam išvystyti

Kuo konkretnesnis promptas, tuo geresnis rezultatas

Brendo Skill paima ant savęs visą balso ir vizualinės kalbos darbą. Tavo darbas kiekvienam promptui yra būti konkrečiam dėl paslaugos, aplinkos ir formato. Claude tvarko brendo atitikimą. Tu tvarkai briefą.

STUDIJA AURA pavyzdys

Štai tiksliai ką Claude ištraukė, kai paleidome Brendo Skill ant fiktyvios LT interjero studijos „STUDIJA AURA“.

Brendo balsas

Šiltas ir konkretus. „Erdvė, kurioje gerai sėdėti vakare.“ Užtikrintas be didingumo. Pasakoja apie kambarius, ne apie save. Įtraukus ir realistiškas. Kalba klientui, ne aspiracinei publikai. Vengia: prabangos žargono, žodžio „luxury“, prieš ir po transformacijų vaizdo.

Vizualinis standartas

Apšvietimas: minkštas, natūralus, vakaro arba ryto šviesa. Jokio studijinio blykstės. Spalvų paletė: smėlio, terakotos, alyvuogių, šilto baltumo. Natūralios medienos akcentai. Modeliai: realūs gyvenimo kadrai, ne pozavimas. Žmonės arba jų nebuvimas, ne agentūros nuotraukos. Aplinka: gyvenami namai, ne studijos. Vakaro šviesa pro langą. Kava ant stalo. Knyga, kuri ką tik buvo skaitoma. Niekada: šaltas modernistinis minimalizmas, balti fonai, „showroom“ estetika, perpildyti flat lay.

Paslaugų pozicionavimas

Iškelia jausmą, ne paslaugos pavadinimą. „Kambarys, kuriame vaikas pats nori daryti namų darbus" vietoj „vaikų kambario projektavimo".

Praktiškumas su skoniu. Ne dekoratyvumas dėl dekoratyvumo, bet sprendimai, kurie veikia kasdienybėje. Pagrindinės paslaugos: pilnas interjero projektas (nuo €2.500), vienos erdvės atnaujinimas (€800), online konsultacija (€150). Pozicija rinkoje: virš jaunesnių freelance dizainerių, žemiau didelių agentūrų.

Ko šitas brendas niekada nedaro

Nesilygina su konkurentais. Nenaudoja prieš ir po framingo, kuris numenkina kliento esamus namus. Nerodo dirbtinai sustyguotų „inspiration board" kadry. Nenaudoja aspiracinės kalbos, kuri sukuria atstumą tarp brendo ir kliento.

Kampanijos promptas, kurį Claude parašė iš šito briefo:

Vakaro kadras gyvenamojo kambario. Šilta lempos šviesa krenta ant terakotinio fotelio. Ant medinio stalo atvira knyga ir pusiau išgerta kava. Lange paskutinė vakaro šviesa. Žmogaus nesimato, bet juntama, kad kažkas ką tik išėjo iš kambario. Spalvos: smėlio, terakotos, alyvuogių. Apšvietimas: praktiška, ne dramatiška. Šaudyta 50mm, plati diafragma, šiltas tonas. Nuotaika: gyvenama.

Kampanijai paruoštas. Brendinis. Parašyta per mažiau nei 10 sekundžių.

07

Ką statyti su juo

Kai Brendo Skill jau setupintas, štai ką gali generuoti kiekvienam kliento briefui:

- **Kampanijos vizualai.** Pagrindiniai paslaugos kadrai, gyvenimo stiliaus vaizdai, sezoninės kampanijos serijos
- **Reklamos copy.** Mokamų socialinių antraštės, caption tekstai, CTA variantai
- **Turinio briefai.** Pilni kampanijos krypties dokumentai, paruošti perduoti komandai
- **Paslaugų istorijos.** Proceso arba rezultato naratyvai tikslia brendo kalba
- **El. pašto ir landing copy.** Struktūruota pagal brendo toną, ne pagal generinį šabloną
- **Pardavimų deckai.** Pasiūlymai, parašyti brendo balsu, paruošti kliento patvirtinimui

Vienas Brendo Skill setupas duoda savaitėms turinio. Nepradedi nuo nulio prie kiekvieno briefo. Statai ant pamato, kuris laiko.