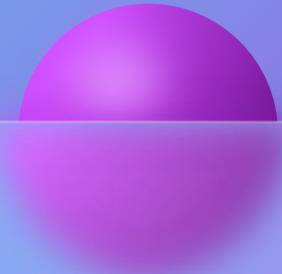


The background features a gradient from light blue on the left to purple on the right. Scattered throughout are various 3D geometric shapes: a cyan plus sign, a blue ring, a purple sphere, a purple ring, a cyan crescent, a blue sphere, a purple polyhedron, a purple plus sign, a purple crescent, and a blue plus sign. A large, semi-transparent light blue circle is centered behind the text.

Элементы фирменного СТИЛЯ

**Фирменный стиль —
один из главных
инструментов
рекламного,
маркетингового,
имиджеобразующего
комплекса бренда.**

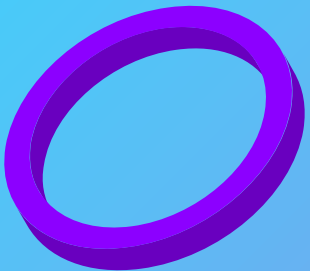


**Главная задача
фирменного
стиля — это
повышение узна
ваемости бренда**

Элементы фирменного стиля

Логотип (и название бренда)

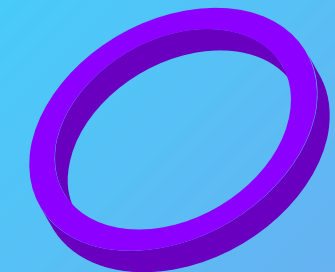
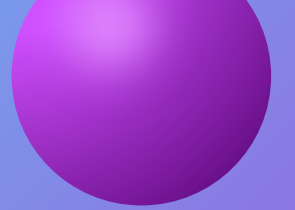
- Ключевой элемент фирменного стиля, присутствующий почти на всех носителях. Логотип может быть шрифтовым, в виде отдельного графического знака или же совмещать оба приема.
- Все компоненты должны сочетаться, дополнять друг друга
- Логотип был масштабируемым



Элементы фирменного стиля

Логотип (и название бренда)

- все компоненты должны сочетаться, дополнять друг друга
- логотип должен быть масштабируемым
- максимально простой графический знак
- логотип разрабатывают в корпоративных цветах
- необходимо предусмотреть различные варианты отображения



Google



facebook.



Mercedes-Benz



Coca-Cola

You Tube



Microsoft



ebay



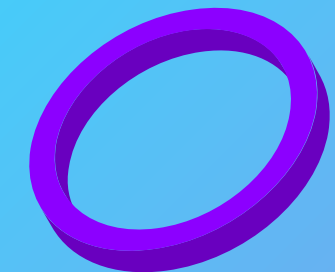
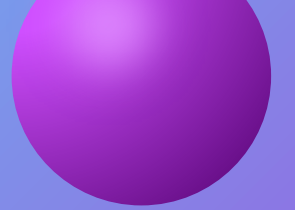
pepsi



Элементы фирменного стиля

Цвет

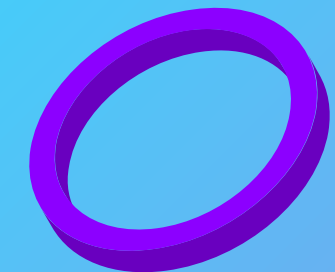
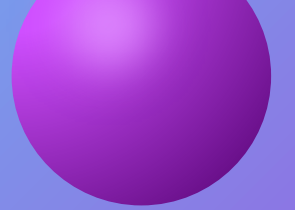
- Цвет помогает сформировать нужное ощущение бренда (спокойный, агрессивный, технологический), дифференцировать продукты (премиальный/бюджетный)



Элементы фирменного стиля

Цвет

- изучите, какие чувства вызывают разные оттенки: красный — смелость, желтый — оптимизм, синий — стабильность, черный — уверенность
- выберите один главный оттенок и несколько вспомогательных
- используйте сайты для подбора цвета



Оптимизм

Дружелюбие

Возбуждение; Азарт

Креативность

Доверие

Мир; Спокойствие

Баланс



DIVERSITY

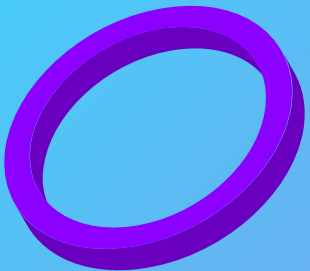


Элементы фирменного стиля

Типографика (шрифт)

- Шрифт может восприниматься как "мужественный" или "женственный", "легкий" и "тяжелый", "элегантный" или "грубый", "прочный", "деловой" и т. п.
- можно использовать сразу несколько шрифтов (2-3)
- все начертания должны сочетаться друг с другом, с ЛОГОТИПОМ

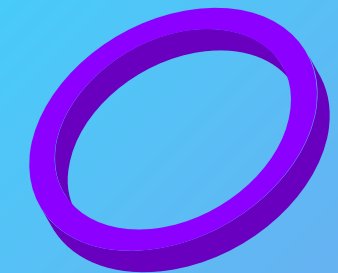
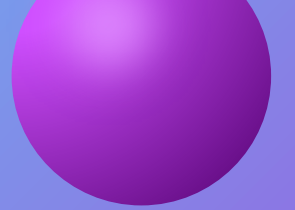
•



Элементы фирменного стиля

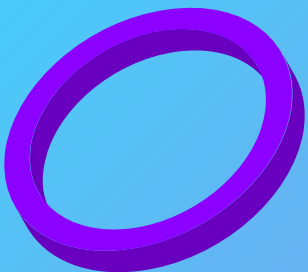
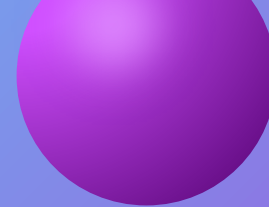
Графика

- Фирменная графика — это визуальные элементы, дополняющие стиль. Это могут быть паттерны, узоры, объекты, градиенты и другие графические приемы. Фирменная графика помогает разнообразить и оживить фирменный стиль, создать вариативность оформления коммуникаций.

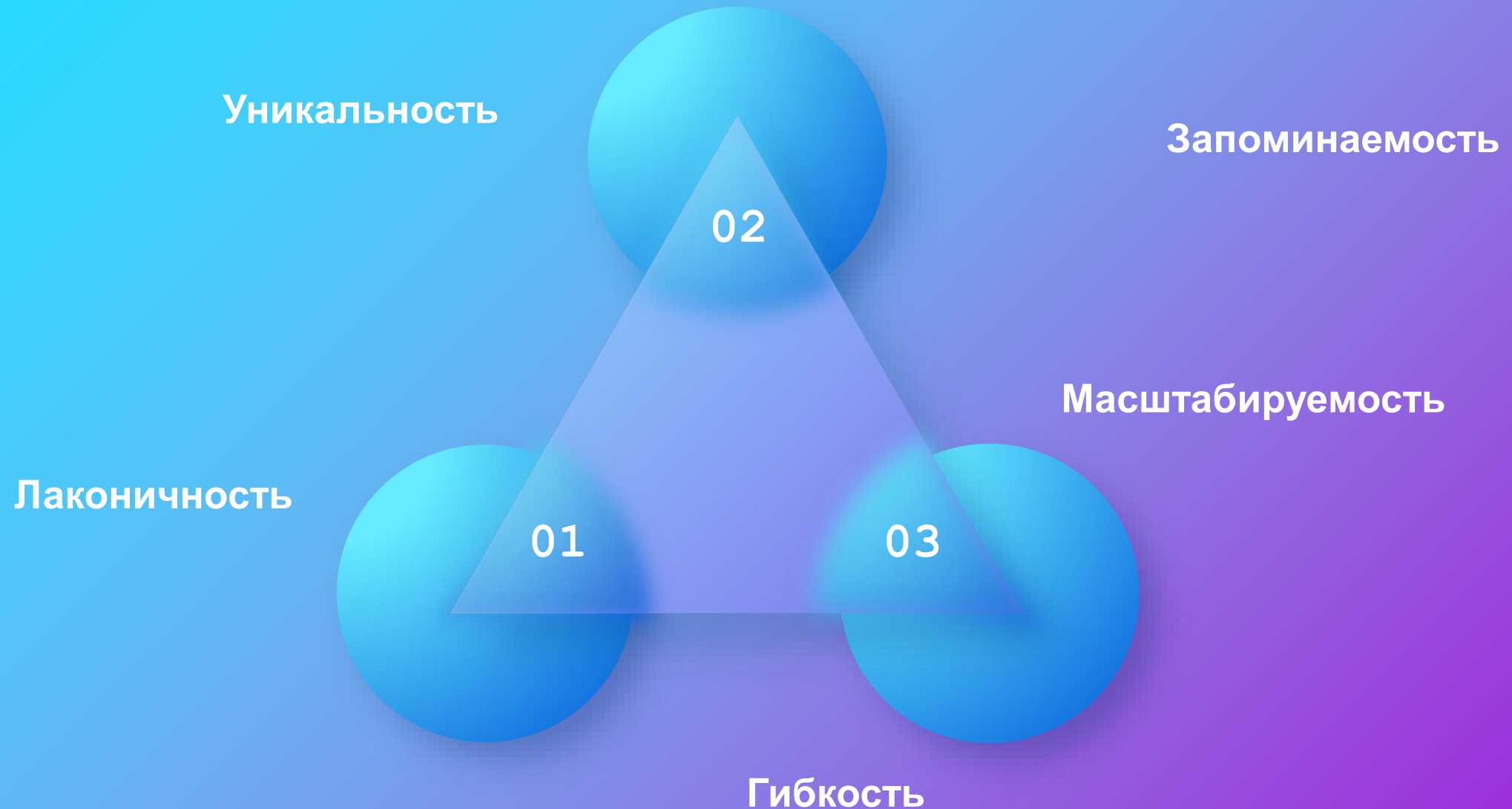


Элементы фирменного стиля

Маскот (бренд-персонаж)



Каким должен быть фирменный стиль?



Носители фирменного стиля

- деловая документация и визитные карточки;
- рекламная полиграфия (флаеры, каталоги, постеры и билборды);
- презентации для партнеров или инвесторов;
- канцтовары для офиса (записные книжки, ручки, бланки, стикеры);
- мерч (толстовки, футболки, тетради, чехлы для смартфонов, кружки и другие сувениры);
- телевизионная реклама;
- элементы декора для офисов и торговых точек;
- дизайн транспортных средств;
- оформление упаковок товаров и пакетов;
- форма сотрудников организации;
- сайты, лендинги и мобильные приложения;
- реклама на сторонних веб-ресурсах (баннеры)

