



by LINKgroup

Center for Career Development



Logo-ul

Puterea mesajului vizual

Cornelia Moțăianu

Designer. Graphic Designer. Art Director

Ce este un brand, o identitate vizuală sau un logo?

Care este legătura între consumator și brand?

Care sunt instrumentele ce alcătuiesc identitatea vizuală?

Cât de important este logo-ul când vorbim de identitate vizuală?

Cum se realizează un logo?

De ce este comunicarea importantă?

- încredere
- respect
- recunoaștere
- noi conexiuni / legături
- standard / calitate

Cum o creăm?

Identitate vizuală

Produs / Servicii

Reclamă

Ce este un brand?

Un brand este o promisiune.

Serviciile și produsele odată identificate transmit o garanție pentru calitate.

Brand-ul cuprinde tot ce ține de **identitatea vizuală** și **logo**,
dar și de **percepția** oamenilor referitoare la acel brand.

Brand ≠ Logo

4 cerințe cheie

pentru
o strategie de succes

1. Diferențiere

Pe piața de astăzi extrem de competitivă, brand-urile trebuie să aibă o **abordare diferită**, un motiv clar de a fi.

Ceea ce reprezintă un brand trebuie să stea în fața concurenței pentru a fi observat, a face o bună impresie și, în cele din urmă, **a fi preferat**.

2. Relevanță

Cum?

Creând o **conexiune** cu tot ceea ce iubesc / doresc / aspiră oamenii în lume.

De ce?

Pentru că, odată construită legătura între produs și client, companiile ajung să înțeleagă și **să îndeplinească nevoile și aspirațiile** publicului țintă.

3. Coerență

Pentru a **asigura credibilitatea** publicului, brand-urile trebuie să fie coerente în ceea ce spun și fac.

Toate mesajele, comunicările de marketing și livrarea de produse trebuie **să fie unitare și memorabile** / semnificative.

4. Stimă

O marcă **diferențiată, relevantă și coerentă** este una evaluată de public ca fiind **CÂȘTIGĂTOARE**.

Reputația mărcii / brand-ului este câștigată prin executarea în mod clar și consecvent a ambelor experiențe **promise și livrate**.

Ce este o identitate vizuală?

Identitatea vizuală este un sistem de reguli și recomandări de aplicare și dezvoltare a elementelor vizuale fundamentale ale mărcii:
semnătură vizuală (logo + logotip + slogan),
culori, fonturi, atitudine vizuală și ton.

Scopul acestui sistem este de a asigura **coerența, stabilitatea** și **dezvoltarea** armonioasă în timp a imaginii mărcii / brand-ului

Etapele de dezvoltare a identității vizuale

- **semnătura vizuală (LOGO) + reguli de aplicare**
 - aplicații pe diferite materiale
 - exemple de utilizare corectă

1. Semnătura vizuală + reguli de aplicare

Cuprinde:

- rolul și **importanța mărcii**
- **personalitate**, coordonate de dezvoltare, attribute de marcă
 - **semnătura vizuală**: simbol, logotip, slogan
 - **forme permise de utilizare**
 - **spațieri** impuse
- **specificații culori** de firmă: CMYK, RGB, alb-negru, grayscale, etc.
- **imprimări** pe culori deschise / închise / backgrounduri acceptabile / inacceptabile
 - **fonturi** de firmă
- **erori și interdicții** de utilizare ale semnăturii vizuale

3. La Marca Gráfica

3.2 Red de construcción

Creada con el objetivo de asegurar una buena reproducción de la marca, para mantener sus características y proporciones. Como norma general, la reproducción debería de ser siempre a partir de los archivos digitales originales incluidos en el CD adjunto con este manual.



3.3 Área de Reserva

En algunas aplicaciones, la marca estará acompañada de varios elementos, ya sean fotografías, ilustraciones, otros textos, etc... Por lo tanto, es muy importante que cuente con el suficiente espacio a su alrededor, para que se pueda ver con claridad y no tenga elementos que le resten importancia.

Esta norma deberá ser aplicada en cada una de las modalidades de uso de la marca.



3. La Marca Gráfica

3.4 Colores Corporativos: Área Jurídica

La marca considera el uso de dos colores. Para normalizar la utilización de los colores se propone considerar los códigos de color PANTONE como referencia visual. Será necesario y de obligado cumplimiento reproducirlos con la mayor fidelidad, independientemente del soporte elegido.



PANTONE	CUATRICROMÍA	RGB	NEGRO 100%	CUATRICROMÍA	RGB
187 C	C: 0% M: 100% Y: 79% K: 20%	#a2130		C: 0% M: 0% Y: 0% K: 100%	#000000

3.4.1 Colores Corporativos: Área Empresa



PANTONE	CUATRICROMÍA	RGB	NEGRO 100%	CUATRICROMÍA	RGB
314 C	C: 100% M: 0% Y: 9% K: 30%	#ab0081		C: 0% M: 0% Y: 0% K: 100%	#000000

2. Aplicații ale semnăturii vizuale

Cuprinde:

- listă variabilă de **aplicații corecte ale semnăturii vizuale**
(elemente cu utilizare constantă sunt incluse ca resurse pe CD-ul și pot fi utilizate liber)
- **STAȚIONARE:** cărți de vizită, coli cu antet, plicuri, mape, coală fax, template Word pentru scrisori și alte documente de firmă, legitimații, facturi personalizate, decorări de mașini, signalistică de interior și exterior, salopete, uniforme, etc.







3. Utilizarea corectă a semnăturii vizuale

Cuprinde:

- aplicarea în mediile vizuale specifice mărcii respective:
 - reclame în ziare și reviste
 - coperti de publicații
 - afișe, pliante, broșuri, autocolante
 - standuri, bannere stradale, panotaj stradal
 - obiecte promoționale
 - fațada de magazin / firmă luminoasă
 - web – interfață site / bannere / newslettere


Creative
Advertising
Agency



Grandi Workshops Pantaloni
magis 377c 7825 City, Country
Tel: + 09 704 671062
Fax: + 09 704 8302841
E-mail: support@zippixels.com
www.zippixels.com

Outdoor Brand Campaign

Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse
cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Duis aute irure dolor in
reprehenderit in voluptate velit.

Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cil-
lum dolore eu fugiat nulla pariatur.



Ce este un logo?

Este un simbol de identificare al:

- companiilor
- servicii / produselor

Care sunt elementele recognoscibile ale unui logo?

- nume
- simbol
- culoare
- slogan



simbol

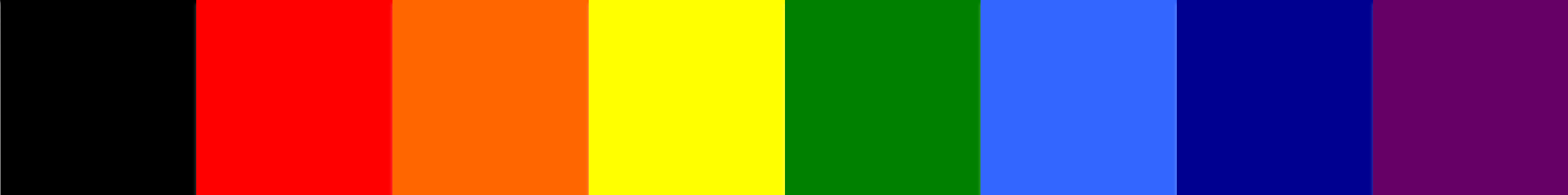
culoare

BOSCH

nume

Invented for life

slogan



Coloarea

- Este cel mai recunoscut elemente al unei identități vizuale
- Are un impact instantaneu, promovând un mesaj puternic NON-VERBAL în numele campaniei / produsului

Exemple:

ROSU - pentru Coca-Cola

ALBASTRU - pentru IBM sau HP

VERDE - pentru STARBUCKS

ORANGE - pentru Orange

NEGRU - pentru Nike, Adidas, Apple

GALBEN - pentru McDonald's



Cum se realizează un logo?

Programele grafice vectoriale



Profesional



Free and open-source