

Тема: Фирменный стиль

Фирменный стиль организации — широкий термин. Но в первую очередь под ним подразумевают совокупность визуальных элементов. Именно с изображениями потребитель взаимодействует чаще всего: на рекламных баннерах, в социальных сетях, на сайтах и на упаковках товаров. Рассмотрим основные компоненты айдентики, ее функции, носители и особенности создания фирменного стиля.

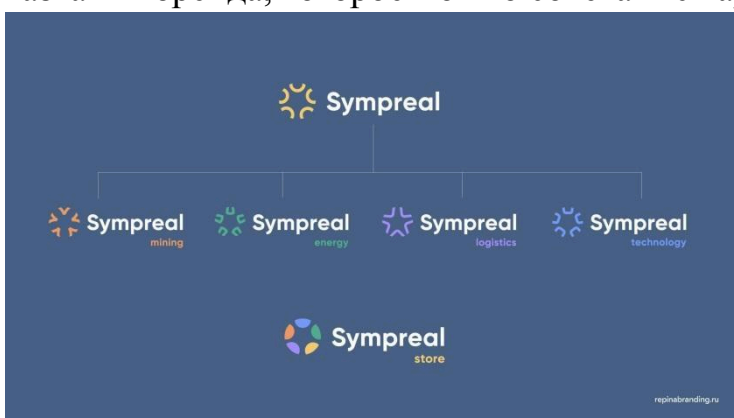
Что входит в фирменный стиль

Выделяют большой и малый фирменный стиль. Малый включает в себя необходимый минимум для идентификации бренда — корпоративный шрифт, цвет, логотип и правила верстки. Этого вполне достаточно для небольших компаний и стартапов, у которых ограничен бюджет и не слишком много каналов коммуникации с потребителем.

Логотип

Логотип — это основа фирменного стиля предприятия. Он представляет собой название компании, оформленное определенным образом: с помощью уникального шрифтового начертания или написанное в технике леттеринга. Логотип помогает потребителю понять, какому бренду принадлежит продукт или реклама, и быстрее запомнить компанию. Важно, чтобы слово можно было без труда прочесть, начертание хорошо смотрелось в любом масштабе, а пластика букв отражала характер бренда.

Например, простые шрифты без засечек могут ассоциироваться с современностью и надежностью. Так выглядит логотип производителя глины — мы провели ребрендинг компании «Новоорская керамика», разработали архитектуру бренда, новое название и неизменное начертание названия бренда, которое можно сочетать с вариативными знаками:



А вот наша работа для интернет-провайдера «Телевокс» — леттеринг призван создать душевный и дружелюбный образ бренда:



Иногда в надписи заложен какой-то конкретный рисунок: буквы или пустоты между ними могут складываться в изображение — как в этом логотипе австралийской дизайн-студии.



Фирменный знак

Помимо логотипа у многих брендов есть нарисованный символ — фирменный знак. Если изображение прошло государственную регистрацию, его еще называют товарным знаком. Символ бренда должен хорошо смотреться в любом масштабе, сочетаться с логотипом и нести понятную идею. Необязательно знак будет в точности отражать сферу деятельности компании, но он всегда имеет концепцию. Графически изображение может

быть как детализированным, так и очень простым.

Такой знак мы разработали для системы управления бизнесом. Это видоизмененная форма первой буквы названия компании — F. Символ отражает динамику и идею первенства.



Поскольку в системе Faibonix есть 4 модуля, мы адаптировали форму знака под них — создали 4 дополнительных символа.

Иногда фирменный знак делают не абстрактным, а вполне конкретным. На нем может быть изображен предмет, персонаж или явление, напрямую относящееся к бренду. Так, например, слон стал символом канала Animal Planet:

Практическое задание
Создать фирменный логотип техникума
Прислать на эл.почту