

Айдентика

Разбор брендбука компании Ростелеком 2015 года

4 Создание знака идентификации

Воплощаем в векторе лучших трех эскизов из полученных на поисковом этапе. При этом обязательно учитываются фундаментальные качества формы знака: способности к масштабируемости, возможности воспроизведения в один цвет без оттенков (монохромности) и ясной проработанности.



5 Доработка логотипа и подбор шрифта

Из представленных дизайнером первичных вариантов происходит выбор заказчиком подходящего ему варианта формы знака и доработка вместе со словесной компонентой (именем). Важно показать заказчику комбинирование надписи и изображения в различных вариациях: вписывая в квадрат, располагая и выравнивая их по центру, а также ассиметрично или динамически и пр.

Здесь важно подобрать подходящие к объекту идентификации шрифтовой гарнитуре, а также согласование форм глифов или общей архитектуры шрифта и выбранной для доработки формы изобразительной части логотипа.



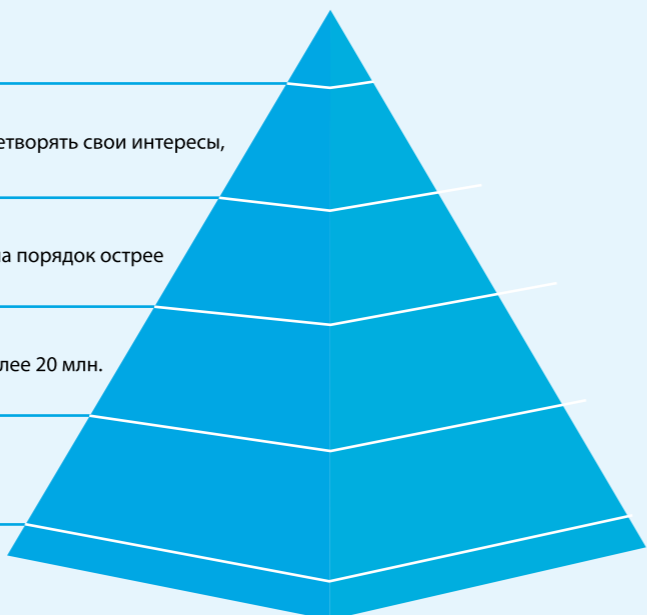
Chevin Pro Thin	ABCabc	1234567890
Chevin Pro Light	ABCabc	1234567890
Chevin Pro Medium	ABCabc	1234567890
Chevin Pro DemiBold	ABCabc	1234567890

Поисковый этап

1 Заполнение Технического задания

Формулировка целей и задач или иначе - заполнение технического задания или брифа. Это следует делать максимально полно, уделяя особое внимание оригинальному именованию объекта айдентики, формулировке кредо объекта идентификации и/или его уникальному торговому предложению (УТП), на существующий девиз, слоган и т. п.

- Идея бренда**
Ростелеком - интернет России
- Потребность в категории**
Мне нужно больше, чем просто времяпровождение дома, я хочу быть в курсе происходящего, удовлетворять свои интересы, развлекаться - мне нужны самые разнообразные и яркие впечатления, с доставкой на дом
- Эмоциональное преимущество**
Возможность максимально увлекательно и интересно провести время дома, получить впечатления на порядок острее и масштабнее
- Функциональное преимущество**
Все возможности лидера интернет-услуг для ежедневного получения информации и развлечения более 20 млн. жителей России
- Предложение и его атрибуты**
Масштаб, защищенность, мощност и бесперебойность сигнала, самый широкий выбор актуального контента и инструментов для управления им
- Характер бренда**
Лидер, который готов нести ответственность за других, деятельный и эмоциональный, заряжает уверенностью и хорошим настроением. Амбициозный, вдохновляет и увлекает



2 Подбор ключевых слов

На основании заполненного ТЗ выбираются ключевые слова, напрямую связанные с объектом идентификации, и которые кладутся в основание для составления дерева/куста/интеллект-карты ассоциаций. Не стоит однако совершать больше двух вторичных ответвлений от исходных слов, иначе это слишком далеко уведет ассоциативный ряд от исходных смыслов! Во вторичных ассоциациях также должны быть синонимы, антонимы, распространенные идиомы или идиоматические выражения, а также образные выражения русского языка.

3 Эскизирование знака идентификации

Следующим шагом служит механическое комбинирование ветвей построенного дерева ассоциаций для поиска удачных сочетания, работающих на идею для успешной идентификации согласно формулировкам технического задания. Иначе говоря на данном этапе происходит эскизирование и отбор альтернативных вариантов на предмет удачных и неудачных формообразований. Таким образом поисковый этап завершается подготовкой минимум пяти эскизов с отличными друг от друга идеями, отсылающими к техническому заданию.

Теория проектирования айдентики

Не операциональные методы проектирования, это интуиция и вдохновение, которые не всегда могут сработать. Операциональные методы, это например визуальная подпитка при просмотре качественных знаков. А также построение таблицы словесных ассоциаций на пересечении которых можно отыскать ряд свежих идей. Полет мысли при поиске оригинальной идеи, должен двигаться в рамках, как теории, так и традиционной проектной деятельности.

Можно выделить реестр необходимых предметов, которые задействованы при проектировании айдентики.

В примерный перечень входят: Продукция и/или услуги, Документация, Навигация, Экстерьеры и интерьеры, Реклама и презентация. Этот реестр объектов идентификации не только динамический по своему устройству, но и также не является исчерпывающим и требует дополнения или исключения тех или иных элементов в зависимости от потребности.

Теория знаков идентификации

Обязательно в техническом задании стоит учесть потенциальные товарные группы и/или группы услуг согласно МКТУ, в которых будет возможна регистрация авторского права на знак.

«Registered» - официально запатентованный знак

«Trademark» - Означает, что уже подана заявка на регистрацию товарного знака

«Service mark» - Означает знак обслуживания

Формотворчество: виды ТМ/30

Изобразительный знак

Словесный знак

Комбинированный знак. В т.ч звуковые и т.д

Принцип подбора цвета



Синонимические ряды и путаница со словами

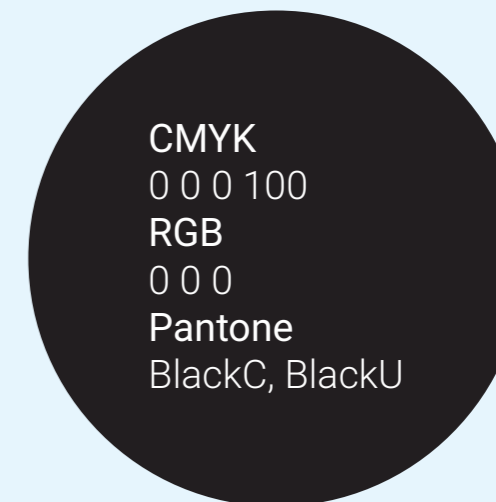
Логотип - обозначает фактически две разновидности знака по цели использования, это торговая марка и знак обслуживания. А также на ряду с этим, употребляется с тем же смыслом знак-символ, лого, эмблема и даже герб. Словосочетанием фирменный стиль - обычно обозначают дизайн систему, идентификации, айдентика, брендбук (страниц больше всего), гайдлайн, логобук (содержит лишь информацию об идентификационном знаке и его особенностях).

Слово фирменный блок - обозначает альтернативное расположение конструкции идентичности или компоновку торговой марки или знака обслуживания, то есть комбинированная структура постоянных компонентов идентификации. Также под фирменным блоком иногда имеют в виду композицию построения пропорций и воспроизведения логотипа.

6 Подбор цветовых решений

Важно помнить технологическую особенность широты охвата цветовых пространств: выбирать стоит в самом узком их пространстве воспроизведения - CMYK - для поддержания постоянства расцветки предметов айдентики. За выбором одной из предложенных цветовых схем заказчиком следует воплощение проектировщиком формы знака в цвете.

Существуют следующие функции цвета: Идентификационная функция определяющая проектируемую дизайнером принадлежность; Интегративная функция позволяющая создать целостный образ при идентификации; Навигационная, когда сложная цветовая схема маркирует необходимые части объекта идентичности.



7 Разработка элементов айдентики

После завершения работы над постоянными идентификаторами проектный этап разрешается предоставлением вариантов оформления и расцветки различных предметов или элементов айдентики. Их перечень должен быть оговорен ранее в техническом задании. Обязательным несущим интегративную нагрузку будет разработка оригинальных графических решений или «графический изюминки», вроде использования персонажа, уникального оформления растровой графики, специфические элементы векторной штриховой графики и т. п.



Упаковка



Листовка



Паттерн



Галстук



Визуальная идентификация в диджитал



Прочая сувенирная продукция

8 Оформление брендбука или гайдлайна

Финальным штрихом при разработке айдентики будет оформление согласно разработанным принципам и постоянным компонентам идентификации и интеграции руководства по айдентике с примерами использования на актуальных для объекта предметах.

Проектный этап