



comunicare strategică
identitate vizuală
consultanță de marcă
aplicații web
multimedia
crm
erp

Ce este identitatea 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.

Sistemul de identitate vizuală este în general sintetizat într-un manual de identitate a mărcii, elementele vizuale fundamentale (diferitele versiuni permise ale semnăturii vizuale, fonturi, etc.) și alte aplicații fiind livrate pe CD (împreună cu manualul în format PDF).

Etape de dezvoltare a sistemului de identitate vizuală

Un sistem de identitate vizuală cuprinde următoarele 3 secțiuni dezvoltate succesiv:

- semnătura vizuală + reguli de aplicare
- aplicații
- exemple de utilizare corectă

Dezvoltarea întregului sistem de identitate vizuală are la bază documentul de definire a mărcii și urmărește să implementeze vizual concluziile acestui document. Sunt urmărite:

- formarea elementelor fundamentale de reprezentare a mărcii (semnătură vizuală, culori, fonturi, etc.) astfel încât acestea să asigure:
 - exprimarea personalității mărcii (valori, atribute, asociații)
 - asigurarea recunoașterii vizuale facile și memorabilitatea ei la nivelul publicului țintă
 - diferențierea pozitivă față de competiție
- stabilirea imaginii coerente și corecte a mărcii prin aplicații și exemple de aplicare corectă a identității vizuale
- coordonarea întregii comunicări vizuale specifice companiei (mărcii)

Structura generică a manualului de identitate

Un manual (generic) de identitate al mărcii va conține următoarele capitole:

A. Semnătura vizuală + reguli de aplicare

Cuprinde următoarele subcapitole:

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

Tea Communications

RO-400235 Cluj-Napoca
Corneliu Coposu 17

☎ (+)4(0)-364-101857

✉ office@t-e-a.ro

www.t-e-a.ro

CIF: RO14874515

CUI: J12/1729/2002

RO69 BTRL 0130 1202 9065 38XX
Banca TRANSILVANIA
Sucursala Cluj-Napoca



comunicare strategică
identitate vizuală
consultanță de marcă
aplicații web
multimedia
crm
erp

B. Aplicații ale semnăturii vizuale

Această secțiune cuprinde o listă variabilă de aplicații corecte ale semnăturii vizuale, incluzând în general elemente cu utilizare constantă și al căror design se modifică (în principiu) la intervale mari de timp. Elemente suplimentare pot fi adăugate în listă. Proiectele de design cuprinse în această secțiune sunt incluse ca resurse pe CD-ul de identitate vizuală și pot fi utilizate liber.

În general acest capitol cuprinde: 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.

C. Exemple de utilizare corectă a semnăturii vizuale

Scopul acestei secțiuni este de a crea o imagine reală a modului în care firma de design vede identitatea vizuală a mărcii aplicată 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, fațadă de magazin, etc.

Tea Communications

RO-400235 Cluj-Napoca
Corneliu Coposu 17

☎ (+)4(0)-364-101857

✉ office@t-e-a.ro

www.t-e-a.ro

CIF: RO14874515

CUI: J12/1729/2002

RO69 BTRL 0130 1202 9065 38XX
Banca TRANSILVANIA
Sucursala Cluj-Napoca