

ТАММ

ВКУСНО СОЧНО ВОСТОЧНО

ТАМАМ

Мы придумали название, логотип и фирменный стиль (брендбук) для нового кафе с восточным стритфудом.

Весь процесс занял около 6 недель.

Техническое задание от клиента:

- Было важно, чтобы дизайн легко считывался, вызывал положительные эмоции и аппетит.
- Название должно быть нетипичным для восточного стритфуда (Шауром, ЧебурекМи – ✗)
- Стильный и современный дизайн, не похожий на конкурентов
- Кроме логотипа и фирменного стиля, необходим дизайн упаковки

ТАММ
ВКУСНО СОЧНО ВОСТОЧНО





Фирменная графика

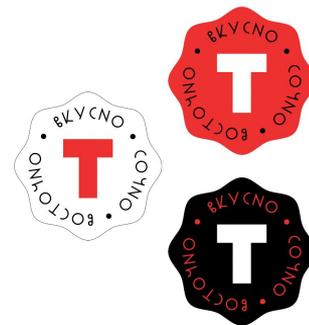
Стилистика иллюстраций ручная векторная. Такие иллюстрации отражают характер бренда, передают настроение счастья, позитива, дружелюбности.



19

Фирменный знак

Когда вы работаете с маленьким носителем (фавиком сайта, аватаркой в соцсетях и т. д.), разработанный в трех цветовых вариантах фирменный знак — монограмму Т с дескриптором.



8

Фирменная графика

Основными стилеобразующими элементами являются иллюстрации. На них изображены стилизованные овощи, мясо, нож, сковородка, соус, стаканчик кофе.

Кроме основных иллюстраций присутствуют яркие стикеры с различными тематическими надписями, которые можно дополнять, просто меняя текст.



18

Применение

Фирменные стикеры можно использовать для наложения поверх текста или на фотографии, а также на однородный фирменный фон. Можно добавлять стикеры поверх фирменного паттерна.

Форму можно использовать как контейнер для фотографий в макетах или как элемент фона.

Стикеры с текстом не должны перебивать основной текст. Это второстепенные элементы, поэтому не следует делать их слишком крупными.



✓ Стикеры наложены поверх фото и текста. Фотография помещена в фирменную форму контейнера.

✓ Фирменные элементы не перебивают основное сообщение на макете, а просто дополняют его.

21





Бумажные пакеты (с ручками)

- 2 размера:
• 310 x 310 x 190 мм
• 200 x 200 x 120 мм



Пластинка под запайку

1 размер - 95мм



Бумажные коробки

Большие размеры
(2 штуки)



Бумажные стаканчики под горячие напитки



ПродЛайн

ПРОДУКТЫ  ПИТАНИЯ

ПРОДЛАЙН

Клиент занимается оптовыми поставками продуктов питания в Центральном Федеральном округе. Необходима была разработка логотипа и фирменного стиля (брендбук) в связи со сменой названия компании.

Создание логотипа – 2 недели. Фирменный стиль (брендбук) – 5 недель.

Техническое задание от клиента:

- Фирменный стиль должен быть удобен в использовании для фирменной документации и офисных принадлежностей, так и для розничных магазинов брeда.
- Прямая ассоциация с деятельностью компании
- Использование красного цвета как основного

Текущий сайт компании: <https://vdetstva.ru/>

ПродЛайн

ПРОДУКТЫ  ПИТАНИЯ



Цветовые версии логотипа

1. Черный цвет — для монохромной печати на чеках, этикетках и документах.
2. Цвет охры на темном фоне.
3. Цвет охры на красном фоне.
4. Красный цвет на светлом фоне.



13

Фирменный знак

Фирменный знак нужен для работы с такими маленькими носителями, как фавикон сайта, аватарка в соцсетях и т. д. Это позволяет сохранить идентичность бренда.



10

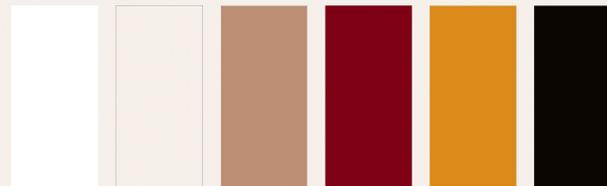
Иллюстрации

Основными стилеобразующими элементами являются иллюстрации продуктов питания. Они построены на простоте линий и контрасте мягких и геометрических форм.

Иллюстрации отражают характер бренда и передают позитивное и дружелюбное настроение.



21



Белый

RGB 255 255 255
CMYK 0 0 0 0
HEX #FFFFFF
PANTONE P 179-1 U

Бежевый

RGB 252 246 240
CMYK 1 4 7 0
HEX #E0C090
PANTONE P 1-1 U

Охра

RGB 196 149 118
CMYK 20 42 52
HEX #C88076
PANTONE 2313 U

Красный

RGB 132 0 22
CMYK 29 100 87 38
HEX #8A0016
PANTONE 19-1757 TCX

Желтый

RGB 219 141 27
CMYK 12 49 96 2
HEX #D9801B
PANTONE 7569 C

Черный

RGB 0 0 0
CMYK 50 50 50 100
HEX #000000
PANTONE PROCESS BLACK C

16

Аспект

АСПЕКТ

Группа строительных компаний, которая уже 27 лет специализируется на строительстве жилья премиум и элит класса в центре Ставрополя. Компании необходимо было провести ребрендинг логотипа и фирменного стиля. Основное условие - сохранение узнаваемости логотипа.

Обновление логотипа заняло около 3 недель. Фирменный стиль (брендбук) со всеми носителями - 9 недель.

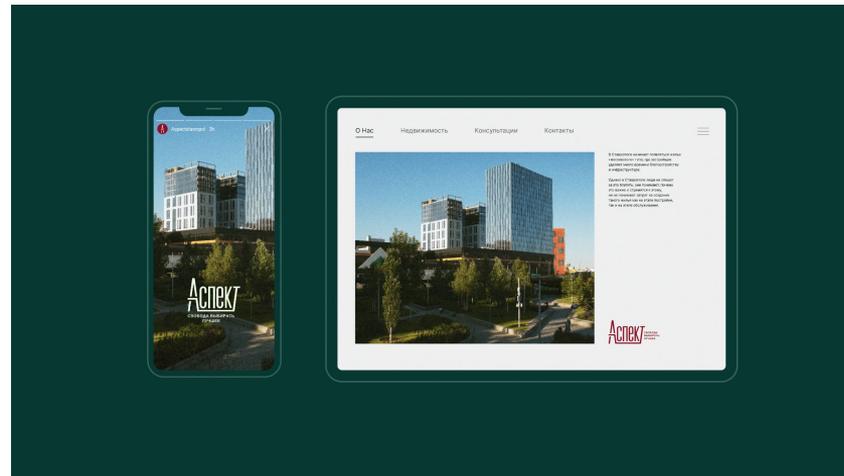
Сотрудничество с компанией продолжается: занимаемся брендингом отдельных жилых комплексов фирмы (см. пример, клубный дом "Воронцовский").

Аспект





Аспект
СВОБОДА
ВЫБИРАТЬ
ЛУЧШЕЕ





ВОРОНЦОВСКИЙ

КЛУБНЫЙ
ДОМ

ВОРОНЦОВСКИЙ

КЛУБНЫЙ
ДОМ



МЕДИЦИНСКИЙ ЦЕНТР
IVERA CLINIC

IVERA CLINIC

Разработали название, логотип, фирменный стиль (брендбук) для премиальной клиники. Специализация данного медицинского центра - это IV-терапия и прием узкопрофильных специалистов. ЦА - это предприниматели и занятые люди, у которых нет времени на полноценные "больничные" и которые хотят сохранить здоровье без отрыва от работы.

Техническое задание:

- Большой процент аудитории не знает, что это такое, поэтому произносит название «IV-терапия» как «четыре-терапия». Важно сохранить отсылку к процедуре и закрепить правильное произношение – /ив/, /ай-ви/.
- В дизайне должны быть отсылки к натуральности и мягкости

МЕДИЦИНСКИЙ ЦЕНТР
IVERA CLINIC



Комфорт
и органичность

Баланс
Натуральность
Эмпатия



Простота

Гладкость
Четкость
Минимализм



Скорость

Время
Движение
Марафон





Gardlys

CANDLES

GARDLYS

Разработали название, логотип, фирменный стиль (брендбук) для бренда интерьерных свечей.

Проект на стадии запуска

Gardlys

CANDLES



Gardlys - это бренд интерьерных свечей для дома, одоколенный связью между природой, разумом, телом, сердцем и душой. Бренд пропитан философией Лагом, его название переводится с норвежского, как «осознанная жизнь».

Жизнь в бистроменяется миром вызывает стресс, а Бренд Gardlys помогает замедлиться и найти свой уют в ароматах, дарящих спокойствие.

Все свечи изготавливаются вручную, с использованием натуральных материалов, таких как кокосовый воск, который безопасен при испарении и деревянный фитиль. У бренда есть несколько коллекций ароматных композиций, чтобы каждый нашёл себе свечу по душе.

Gardlys

