

Checklista branding

Ten dokument jest uzupełnieniem do wykładu na konferencji
"Innowacyjność i kreatywność w gospodarce"
autorka: Lena Mitkova

Checklista

Logo

znak, geneza znaku

proporcja znaku – rozpięcie na siatce

dobranie kroju pisma i zastępczego kroju pisma z odpowiedniej rodziny (Google Fonts / Zestaw dostępny w Microsoft / Typekit) – kompleksowe doradztwo dotyczące fontów i ich użycia i licencjonowania

przygotowanie formatów plików: EPS / PNG / PDF / SVG w wersji pełnej, skróconej, pionowej i poziomej; odpowiednie opisanie zastosowania poszczególnych typów plików przy rozwiązaniach technicznych / produkcyjnych

przygotowanie w każdym z formatów plików wersji kolorystycznej (RGB / doprecyzowany CMYK / Pantone), monochromatycznej i achromatycznej wraz z opisem ich zastosowania przy konkretnych produkcjach

brandbook dla logotypu

Podstawowe materiały marki

wizytówka w tym wybór papieru i techniki druku oraz przekazanie plików w taki sposób, aby następne dodruki odbywały się możliwie jak najbardziej sprawnie

papier firmowy – do druku – wybór papieru / sposobu druku, przygotowanie harmonogramu dostaw i usprawnienie zamawiania papieru na bieżąco

papier firmowy – zdefiniowany Word / forma cyfrowa – wskazanie na odpowiednie użycie zdefiniowanego dokumentu (strona tytułowa, strony kolejne, style akapitowe i style znakowe)

teczka – zdefiniowanie papieru / materiału i sposobu wykonania, wybranie techniki druku / zdefiniowanie koniecznych nakładów oraz poziomu budżetu

koperty – zdefiniowanie informacji na kopercie (w tym informacje stałe), formatów kopert i sposobu zadruku

szablon Powerpoint – zdefiniowanie liczby slajdów wzorcowych i ich dalszego użycia (w tym: zdefiniowanie konkretnych slajdów wzorcowych)

rollup – zdefiniowanie wielkości i sposobu produkcji

komplimentka – wybór papieru / sposobu druku

stopka mailowa (w tym: ustalenie, po czyjej stronie jest kodowanie i wdrożenie)

zebranie wszystkich materiałów w jeden podręcznik i przekazanie plików

Gadżety marki

każdorazowo: propozycja gadżetu, wybór techniki, wybór producenta, przygotowanie materiałów produkcyjnych

smycz od identyfikatora

identyfikator

długopis

ołówek

torba papierowa

torba materiałowa

kubek

notes

naklejka

Informacje ogólne: brzegowe informacje o znakowaniu na gadżecie, a także zebranie wszystkich materiałów w jeden podręcznik i przekazanie plików w formie do druku

Key visual

sposób, w jaki przygotowywane będą layouty (poszerzone spektrum postrzegania marki) zdefiniowanie języka KV – kolorów, proporcji, użytych krojów pism i ich wzajemnej proporcji, sposobu obrazowania, języka, którym posługuje się marka / instytucja – w teorii i na przykładach

wzór plakatu – przykład plakatu, proporcje, sposób przygotowywania kolejnych materiałów, idea dla przygotowania plakatu, rozmieszczenie informacji, metoda produkcji

wzór ogłoszenia – przykład dla formatów, opisanie proporcji i sposobu przygotowywania ogłoszenia, opcjonalnie: przygotowanie stocka dla marki

wzór ulotki – przykład dla formatów, opisanie proporcji i sposobu przygotowywania ogłoszenia, wybór papieru i sposobu produkcji

wzór katalogu (przykładowe typy stron) – przykład dla formatów, opisanie proporcji i sposobu przygotowywania ogłoszenia, wybór papieru i sposobu produkcji

wzór banerów internetowych

wzór postu Social Media – wielkości, proporcje, sposoby zastosowania

Znakowanie przestrzeni

przygotowanie podstawowego key visuala i podstawy do znakowania: kolorystyka, liternictwo, proporcje, sposób wykonania

przygotowanie podstawowych elementów znakowania: tablicy informacyjnej, znaku kierunkowego – w zależności od zapotrzebowania

zebranie wszystkich elementów w podręcznik użytkownika

Pobierz przykładowy zestaw logo + KV