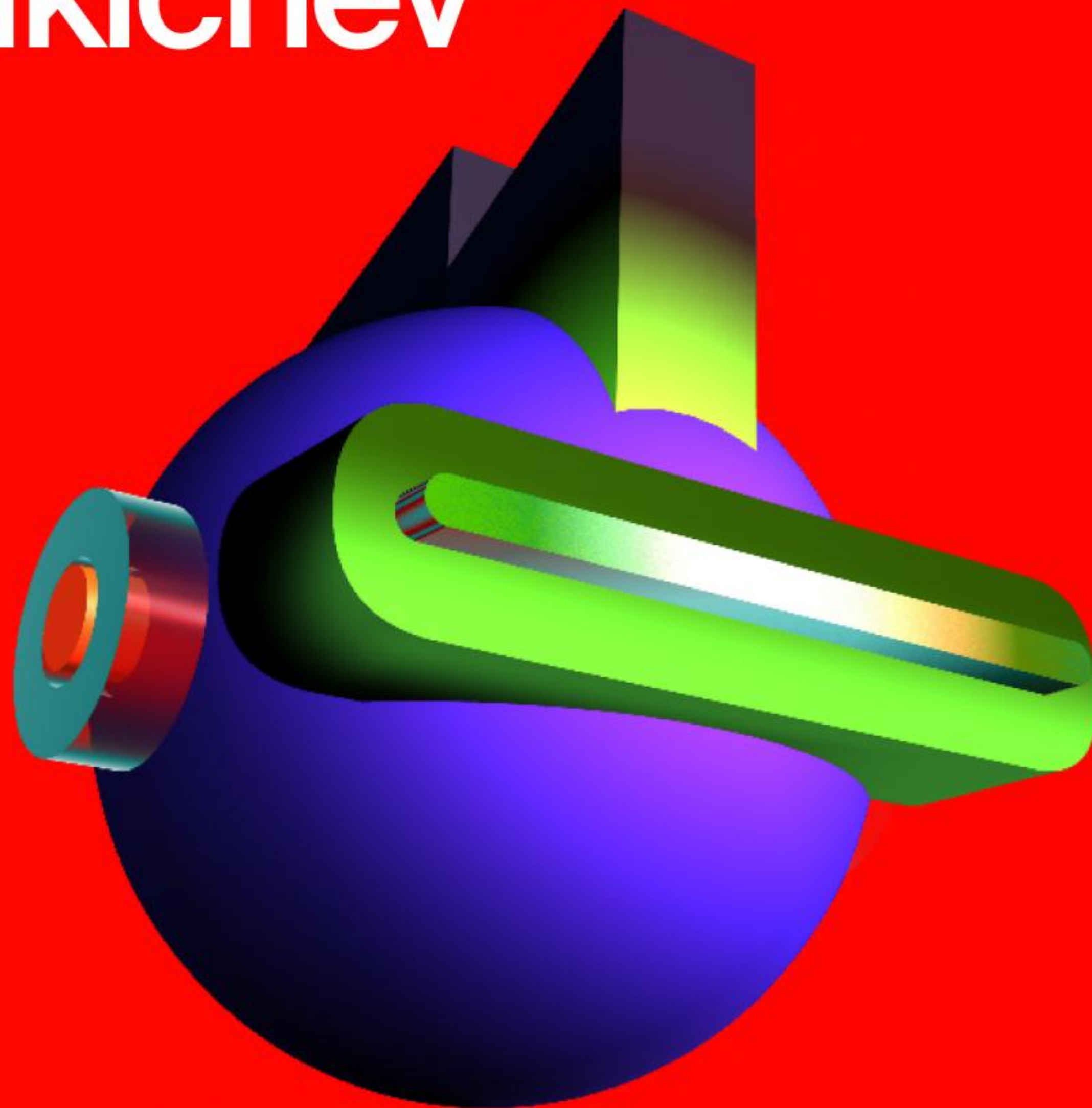


@artem_lukichev



Артём Лукичѐв

CreativePeople

CreativePeople Product Design & Communication

90
человек

30+
дизайнеров

600+
наград

Red dot award
ADCRA Award
Post It Award
G8 Award
SREDA Award
RedApple Award
Tagline Award
Runet Award

@сpeople_ru





Психовосприятие презентации

Титул

вариант 1

описание идеи



ЛОГОТИП

Стилеобразующий элемент



ЛОГОТИП

Макет 1

Макет 2

Макет 3



ЛОГОТИП



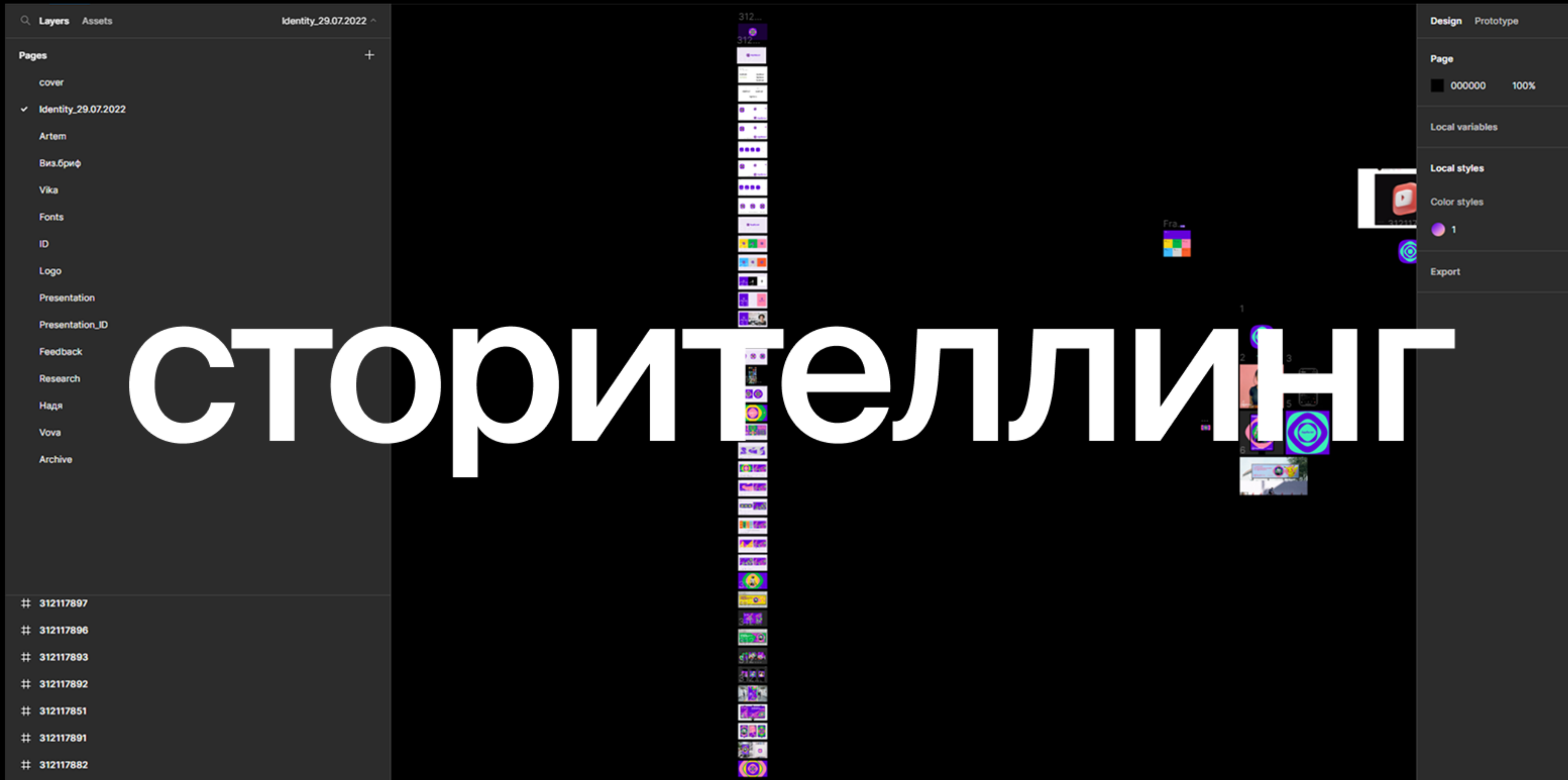
ЛОГОТИП



ЛОГОТИП

Титул

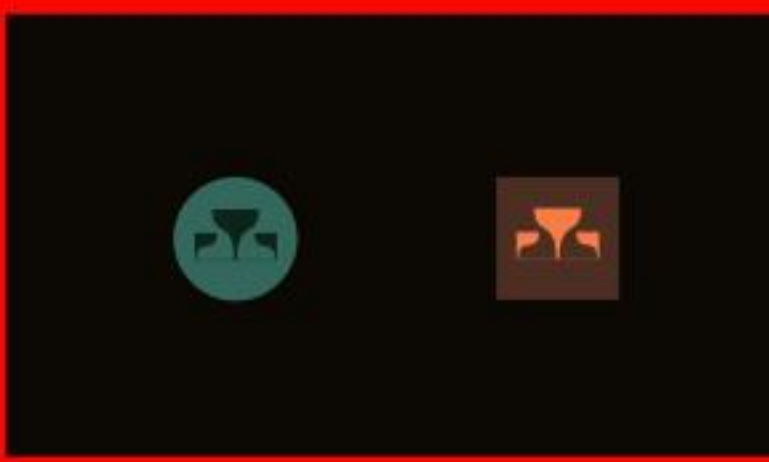
СТОРИТЕЛЛИНГ



«Шляпин» — последователь первого коктейльного бара в Москве, который был открыт именно в отеле «Метрополь». Бар просуществовал в стенах отеля 30 лет, прежде чем уйти на масштабную перезагрузку в конце 2021 года.



Стиль модерн, как и появление коктейльного направления датируются концом 19 и началом 20 века. Так как «Шляпин» исторически связан с данными явлениями, то важно пронести их дух в новом прочтении в айдентике.



Коктейльный стиль для женщин и мужчин в коммуникации, а также коктейльная эстетика в имиджевых фотосъемках продуктов



X2

Количество выбранных
концептов выросло более чем
на 50%

НЕИЗВЕСТНОСТЬ

Привычно

Ок, в целом понимаю

Интересно, смело, вызывает страх

**Очень смело
Я не понял о чём речь**



Брифинг

Что?

Решение

стресс

Визуальный бриф

01

Надежность

Особенности

1. Лаконичность и простота как своего стиля и цвета, так и отдельных элементов.
2. Сдержанные цвета, подчеркивающие уверенность.
3. Строгая типографика и верстка.
4. Отсутствие лишних декоративных элементов.
5. Уверенность и строгость характера.



02

Прозрачность

Особенности

1. Обилие лаконичности и легкости дизайна, подчеркивающая прозрачность и доступность.
2. Акцент на яркое открытое цвета. При этом основной цвет белый.
3. Понятные принципы верстки, с обильным использованием контрастов.
4. Отсутствие активных декоративных элементов.
5. Легкий характер.



Выводы

старый вид

новый вид

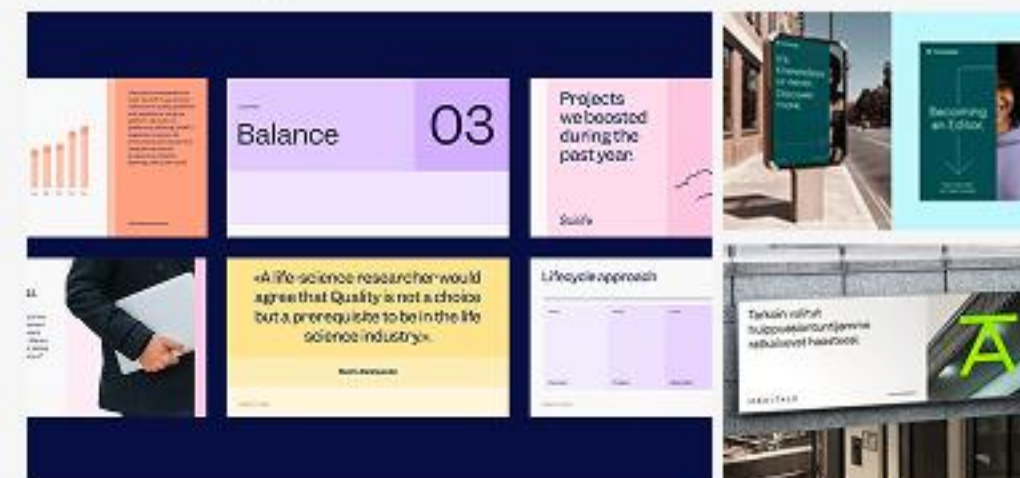


Типографика и верстка

1. Геометрический полужирный современный гротеск, максимально удобный для чтения, лаконичный, без лишней вычурности.
2. Больше пространства между заголовком и основным текстом для четкого разделения смысла и легкости восприятия информации.
3. Максимальное количество строк текста позволяет создать лаконичный, понятный и простой образ, несмотря на сложность темы.

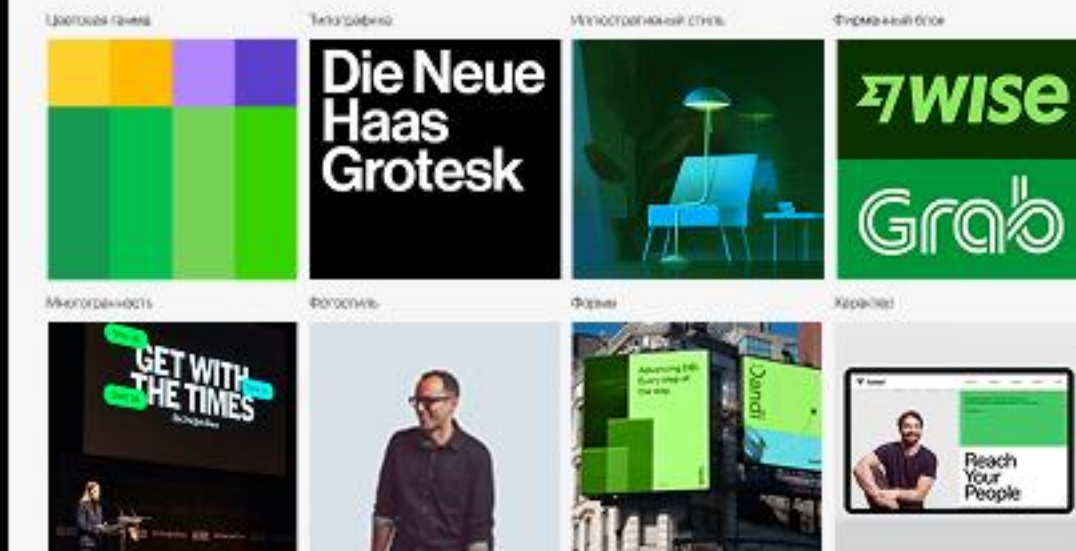


В айдентике используются простые формы, акцент идет на цвет и типографику.



Выводы

1. Используем в качестве основного цвета бренда зеленый цвет, чтобы создать привлекательность. При этом его оттенки и дополнительные цвета могут меняться.
2. В качестве шрифта используем современный гротеск, для придания более технологичного образа.
3. Характер айдентики находится в вышке от современно-старого до прогрессивного.
4. Важно учесть разделение айдентики на сегменты B2B и B2C.
5. В качестве дополнительных цветов можем использовать оттенки синего и фиолетового.
6. Подчеркиваем современность, надежность и многофункциональность компании.
7. Используем 3D иллюстрации.



Аудит
конкурентов

Аудит
трендов

Аудит
бренда

Определение
территории
визуальной
коммуникации

Работа
с рефами

1

2

3

4

5


Рабочий документ для клиента

Целевая аудитория

92,7% мужчины
30-50 лет (возраст ядра аудитории 85%)
75% работающих
В/В+ (ядро аудитории по доходу средней и выше среднего по России 30-100 тыс. ₽ на человека)



Фирменный блок

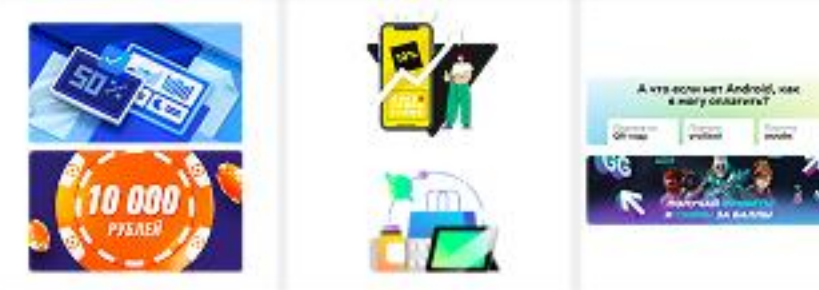


Знак-логотип: Не надо использовать вычурный или строгий шрифт/контур.

Логотип: Не надо всего это, логотип, организационный характер блока.

Леттеринг со смыслом: В таком случае в логотипе выделится дополнительный смысл за счет выделенных графических элементов.

Тренды в сегменте



3D 2D Градиенты

Типографика



В типографике используются профессиональные шрифты. Не надо использовать комбинацию из более прогрессивного шрифта с классическим.

Миссия

Развивать платёжные и цифровые сервисы для регулируемой индустрии развлечений в интересах государства и общества, чтобы достичь полной прозрачности и доверия в индустрии развлечений.

Ценности

- надежность и ответственность;
- инновационность и технологичность;
- забота о клиенте;
- открытость и доверие;
- командная работа;
- профессионализм и опыт.

Принципы работы

- обеспечение широкого выбора способов перевода денежных средств;
- простота и удобство платёжных интерфейсов;
- круглосуточная поддержка клиентов по всем видам коммуникации.


Архетип

Мудрец

Имеет фундаментальный убеждение, что необходимо жить по чужим правилам, но не своим. Мудрец ориентируется на мнение других, избегает конфликтов и стремится решать проблемы через диалог.

Славный малый

Почтительный, преданный, скромный. Архетип, который может быть частью любого персонажа. Славный малый может быть и злодеем. Славный малый обладает честностью. Он найдет путь любой ценой, но не будет использовать его, если можно поступить иначе.



Tone of voice


Наша коммуникация и тональность позволяют нам создать новый цифровой опыт. Мы — команда, которая работает с клиентами, чтобы помочь им решить проблемы и улучшить свой опыт.

- Компетентность
- Внимательность к деталям
- Тактичность
- Гибкость



Типографика

В качестве акцентного шрифта подбирается акцентная гарнитура с запоминающимся фирменным. Она должна подчёркивать уверенный и прогрессивный характер.



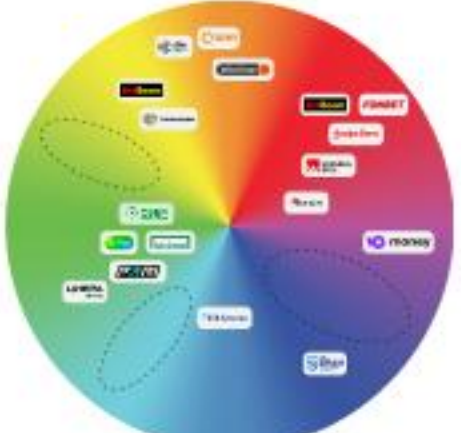
Тональность коммуникации



Прогрессивный Консервативный

Человечный Технологичный

Цвет




Есть несколько цветовых сегментов, которые используются чаще всего:

- красный;
- зеленый;
- синий;
- оранжевый.

Рекомендуемый цветовой диапазон

За основу лучше взять нейтральные конкурентные оттенки. В данном случае лучше придерживаться фиолетовой гаммы, к ней могут быть добавлены дополнительные цвета.

После такой гаммы еще и в том, что она позволяет подчеркнуть активный, прогрессивный характер и индивидуальность.



Предлагаемое настроение

Преимущества

Для данной категории типичен нейтральный образ, без ярких деталей, просто, понятно, спокойный. Мы же хотим выделиться на их фоне и заявить о себе, показав, что мы перспективная, развивающаяся площадка, работающая с качественными и безопасными контентом, мы уверены в себе.

Особенности

Для этого нужно создать более дерзкий и характерный образ за счет следующих приемов:

- активная цветовая гамма;
- акцентная типографика;
- лаконичные стилистические решения, которые в купе с типографикой и цветами будут формировать уверенный и прогрессивный образ.


Характер дизайна



Современный Консервативный

Технологичный Человечный

Настроение




Дружелюбный Эмоциональный

Сдержанный Прогрессивный


Знак (форма)

Знак минималистичен, имеет динамичные формы. При этом он не острый, а наоборот имеет мягкость, чтобы придать гуманности.



Типографика и верстка

- Геометрический подструктурный современный гротеск, максимально дружелюбный для чтения, лаконичный, без излишеств.
- Большие расстояния между заголовками и основным текстом для четкого разделения элементов и легкого восприятия информации.
- Минимальное количество шрифтов позволяет создать лаконичный, выразительный и прочный образ, несмотря на сложность темы.



Цель

Хотим выделиться на фоне конкурентов, при этом не выпасть из категории.

Для этого надо:

- Занять более прогрессивную зону и быть более эмоциональными.
- Не уходить в излишне дружелюбной или излишне прогрессивное настроение.
- Подобрать цветовую гамму отличающуюся от конкурентов.

Какими мы хотим быть

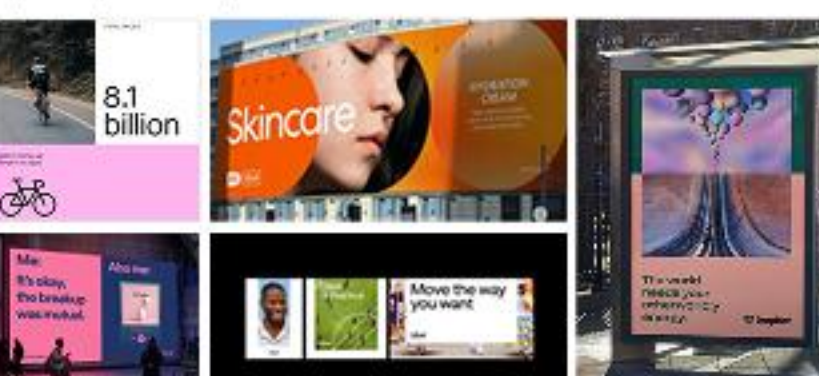
Для разработчика: Удобная развивающаяся площадка, выгодная и перспективная.

Для пользователя: Безопасная площадка, упрощающая жизнь.

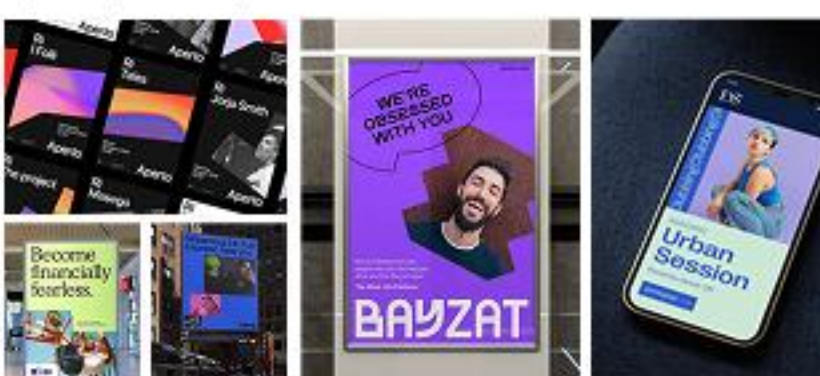
Настроение: Достаточно спокойное с нотками прогрессивности. Так мы подчеркнем актуальность и перспективность площадки, сохраняя при этом уверенность и безопасность.

Характер: Сбалансированные и спокойный, но чуть более дружелюбный и человечный, чтобы подчеркнуть клиентоориентированность.

Примеры настроения

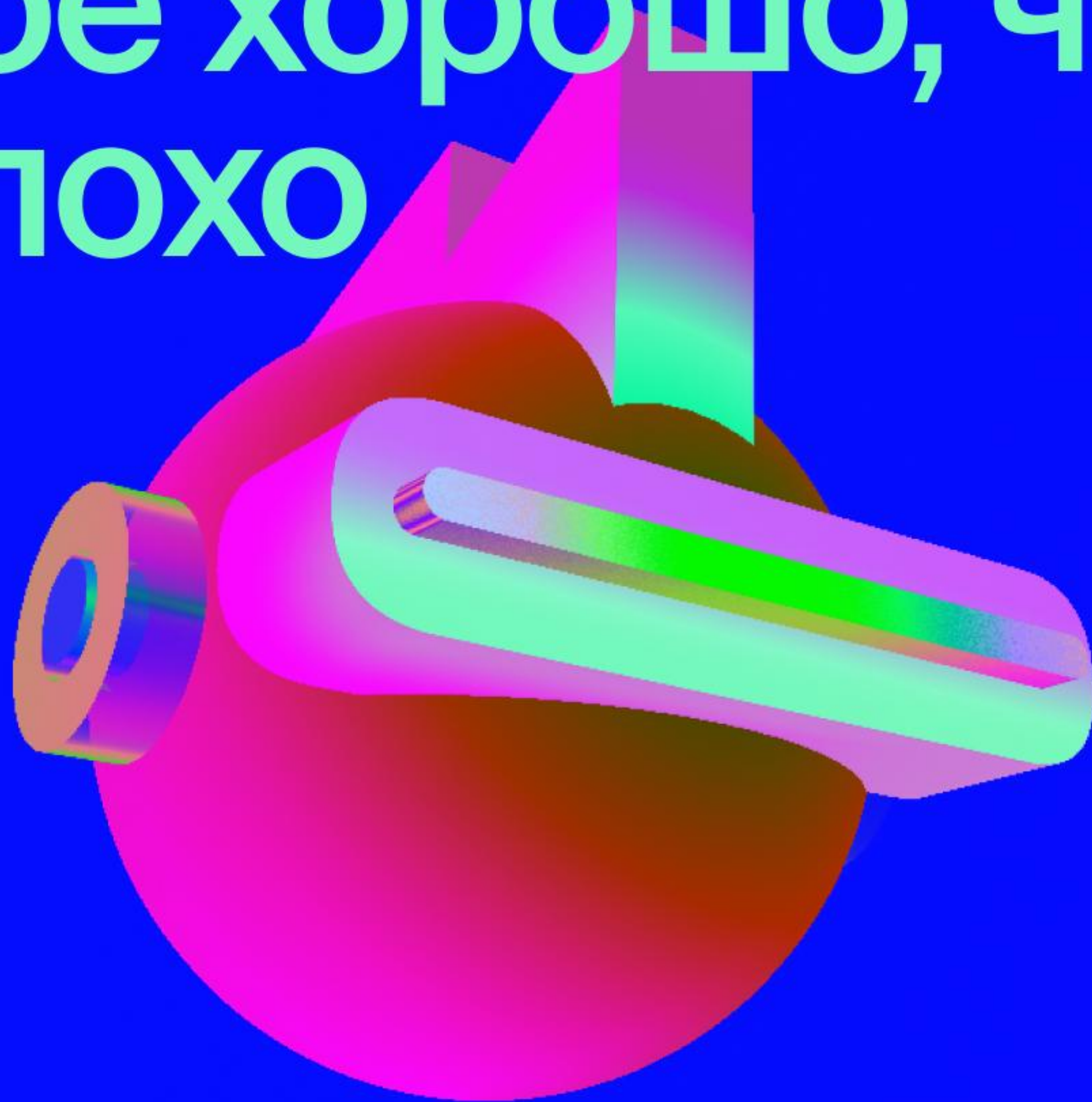


Примеры настроения

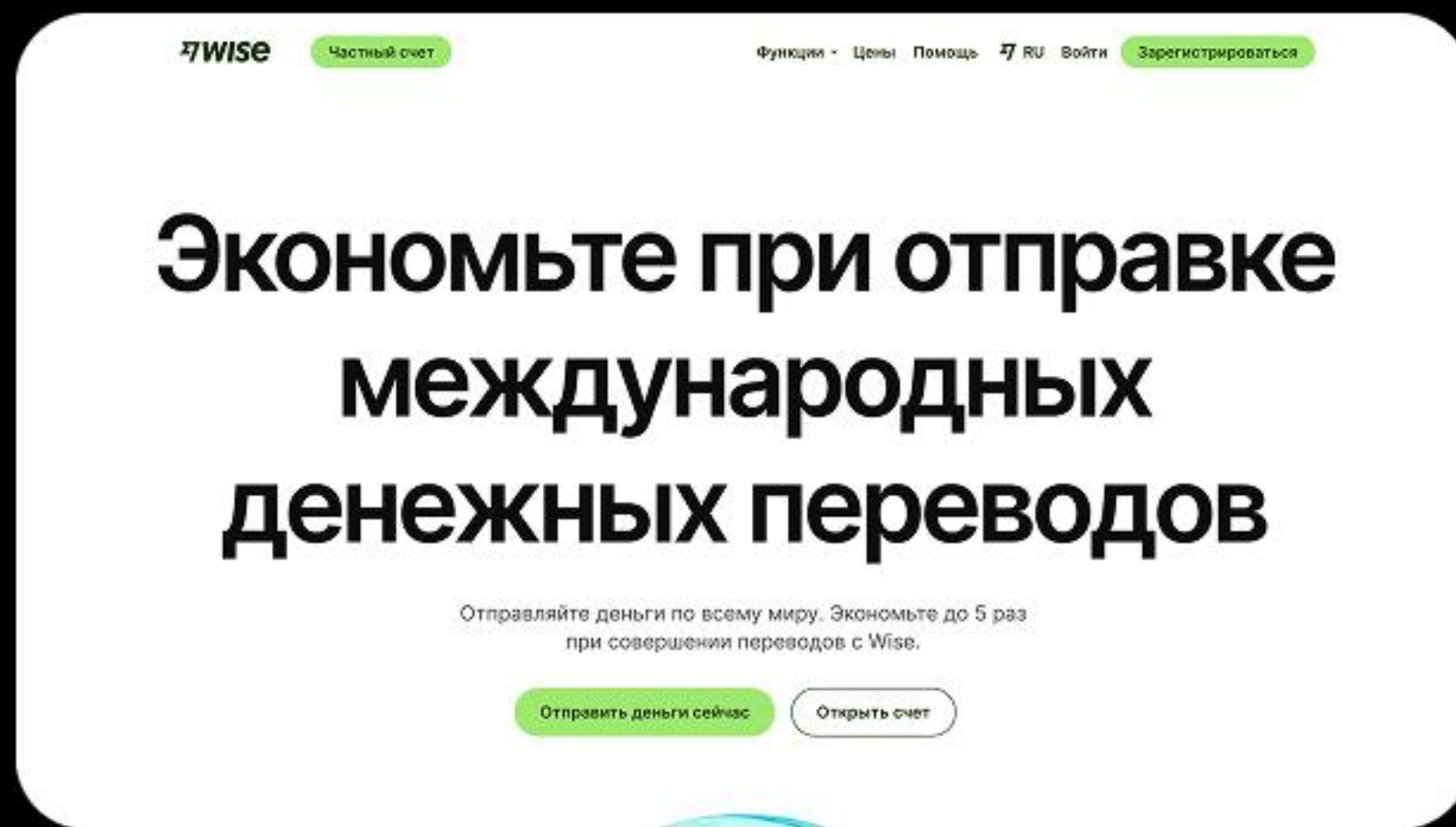
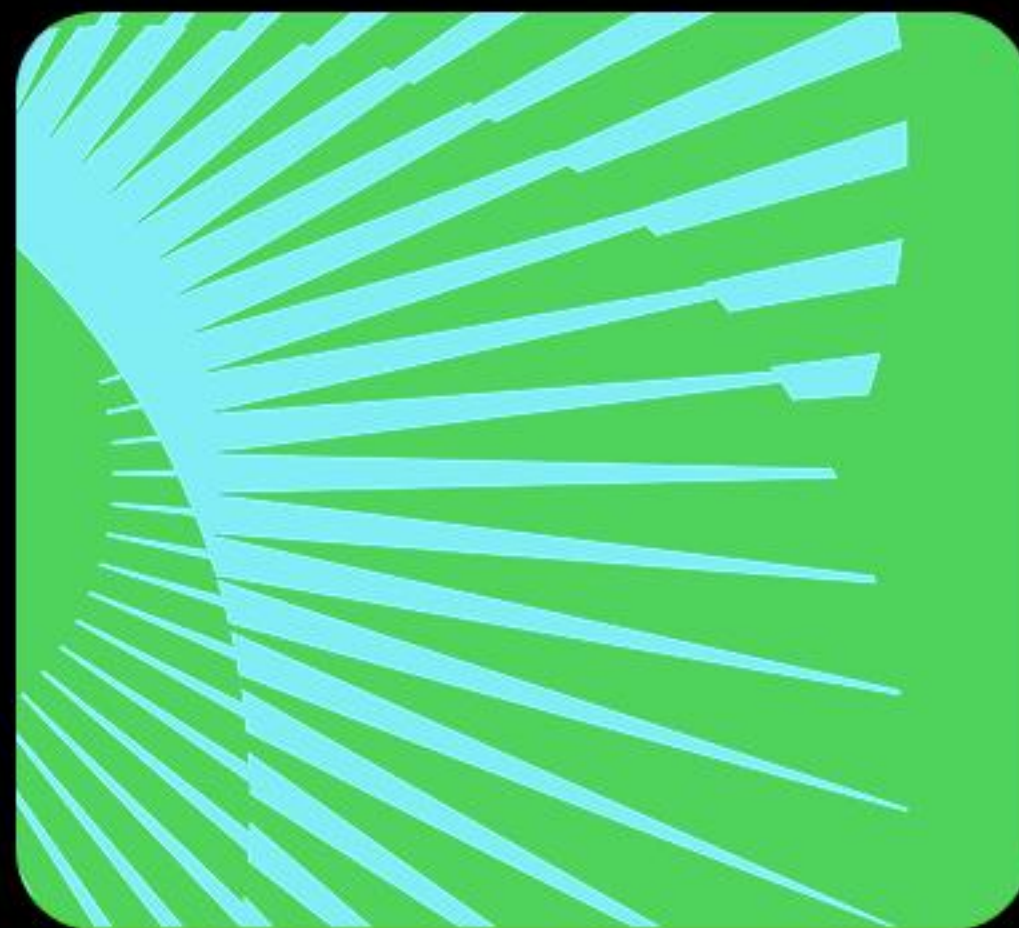
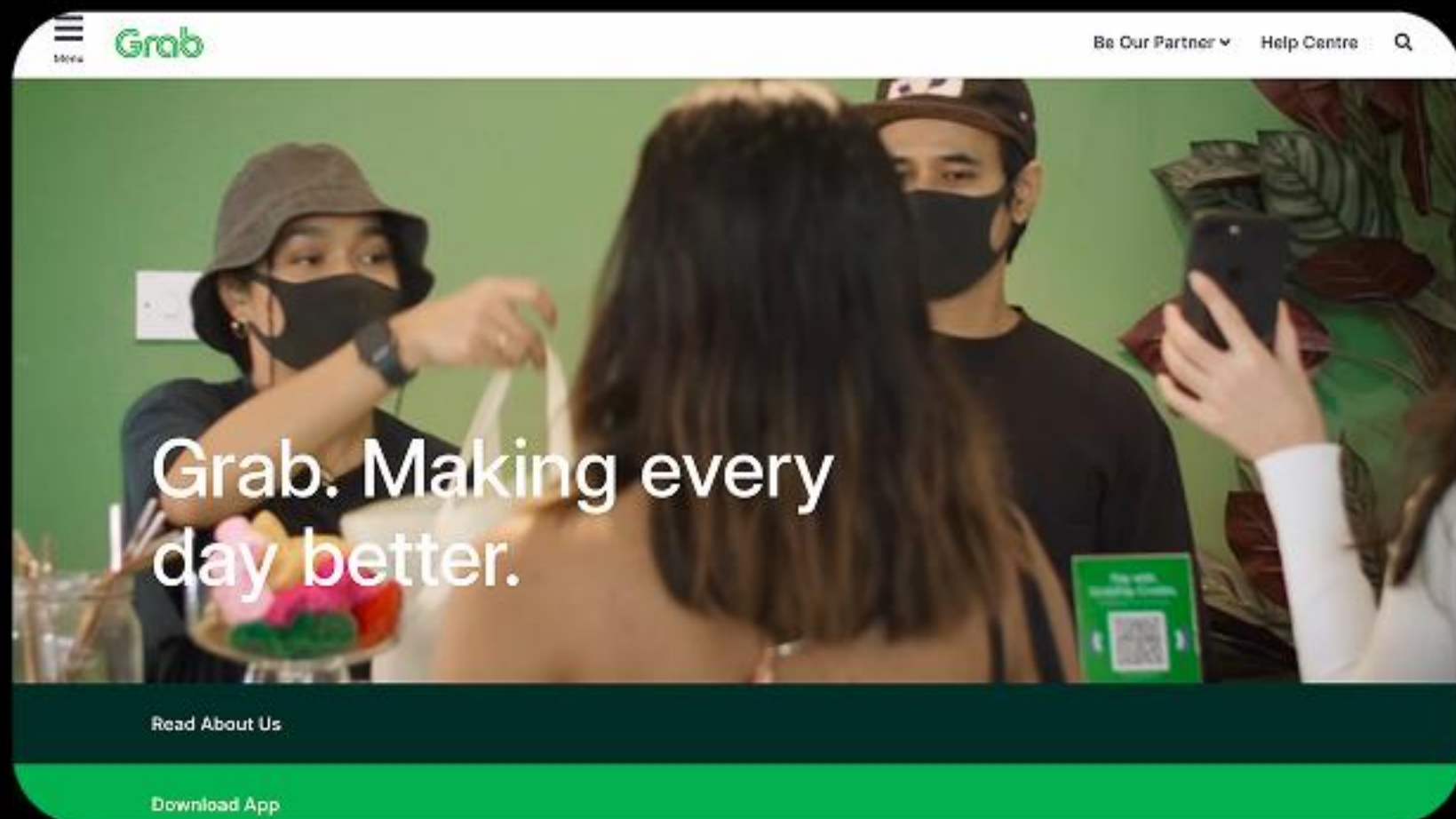


Карта выводов

Что такое хорошо, что
такое плохо



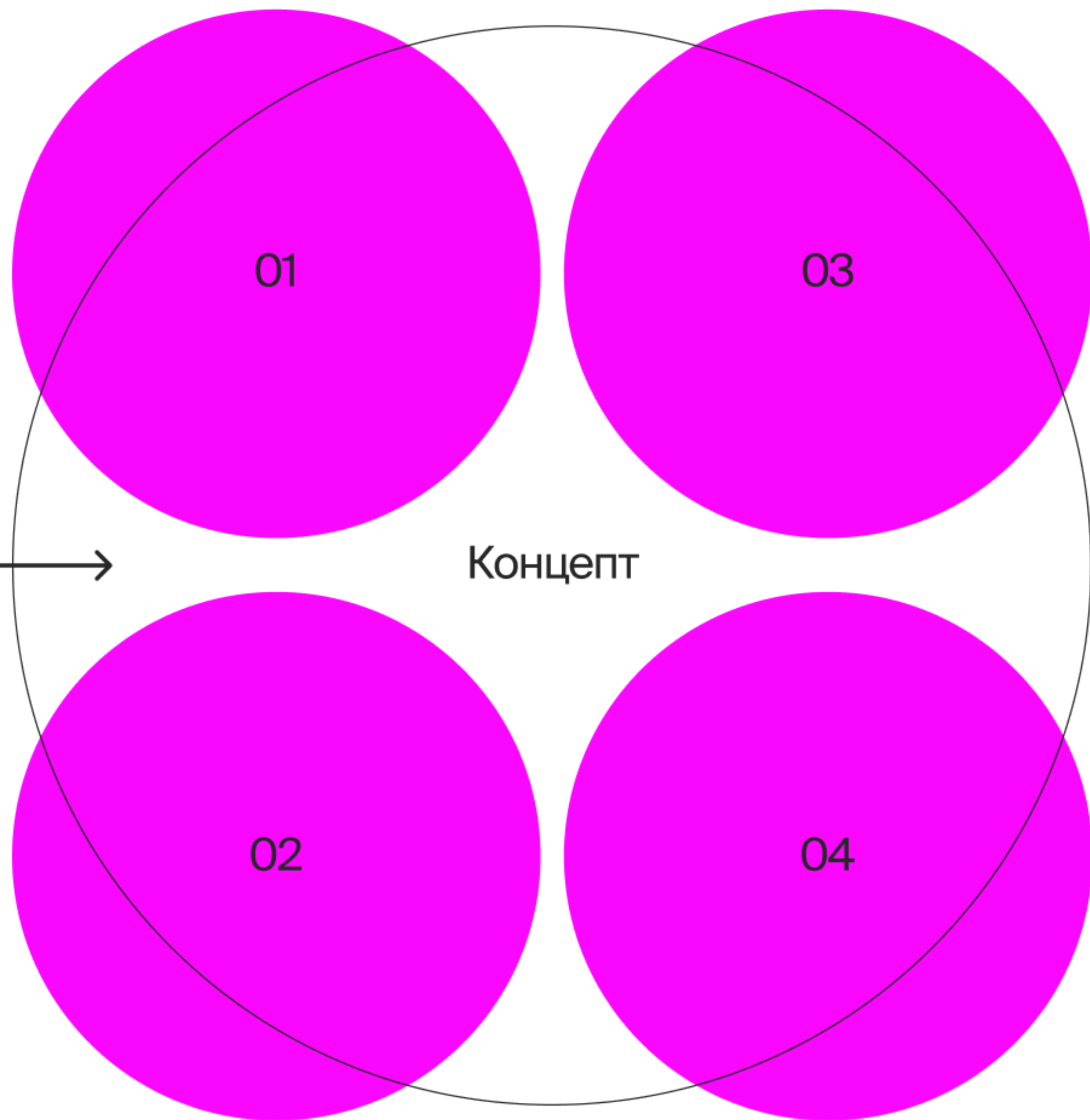
Wise



выстроили процесс так, что, ничего не рисуя, продаём концепт

мудборд по стилю — осталось только нарисовать

Поле дизайна & ожидания клиента





Консервативный

Градация тональности стиля

Смелый

Айдентика за 2,5 недели

AppBazar

Дизайн аудит сегмента
на предмет ассоциаций

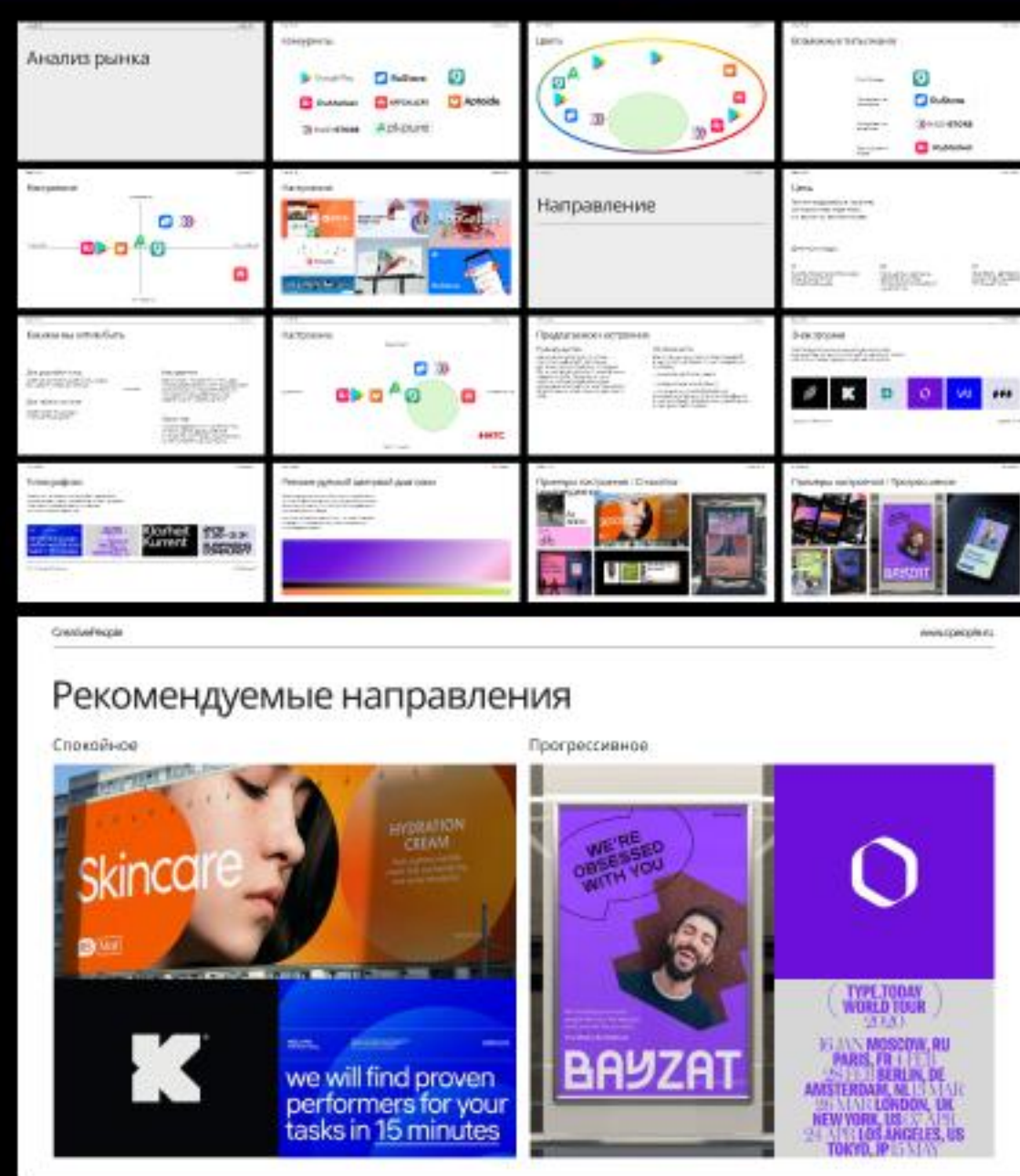
Поиск характера бренда
через рефы

Короткие дизайн-спринты
и опрос людей

Определение тональности
и цвета бренда

8

ОСНОВНЫХ
КОНКУРЕНТОВ
В СЕГМЕНТЕ



Комплексный
анализ среды
и визуальный бриф

5

стратегических
встреч с клиентом



2

недели
от исследований
до результата



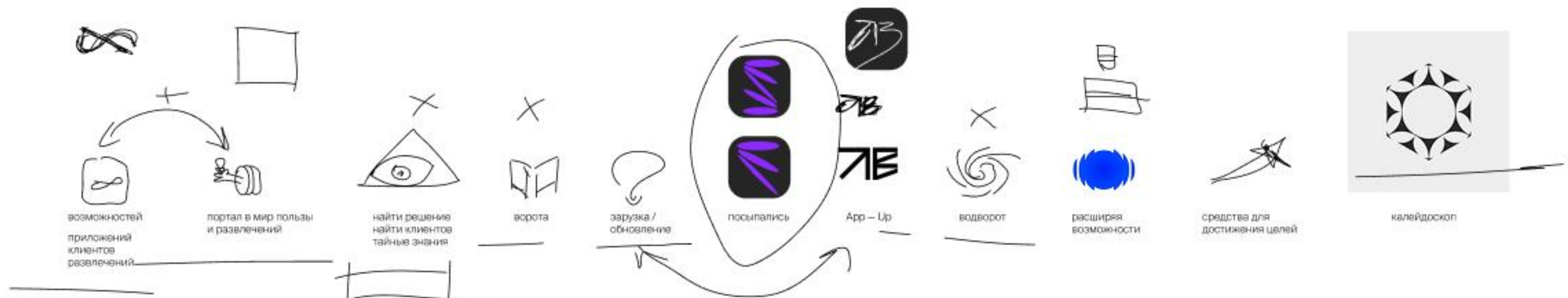
Анализ цветов
конкурентов

поле поиска

synchronization

Скетчи. Наброски. Метафора

AppBazar AppBazar



Syne font



Читается неоднозначно, как b и e
 Нужно избавиться от ассоциации с буквой e путем уменьшение нижнего хвоста или иного закручивания спирали.

Важно, чтобы скрученная лента (ковер) напоминали букву b, у которой есть характерные элементы при построении (толщины)



Скетчи доработки, куда можно пойти поискать графическое решение



AppBazar

AppBazar



Осмысление

Когда за основу графики берётся какой-то конкретный образ, объект или атрибут базара, то сразу знак становится дешёвым, простым. Поэтому необходимо использовать образ и эмоциональный окрас слова **БАЗАР** для передачи настроения графики, но графику наделять другими смыслами

Базар — яркость — пестрота — красочность — широта выбора — уверенность, что найдешь то, что ищешь — душевное спокойствие от процесса покупки — удовлетворенность

Базар — имеет отрицательную коннотацию — барахолка — некачественный товар. Важно правильно донести ассоциацию со словом базар, и дать понять через визуальный образ, что это что-то обещающее и качественное

Засечки не используем, чтобы не было привязки к логотипу журнала



Формирование идеи графики



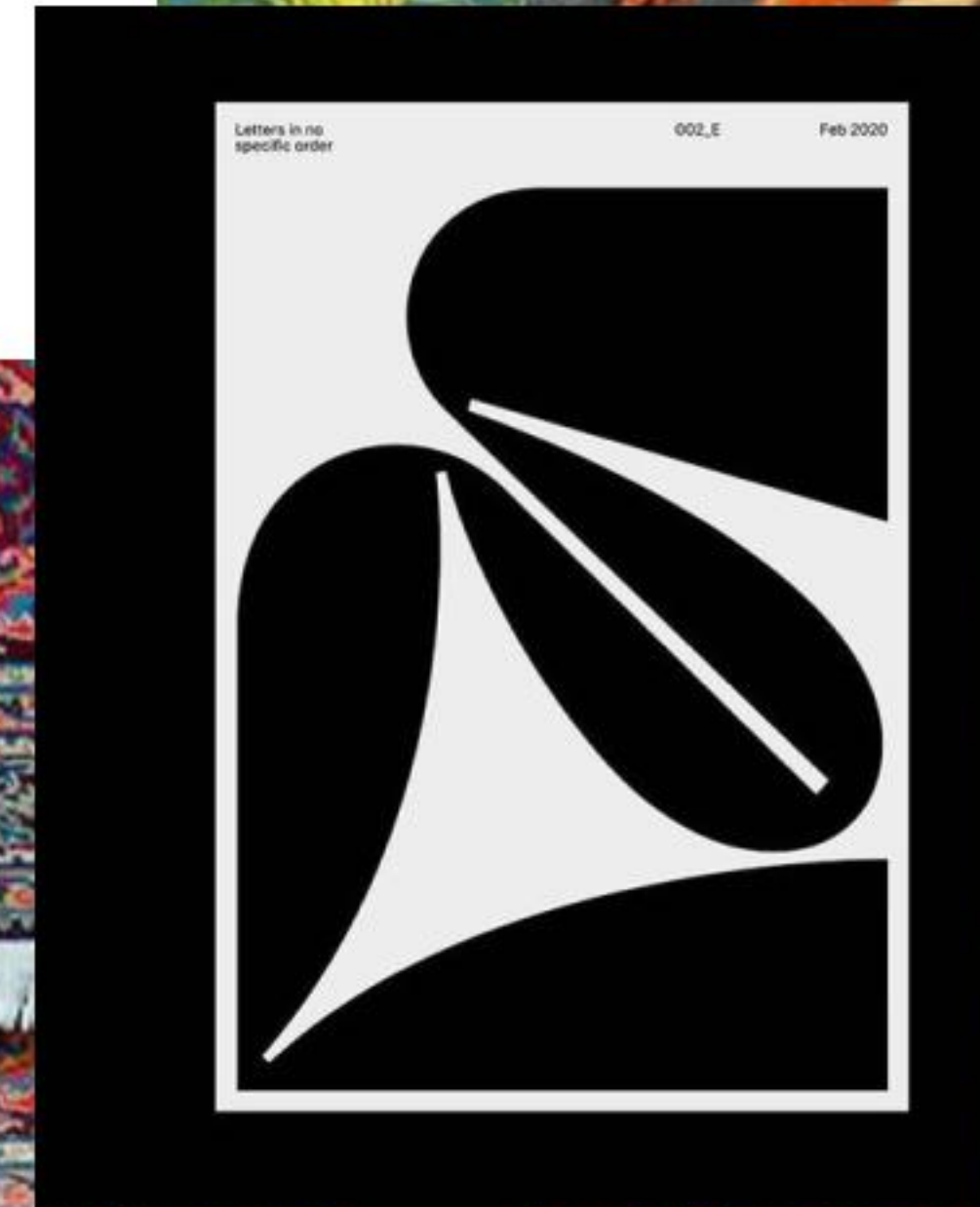
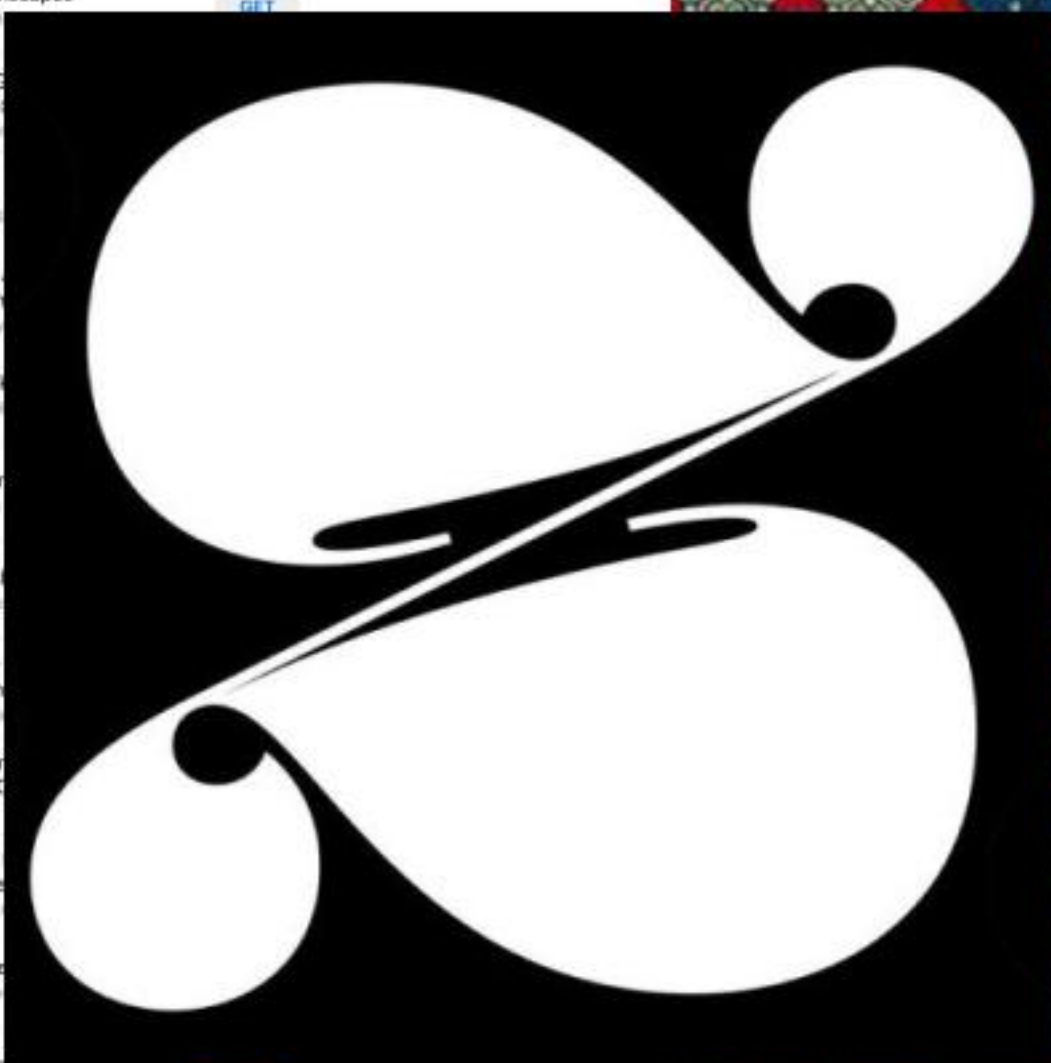
Ассоциации с названием AppBazar привели нас на колоритный восточный базар. Так мы поняли, что новый стор — это волшебный ковер. Его достаточно развернуть, ввести запрос, и ты получишь то, что ищешь



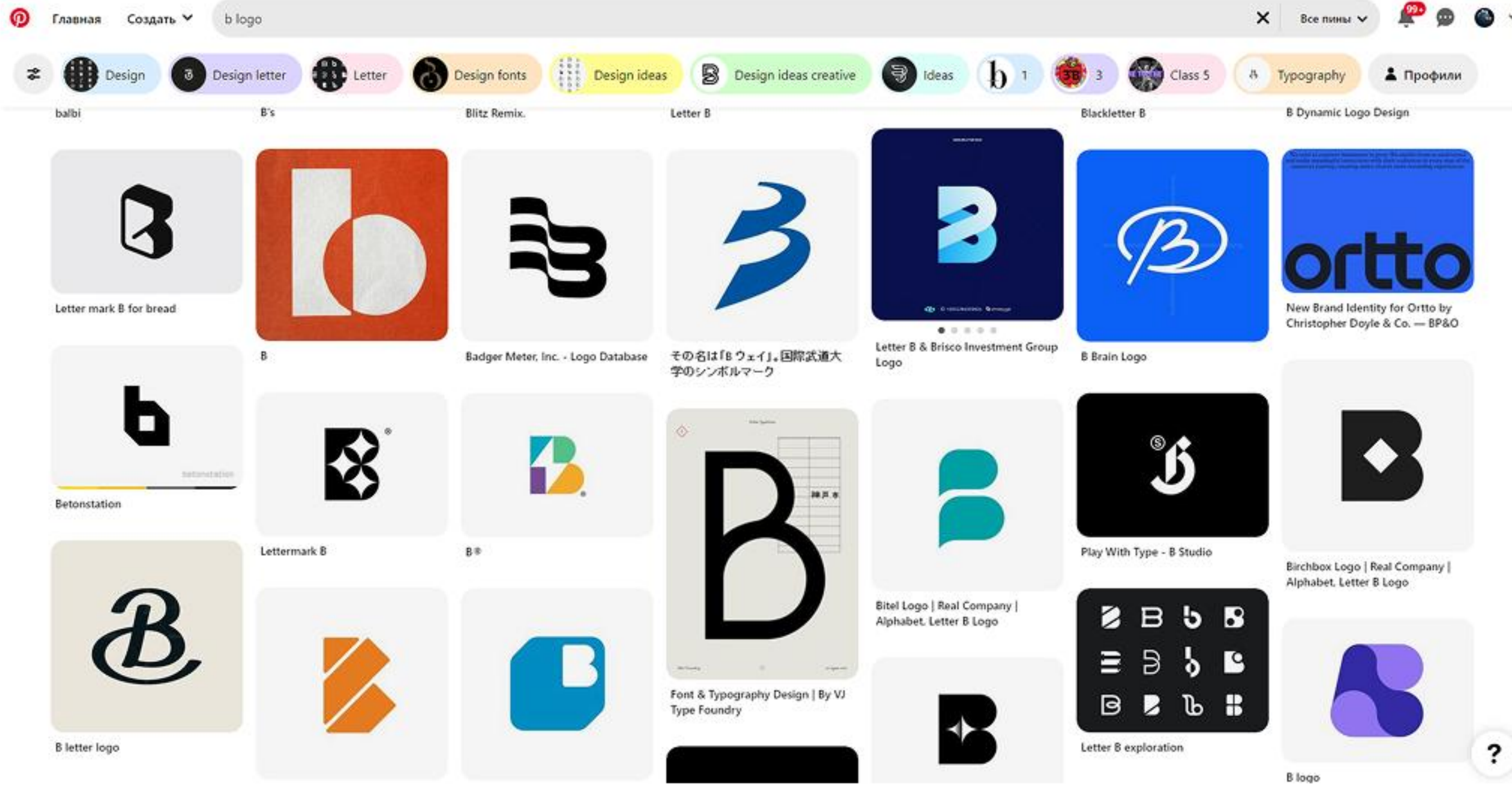
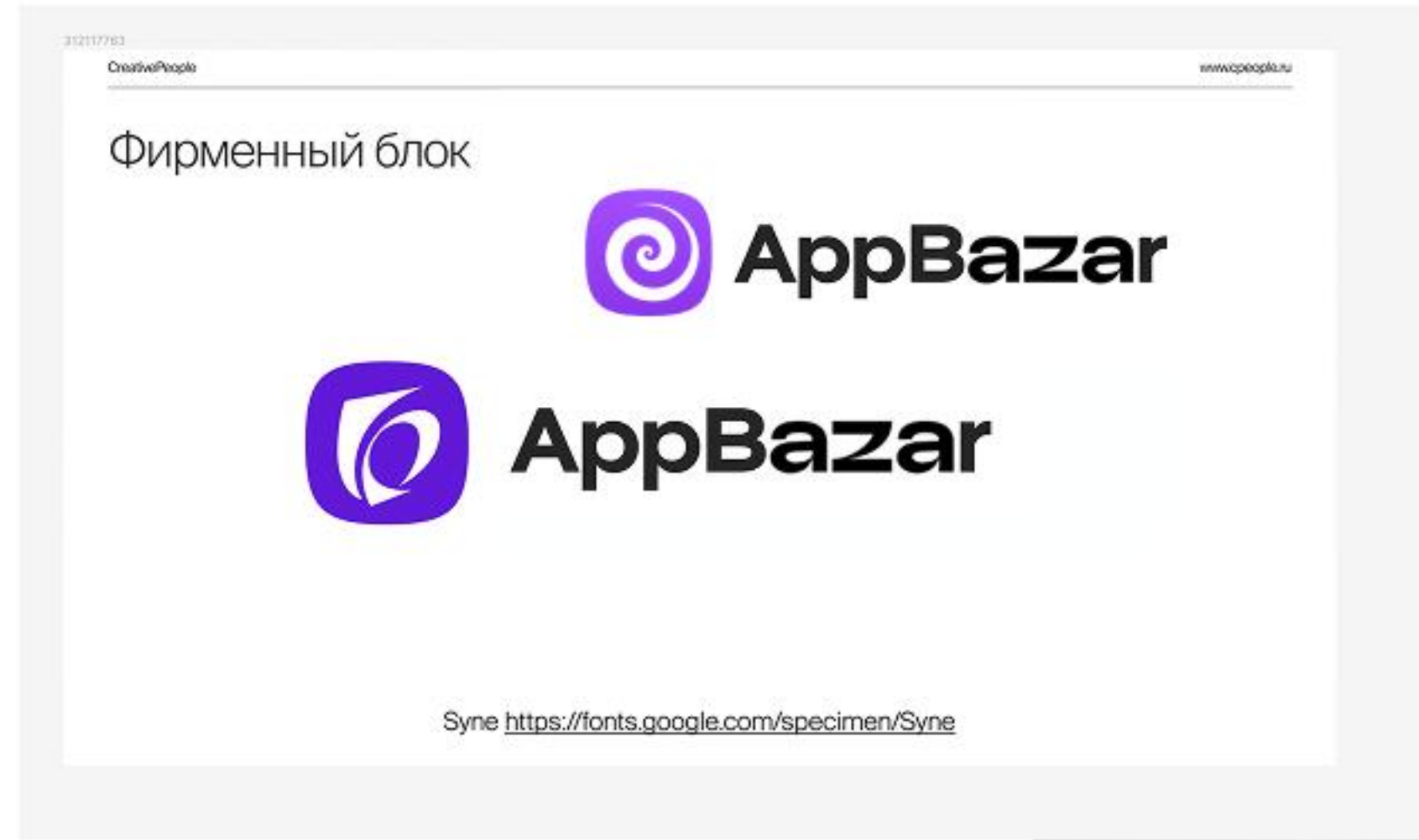
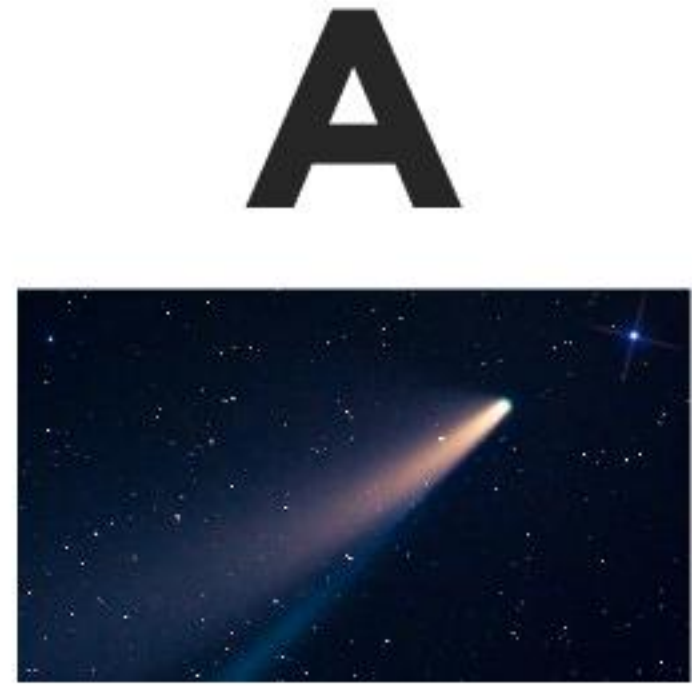
Bazar

Not all of us have green thumbs, but surely we're all rooting for a nice garden, lovingly planted and cared for, lush with vegetation and flowers. As it turns out, the App Store is fertile soil for a lot of gardening games. They may take their time to grow on you, but when they do, they absolutely deliver fun in spades!

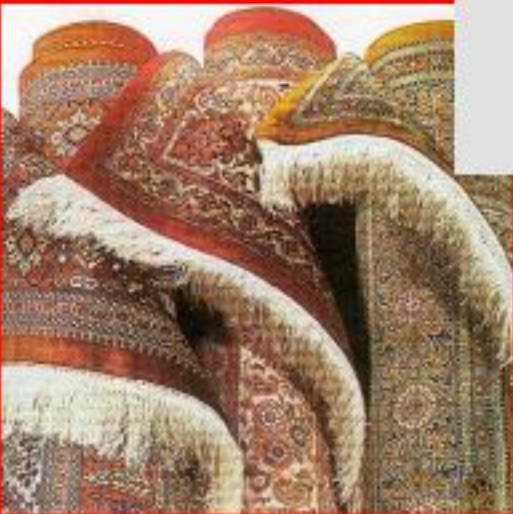
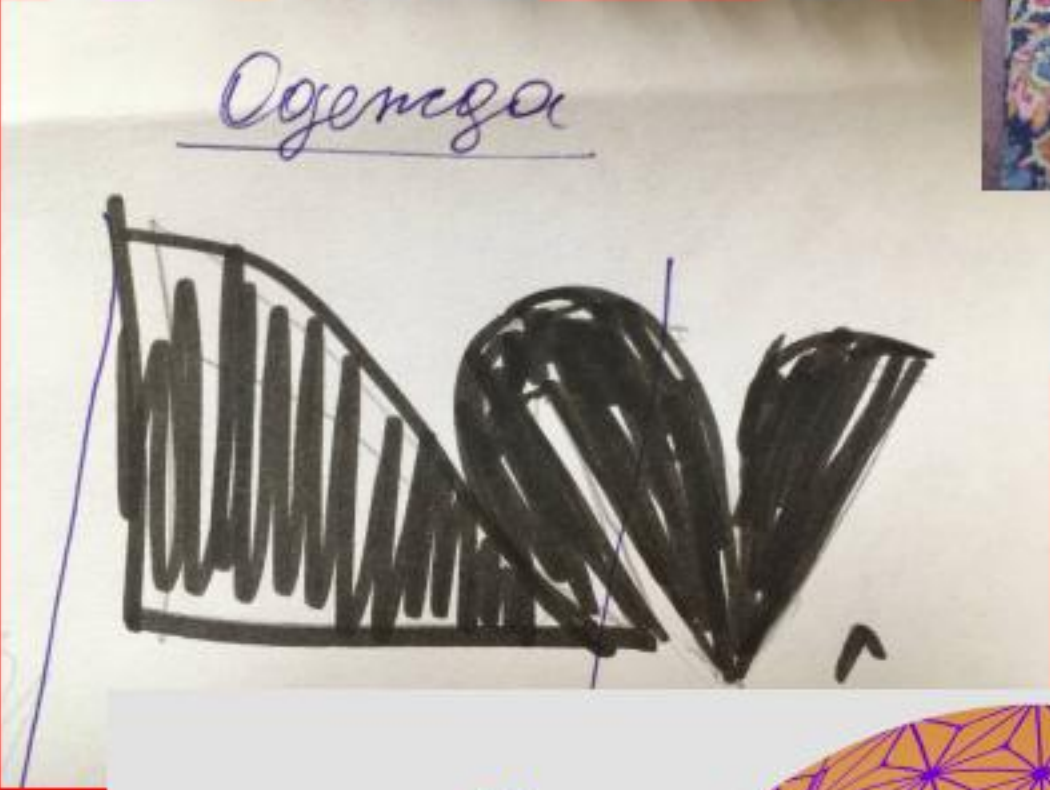
- Gardenscapes
- Lily's Garden
- Plants vs. Zombies
- Home Design
- Klondike
- Big Farm
- Towns
- Family Farm
- Garden Word
- Funky & Adventure
- It's Little
- Cottage



Факап



Поиск графики



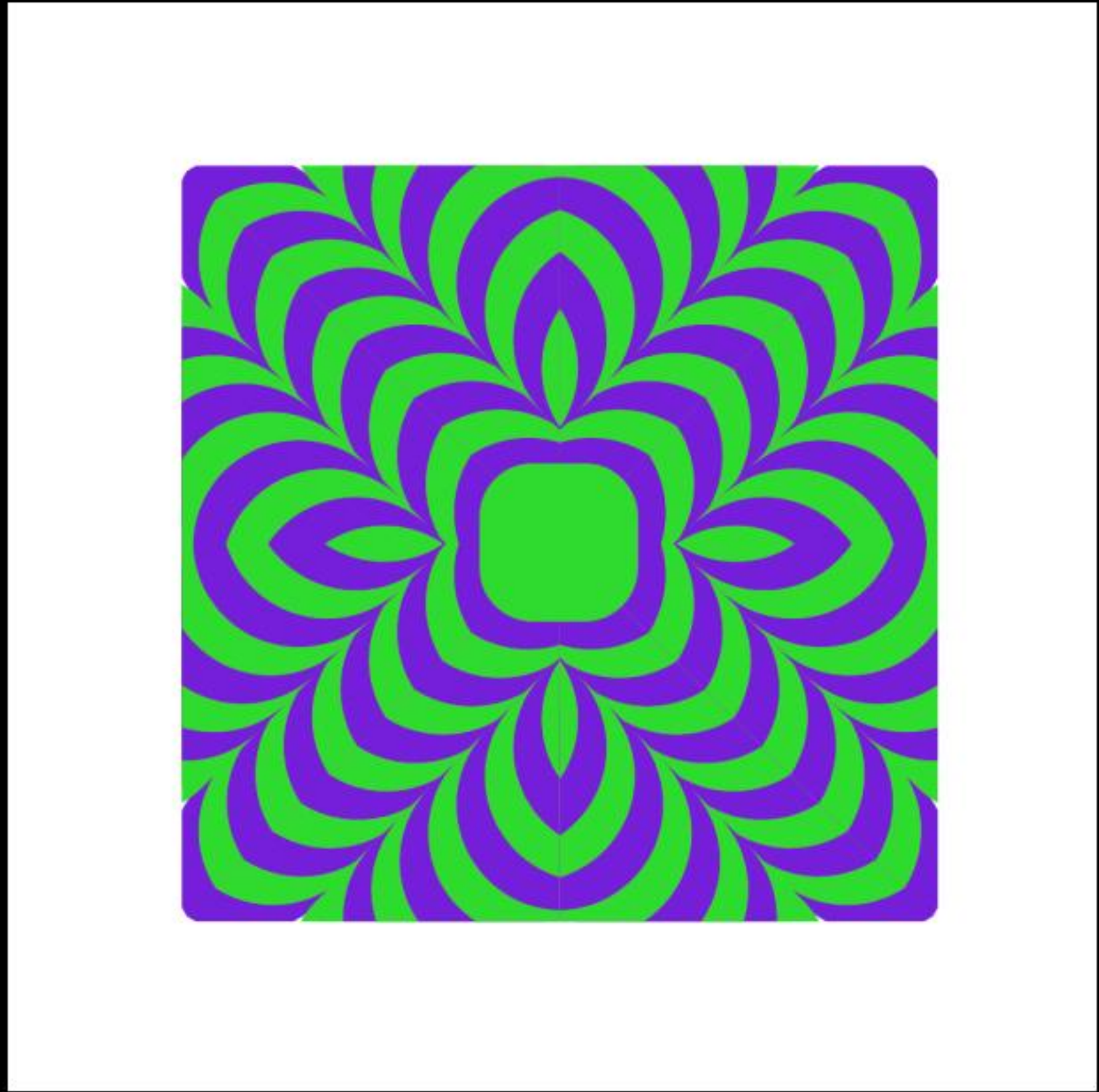
Поиск знака

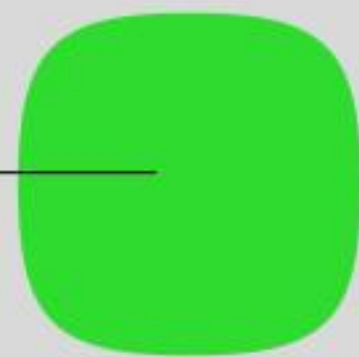
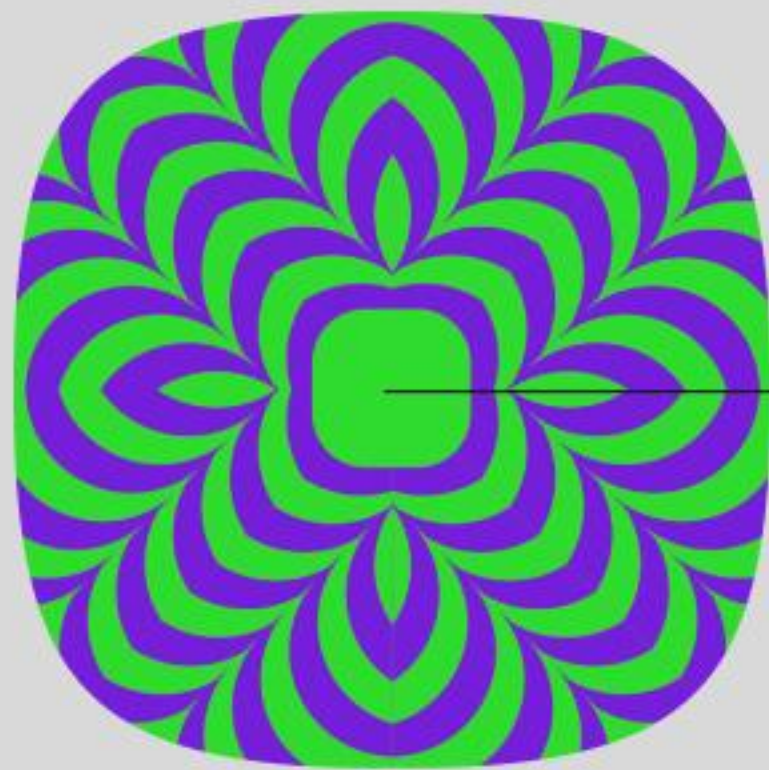
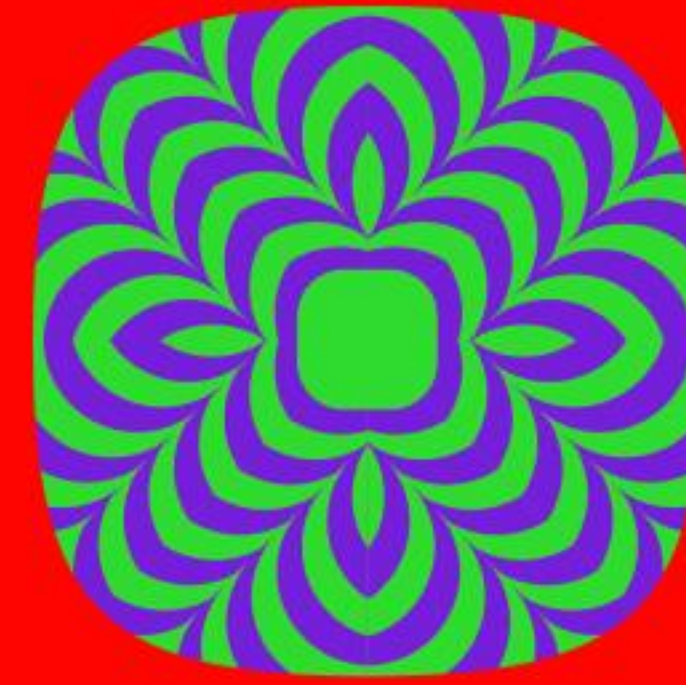
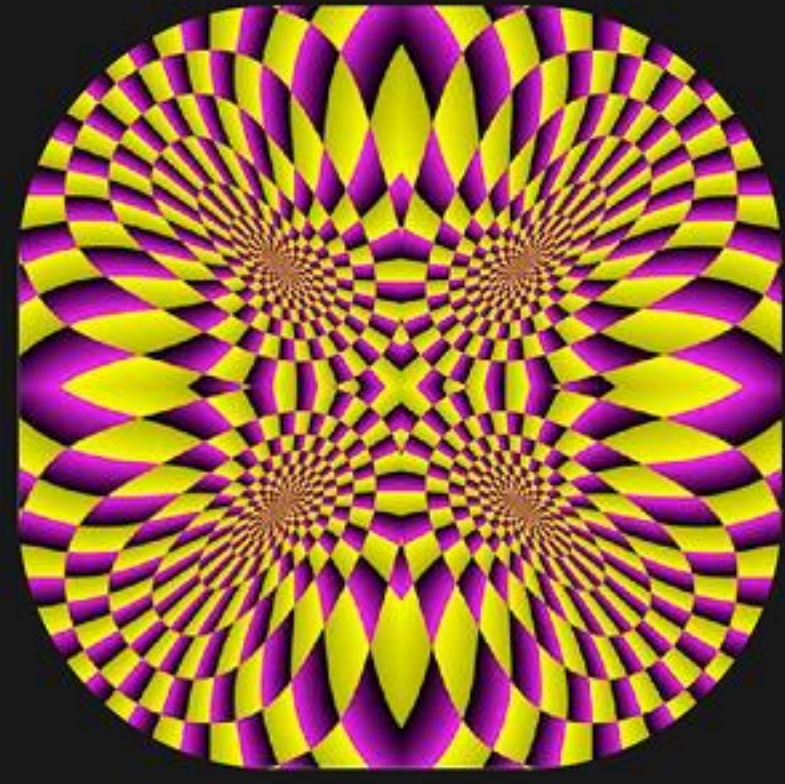


AppBazar
AppBazar



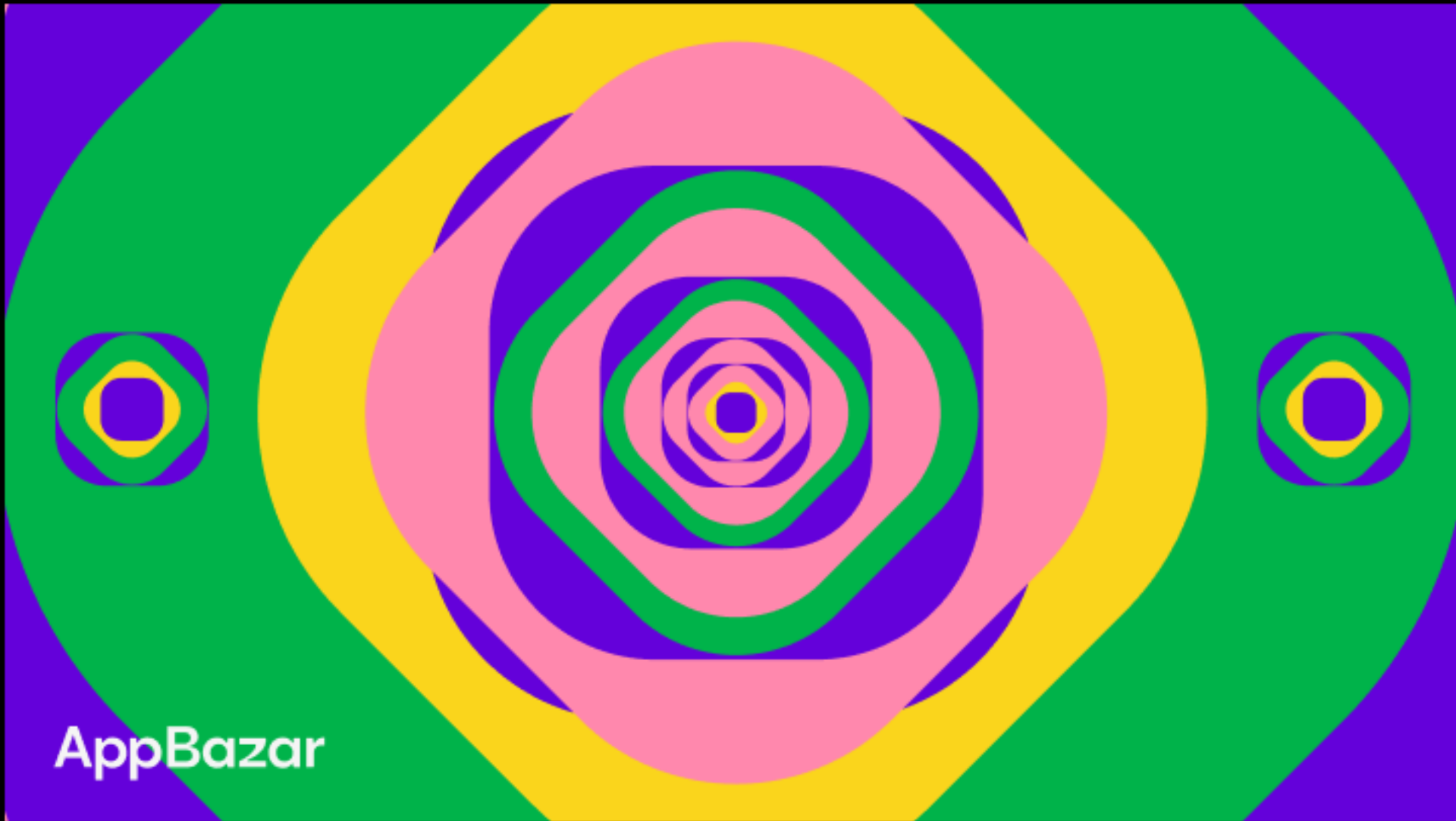
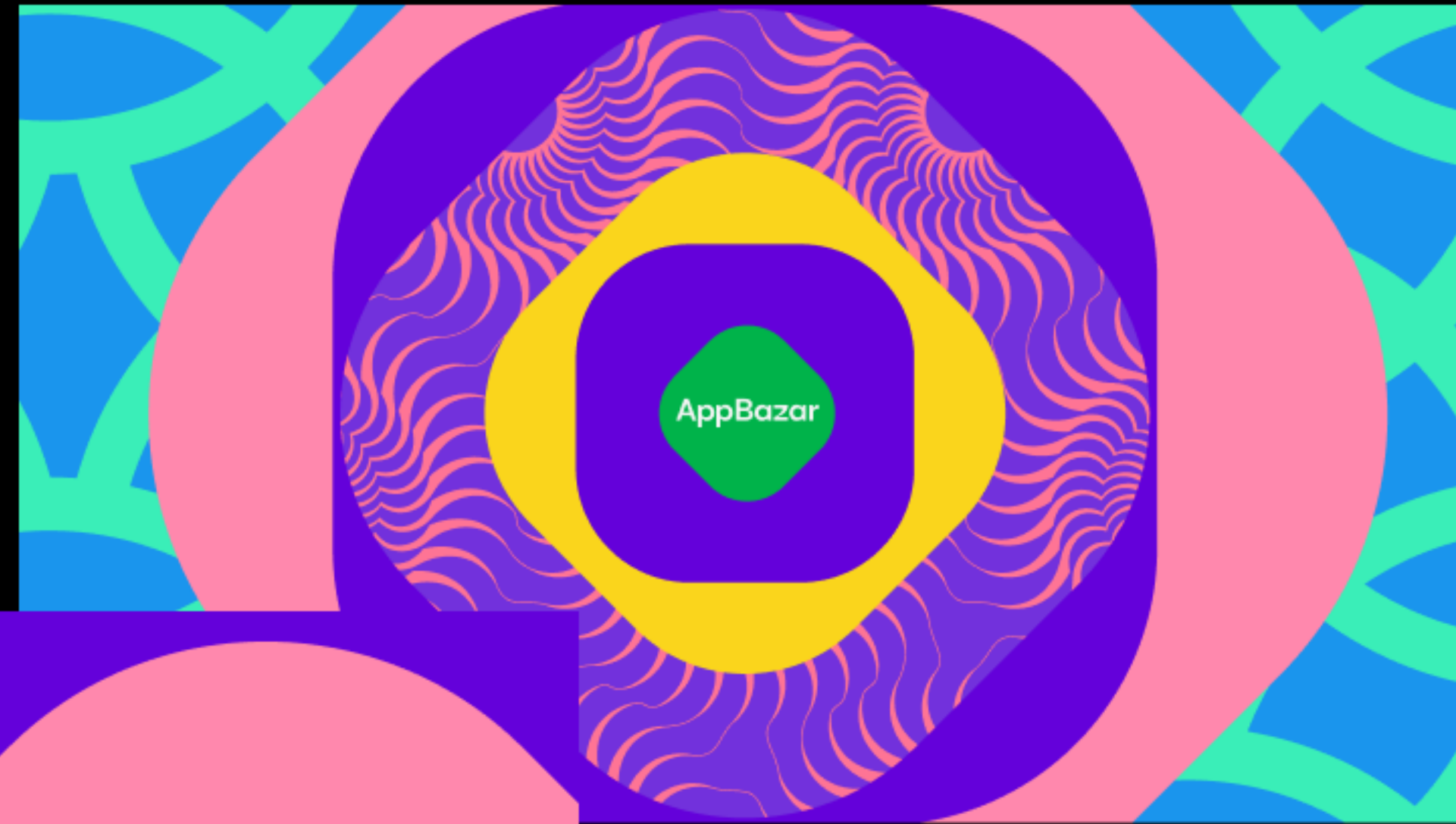
AppBazar

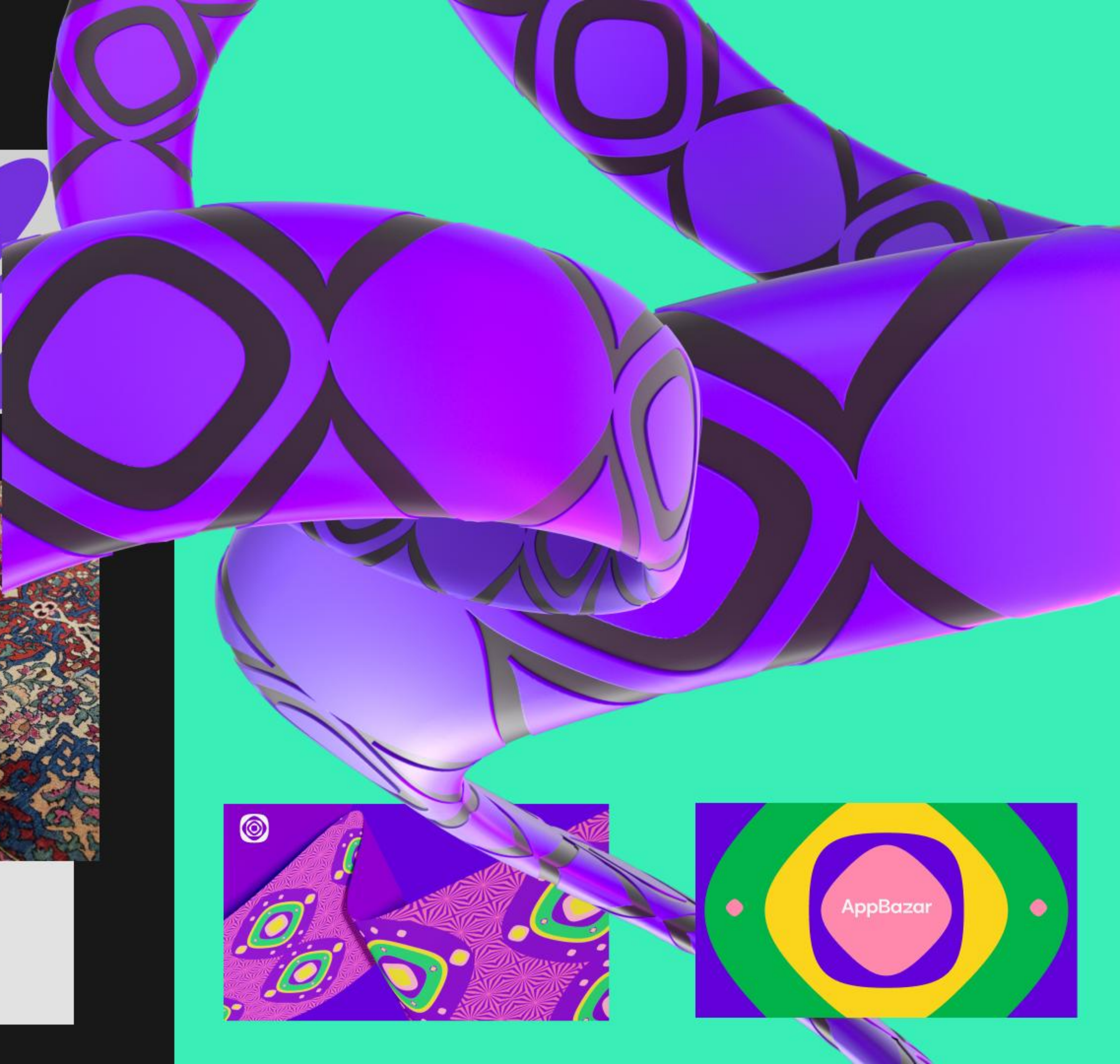
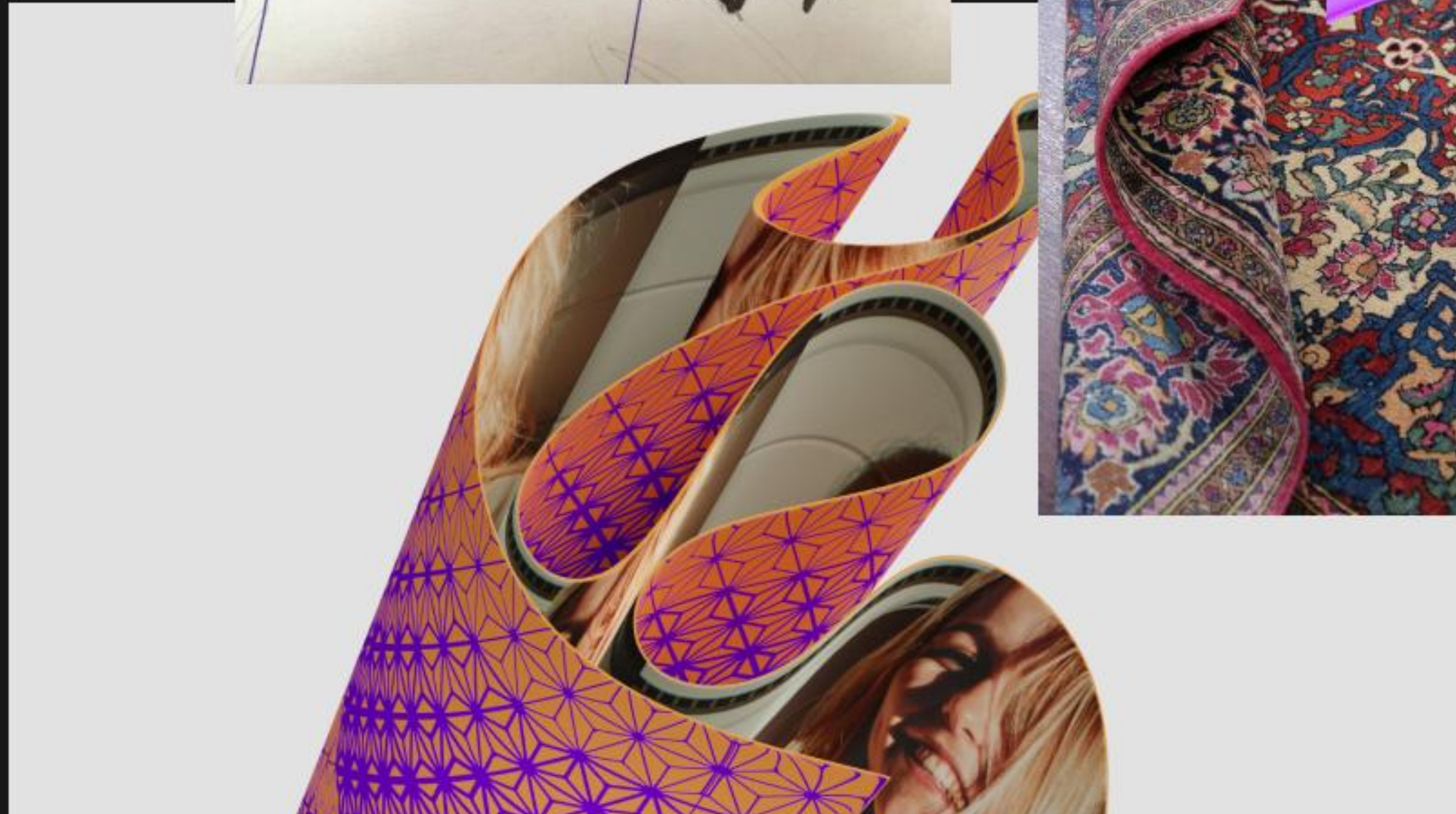
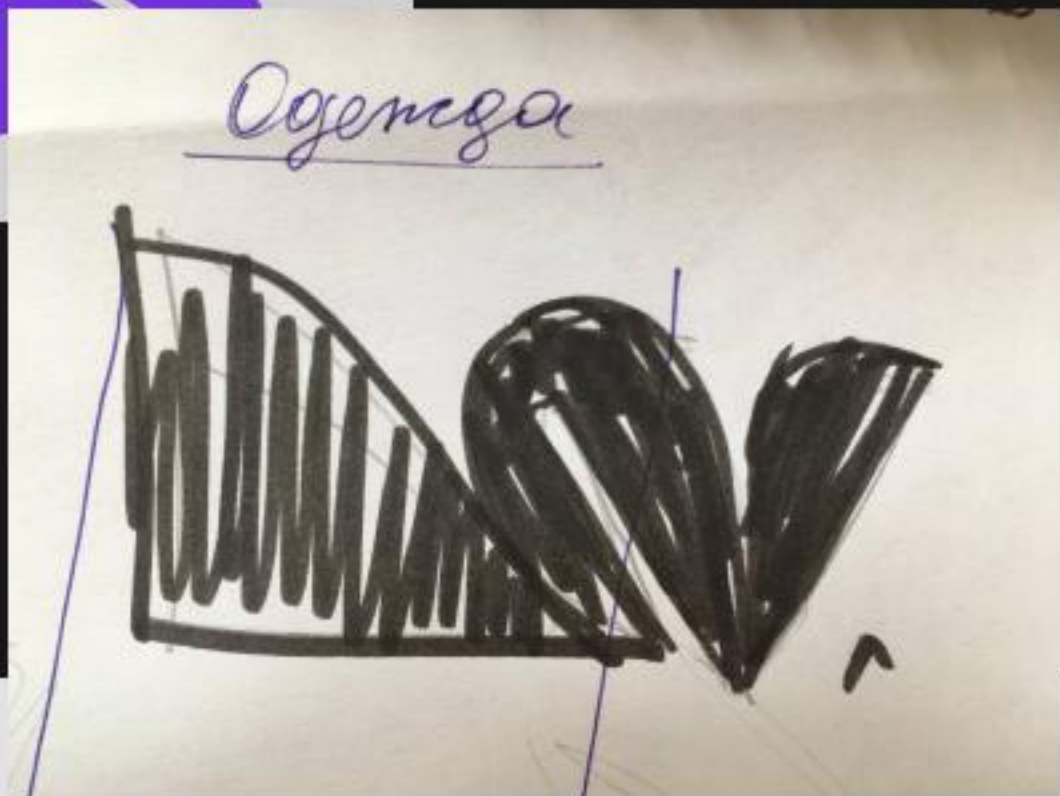




AppBazar

Чистка графики

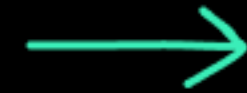
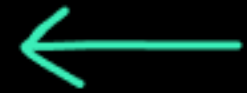
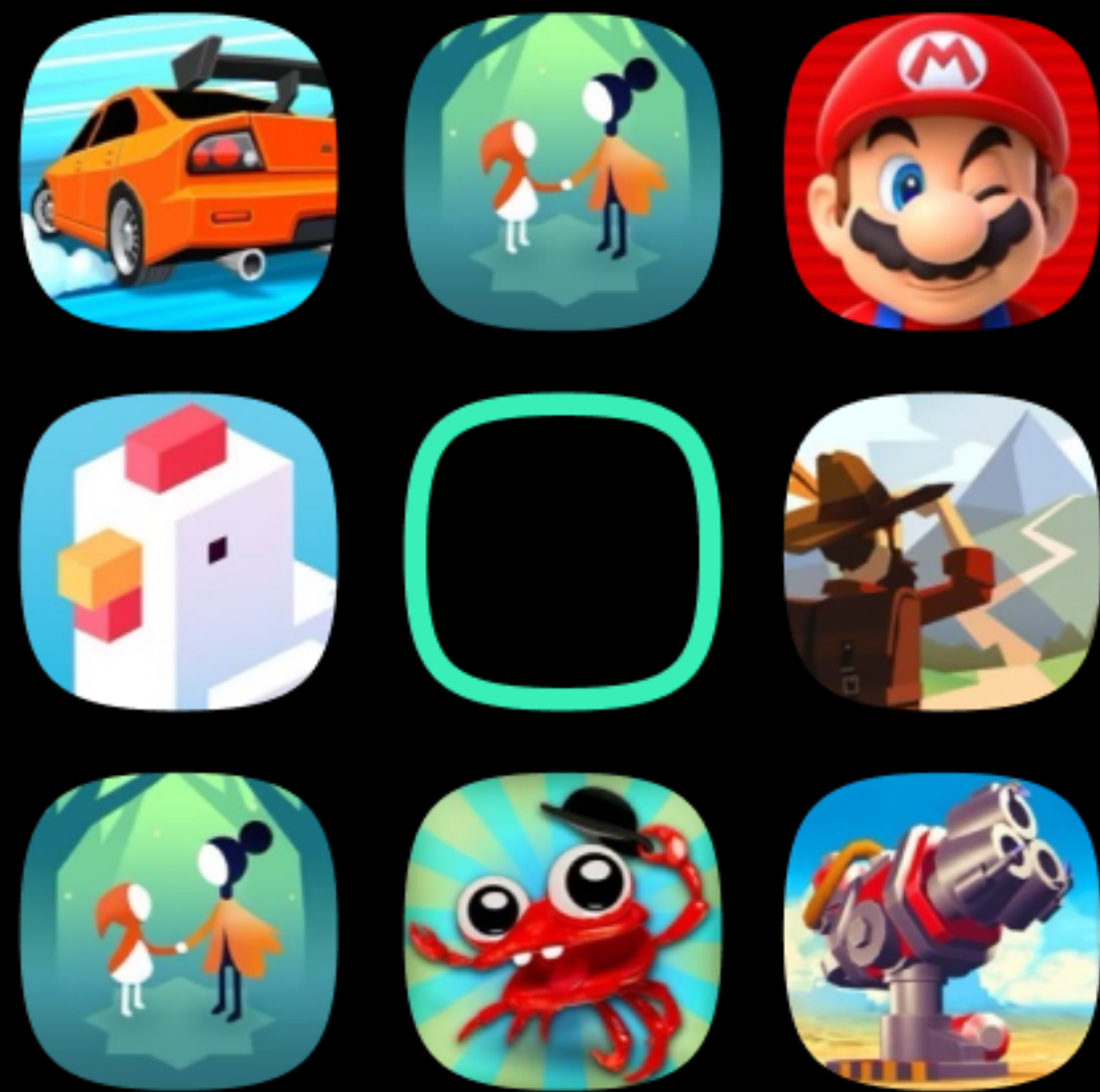


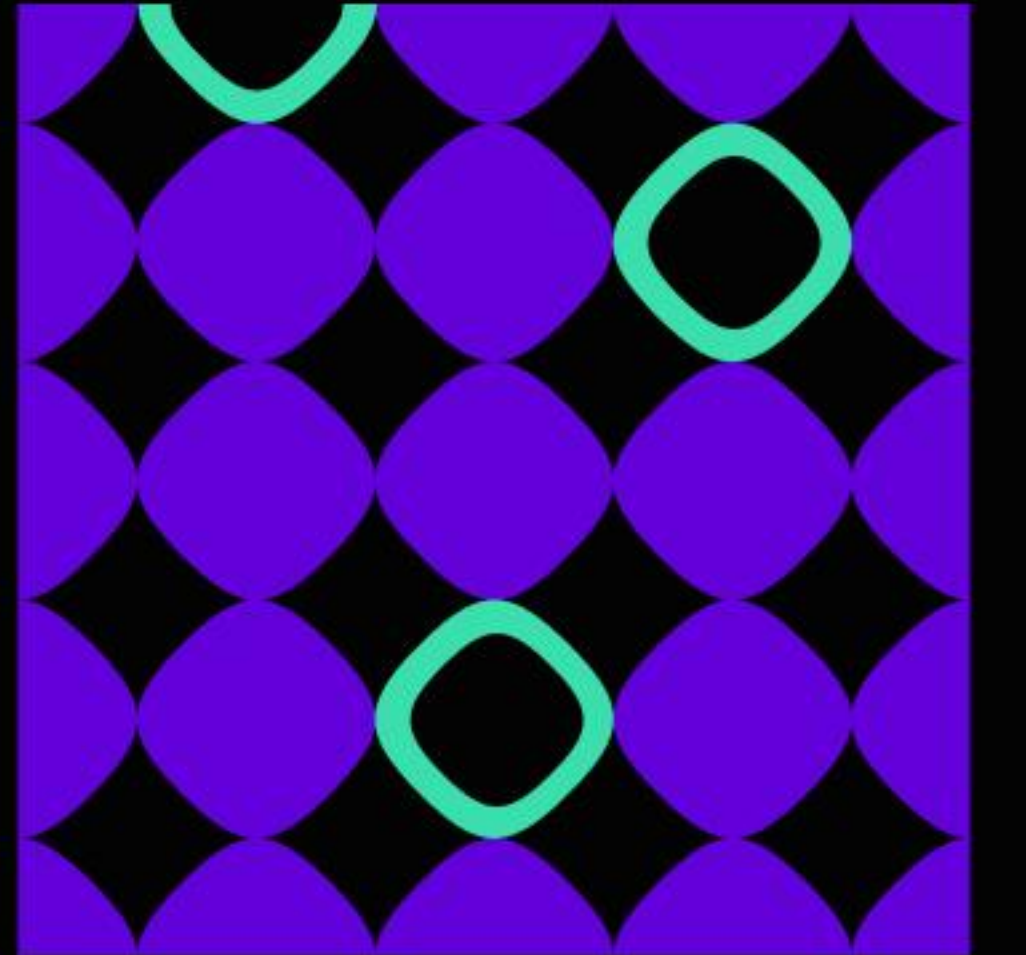
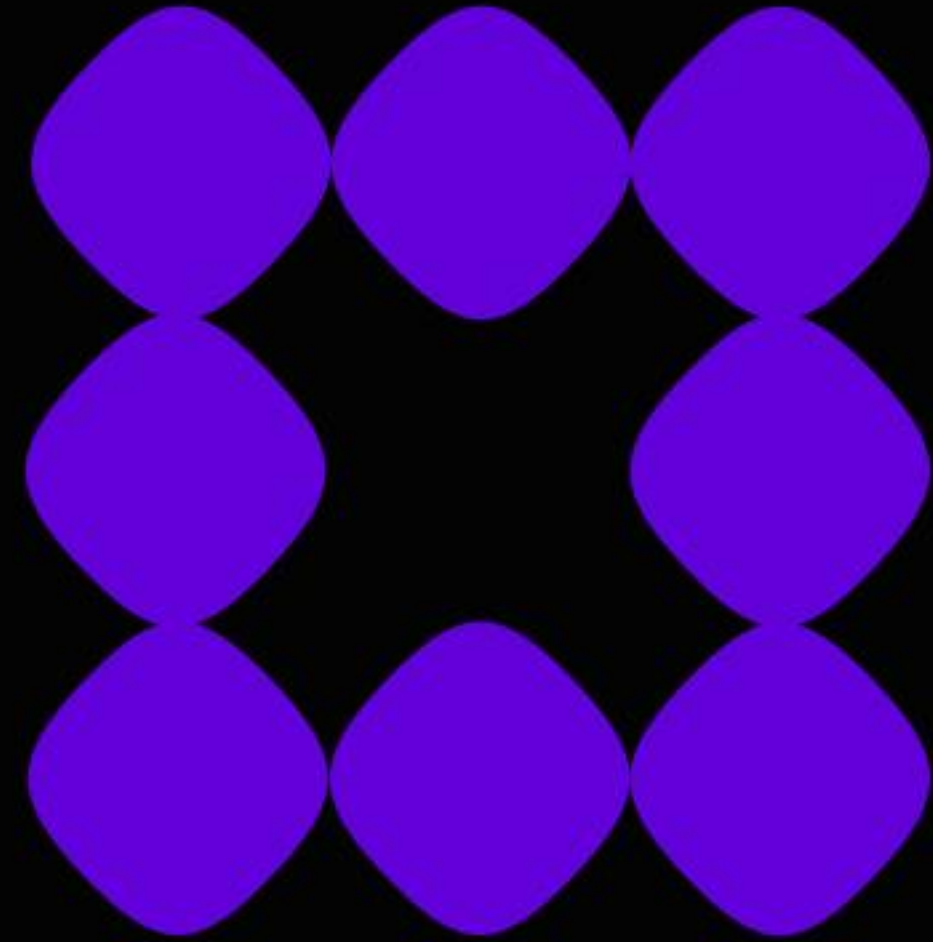
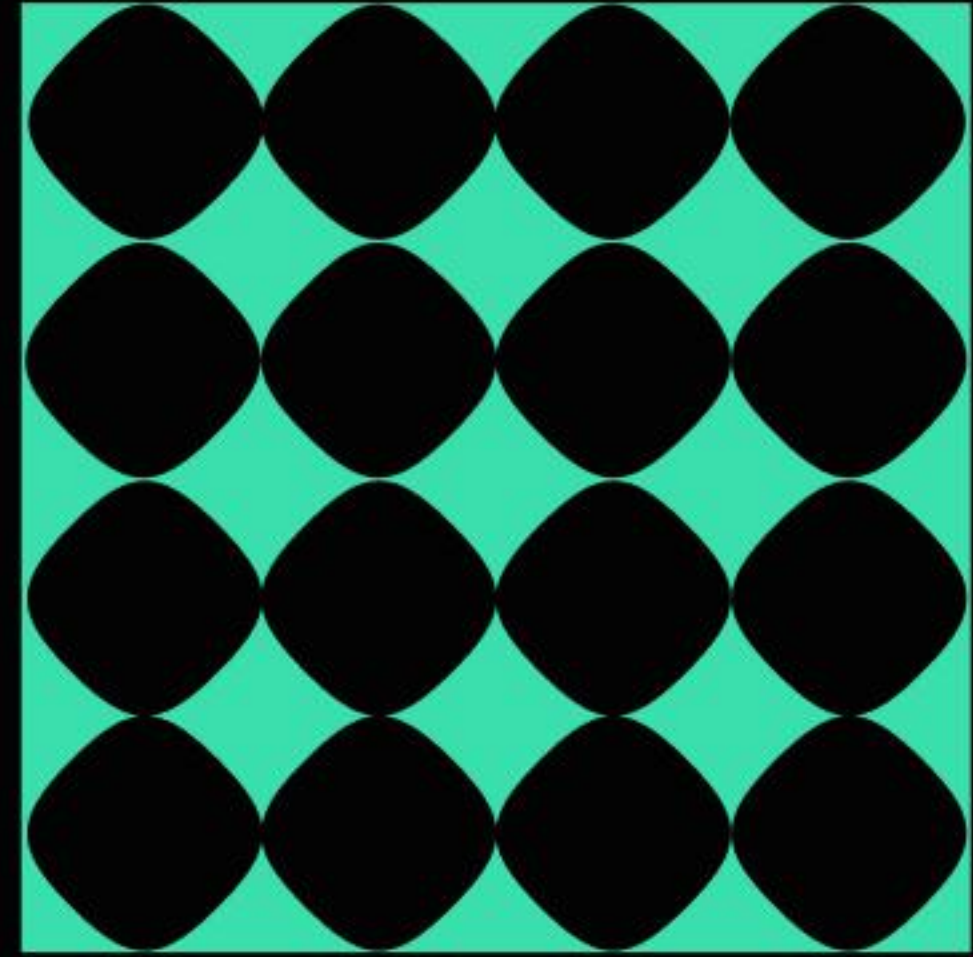


AppBazar



AppBazar









AppBazar



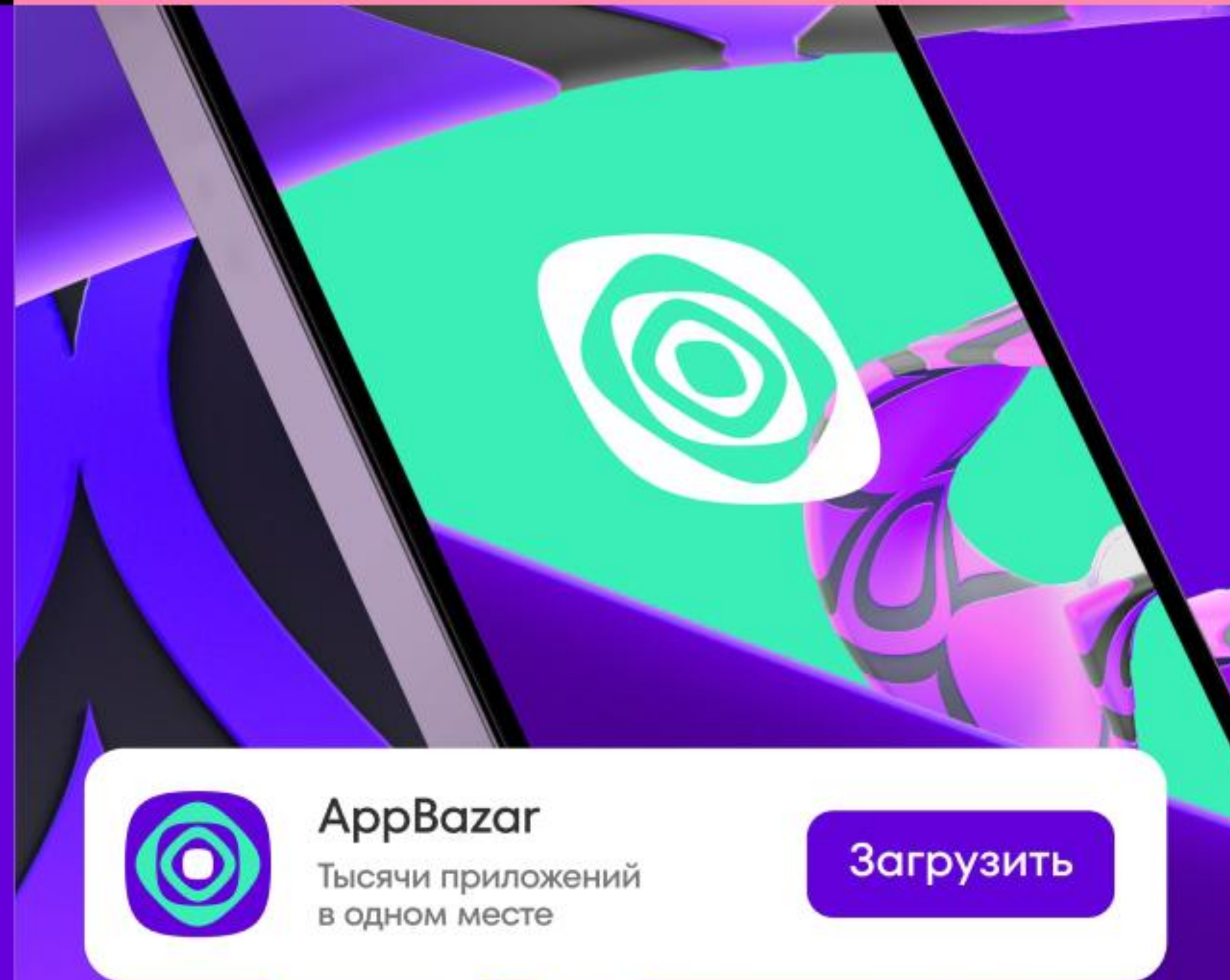


AppBazar



AppBazar

AppBazar



AppBazar

Тысячи приложений
в одном месте

Загрузить





AppBazar



AppBazar
Тысячи приложений
в одном месте

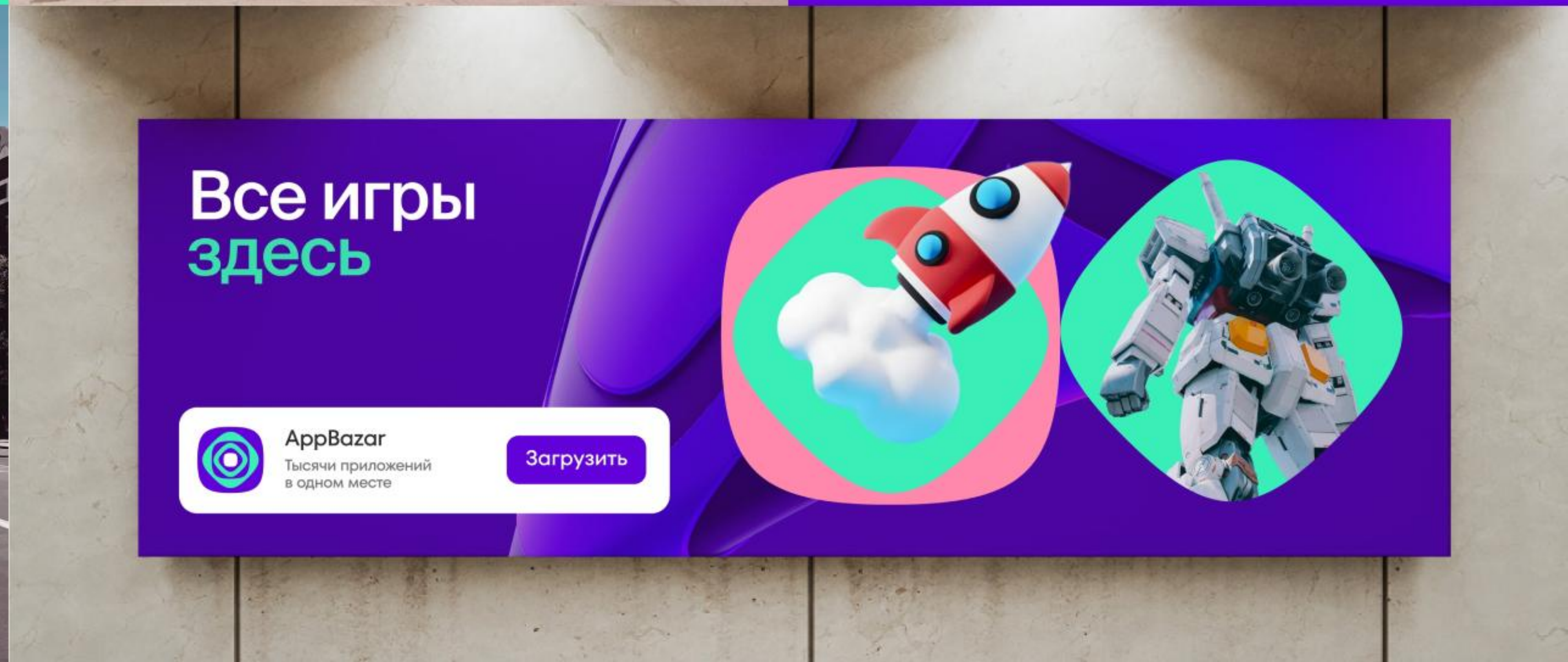
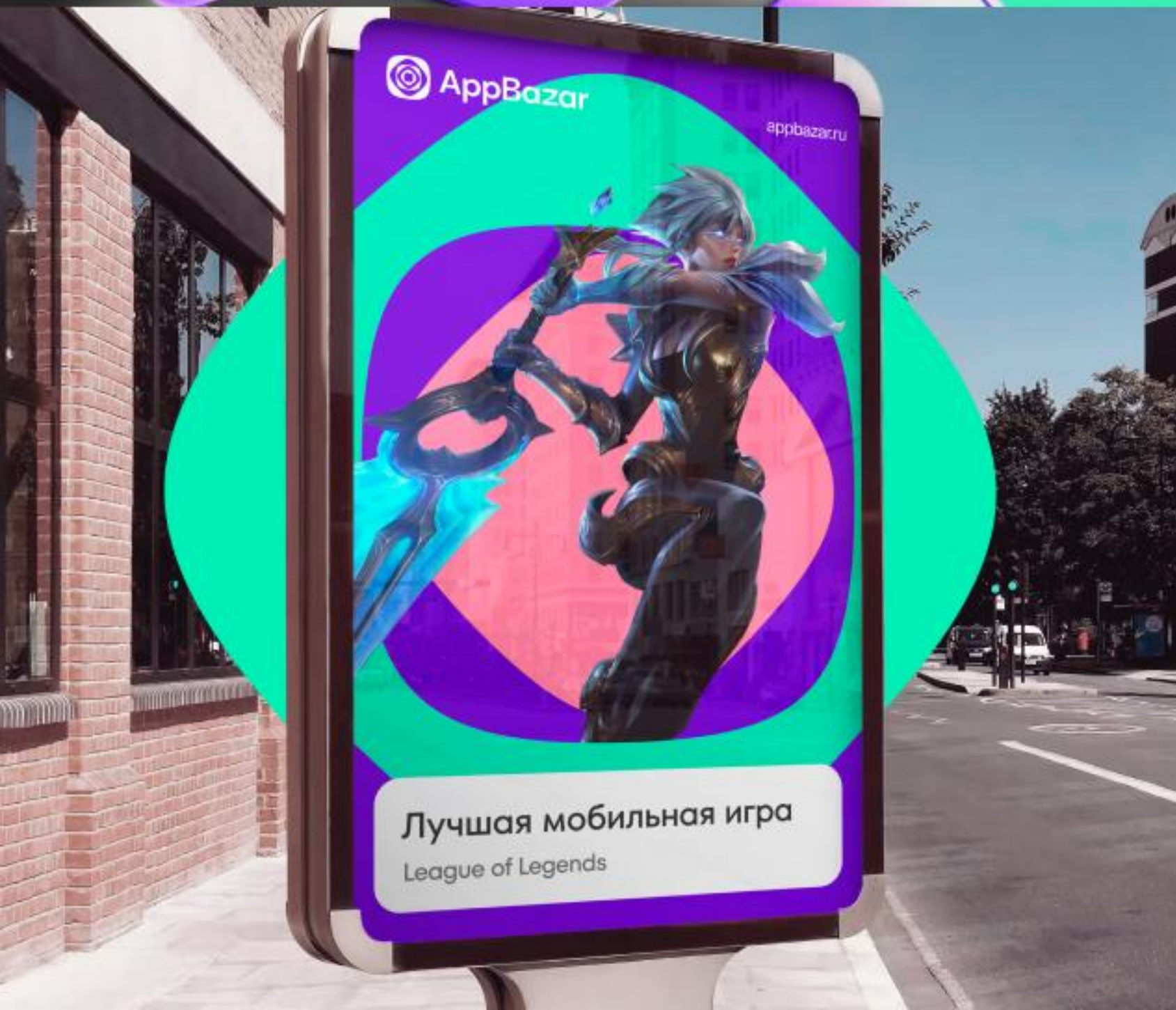
Загрузить

Качай сейчас





Только проверенные приложения
для Android



Digital Branding —

Digital Branding – МНОГОКОМПОНЕНТНАЯ СИСТЕМА



Артём Лукичѳв

@artem_lukichev



CreativePeople