

**Муниципальное бюджетное учреждение дополнительного образования
города Новосибирска «Дом детского творчества им. А. И. Ефремова»**

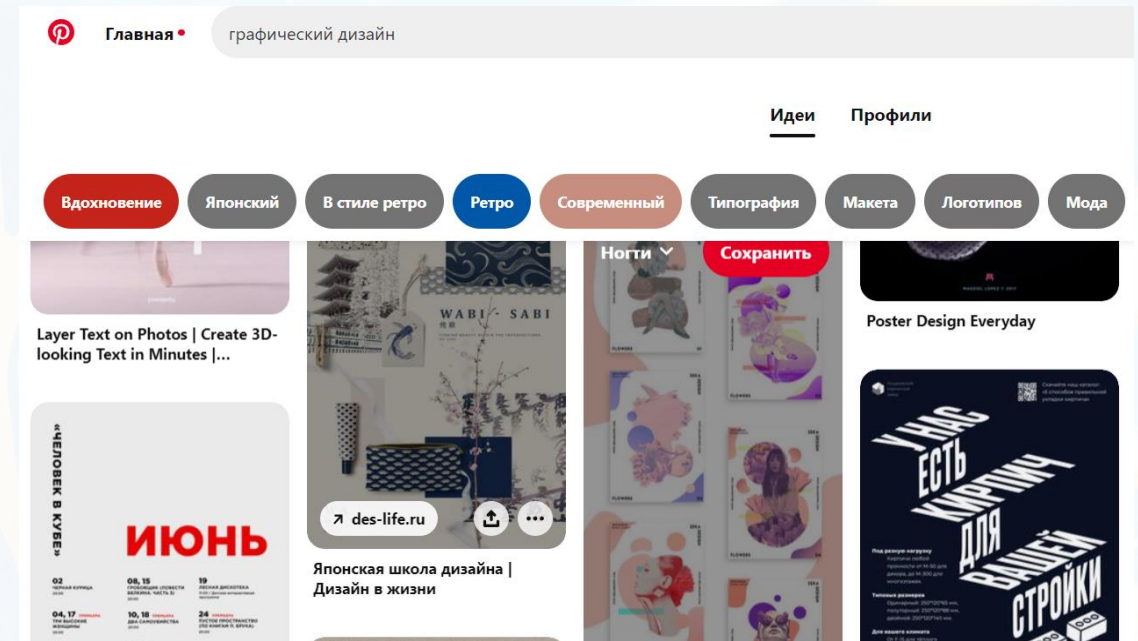
«Руководство по созданию брендбука»

Педагог дополнительного образования студии
профессионального самоопределения «Next-дизайн»

Чернова Алина Артемовна

Шаг 1. Запаситесь вдохновением

- Лучше один раз увидеть, чем 100 раз услышать.
- Найдите и сохраните референсные брендбуки, соответствующие духу вашего. Делайте заметки о том, что вам нравится, а что нет (например, изображение подходит бренду, но текст неправильный). Возможно, в итоге вы примените некоторые из этих рабочих проектов в разделах брендбука, посвященных изобразительной части или фирменному голосу.



Шаг 2. Определите 6 основных элементов брендбука

1. История бренда

- Представьте свой бренд миру. Простое краткое изложение поможет людям понять сердце и душу вашей компании.
- Сюда могут включаться все пять или несколько ключевых компонентов бренда, которые мы обсуждали ранее, — миссия, видение, аудитория, индивидуальность и ценности. Определите, что больше всего подходит в качестве ориентира. Все остальное в вашем брендбуке должно соответствовать этим фундаментальным компонентам.

Шаг 2. Определите 6 основных элементов брендбука

2. Инструкции по логотипу

Включите все утвержденные версии вашего логотипа, опишите, когда использовать каждый из них, и покажите наглядные примеры, чтобы сделать раздел действительно понятным.

- Размер: укажите минимальный размер и правильные пропорции.
- Пространство: если логотип требует определенного пространства вокруг него, дайте четкие инструкции.
- Цвета: покажите варианты (с изменением порядка цветов, в цвете, черно-белые) и когда их использовать.
- Также важно показать нежелательные способы использования логотипа.

• LOGO COLLECTION



Шаг 2. Определите 6 основных элементов брендбука

3. Фирменная цветовая палитра

- Определение палитры бренда имеет большое значение для создания единообразия во внешнем виде всего, что с ним связано. Большинство брендов выбирают четыре основных цвета или меньше и не отклоняются слишком далеко от оттенков своего логотипа.
- Удачная идея — выбрать один цвет для фона, один, более темный, — для текстов, один нейтральный оттенок и один выделяющийся, яркий.

Шаг 2. Определите 6 основных элементов брендбука

4. Типографика и руководство по шрифтам

Выбор шрифтов во многом усиливает индивидуальный характер бренда. Решите, будет ли вас представлять одно семейство шрифтов либо разнообразные шрифты. Как правило, выбирается один шрифт для лого и другой — для остальных надписей, чтобы обеспечить контраст.

В данный раздел входит следующая информация:

- **Введение.** История шрифта, какое отношение он имеет к бренду, для чего используется каждый тип (заголовки, основной текст, подписи и т.д.).
- **Выравнивание.** Укажите, как выравнивается текст: по центру, правой/левой стороне.
- **Пространство.** Включите сведения об интервалах между буквами и словами, чтобы при изменении размера шрифта сохранялось постоянство восприятия.

Шаг 2. Определите 6 основных элементов брендбука

5. Изображения

- К этому разделу можно подойти по-разному, в том числе использовать некоторые из вдохновляющих фотографий, которые вы собрали в ходе подготовки к работе над брендбуком.
- **Вдохновляющие примеры.** Найдите интересные решения крупных брендов.
- **Доски настроений, коллажи.** У вас в голове есть понимание того состояния, которое вы бы хотели передать людям, взаимодействующим с вашим брендом. Собирайте изображения, которые передают это ощущение.

Шаг 2. Определите 6 основных элементов брендбука

6. Фирменный голос

- Когда вы думаете об идентичности бренда, его голос не всегда приходит на ум первым, но несмотря на это он сильно влияет на отношение к вам вашей аудитории.
- Как и в случае с изображениями, вы можете подойти к этому несколькими различными способами.
- **Лучшие практики.** Приведите примеры подходящих посланий.
- **Встроенная индивидуальность.** Помните список из 3-5 прилагательных, которые описывают индивидуальность вашего бренда? Используйте их как часть брендового языка.
- **Как надо / Как не надо.** Иногда простота — это лучший метод: отметьте слова, которые вам нравятся, и слова, которые вам не нужны. Так вы четко дадите понять, как говорит ваш бренд.

Шаг 3. Набросайте схему брендбука

- Возьмите 6 основных элементов, добавьте любые специфические потребности своего бизнеса и создайте схему. Она поможет определить структуру вашего брендбука — что-то вроде этого:

1. История бренда

- а. Привет, это БРЕНД. Вот что мы делаем и производим.
- б. Это наши Миссия, Видение и Ценности.

2. Логотип

- а. Вот наш логотип, вот что он значит для нас.
- б. Как использовать наш логотип.
- с. Как не использовать наш логотип.

3. Цветовая палитра

- а. Это наши цвета.
- б. Вот красивые образцы.

Шаг 3. Набросайте схему брендбука

4. Типографика

- a. Это те шрифты, которые мы используем; вот почему мы их выбрали.
- b. Это наш основной шрифт.
- c. Это наш вторичный шрифт. Очень мило, да?

5. Изображения

- a. Это фирменные изображения.
- b. Вот как их размещать.

6. Голос

- a. Вот как мы говорим.
- b. Используйте это ___ и не делайте этого ___.

7. Сайт

- a. Вот как выглядит наша главная, вот что вы должны / не должны помещать на нее.
- b. Вот как мы показываем продукты.

Примеры



Примеры



Примеры



Примеры

