



Разработка фирменного стиля для Школы вкуса «Пряности & сладости»

Клиент

Школа вкуса «Пряности & сладости» в Югорске. Направления деятельности компании: кулинарные мастер-классы и росписи кондитерских изделий для взрослых и детей, мастер-классы для женщин.

Задача

Разработать уникальный фирменный стиль, который будет легко ассоциироваться с деятельностью компании. Фирменный стиль должен включать в себя разработку нейминга, логотипа, паттерна, айдентики. Предпочтительная палитра — тёплая, монохромная.

Предпроектной исследование

На данном этапе отдел маркетинга true.code провёл анализ рынка для определения ниши, конкурентов, ценовой политики и спроса. Также мы провели анализ целевой аудитории и определили её потребности и уникальные особенности. Такая работа позволяет увеличивать эффективность маркетинговой коммуникации за счёт более точного понимания потребностей и ожиданий аудитории, а также создавать узнаваемый и привлекательный образ компании на рынке.

Нейминг

Первым шагом в разработке фирменного стиля стал нейминг. Название компании должно соответствовать следующим критериям: уникальный, дружелюбный, привлекательный и быстро ассоциирующийся с деятельностью компании. Мы провели несколько сессий мозговых штурмов, благодаря которым собрали десятки вариантов названий. После доработки названия и промежуточных согласований мы выбрали наиболее подходящий под целевую аудиторию вариант, соответствующий бизнес-задачам клиента.

Мы выбрали созвучный вариант из двух слов, которые при написании имеют схожую размерность. Название компании «Пряности и сладости» вызывает ассоциации с чем-то съедобным и ароматным, что в полной мере подходит компании проводящей кондитерские и кулинарные мастер-классы. А еще название имеет хорошую созвучность в словах, за счёт чего повышается запоминаемость.

Быстрые факты

Клиент: Школа вкуса «Пряности & сладости»
Местоположение: Югорск, Россия
Индустрия: Кулинария

Стек технологий

Figma
Adobe Illustrator
Adobe Photoshop

О true.code

Разрабатываем и интегрируем ИТ-решения для устойчивого развития вашего бизнеса с 2015 года. Занимаемся разработкой программного обеспечения для автоматизации предприятий.

Комплексно подходим к решению задач, полностью погружаемся в продукт, проектируем, дорабатываем и предлагаем решения по его развитию.

Разработка фирменного стиля для Школы вкуса «Пряности & сладости»

Цветовая гамма

Цветовая палитра подобрана таким образом, чтобы перекликаться с цветами «Югорского пряника», но больше приближена к изделиям из имбирного теста. Тёплый коричневый цвет в логотипе создает атмосферу уюта, традиций и натуральности. В логотипе компании «Пряности сладости» коричневый цвет оттеняет специализацию компании на производстве пряничных, кондитерских и других кулинарных изделий, а также и создает ассоциации с домашним уютом и традиционными рецептами.

Логотип

После того, как мы разработали название компании, наш дизайнер приступил к разработке логотипа. Первой и главной ассоциацией, которая была во время дизайна были имбирные пряники. Поэтому мы взяли мягкую форму многогранной звезды, напоминающую пряник. Для того, чтобы показать, что это компания занимается кулинарной деятельностью, был добавлен силуэт поварского колпака. Чтобы повысить уникальность, мы поместили название компании в основную версию логотипа поверх фигуры пряника. Название компании имеет широкий рукописный шрифт, который создает дружелюбную атмосферу и указывает на ручную работу при изготовлении кондитерских изделий.

Охранные поля

Охранный поле – свободное пространство вокруг фирменного блока, символа или логотипа, в котором не должно находиться никаких элементов дизайна, если только эти элементы дизайна не являются фоном.

Логотип имеет охранный поле, равное 1/5 части логотипа. Пропорционально логотип имеет равные по значениям высоту и ширину.



ШКОЛА ВКУСА
Пряности
&
Сладости



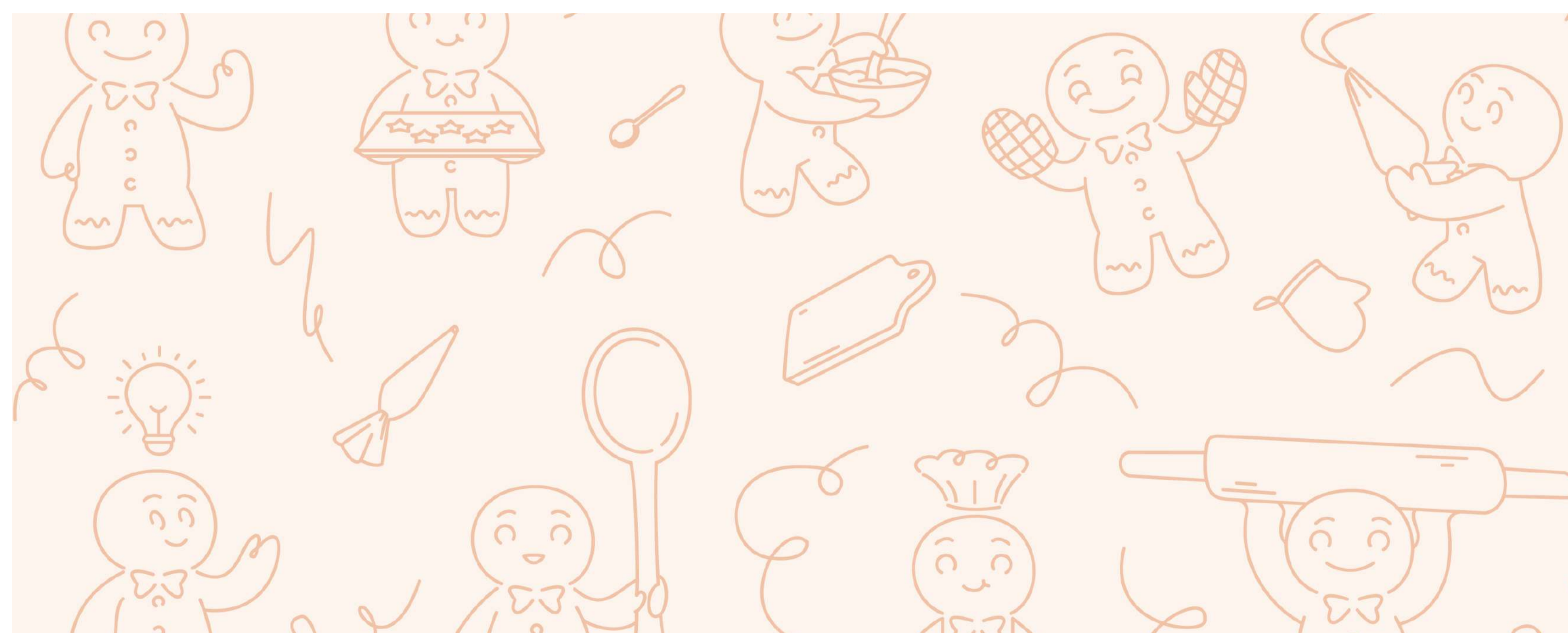
Шрифты

В качестве основной шрифтовой пары выступают шрифты Aquin 2 Classic и Nunito Regular. Эти шрифты имеют простую геометрию для удобства чтения и дружелюбные скругленные окончания штрихов.

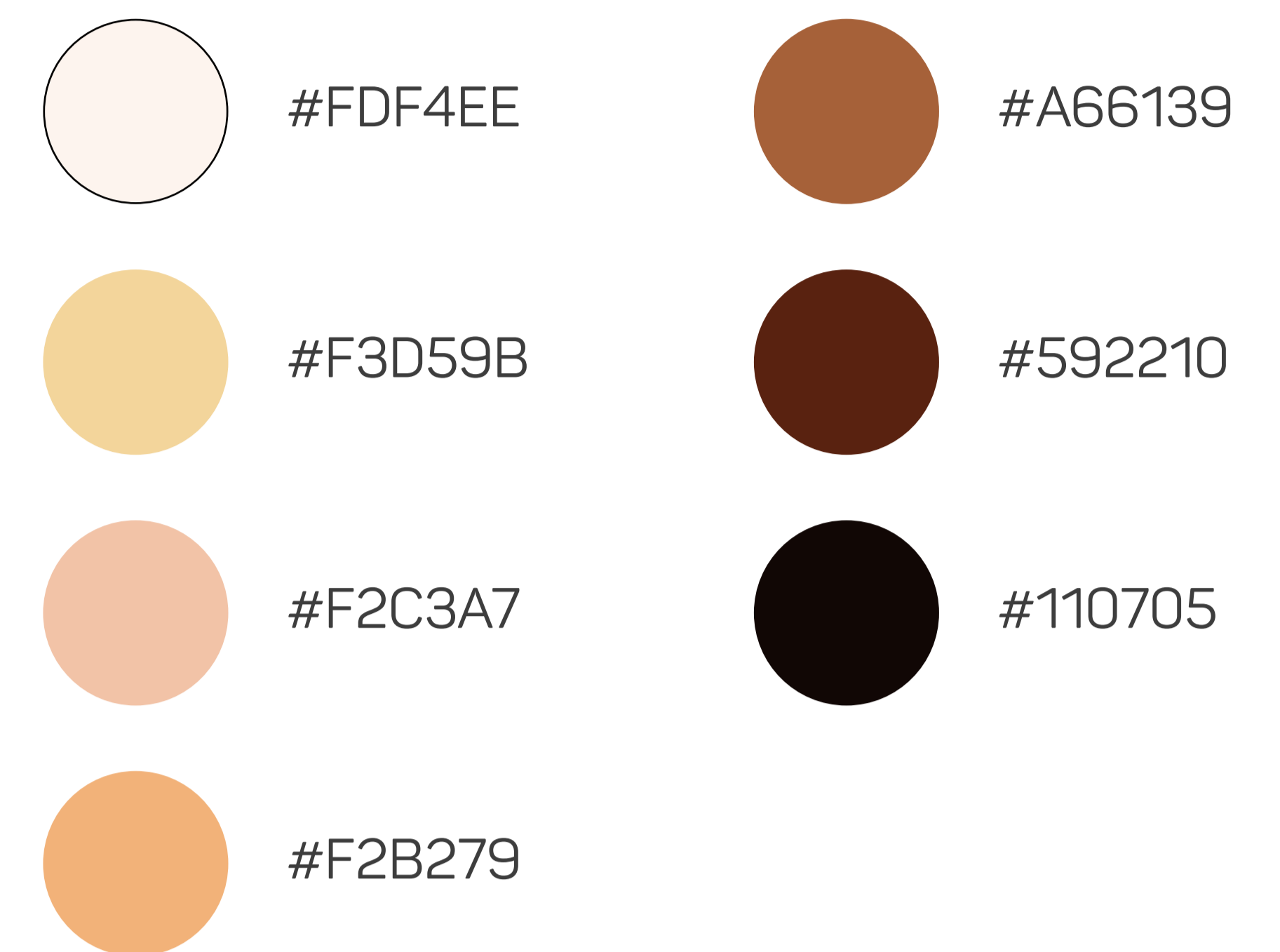
Для внутренней документации компании рекомендуется использовать Segoe UI. Жирное начертание для заголовков и обычное для текста.

Паттерн

Для того, чтобы паттерн гармонично дополнял логотип, мы использовали стилистику графики нарисованной вручную: утонченность, завитки, штрихи, погрешности и неровности.



Палитра



Разработка фирменного стиля для Школы вкуса «Пряности & сладости»

Айдентика

Завершающим этапом стало применение фирменного стиля на различных носителях как в digital-пространстве, так и в виде физических носителей.

Мы разработали пример оформления социальных сетей, рекламных креативов и постов и историй. Сетка постов имеет чередование векторной и растровой графики. Для поддержания общего настроения создаваемого фирменным стилем, были подобраны фотографии в уютной и тёплой цветовой гамме.

Для физических носителей наш дизайнер разработал коллекцию из дипломов, сертификатов, визиток и других бумажных носителей. Каждый носитель имеет несколько вариаций дизайна, отличающихся по цветам и стилю.

Носители

- Сертификат
- Скидочный купон
- Визитная карта
- Оформление соцсетей
- Посты в соцсетях
- Реклама
- Почетная грамота
- Пригласительный

