



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

Ce este un manual de identitate vizuala sau manual de brand?

ACTIVITATEA 4 - IMPLEMENTAREA PLANURILOR DE AFACERI

Activitatea 4.3: Monitorizarea de către administratorul schemei de antreprenoriat a funcționării și dezvoltării afacerilor finanțate



Titlul proiectului: "PROmotorii Firmei Tale (PROFIT) pentru Regiunea Centru" (ID: 104254) | Programul Operațional Capital Uman 2014-2020, Componenta 1 România Start Up Plus
Axa Prioritară Locuri de muncă pentru toți | Operațiunea: Creșterea ocupării prin susținerea întreprinderilor cu profil non-agricol din zona urbană, Schema de ajutor de stat România Start-Up Plus



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

Poate nu ești sigur ce este sau de ce ar avea nevoie firma/compania ta de un manual de identitate vizuală. Ai nimerit unde trebuie. În continuare vom discuta despre rolul unui manual de identitate vizuală, cum îți poate ajuta compania și vom dezbată pe scurt manualul Sinners Projects de identitate vizuală.

Ce este un manual de identitate vizuală?

Manual de identitate vizuală

Manualul tău de identitate vizuală e ghidul care menține designul companiei tale coerent. Este documentul care arată ce fonturi trebuie folosite, ce paletă de culori reprezintă cel mai bine afacerea ta și îți arată oricui este responsabil cu designul unor materiale fie ele online sau offline pentru compania ta, ce ar trebui să urmărească.

Astfel, fiecare material publicat de compania ta sau în numele acesteia va fi evident că îi aparține. Menținând o coerență foarte bună, brandul tău va reuși să își impună mai ușor valorile și mesajul clienților săi.

În același timp, un manual de brand eficient va evidenția și diverse elemente care pot determina modul de operare al brandului – lucruri precum strategia brandului, viziunea și misiunea pot fi de asemenea discutate în manualul de brand.

Deci tot designul brandului meu va fi plictisitor de acum înainte?

În nici un caz. Un manual de brand nu există pentru a-ți limita creativitatea (sau celor responsabili de design





UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

din compania ta). Manualul de identitate vizuala le permite designerilor care lucreaza cu si pentru acel brand sa fie mai creativi, concentrandu-se pe partile unde pot adauga valoare. Astfel, nu va trebui sa mai modifici fontul oficial al companiei cu Comic Sans doar pentru a fi diferit. – nu doar fontul si culoarea dau creativitatea unui design

Manualul de identitate vizuala ii mentine intacta identitatea brandului tau – asta nu inseamna ca toate materialele folosite in scop de marketing vor arata la fel, ci doar ca vor urma niste reguli generale care denota ca provin de la aceeasi companie.

Cat de mare este un manual de brand?

Depinde – in special de marimea brandului. Din experienta noastra putem zice ca un manual de brand poate fi si de 4 pagini, dar se poate intinde si pana la 30-40 de pagini lejer. Totul se rezuma la complexitatea brandului si cat de detaliat trebuie explicate anumite lucruri despre acesta.

Mic Exemplu: Manualul de identitate vizuala pentru Sinners Projects

Am ales sa dam ca exemplu manualul nostru pentru ca ni se pare potrivit si am avut nevoie de mai multe explicatii si idei transpuse in acesta, decat un startup obisnuit.





UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

Manualul nostru are 31 de pagini și este împartit în 8 secțiuni care exprimă într-un mod eficient cum dorește agenția noastră să se prezinte clienților, colaboratorilor dar și atmosfera internă generală.

Secțiunea 0: Agenție

- Agenția
- Misiune
- Cuprins manual de identitate vizuală
- Viziune
- Angajament

Secțiunea 1: Logo

- Introducere Logo
- Compoziție Logo

- Culori Logo
- Aplicații Logo
- Elemente Logo
- Zona de Protecție
- Aplicații Incorecte Logo

Secțiunea 2: Tipografie

- Fonturi
- Font Principal
- Font Secundar
- Ierarhia Fonturilor

Secțiunea 3: Culori

- Culori
- Culori Principale





UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

- Culori Secundare
- Gradient

Sectiunea 4: Documente oficiale
culori manual de identitate vizuala

- Document Oficial
- Carte de Vizita
- Plasarea corecta a logoului

Sectiunea 5: Obiecte promotionale

- Exemple de obiecte promotionale des folosite

Sectiunea 6: Grile

- Grila verticala A4

- Grila verticala A3

Sectiunea 7: Website

- Website
- Landing page

Sectiunea 8: Concluzie

Dupa cum putem vedea din cuprinsul de mai sus, avem un set de reguli bine definite cand interactionam cu brandul Sinners Projects, iar toate aceste reguli ne ajuta sa nu mai pierdem timp gasind 'acel font'(de exemplu), ci sa ne concentram asupra altor elemente din designul la care lucram, pentru a da dovada de creativitate. Pe langa faptul ca vom mentine imaginea brandului intacta, mai





UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

mult ca sigur designul final va fi unul mult mai creativ dar si rapid executat.

Fiecare sectiune exprima cum se va reprezenta corect brandul. De la aplicatii corecte si incorecte ale logoului, pana la ierarhia fonturilor si alte elemente extrem de specifice care fac diferenta dintre un brand bine conturat ce poate rezista timpului si unul vag care nu se reprezinta coerent in fata clientilor, colaboratorilor si partenerilor.

Concluzii

Mergand inapoi la motivul existentei unui manual de identitate vizuala, trebuie sa ne gandim ca, un brand mare poate colabora de-a lungul timpului cu mai multe agentii de publicitate iar uneori cu mai multe in paralel (de exemplu un brand multinational poate colabora cu cate o

agentie din fiecare tara in care este prezent). In acelasi timp, toate aceste reguli si 'vibe-ul' companiei trebuie explicat si angajatilor noi. Un astfel de manual ii poate ajuta sa scape de multe nelamuriri, si sa nu uite anumite reguli ce trebuiesc mentinute cand interactioneaza cu brandul.

In ultima instanta trebuie sa tii cont ca nu totul este litera de lege. Desi unele reguli din manualul de brand nu ar trebui incalcate, altele pot in anumite circumstante da nastere unor idei exceptionale sau unui design extrem de bun.

Daca acest articol te-a ajutat sa intelegi mai bine care este scopul unui manual de identitate vizuala, cum te poate ajuta si cum arata un astfel de manual, da-i un share pentru a-i ajuta si pe altii sa intealega!

Sursa: <https://sinnersprojects.ro/cc-este-un-manual-de-identitate-vizuala/>





UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Capital Uman 2014-2020



Titlul proiectului
"PROmotorii Firmei Tale (PROFIT) pentru Regiunea Centru"
ID: 104254

Programul Operațional Capital Uman 2014-2020,
Componenta 1 România Start Up Plus

Axa Prioritară Locuri de muncă pentru toți,
Operațiunea: Creșterea ocupării prin susținerea
întreprinderilor cu profil non-agricol din zona urbană,
Schema de ajutor de stat România Start-Up Plus

Implementat de Agenția de Dezvoltare Durabilă a Județului Brașov
în parteneriat cu Universitatea Spiru Haret.

Valoare totală a proiectului
8.722.301,38 lei

Durata proiectului
36 de luni

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul
Operațional Capital Uman 2014 -2020

Editorul materialului
Agenția de Dezvoltare Durabilă a Județului Brașov

Data publicării
Octombrie 2019

"Conținutul acestui material nu reprezintă în mod obligatoriu
poziția oficială a Uniunii Europene sau a Guvernului României!"



0268.47.05.05; 0268.47.05.06



www.profitantreprenor.ro



profitantreprenor

Denumirea proiectului: PROmotorii Firmei Tale (PROFIT) pentru Regiunea Centru (ID 104254) Implementat de Agenția de Dezvoltare Durabilă Județului Brașov în parteneriat cu Universitatea Spiru Haret