

Proposta di rebrand Online PayPhone

Presentazione della nuova brand identity

Stato della lavorazione: da ultimare previa accettazione del cliente.

Andrea Barone - UX/UI & Visual Designer

14/01/25

1. Razionale del documento

Questo documento rappresenta una **proposta di redesign** dell'attuale brand Online Payphone necessario per la riconoscibilità del brand, migliorare la percezione e trasmettere un messaggio più chiaro e preciso riguardo la natura tech e avanzata del servizio.

All'interno di questa presentazione verrà descritta il nuovo logo che rappresenterà, in accordo con il cliente, da ora in avanti il brand e la sua visual identity, necessaria a garantire una comunicazione sempre coerente e precisa su ogni media.

La visual identity presentata potrà, nel tempo, subire delle evoluzioni in relazione alle necessità e obiettivi di business futuri di Online Payphone.



1.1 I problemi del visual branding attuale

Attualmente, Online Payphone non dispone di un visual branding completo, un elemento essenziale per garantire una comunicazione uniforme e riconoscibile nel tempo. Esiste unicamente un logo, che presenta significative criticità sia dal punto di vista tecnico che comunicativo. In particolare, il logo attuale non riesce a trasmettere pienamente il carattere **innovativo** e **tecnologico** di Payphone, risultando inadeguato rispetto al posizionamento desiderato per l'azienda.

Criticità del logo attuale:

1. Poca riconoscibilità:

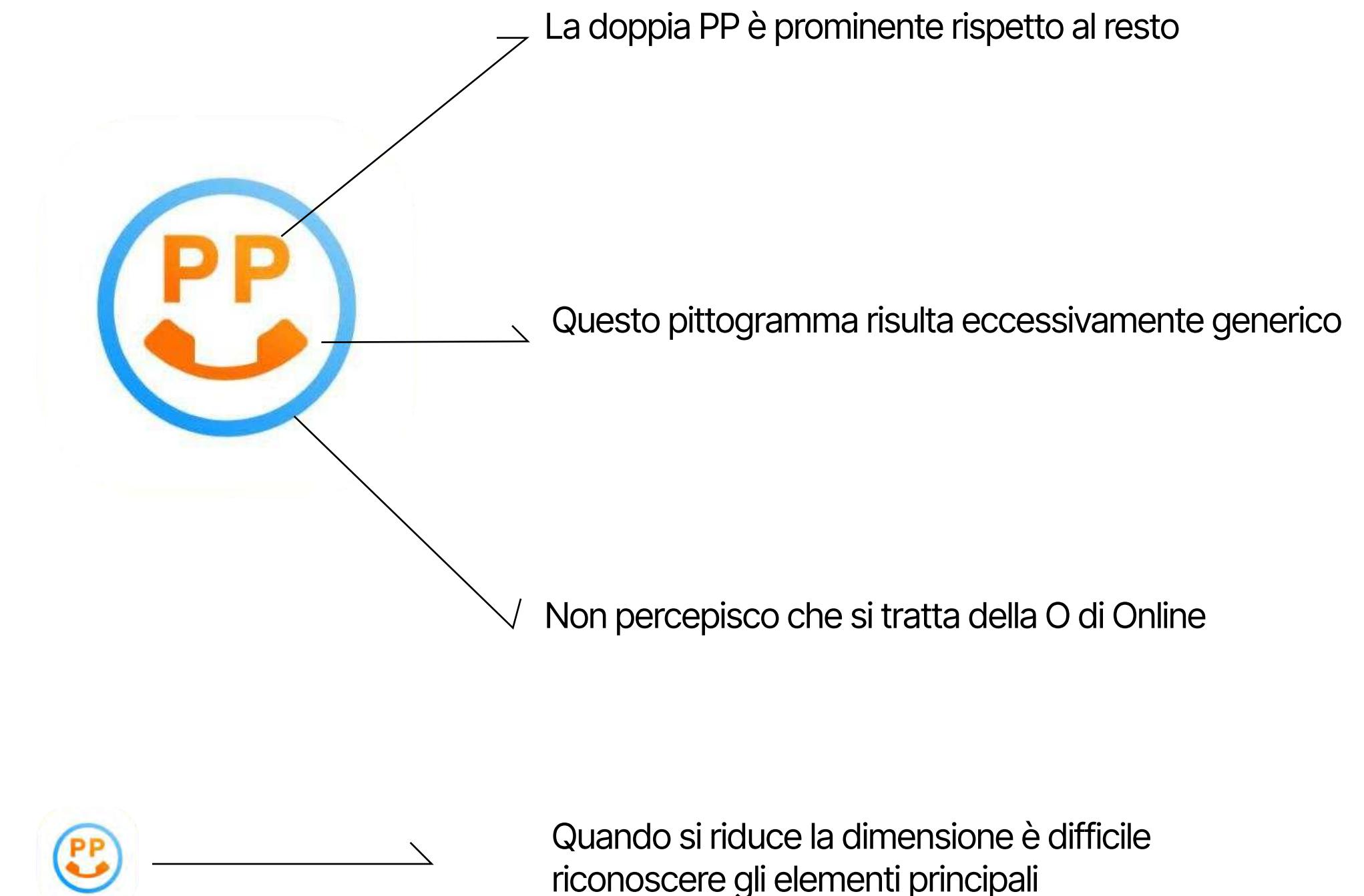
Il logo manca di una personalità forte e distintiva. Non presenta elementi memorabili o familiari che lo rendano immediatamente identificabile e comprensibile per il pubblico target.

2. Problematiche tecniche:

La composizione del logo genera problemi di leggibilità, soprattutto quando viene ridotto a dimensioni minime. Gli elementi grafici perdono definizione e diventano difficilmente interpretabili, compromettendo la versatilità del marchio su diversi supporti.

3. Messaggio e personalità ambigue:

Il logo attuale tenta di richiamare visivamente le cabine telefoniche vintage, un riferimento poco rilevante e spesso non riconoscibile per la maggior parte del target di Payphone. Questo elemento non solo si discosta dal posizionamento innovativo dell'azienda, ma rischia anche di trasmettere un messaggio contrastante rispetto alla sua mission. Payphone mira a distinguersi come leader tecnologico con un servizio unico e all'avanguardia, e un richiamo al passato non supporta adeguatamente questa identità.



Considerazioni aggiuntive:

Per un visual branding efficace, è fondamentale sviluppare un'identità visiva che rispecchi i valori di modernità e innovazione di Payphone, integrando elementi grafici e simbolici che siano sia riconoscibili che tecnicamente funzionali. L'obiettivo principale deve essere quello di creare un marchio che non solo attiri l'attenzione, ma che sia anche facilmente identificabile e coerente con l'esperienza di servizio offerta dall'azienda.

The background features a dark navy blue gradient. Overlaid on it are several large, semi-transparent rings. On the left side, there are three rings: a light blue ring at the bottom, a medium blue ring in the middle, and a purple ring at the top. On the right side, there are two prominent rings: an orange ring at the top and a light blue ring at the bottom. All rings have a subtle texture and overlap each other.

La nostra proposta

 OnlinePayphone





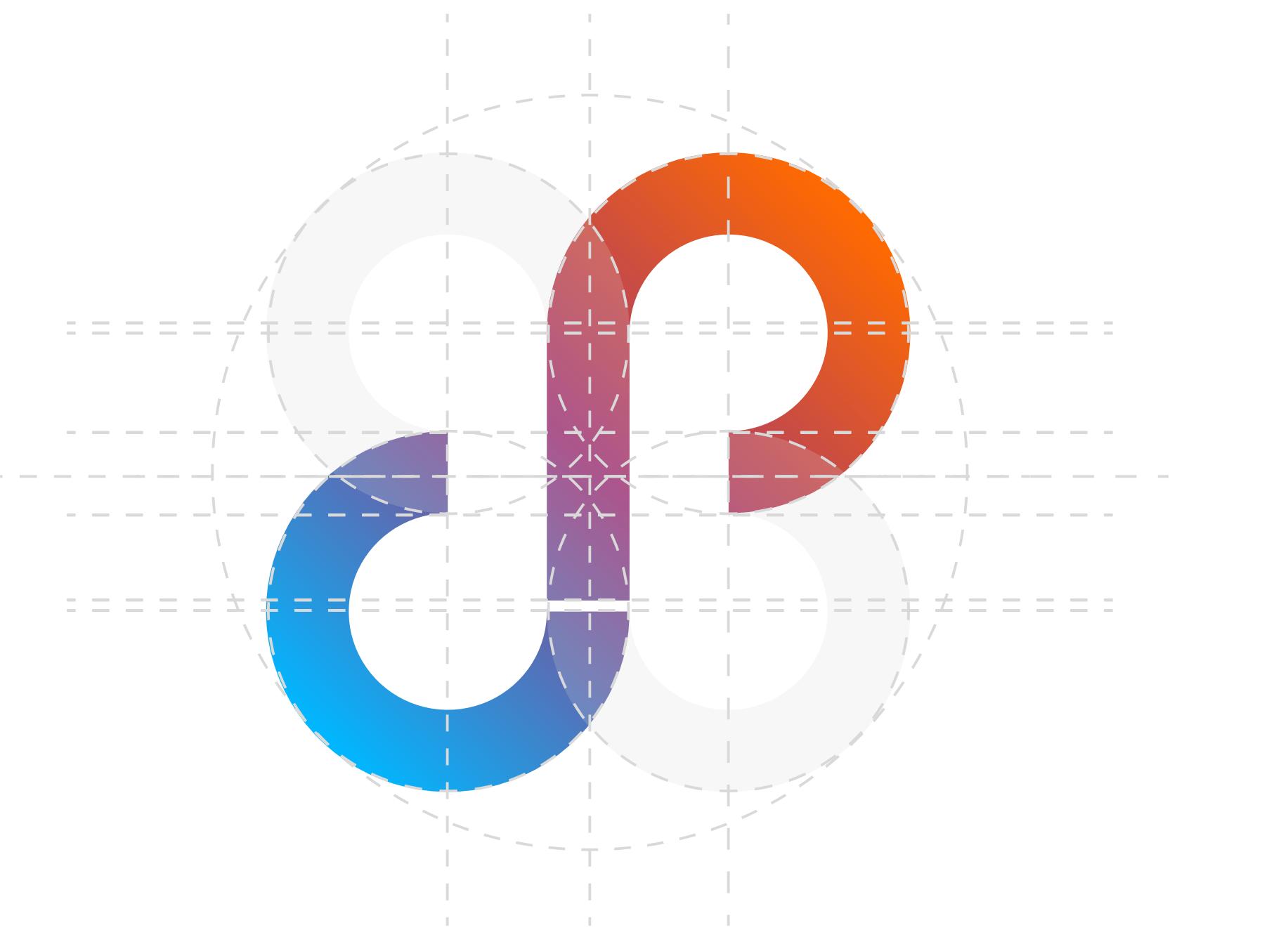
OP OnlinePayphone

2. Nuovo visual branding

Il nuovo logo **Online Payphone** è stato progettato per rappresentare l'**innovazione e l'affidabilità** dell'azienda, mantenendo un design **contemporaneo e versatile**. Il pittogramma, che combina armoniosamente le iniziali "O" e "P", si distingue per la fluidità delle forme e per l'uso di una paletta sfumata di colori vivaci che trasmettono dinamismo e modernità. Il gradiente, che spazia dal blu al rosso-arancione, simboleggia la connessione e la transizione tra tradizione e futuro, valori chiave del brand.

La tipografia pulita e leggibile si integra perfettamente con il pittogramma, garantendo un'identità visiva chiara e riconoscibile su tutti i touchpoint.

Il logo, nella sua totalità, comunica un senso di affidabilità e innovazione, posizionando Payphone come leader tecnologico nel settore della monetizzazione delle chiamate professionali.



2. Costruzione del logo



Type font utilizzato: **Inter | medium**

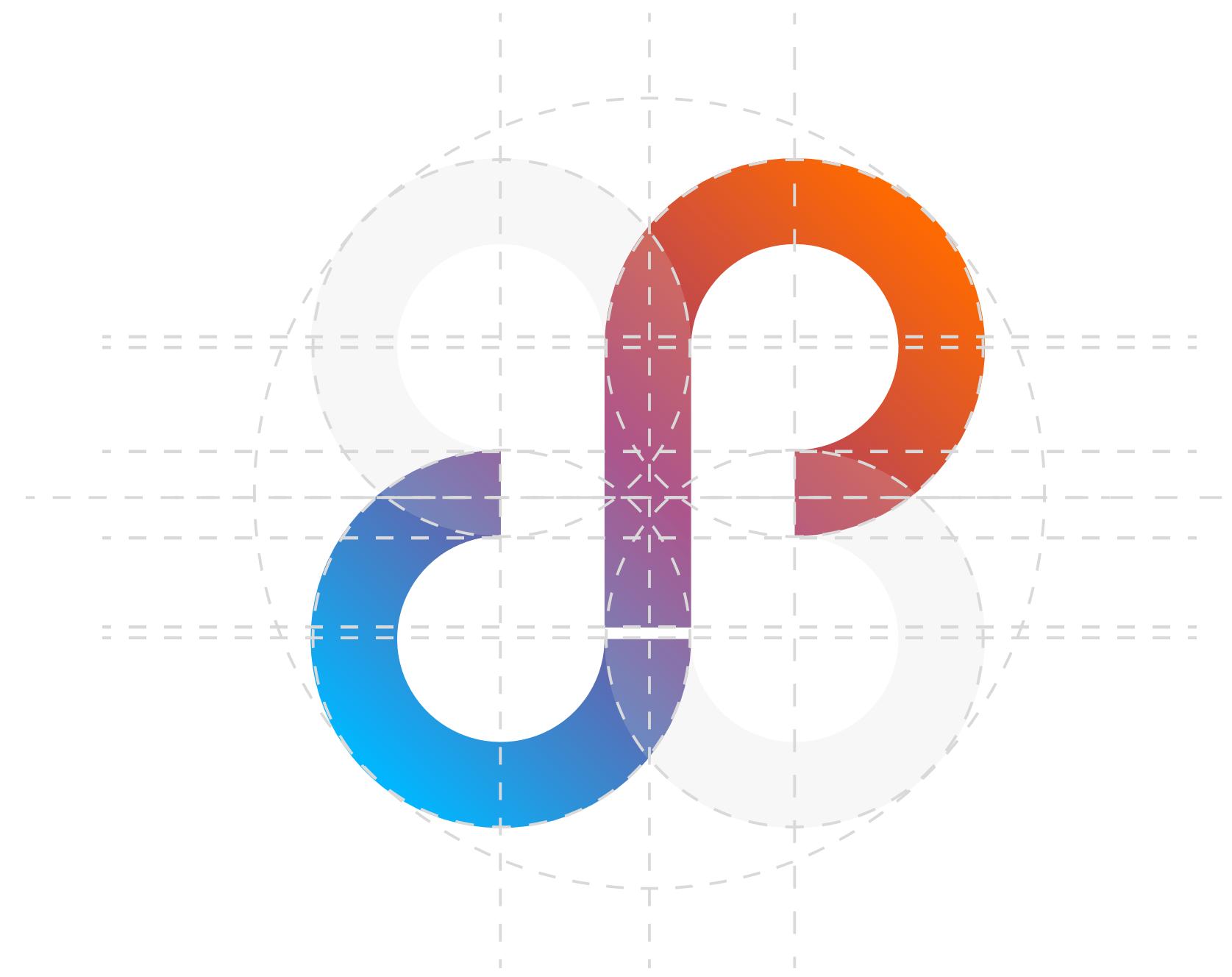
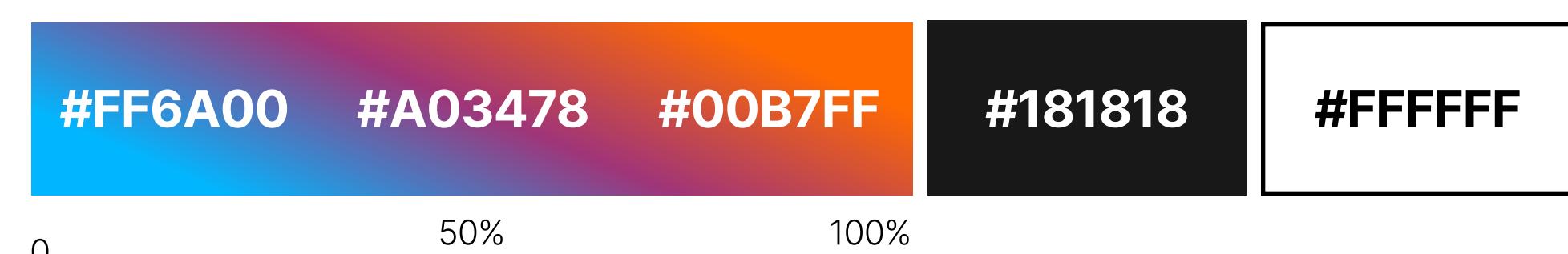
Crenatura - 10%

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789%&/()?!_-

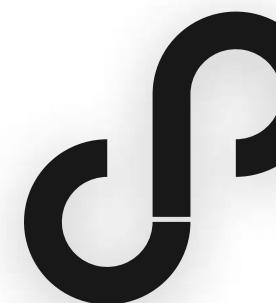
Palette logo



2. Variazioni cromatiche ammesse

 OnlinePayphone

 OnlinePayphone

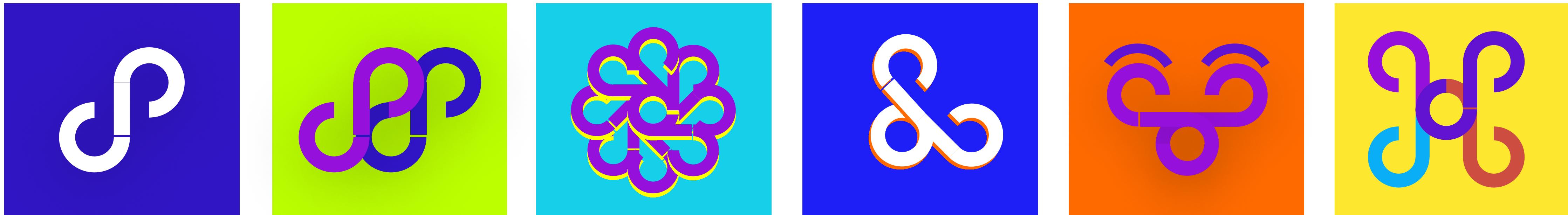
 OnlinePayphone

 OnlinePayphone

 OnlinePayphone

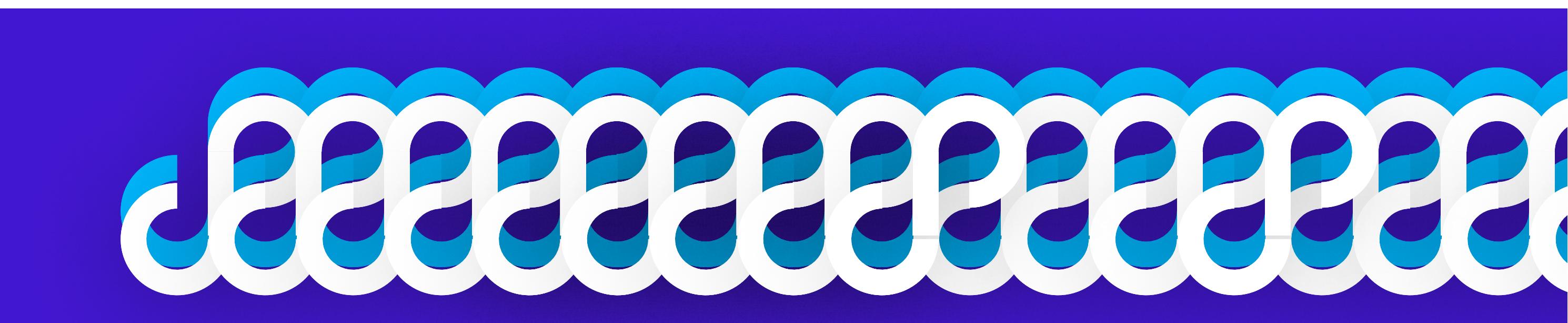
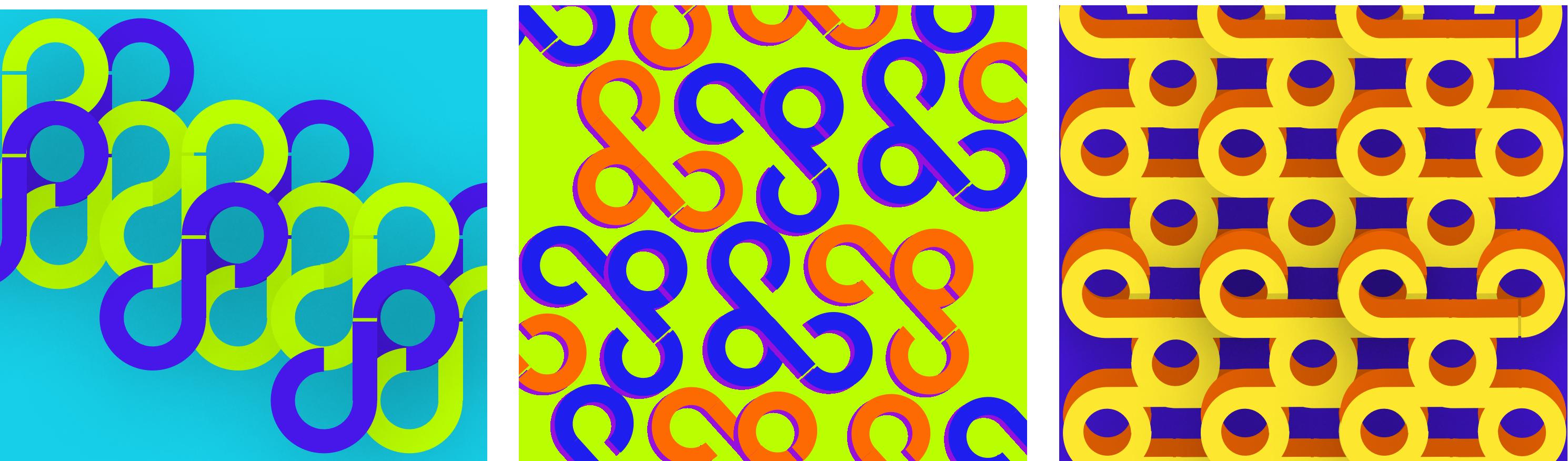
 OnlinePayphone

2. Declinazioni della visual identity



Dalla progettazione del nuovo pittogramma che caratterizza il logo di Online Payphone, abbiamo creato delle declinazioni visuali che possono essere utilizzate per costruire la visual comunicativa del Brand. Nello specifico attraverso l'utilizzo ripetuto del pittogramma è possibile creare dei **pattern** di diversa morfologia. Tramite la sovrapposizione dello shape principale è possibile ricreare motivi, iconografie ed emoji.

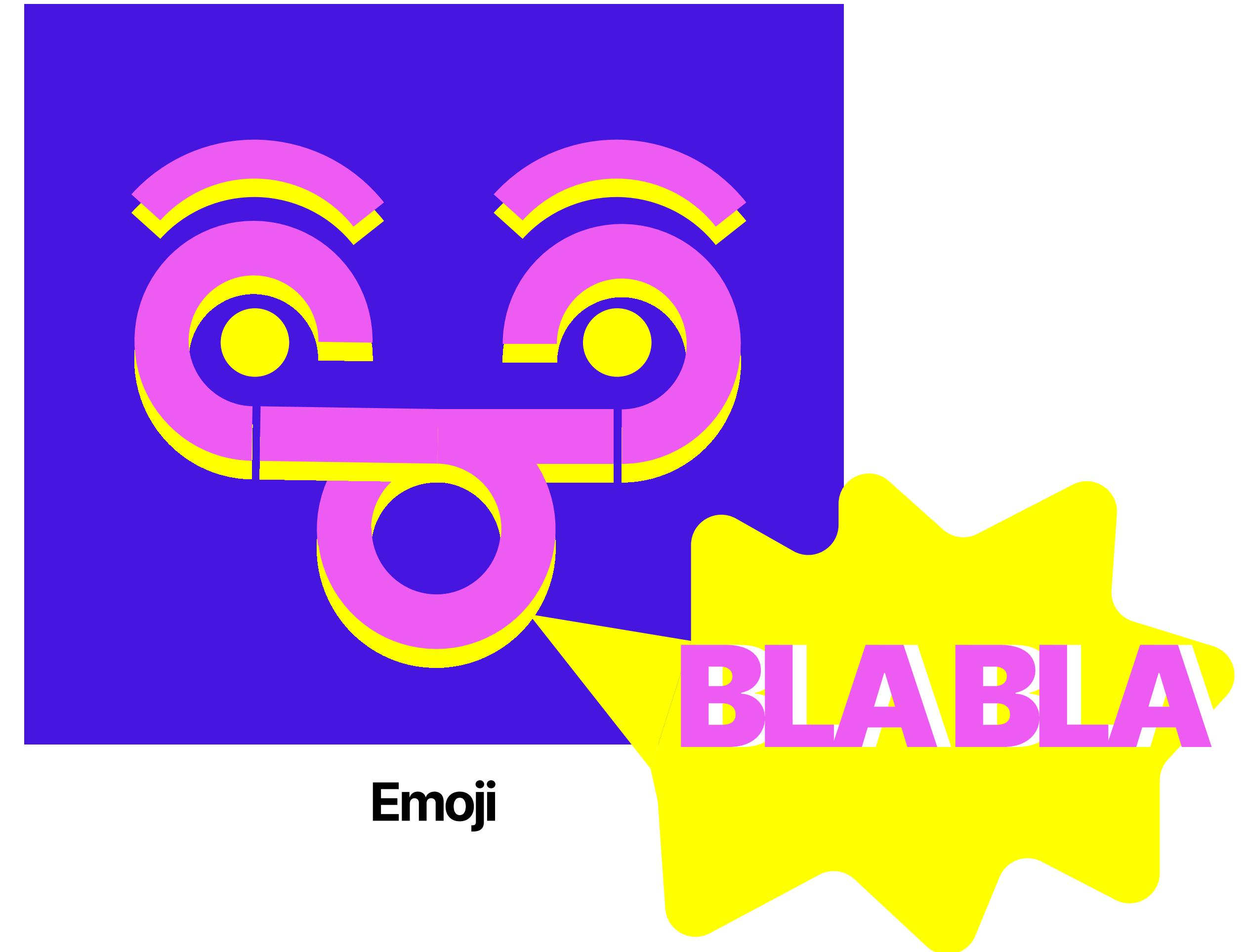
Sarà inoltre possibile poter creare **animazioni** e movimenti utilizzando rotazioni traslazioni e ripetizioni della shape principale.



2. Esempi di utilizzo



iconografia



Emoji

2. Esempi di utilizzo

 OnlinePayphone

Scarica Online Payphone

2. Esempi di utilizzo

ESEMPI DI COMUNICAZIONE B2C



2. Esempi di utilizzo

ESEMPI DI COMUNICAZIONE B2C

⌚ OnlinePayphone

**OGNI MINUTO
DELLA TUA
GIORNATA HA
VALORE.
NOI LO
SAPPIAMO!**

⌚ OnlinePayphone

**OGNI MINUTO
DELLA TUA
GIORNATA HA
VALORE.
NOI LO
SAPPIAMO!**

2. Esempi di utilizzo

ESEMPI DI COMUNICAZIONE B2C

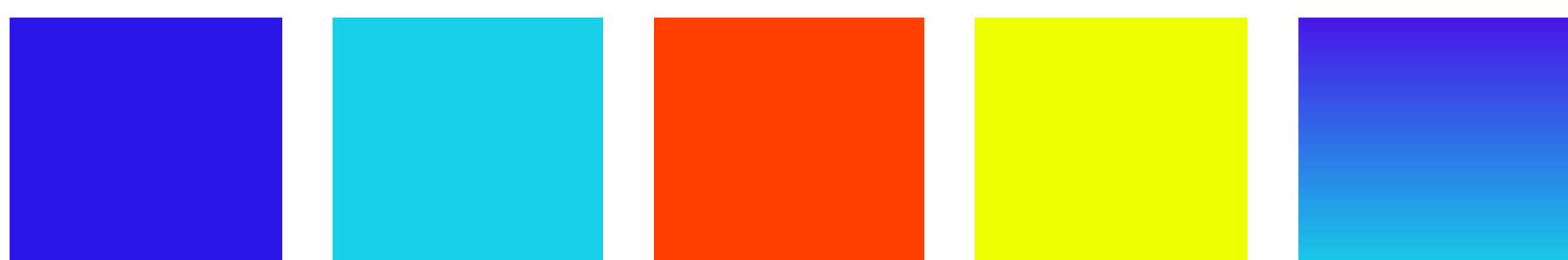


OnlinePayphone

2. Brand palette

Color palette

La color palette rappresentata è indicativa e provvisoria, la definitiva verrà implementata con maggiore accuratezza nel prossimo periodo



Type font: Inter | Tutti i pesi

Crenatura - 10%

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n o p r s t u v w x y z

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 % & / () ? ! - _

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

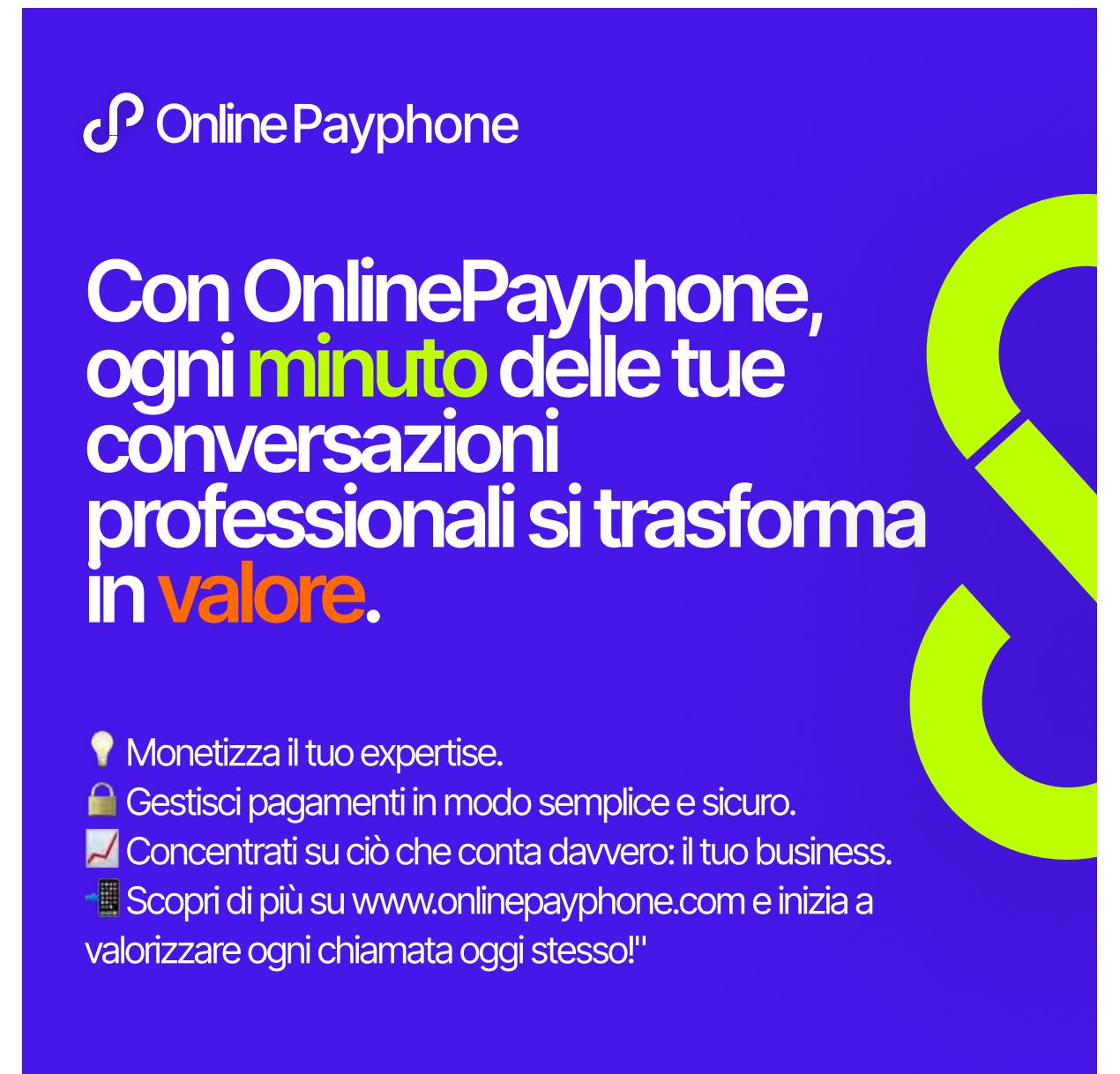
a b c d e f g h i j k l m n o p r s t u v w x y z

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 % & / () ? ! - _

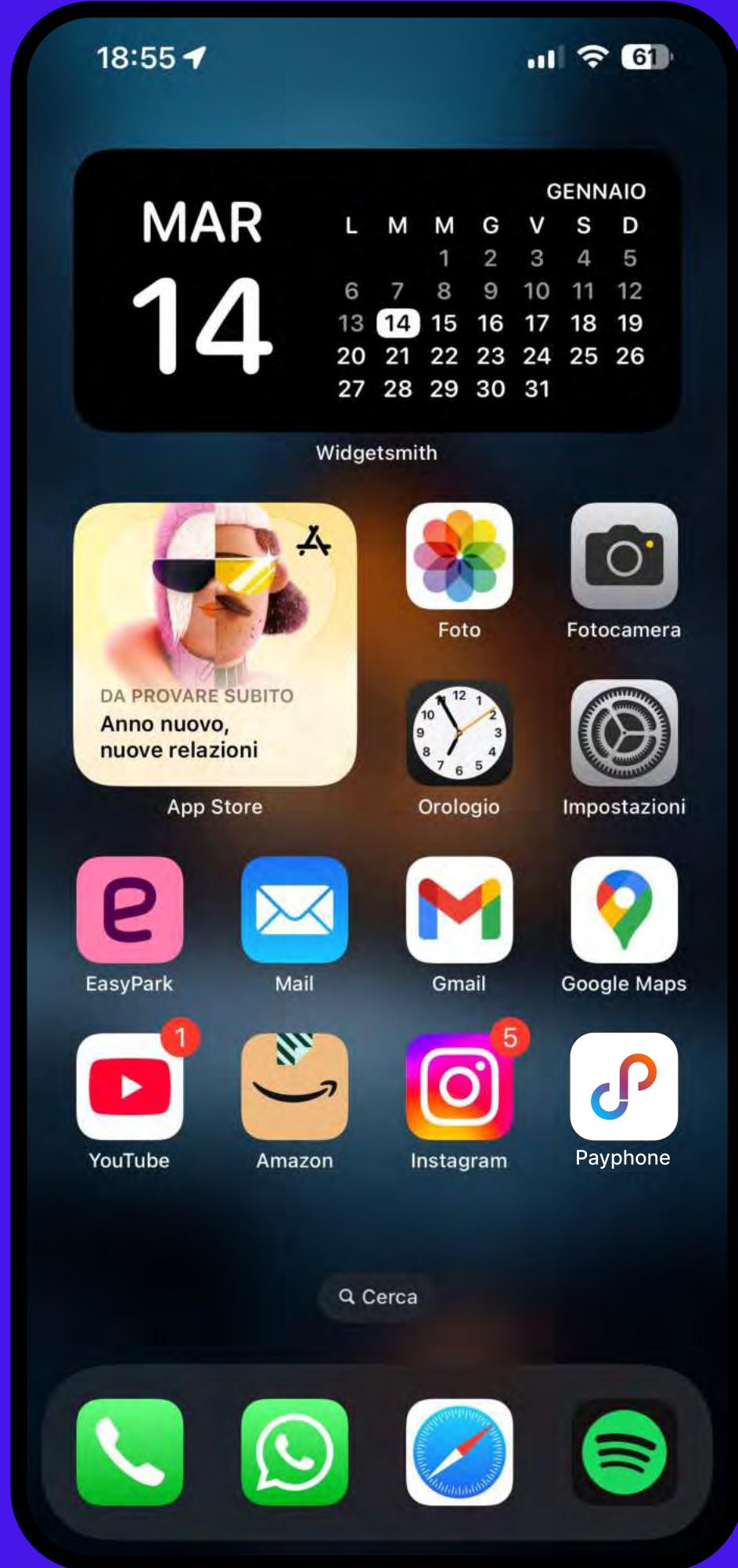
2. Tone Of Voice & Visual guide

La nuova visual branding è composta da colori accesi e acidi con l'intento di cattura l'attenzione nel contesto mediatico social. Le comunicazioni per l'utenza consumer saranno caratterizzate da messaggi forti e chiari, con caratteri boldati e grandi. Il tono di voce sarà **fresco**, capace di attirare l'attenzione dei millennials ma al tempo stesso **autorevole** e **assicuratore** per l'utenza over 40.

Per il mondo B2B (es. comunicazioni Linkedin) invece utilizzeremo un tono più **formale**, **autorevole** e **tech**. A livello visual invece si potrà optare per fondi colorati, pattern o fotografici rappresentativi del mondo business.



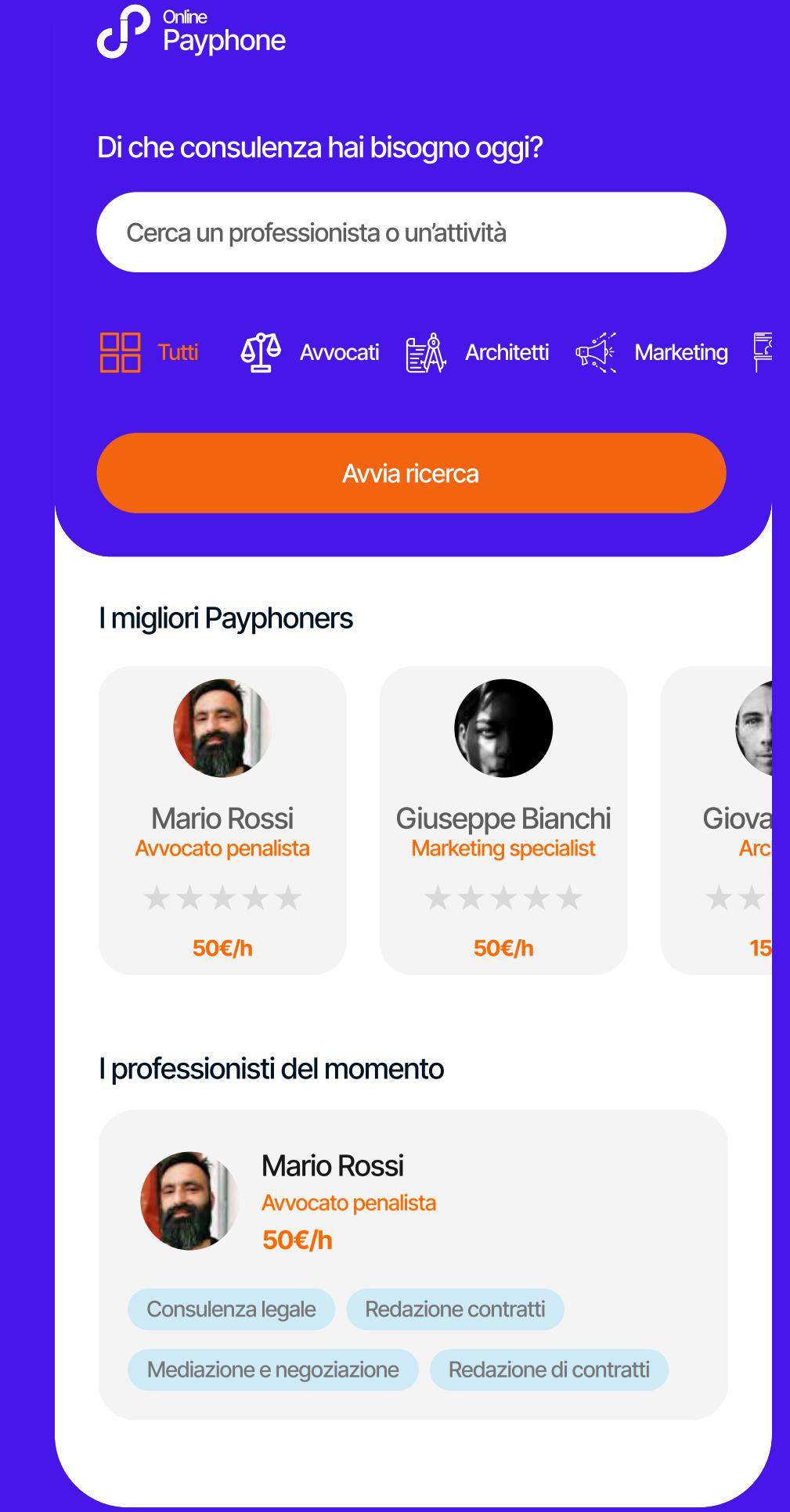
2. In App



Logo App - light mode



Logo App - Dark mode



*Le schermate in app sono rappresentative e non confermate.

3. Altre proposte di logo



OnlinePayphone

OnlinePayphone

OnlinePayphone

OnlinePayphone



OnlinePayphone



OnlinePayphone

OnlinePayphone

OnlinePayphone

Online
Payphone

⌚ Online Payphone

Grazie

NB*La seguente proposta illustrata è in fase draft, qualora il cliente dovesse accettare la proposta verranno approfonditi gli ambiti carenti e aggiunte nuove nozioni!