



KSIĘGA ZNAKU I SIW

MARCIN GOŁDA 38286

PRZEDMIOT WYBIERALNY
PROWADZĄCY: MGR INŻ. KRZYSZTOF REWAK

PLAN PREZENTACJI

01 Wprowadzenie

02 Księga znaku

03 System identyfikacji wizualnej

04 Podsumowanie



1. WPROWADZENIE DO ZAGADNIENIA

Celem prezentacji jest **przybliżenie istoty** tworzenia księgi znaku oraz systemu identyfikacji wizualnej (SIW) przedsiębiorstwa.

Księga znaku i SIW to pojęcia związane w procesie tzw. **brandingu**. m.in. z marketingiem, psychologią oraz grafiką komputerową i projektowaniem graficznym.

Zostaną omówione **cele tworzenia** tych dokumentów, ich **podstawowe elementy** oraz **przyczyny** stojące za ich kreowaniem.

Prezentacja przybliży również **przykłady znanych marek** i ich systemów oraz poruszy kilka innych pomniejszych zagadnień.

DEFINICJE



Księga znaku jest dokumentem regulującym parametry znaku (logo i/lub logotypu) oraz definiującym zasady i warunki jego wykorzystania.

System identyfikacji wizualnej jest produktem procesu zwanego identyfikacją wizualną, która jest podstawowym narzędziem służącym kreowaniu wizerunku i tożsamości marki na rynku. Składa się ona z wielu różnorodnych elementów zależnych głównie od strategii marketingowej przedsiębiorstwa oraz rodzaju branży, w której operuje.



2. KSIĘGA ZNAKU

Logo/znak/logotyp jest na podstawowym poziomie pewnym **narzędziem** i w związku z tym należy umieć się nim posługiwać aby prawidłowo realizować zamierzone cele marketingowe i wizerunkowe.

Księga znaku **definiuje ściśle znak** oraz wszystkie jego parametry jak m.in. zastosowana typografia, dopuszczalna kolorystyka i kształty oraz reguluje zasady wykorzystania znaku w różnych sytuacjach i miejscach.

Księga znaku zwykle wchodzi w skład większego konceptu jakim jest system identyfikacji wizualnej, ale w przypadku mniejszych przedsiębiorstw może stanowić **autonomiczny dokument**.

KSIĘGA ZNAKU - CIĄG DALSZY

Tworzenie księgi znaku jest uwarunkowane **mnogością potencjalnych miejsc w których możliwe jest umieszczenie znaku** oraz specyficznymi, technicznymi ograniczeniami tych miejsc.

Księga znaku powinna zawsze być **tworzona równolegle z samym znakiem**. Nieodłącznymi załącznikami do księgi znaku są gotowe pliki produkcyjne w różnych formatach przygotowane przez osobę lub firmę, która projektowała logo.

Księga znaku zapewnia, że logo nie zostanie użyte w sposób nieprawidłowy i **nie narazi w ten sposób na szwank reputacji bądź wizerunku firmy**, którą reprezentuje.

Księga znaku posiada szczególne znaczenie wśród **dużych korporacji i sieci sprzedaży**.

WYBRANE ELEMENTY KSIĘGI ZNAKU

Przykładowe rozdziały

01 Geneza, historia, ewolucja, misja, wartości
stojące za znakiem

02 Podstawowa forma znaku, warianty znaku
(poziome, pionowe, bez claima, sygnetu itp),
formy alternatywne znaku

03 Konstrukcja znaku, pole ochronne,
przedstawienie na siatce modułowej, minimalna
i maksymalna wielkość znaku

04 Kolorystyka znaku w różnych systemach,
warianty kolorystyczne znaku

05 Typografia - zastosowane czcionki, ich
parametry

06 Niedopuszczalne formy znaku

07 Zasady współwystępowania z innymi znakami,
stosowanie znaku na tłach niejednorodnych

08 Przykłady dozwolonego stosowania logo

oraz inne

PRZYKŁADY ZNANYCH MAREK



01 Apple



1924 - 1949



1949 - 1950



1950 - 1971

adidas

1967 - now



1971 - 1997



1991 - now



2001 - now



2002 - now



2005 - now

02 Adidas

3. SYSTEM IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ



Podobnie jak księgę znaku, system identyfikacji wizualnej można uznać za pewien **dokument lub narzędzie**, które reguluje to, w jaki sposób marka prezentuje swój wizerunek i tożsamość ogółowi społeczeństwa, próbując za jego pomocą wywrzeć na nie wpływ.

Za jego tworzeniem stoi przeświadczenie, że znacznie **łatwiej jest przekazywać pewne emocje, idee czy wartości** za pomocą przemyślanych elementów wizualnych.

Jednak w przeciwieństwie do księgi znaku, SIW może przyjmować **bardziej zróżnicowane formy**, składać się z wielu różnorodnych elementów i dotyczyć wielu aspektów przedsiębiorstwa. Jest więc pojęciem bardziej abstrakcyjnym i zdecydowanie szerszym od księgi znaku.

W zależności od zaawansowania systemu, można w nim umieścić zarówno **gotowe, predefiniowane elementy, szablony, lub instrukcje czy wskazówki** co do tworzenia dalszych materiałów. W przypadku dużych firm stanowi bardzo złożony i ważny zbiór informacji. Pewne elementy SIW są jednak **wspólne i uniwersalne** wśród większości przedsiębiorstw.

ROLA I ZNACZENIE SIW

1. Rozpoznawalność

Wyróżnianie w oczach klientów, kreowanie świadomości marki wśród społeczeństwa

2. Stała komunikacja wartości i misji

Połączenie działalności firmy z wyższymi lub abstrakcyjnymi wartościami - łatwiej je wyrażać za pomocą elementów wizualnych

3. Zdobywanie lojalności klientów

Budowanie relacji z klientem na wielu punktach styku z marką

4. Wspomaganie procesów i działań marketingowych

Dzięki ustaleniu pewnych norm i zasad wspomagają one pracę działów wewnętrznych firmy i zewnętrznych partnerów biznesowych

oraz inne

Tzw. lejek marketingowy



WYBRANE UNIWERSALNE ELEMENTY SIW

01 Papier firmowy (zamówienia zewnętrzne,
oficjalne pisma itd.)

02 Wizytówki

03 Koperty

04 Wzór faktury

05 Odzież pracownicza (*dress code*)

06 Strona internetowa i aplikacja mobilna, materiały
na social media, stopki mailowe

07 Wystrój wnętrz, wygląd opakowań produktów i
ich prezentacja (jeśli dotyczy)


08 Wszelkiego rodzaju materiały promocyjne:
ulotki, smycze, długopisy itd.

oraz inne - również np. materiały audio i wideo


UDANE SYSTEMY
IDENTYFIKACJI
WIZUALNEJ W
BRANŻY KAWIARNI

01 Costa Coffee


I

ANIMAL
WELFARE


I

RAINFOREST
ALLIANCE


I

COSTA
FOUNDATION


I

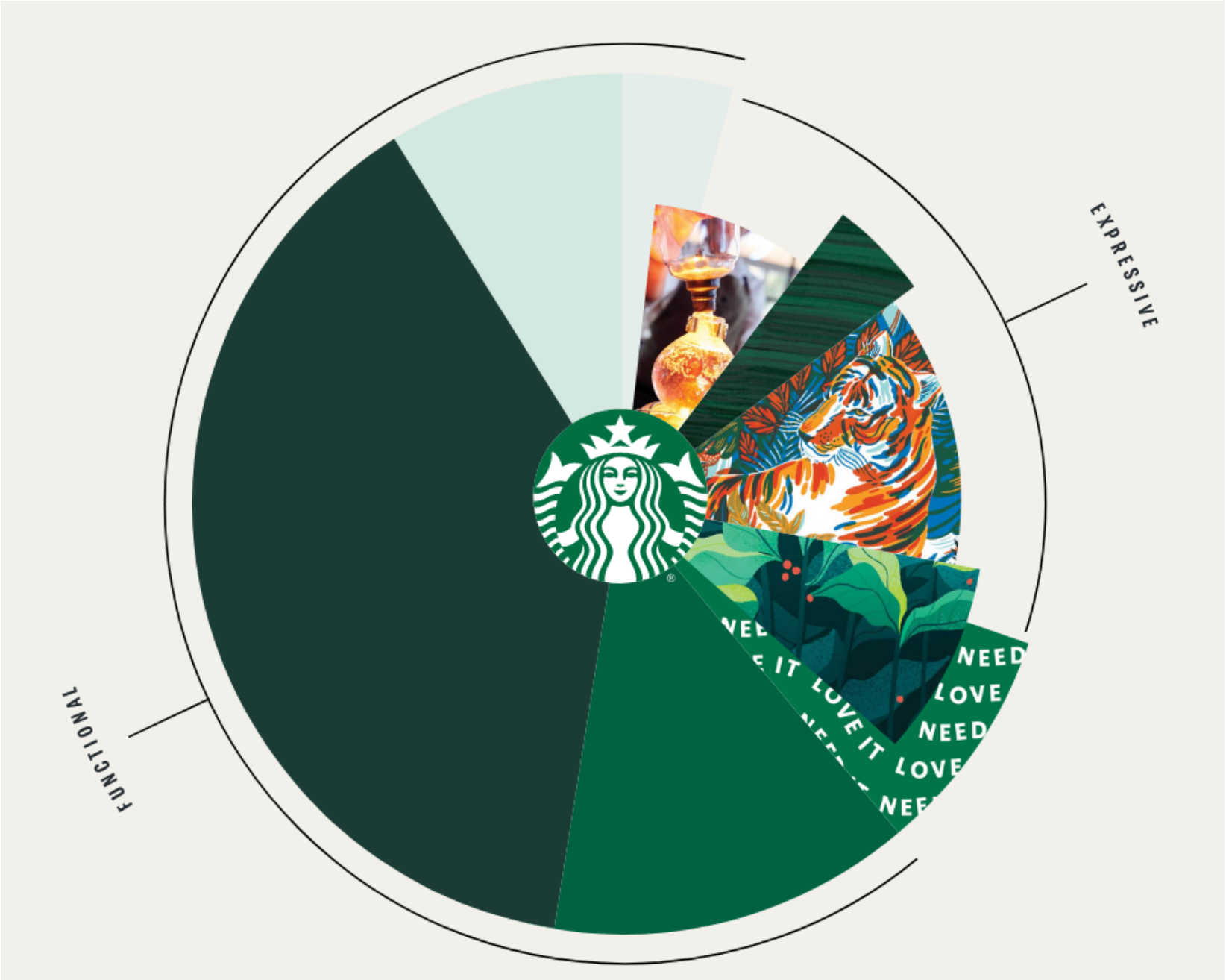
EXPRESS

I

COFFEE

I

RECYCLING



02 “Starbucks Creative Expression”

PODSUMOWANIE

01 Księga znaku a SIW

02 Role obu narzędzi

03 Podstawowe elementy

CZY SĄ JAKIEŚ PYTANIA?

KSIĘGA ZNAKU I SIW
MARCIN GOŁDA 38286

PRZEDMIOT WYBIERALNY
PROWADZĄCY: MGR INŻ. KRZYSZTOF REWAK

Bibliografia:

<https://projektowane.pl/co-to-jest-system-identyfikacji-wizualnej/>

<https://roxxmedia.pl/blog/co-to-jest-system-identyfikacji-wizualnej>

https://pl.wikipedia.org/wiki/Identyfikacja_wizualna

<https://tdutkowski.com/blog/125-historia-logo-apple>

<https://1000logos.net/adidas-logo/>

<https://creative.starbucks.com/theory/>

<https://www.behance.net/gallery/75511289/Brand-Identity-Costa-Coffee>