

Ampli



BRANDBOOK

+++

The Vision

Ampl.

Ampl – уходовая косметика **с медицинской базой**,
гарантирующая поддержку и эффективность.

+++

Big Idea

Ampl.

Естественность
с медицинскими хитростями.

+++

Values

Ampl.

Осознанность, забота, внимание к деталям.

Ampl. Identity Guide

В этом разделе вы найдёте всю необходимую информацию, касающуюся оформления бренда, основных принципов и особенностей дизайна.

+++

Logo

Ampl.

Нейминг

Ampoule (ампула) + ample (обильный).
Название Ampl [ампл] появилось на стыке медицинских терминов и обещанного эффекта от стартового продукта линейки. Сокращение букв в слове отсылает к эстетике химических элементов. Название склоняется: ампл, ампла, ампулу.



1.1 Логотип

В качестве логотипа для нашей компании было выбрано непосредственно название с целью повышения узнаваемости и запоминания бренда, а также для усиления медицинского образа.

Цвет точки в логотипе можно изменять в зависимости от типа продукта, сложности фона и адаптивности дизайна.

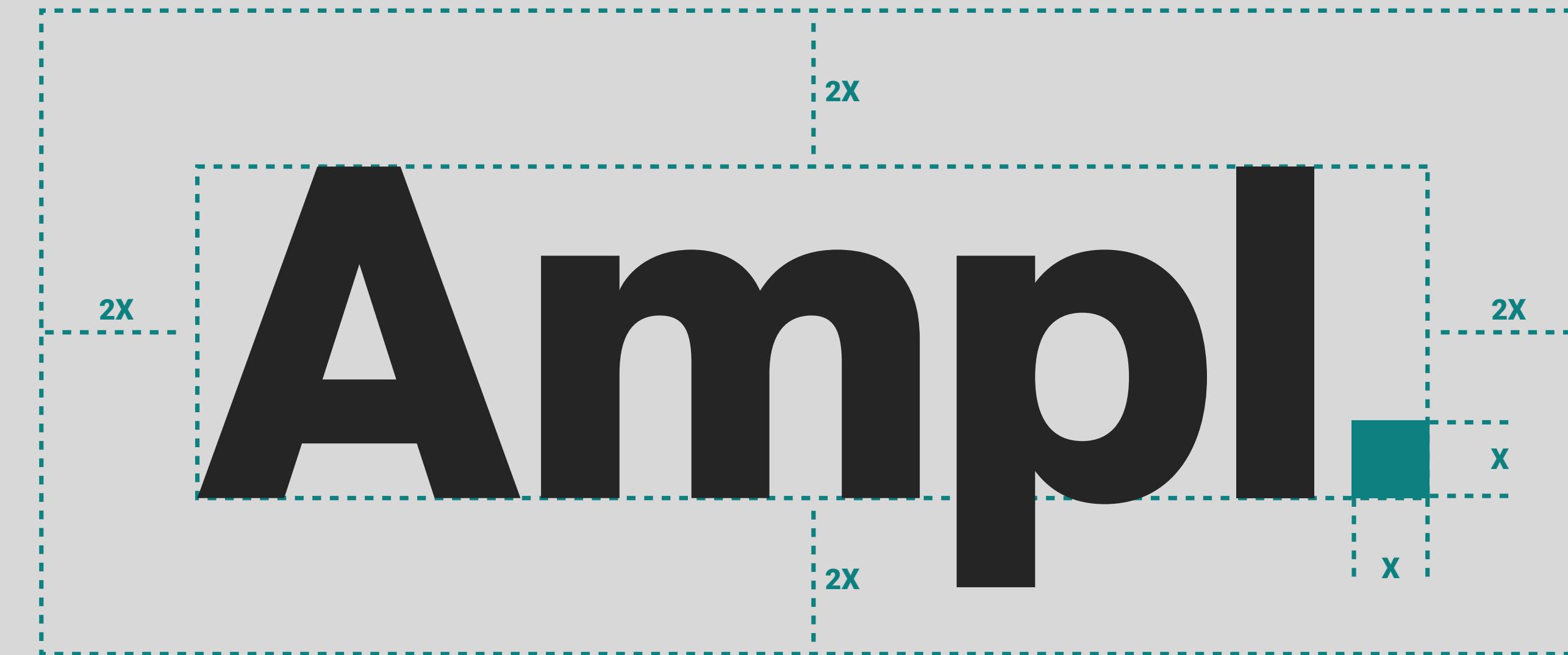
+++

Logo

Ampl.

1.2 Безопасное поле

При использовании и размещении логотипа необходимо соблюдать минимальное расстояние между ближайшим объектом/краем рабочей области и логотипом. Это расстояние = 2X, где X – сторона точки в конце логотипа.



1.3 Масштабирование

При масштабировании логотипа обязательно сохранять его пропорции в оригинальном виде.



+++

Logo

Ampl.

Ampl.



Ampl.



ampl.



Ampl⁺



Ampl.



Ampl.



1.4 Неправильное использование логотипа

При использовании логотипа важно сохранять его первоначальный вид. Все манипуляции, которые приводят к изменению логотипа, недопустимы.

Примеры искажения логотипа:

- Изменение толщины букв
- Изменение межбуквенного расстояния
- Замена строчных и заглавных букв
- Добавление лишних элементов
- Применение неправильных цветов
- Наклон

+++

Logo

Ampl.

Ampl.

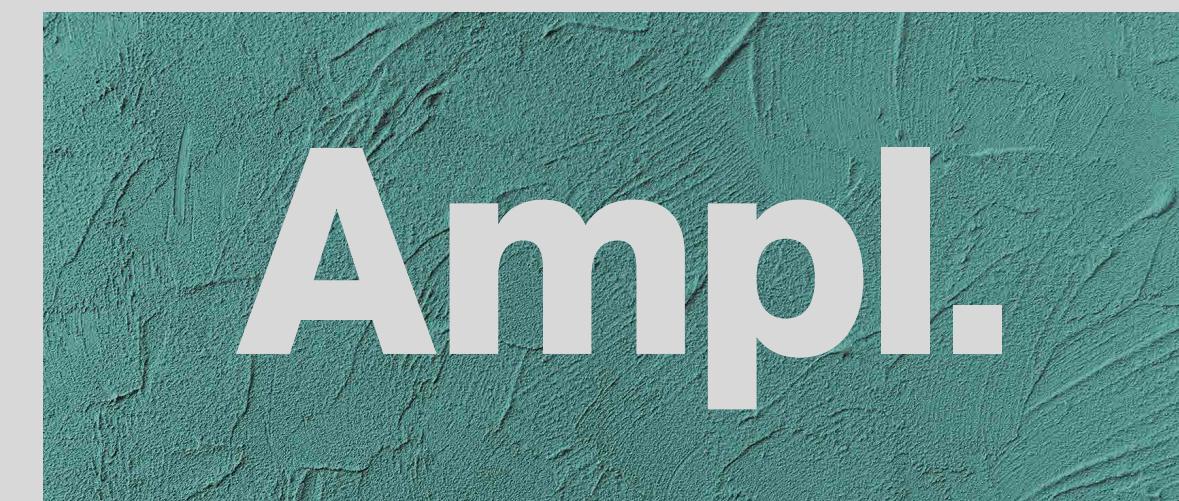
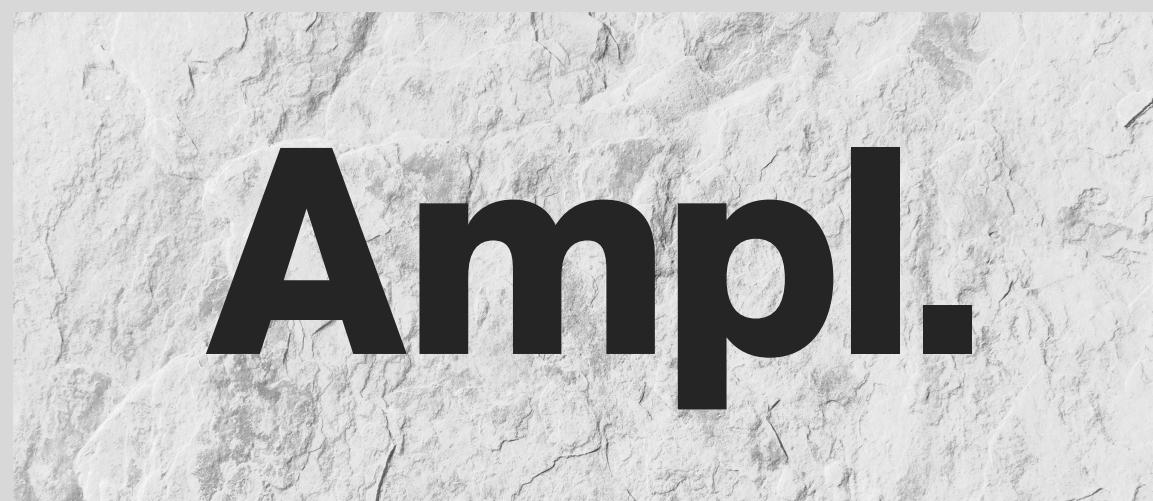
Ampl.

Ampl.

Ampl.

1.5 Логотип и фон

При подборе цвета логотипа важно сохранять его читаемость на любом фоне. Цветная точка в логотипе используется исключительно на белых / серых / черных цветах. Во всех остальных случаях весь логотип должен быть монотонным. При наложении на различного рода текстуры или фоны логотип должен контрастировать с этим объектом или отдельной его частью (в зависимости от его расположения).



2.1 Основные цвета

Цвет - определяющая часть образа бренда. Нам хотелось подчеркнуть тот факт, что продукт используется в медицинских целях. Не менее принципиальным фактором является влияние бирюзового цвета на психику человека, он оказывает успокаивающий эффект, символизирует радость, гармонию и умиротворение. Пепельный и глубокие оттенки серого цвета делают дизайн более интересным и проработанным, очень важно использовать их, а не белый и чёрный.

Ampl. Turquoise



HEX: #0e8c8b
RGB: 14 140 139
HSB: 179 89 54
CMYK: 81 23 46 6

Ashen



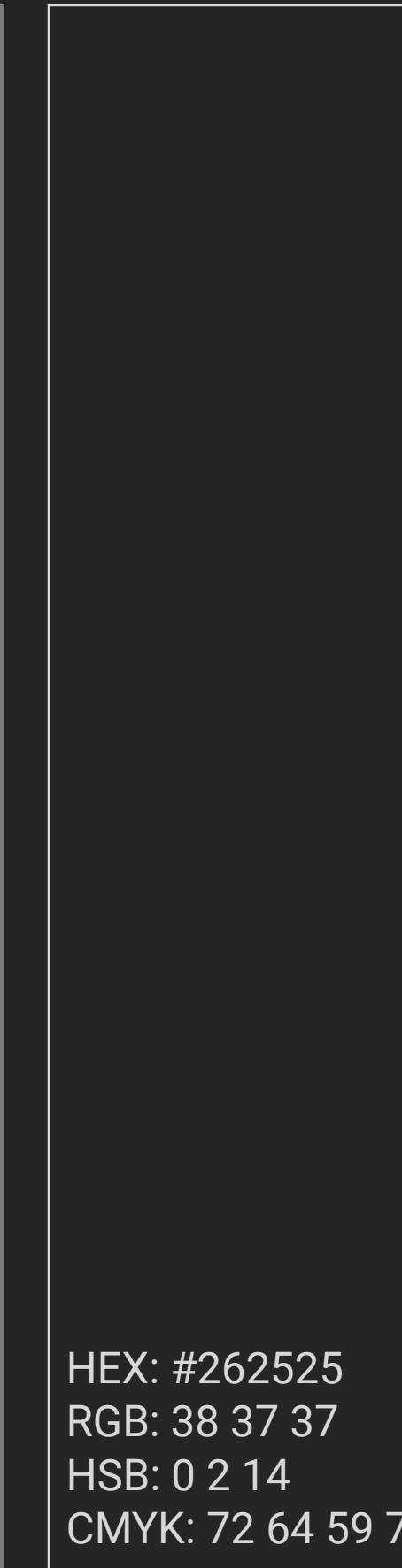
HEX: #EFEFEF
RGB: 239 239 239
HSB: 169 0 93
CMYK: 7 5 6 0

Light Grey



HEX: #7C7C7C
RGB: 124 124 124
HSB: 0 0 48
CMYK: 51 40 40 22

Dark Grey



HEX: #262525
RGB: 38 37 37
HSB: 0 2 14
CMYK: 72 64 59 76

2.2 Дополнительные цвета

Все дополнительные цвета равнозначны друг перед другом. Они дополняют образ бренда, внося больше красок и разбавляя исключительно медицинскую основу. Также каждый из цветов оказывает своё уникальное влияние на человека, что немаловажно учитывать при создании дизайна и упаковки продукта.

Yellow



Red



Deep Purple



Light Purple



Green



Roboto

3.1 Основной шрифт Roboto

В качестве основного шрифта был выбран Roboto. Это универсальный бесплатный шрифт, содержащий в себе 12 разных начертаний. Roboto выглядит очень аккуратно, но при этом отличается от стандартных шрифтов. Он отлично подойдёт как для создания сайта, так и для ведения социальных сетей.

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЬЫЭЮЯ
абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщьыэюя
АСДЕFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
абcdefghijklmнопqrstuvwxyz
0123456789.,;!:?

Acronym

3.2 Дополнительный шрифт Acronym

Acronym является очень важным шрифтом для нашего бренда. Он взят за основу для логотипа. В дальнейшем данный шрифт будет использован для оригинального наименования каждого отдельного продукта. В этих целях используется толщина ExtraBold, но в запасе у шрифта имеется ещё 19 вариаций. Acronym не рекомендуется использовать для других целей.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789.,;!:?

Conthrax

3.2 Дополнительный шрифт Conthrax

Conthrax является не менее важным дополнительным шрифтом, ведь именно им создаётся наш уникальный дизайн упаковки продукта. Он создаёт образ на стыке медицины, биологии и химии, что является нашей неотъемлимой частью и в полной мере раскрывает изначальную идею бренда.

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЬЫЬЭЮЯ
абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщьыьэюя
ABCDEFГHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmнопорqrstuvwxyz
0123456789.,;!:?

+++

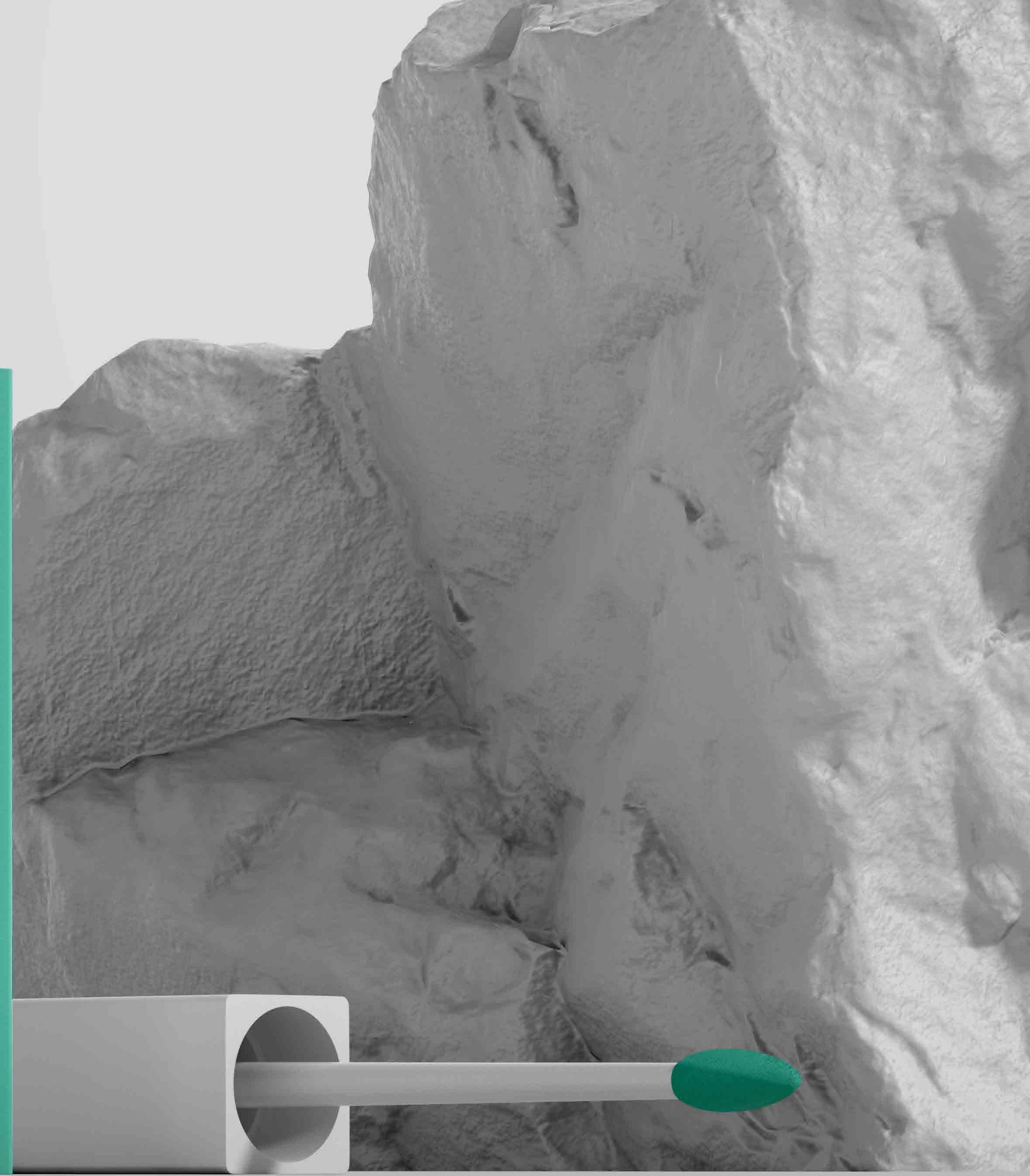
Branding

Ampl.



Ampl.
medicine





Visual Concept

Всегда открытый бренд с медицинской базой,
гарантирующий эффективность и поддержку.

+++

Visual Concept

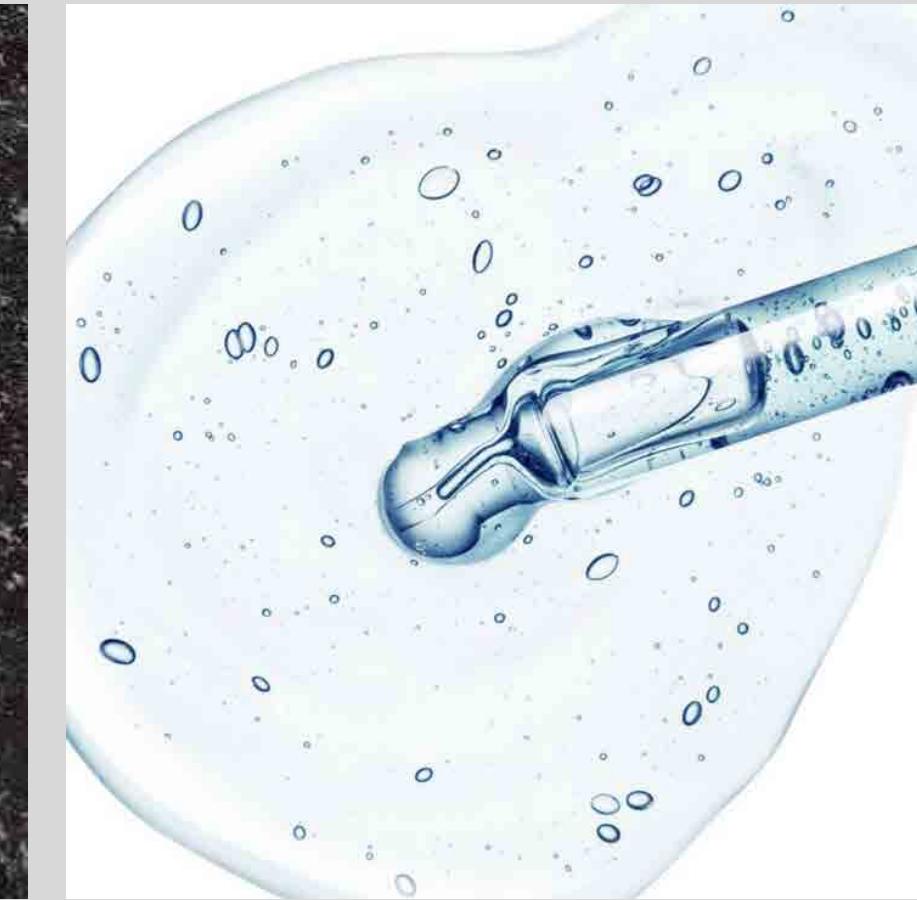
Ampl.

4.1 Макро-продукт и природные текстуры

Текстуры – тренд 2021 года в визуале, который ещё долго останется с нами. Для бренда косметики использование текстур поможет:

- добавить «воздух» в ваш визуал
- сделать цветные акценты
- передать тактильные ощущения продукта
- показать продукт ближе

Варианты текстур: вода, природные материалы, сыпучие материалы, кремовая



+++

Visual Concept

Ampl.

4.2 Продукт

Предметные фото должны присутствовать в визуале любого бренда, особенно, когда речь касается beauty-индустрии. Минимализм, гладкие однородные текстуры и лаконичный сет-дизайн в съемке помогают клиенту выстроить нужные ассоциации с продуктом и отразить позиционирование бренда. Референс – это первое, с чего стоит начинать планирование съемки, даже если у вас опытная команда. Предметная фотография – это не только сам продукт, но и то, что его окружает: для подбора реквизита и постановки кадра рекомендуем обратиться к сет-дизайнеру или пригласить полноценный продакшн.



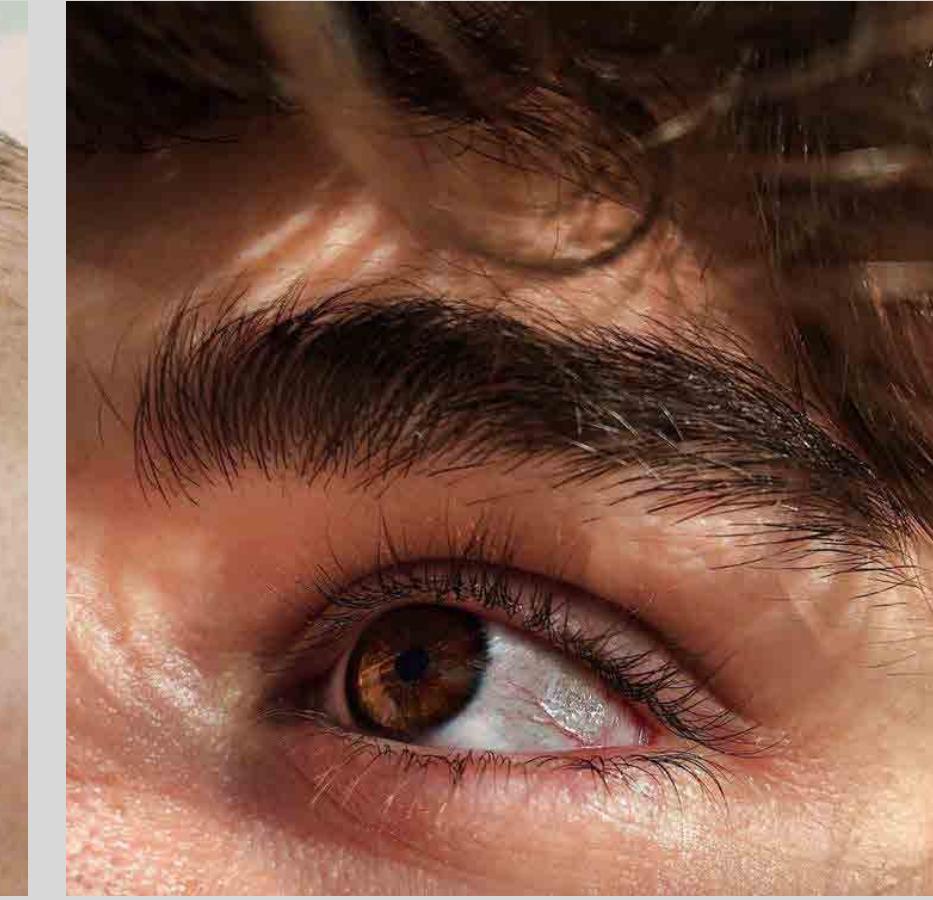
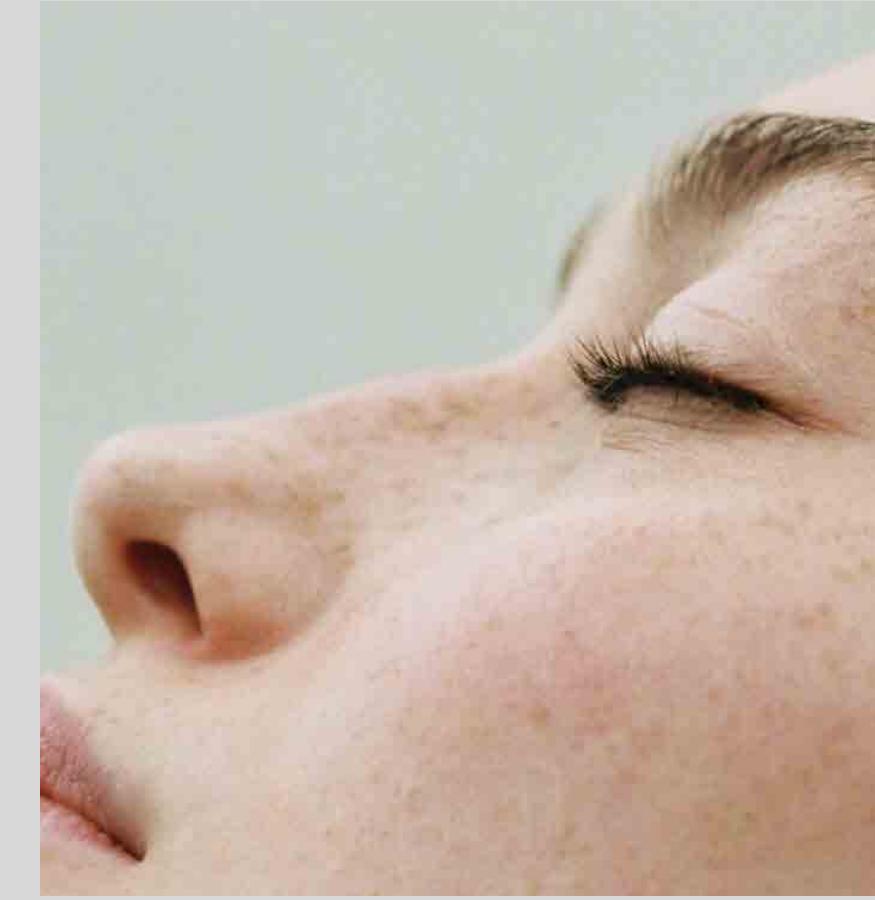
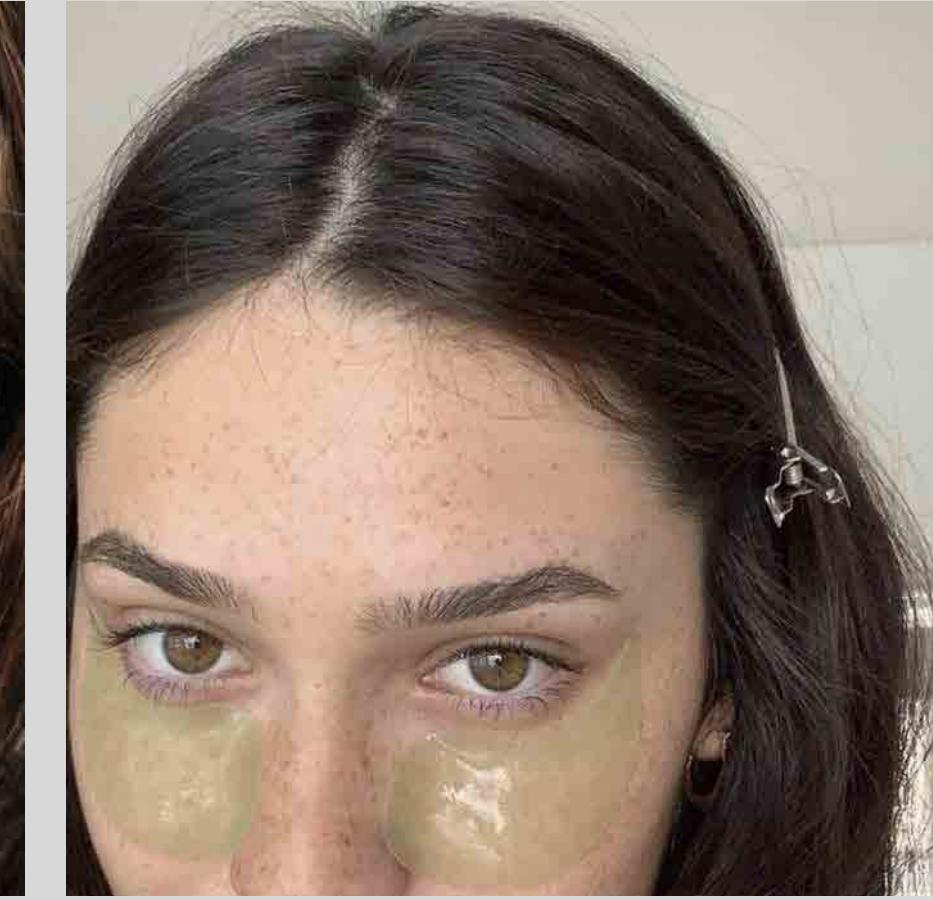
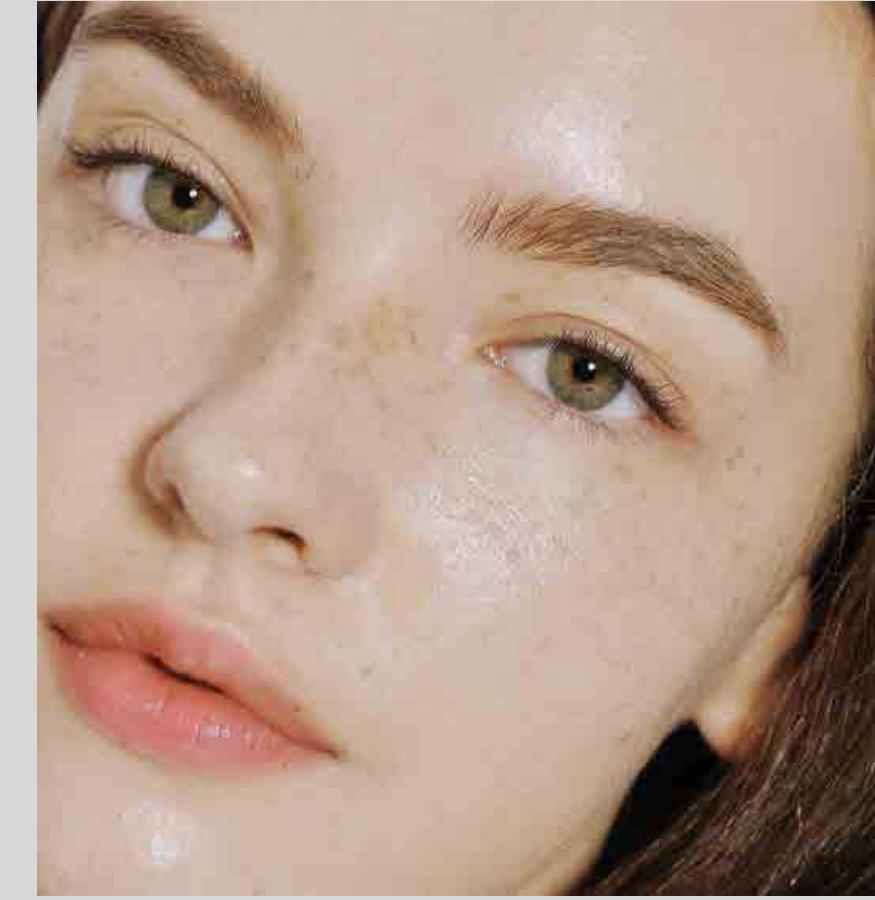
+++

Visual Concept

Ampl.

4.3 Лица

Не бойтесь приглашать для съёмок моделей с внешностью, которая выбивается из принятых стандартов красоты. Разнообразие и бодипозитив — глобальный тренд. Основной критерий выбора модели — натуральная внешность. А именно: отсутствие татуажа и/или наращенных ресниц, ухоженная кожа, природный оттенок волос.



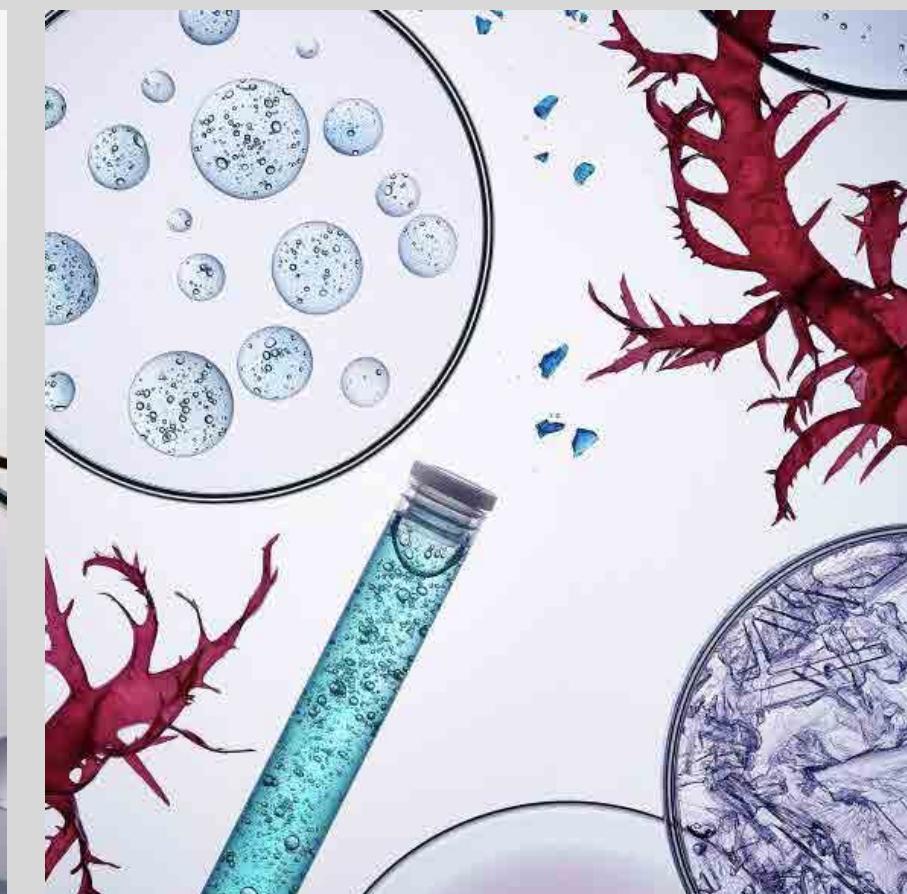
+++

Visual Concept

Ampl.

4.4 Лаборатория

Лабораторное оборудование поможет отразить позиционирование бренда – научный подход с доказательной базой продукта.



+++

Visual Concept

Ampl.

4.5 Инфографика и графика

Эстетичная инфографика не только является интересным акцентом в визуале, она поможет вам рассказать о свойствах и характеристиках продукта.

Это могут быть: схемы, чек-листы, графики, перечень, необычные иллюстрации товара..

