



Timur Nurutdinov

Follow

Saving the world. Shaping the world. Creating the world.

Jul 31, 2014 · 2 min read

# iOS Guidelines in Russian. Part N°9

Гайдлайны Apple. Перевод.

## Брендинг

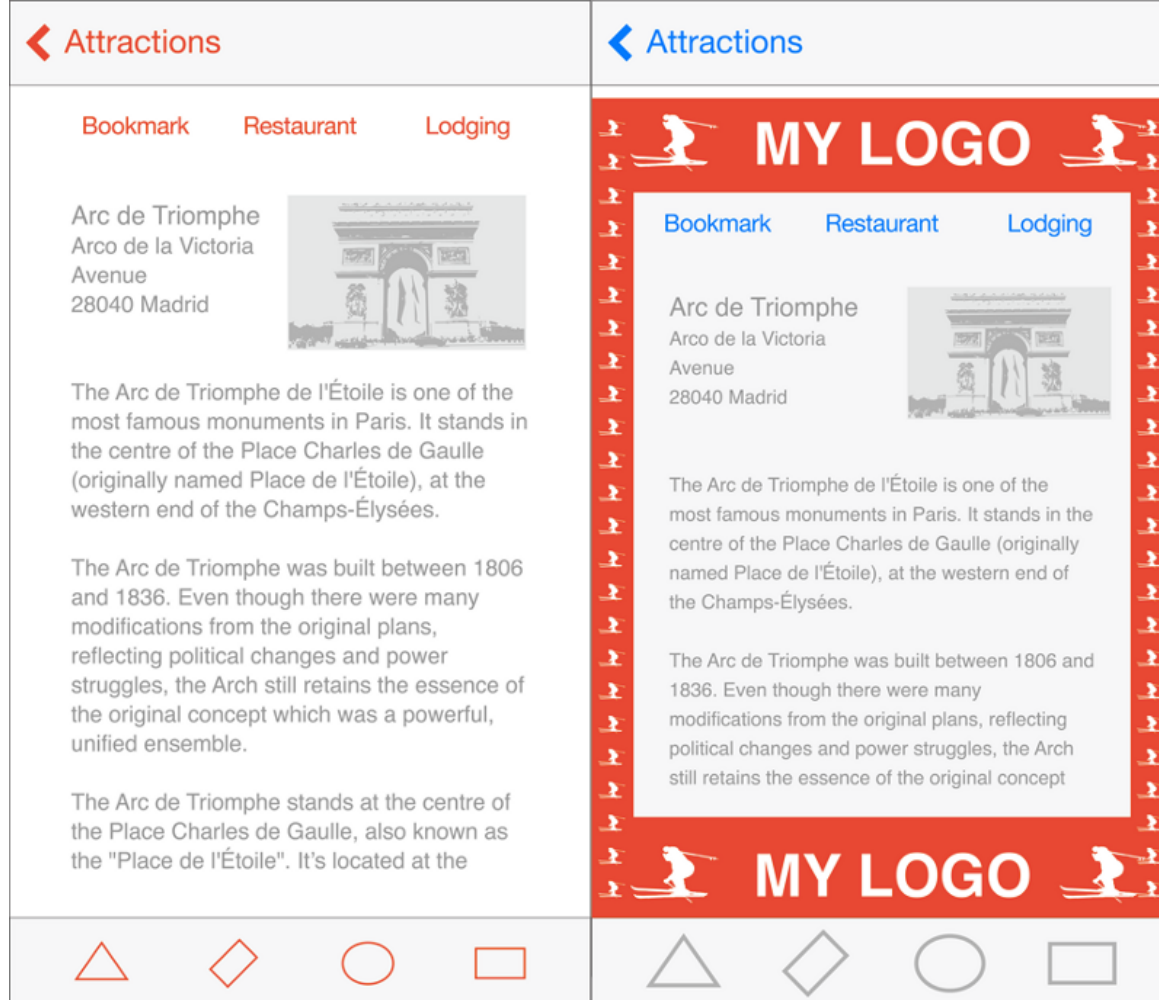
Успешный брендинг это не только то, как вы добавляете компоненты и отличительные элементы представляемого бренда в приложение. Лучшие приложения берут существующие отличительные элементы и интегрируют их с уникальным видом самой системы, чтобы предоставить пользователю уникальный опыт взаимодействия с приложением.

Так как iOS предоставляет широкие возможности по настройке цветов, иконок и шрифтов, это позволит вам создать уникальное приложение, в тоже время следует помнить:

- Каждый элемент, не являющийся базовым, должен выглядеть красиво и выполнять свои функции, а также быть уместным по отношению к другим элементам, независимо от того, являются ли они базовыми или созданными вами.
- Чтобы приложение воспринималось пользователем действительно как приложение, которое отвечает принципам iOS 7, оно не обязательно обязано состоять из базовых элементов, но нужно передать основные принципы, такие как контраст, глубина и чистота. Вам следует понять, как ваши элементы могут передавать эти принципы.

## Работа с существующим брендом

Пользователи запускают приложение для совершения нужного действия или для развлечения, но явно не для того, чтобы смотреть вашу рекламу. Поэтому старайтесь передать брендинг с помощью использования подходящих цветов, шрифтов и иллюстраций.



Хорошо и плохо

**Не забирайте свободное пространство у контента!** Если вы добавите дополнительную панель для отображения вашего бренда, значит вы заберете часть пространства у контента. Не делайте этого, так как это пагубно отразится на отношении пользователей к вашему бренду. Вместо этого рассмотрите возможность отображения вашего бренда в более элегантной форме, например, оформляя части интерфейса или фона.

**Противьтесь желанию показывать ваше лого повсеместно в приложении.** Не забывайте, что размеры мобильных устройств относительно небольшие, это значит, что и область для отображения контента весьма ограничена, не стоит еще больше уменьшать ее. Нужно тратить больше места на тот контент, *который хотят видеть пользователи.*

Заметим, что лого на сайте и лого в приложении—две разные вещи. Потому что пользователи приходят на сайт, как правило, не зная бренда, значит там отображение лого имеет функциональную нагрузку. В iOS пользователь попадает в приложение с домашнего экрана (Home screen), где он и получает брендинговую нагрузку в виде иконки и название приложения.



