



03 Заказчик: Via Motif

Дизайн: дизайн-студия
Vrontikis

Методика работы

Анализ

Существует множество компаний, которые владеют и управляют несколькими различными брендами, как это происходит с описанной в задании группой *Energifylo*. Не пожелайте времени на то, чтобы оценить, как функционируют подобные ассоциации. Постарайтесь уяснить, как ценности компании могут быть переданы в портфолио каждого из отдельно взятых брендов. Имеет смысл проанализировать общие черты ценностей, которые эти бренды демонстрируют потребителю, и различия в них, чтобы получить ясное представление о том, как выражаются их дочерний статус и иерархические черты. Не забудьте отметить как визуальные, так и вербальные оттенки тона, свойственные компаниям, которые вы будете исследовать. Организация может выражать свою заботу о предмете разными способами: с помощью хорошо написанного текста, тщательно подобранной цветовой гаммы, вдумчивого и уместного использования изображений или всеми тремя способами одновременно.

Обратите особое внимание на возникающие в визуальном и вербальном языках ассоциации, применяющиеся для того, чтобы сделать бренд узнаваемым. Какие темы и связи наиболее часто появляются в процессе разработки бренда? Как эти темы распространяются на весь объем дизайнерских требований?

Наброски и миниатюры

После того как вы потратили некоторое время на анализ комплексных брендовых структур и их воплощения в жизнь, наступает время для генерации собственных решений и поиска альтернатив. Один из ключевых моментов в успешном планировании, разработке и приведении в действие комплексной брендовой идентичности заключается в том, чтобы с самого начала проверить, есть ли у ваших дизайнерских идей пространство для развития, а также обладают ли они четкими визуальными связями и ассоциациями. Есть один хороший способ начать работу: нужно выписать название бренда и компаний, а затем тщательно проанализировать форму, структуру и контрформы букв. Поищите сходство и различия, необычные формы и штрихи, повторяющиеся формы. Подумайте о том, выиграет ли идентичность бренда от разработки эмблемы, и поэкспериментируйте с различными вариантами. Попробуйте поиграть с разными соотношениями масштаба и расположения элементов, чтобы выяснить, что лучше всего передает сущность деятельности группы компаний *Energifylo*. Помните, что ни одно дизайнерское решение не принимается изолированно — любой ваш выбор так или иначе соотносится с другими и оказывает воздействие на характеристики и возможности проекта. Логотипы в этом задании представляют собой лишь начало работы: лишь их реализация в двухмерном и трехмерном

виде, а также цифровой вариант, покажут, насколько эффективно способна функционировать разработанная вами идентичность.

Работая над первоначальными набросками, подумайте об использовании цвета. Постарайтесь и в этом случае найти такие темы, которые будут способствовать укреплению связи между тремя брендами *Energiflo*. Прекрасный способ расширить рамки палитры идентичности — это поиграть с основными и дополнительными цветами, меняя их местами при переходе от одной компании к другой. Это можно внести свежую струю в концепцию бренда в целом и оказаться приятной неожиданностью в плане оформления, которая, в свою очередь, повлияет на восприятие бренда аудиторией. Одновременно с исследованием возможностей цвета подумайте над образным рядом. Проработайте разные варианты масштаба, кадрирования, группировки и расстановки элементов. Убедитесь, что по виду любых использованных образов можно сказать, что они принадлежат к единой концепции и были художественно разработаны с целью представления и развития одних и тех же тем.

Полезным дополнением к палитре бренда могут оказаться текстуры и узоры. Как и любой из элементов, из которых формируется идентичность бренда, текстура или узор должны иметь четкую визуальную связь с другими дизайнерскими характеристиками бренда.

Без сомнения, для того чтобы установить визуальные взаимосвязи, которые будут хорошо смотреться и соответствовать общей концепции, вам придется сочетать детали, нарисованные от руки и на компьютере. При помощи созданных вами миниатюр постарайтесь решить, какие шрифты подходят стилю и характеру *Energiflo* и трех ее дочерних брендов. Убедитесь в том, что вы приняли в расчет всевозможные иерархические сложности данного проекта: для их передачи может потребоваться самая разнообразная текстурная и тональная детализация.

01



**AGÈNCIA D'ENERGIA
DE BARCELONA**

Разработка дизайнерского решения

После того как вы проработаете первоначальные эскизы двух- и трехмерных решений для этого задания, не пожалейте времени на то, чтобы посмотреть со стороны и оценить, какие из получившихся вариантов обладают наибольшим потенциалом. Выясните мнение коллег и других дизайнеров, поскольку подобные обсуждения являются превосходным способом стимулировать развитие проекта, а также могут выявить такие стороны и возможные последствия, которые от вас ускользнули. Оцените решения для каждой из компаний *Energiflo* не только в связи с двумя другими, но также в сравнении с идентичностями уже существующих поставщиков коммунальных услуг. Поняв, какие из решений являются наиболее удачными, усовершенствуйте их, не забывая рассматривать предназначенные для печати варианты в распечатанном виде, а не только на экране. Перед тем как придать своим решениям окончательную форму, перепроверьте их на предмет согласованности всех многочисленных элементов, оговоренных в задании. Проверьте взаимодействие цветов, поскольку смена носителя способна оказать заметное воздействие на восприятие цвета. Также проверьте элементы типографики, включая согласованность шрифтов, масштабов, межстрочных и межбуквенных интервалов, насыщенности шрифта, разрядки, ориентации и расположения текста.

01/02 Заказчик: Энергетическое
агентство Барселоны

Дизайн: Sonssoles Llorens

02



03



03/04 Заказчик: Энергетическое
агентство Барселоны
Дизайн: Sonsoles Llorens

04



Завершение работы

Развернутая палитра бренда, продемонстрированная в портфолио, представляет собой впечатляющее и масштабное зрелище. Покажите широту дизайнерских решений, разработанных вами для *Energyflo*, и не забудьте продемонстрировать их применение для различных двух- и трехмерных объектов. Это не только покажет размах вашего проекта, но также проиллюстрирует общие брендовые ценности и визуальные взаимосвязи между компаниями *Ecoelectric*, *Gaspower* и *Watermetering*. Как распечатанная, так и онлайн-презентации являются практичным способом показа ваших дизайнерских решений; цифровые версии проекта могут быть загружены на персональный сайт или один из сайтов для размещения портфолио.

Оба приведенных здесь примера показывают, как важно варьировать дизайнерское решение, чтобы передать разнообразную и сложную природу идей, ассоциирующихся с брендом.

01/02/03/04 Заказчик: ACR Heat Products

Дизайн: twelve20

01



02

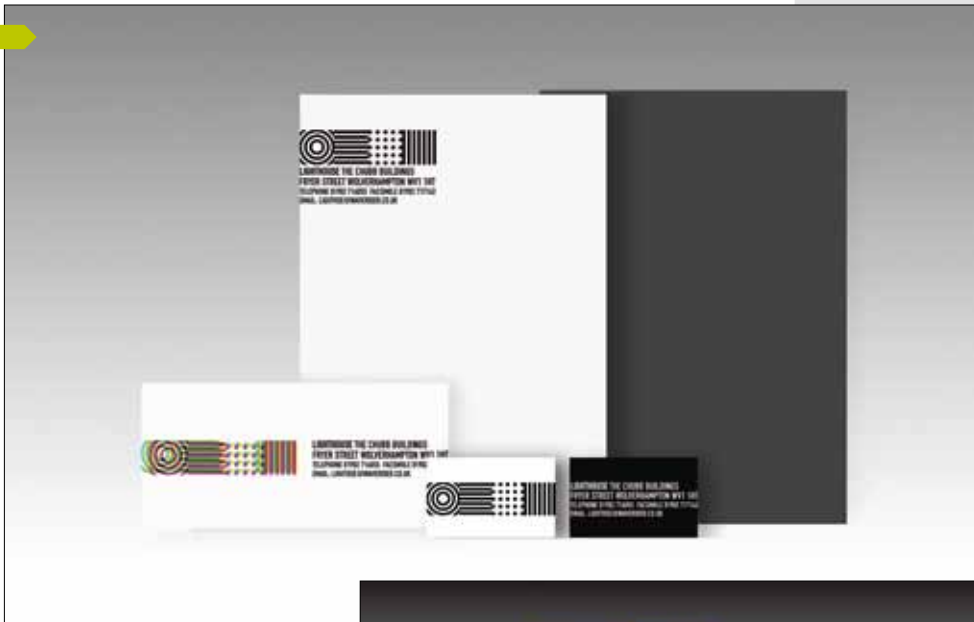


03



04







LIGHTHOUSE THE CHUBB BUILDINGS
 FRYER STREET WOLVERHAMPTON WV1 1HT
 TELEPHONE 01902 716055 FACSIMILE 01902 717143
 EMAIL: LIGHTHSE@WAVERIDER.CO.UK

 **EXHIBITIONS & EVENTS** THE CHUBB BUILDINGS
 FRYER STREET WOLVERHAMPTON WV1 1HT
 TELEPHONE 01902 716055 FACSIMILE 01902 717143
 EMAIL: LIGHTHSE@WAVERIDER.CO.UK

 **TRAINING** THE CHUBB BUILDINGS
 FRYER STREET WOLVERHAMPTON WV1 1HT
 TELEPHONE 01902 716055 FACSIMILE 01902 717143
 EMAIL: LIGHTHSE@WAVERIDER.CO.UK

 **CONFERENCE** THE CHUBB BUILDINGS
 FRYER STREET WOLVERHAMPTON WV1 1HT
 TELEPHONE 01902 716055 FACSIMILE 01902 717143
 EMAIL: LIGHTHSE@WAVERIDER.CO.UK

 **CHINA** THE CHUBB BUILDINGS
 FRYER STREET WOLVERHAMPTON WV1 1HT
 TELEPHONE 01902 716055 FACSIMILE 01902 717143
 EMAIL: LIGHTHSE@WAVERIDER.CO.UK

05 Заказчик: Lighthouse Media Centre

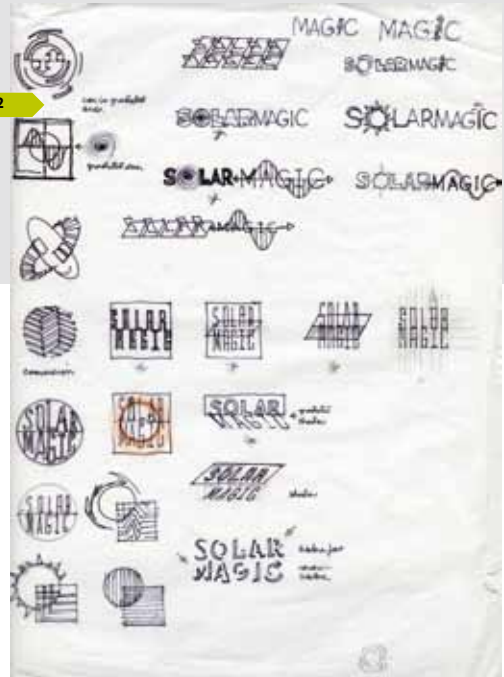
Дизайн: boing!

Все приведенные миниатюры и варианты решений развивают тему энергии и дают массу материала для дальнейшей разработки. На множестве вариантов показан процесс внесения мелких изменений и дополнений, необходимых для досконального исследования дизайнерской идеи и удовлетворительного завершения задания.

01/02/03 Заказчик: Национальная корпорация полупроводников

Дизайн: Gee+Chung Design

02



01



03

