



Księga znaku

Szczegółowy opis oraz wskazówki użycia logo, key visual, kolorystyki i firmowego kroju pisma.

I Identyfikacja wizualna

- 02 Prezentacja logotypu
- 03 Prezentacja key visual
- 04 Kolorystyka
- 05 Zestaw znaków firmowego kroju pisma
- 05 Zalecane odmiany firmowego kroju pisma

II Logotyp

- 08 Pole ochronne i minimalna wielkość logotypu
- 09 Dostępne wersje logotypu
- 10 Niedozwolone ingerencje

III Key visual

- 12 Wersja podstawowa
- 13 Wersja monochromatyczna i achromatyczna
- 14 Niedozwolone ingerencje
- 15 - 16 Przykłady zastosowania

Prezentacja logotypu

SMSAPI

Znaczenie

Ciągle rozwijający się rynek mobilny wymaga nowoczesnego i ukierunkowanego na rozwój podejścia. Prosty, a zarazem charakterystyczny logotyp SMSAPI wpasowuje się w tę ideę.

Przestrzeń negatywna wewnątrz logotypu i stworzony na jego bazie kształt symbolizuje jednostkę, część kodu / api, a także odwołuje się do najważniejszych cech firmy - komunikacji, oraz dynamiki.

Uniwersalny charakter

Poprawnie zaprojektowana identyfikacja wizualna marki charakteryzuje się tym, że bez trudu wytrzymuje próbę czasu. Logotyp SMSAPI powstał dokładnie z tą myślą.

Logotyp pozbawiony dodatkowego znaku a także ponadczasowa kolorystyka sposób dopasowuje się do często zmieniających się trendów w grafice komputerowej.

Prezentacja key visual



Kontynuacja

Podwielenie kształtu w poziomie w nieregularnym stopniu jeszcze bardziej podkreśla wcześniej wymienione działania firmy.

Dodatkowo, użycie koperty i innych ikon symbolizujących usługi SMSAPI sprawia, że cały pomysł jest dużo bardziej czytelny i wyrazisty. Idea wysyłanych wiadomości została rozbudowana oraz połączona w spójny wizerunek z logo.

Elastyczna forma

Wypracowany graficzny motyw przewodni marki został zbudowany tak, aby istniała możliwość jego rozbudowy bądź modyfikacji w przyszłości.

Poprzez zmiany ikony czy też dostosowanie kształtu w łatwy sposób przygotowujemy kolejne, unikatowe wersje.

Kolorystyka SMSAPI



Kolory podstawowe

Występują w logotypie jak i na wszystkich pozostałych elementach identyfikacji wizualnej.

Granatowy

Pantone 648

CMYK 100 71 9 56

RGB 0 41 87

WEB #002957

Niebieski

Pantone 285

CMYK 97 30 0 0

RGB 0 138 208

WEB #008ADD



Kolory dodatkowe

Odcienie głównego błękitnego koloru o mniejszym natężeniu. Występują głównie w key visual. Należy stosować jako pomocnicze kolory.

Delikatny niebieski

Pantone 283

CMYK 42 9 0 0

RGB 140 198 236

WEB #8CC6EC

Jasny niebieski

Pantone 284

CMYK 59 17 0 0

RGB 94 174 225

WEB #5EAE1



Typografia

Główny kolor typografii w identyfikacji wizualnej SMSAPI. W przypadku tła ciemnego zaleca się użycie koloru białego.

Ciemny granatowy

Pantone 289

CMYK 100 84 45 51

RGB 6 35 64

WEB #062340



Zestaw znaków firmowego kroju pisma

A	Ą	B	C	Ć	D	E	Ę	F	G	H	I	J	K	L	Ł	M
N	Ń	O	Ó	P	R	S	T	U	W	X	Y	Z	Ż	Ž		

a	ą	b	c	ć	d	e	ę	f	g	h	i	j	k	l	ł	m
n	ń	o	ó	p	r	s	t	u	w	x	y	z	ż	ž		

1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	!	?	&	*	{	}	-
+	:	;	>	/												

FF DIN PRO

Podstawowym krojem pisma stosowanym w identyfikacji wizualnej SMSAPI jest rodzina DIN PRO stworzona przez FontFont w 1995 roku.

Rodzina DIN PRO jest przygotowana zarówno do użytku w druku jak i publikacji w internecie [web font].

Alternatywa

W aplikacjach, w których z jakichkolwiek przyczyn niemożliwe jest zastosowanie kroju DIN PRO, należy postugiwać się alternatywnym krojem:

Arial - w przypadku systemów operacyjnych Windows. Helvetica - w przypadku systemów operacyjnych Mac OSX.

Zalecane odmiany firmowego kroju pisma

Nasza platforma to idealne narzędzie do prowadzenia skutecznych kampanii mobilnych w sklepach internetowych.

Platforma posiada wiele funkcji, które wspomagają proces realizacji kampanii SMS-owych, dlatego tak chętnie wybierają nas właściciele sklepów internetowych. Najczęściej, posiadają oni bazy numerów swoich klientów wraz ze zgodą na przesyłanie informacji marketingowych.

Takie numery odbiorców w łatwy sposób można zaimportować do platformy.

[Raport Nielsen].

Nasza platforma to idealne narzędzie do prowadzenia skutecznych kampanii mobilnych w sklepach internetowych.

Platforma posiada wiele funkcji, które wspomagają proces realizacji kampanii SMS-owych, dlatego tak chętnie wybierają nas właściciele sklepów internetowych. Najczęściej, posiadają oni bazy numerów swoich klientów wraz ze zgodą na przesyłanie informacji marketingowych.

Takie numery odbiorców w łatwy sposób można zaimportować do platformy.

[Raport Nielsen].

Nasza platforma to idealne narzędzie do prowadzenia skutecznych kampanii mobilnych w sklepach internetowych.

Platforma posiada wiele funkcji, które wspomagają proces realizacji kampanii SMS-owych, dlatego tak chętnie wybierają nas właściciele sklepów internetowych. Najczęściej, posiadają oni bazy numerów swoich klientów wraz ze zgodą na przesyłanie informacji marketingowych.

Takie numery odbiorców w łatwy sposób można zaimportować do platformy.

[Raport Nielsen].

FF DIN PRO Regular

Regular to podstawowa odmiana kroju DIN PRO występująca na wszystkich materiałach identyfikacji wizualnej.

Używana jest w szczególności w przypadku dłuższych partii tekstów, opisów czy też dodatkowych mniej istotnych informacji.

FF DIN PRO Medium

Odmiana medium służy jako rozwiązanie pośrednie między odmianami regular a bold / black.

Szczególnie pomocna w przypadku długich, bogato sformatowanych tekstów.

FF DIN PRO Bold / Black

Odmiana Bold jest najczęściej stosowana w nagłówkach lub też elementach które wymagają wyróżnienia.

II Logotyp

- 08 Pole ochronne i minimalna wielkość logotypu
- 09 Dostępne wersje logotypu
- 10 Niedozwolone ingerencje

III Key visual

- 12 Wersja podstawowa
- 13 Wersja monochromatyczna i achromatyczna
- 14 Niedozwolone ingerencje
- 15 - 16 Przykłady zastosowania

Pole ochronne i minimalna wielkość logotypu



Czytelność logotypu

Pole ochronne wokół logotypu SMSAPI wyznacza moduł „x”, który jest kwadratem o boku równym wysokości logotypu.

Aby zapewnić czytelność należy upewnić się że w obrębie pola ochronnego nie znajdują się żadne obce elementy.

Rozmiar

Logotyp SMSAPI można powiększać do dowolnego rozmiaru jednak należy pamiętać, aby jego szerokość nigdy nie była mniejsza niż 23 milimetry.

Stosując się do tej zasady unikniemy sytuacji, w której logotyp przestanie być rozpoznawalny.

Dostępne wersje logotypu



SMSAPI



SMSAPI



SMSAPI



SMSAPI



SMSAPI



SMSAPI

Wersja podstawowa

Podstawową wersją jest logotyp poziomy reprodukowany w dwóch kolorach. Wszędzie gdzie to możliwe należy stosować tę wersję logotypu.

Możliwe jest również zastosowanie w kontrze na tle granatowym lub innym ciemnym kolorze.

Wersja monochromatyczna

Wersję monochromatyczną należy stosować tylko wtedy, gdy uzasadnia to metoda reprodukcji, np. na wydrukach możliwych tylko w skali szarości (fax, drukarki laserowe).

Wersja achromatyczna

Wersję achromatyczną należy stosować tylko wtedy, gdy uzasadnia to metoda reprodukcji, np. kiedy logotyp jest tłoczony, grawerowany lub technologia druku wyklucza stosowanie rastrów.

Niedozwolone ingerencje

The logo consists of the text 'SMS' in black and 'API' in blue, with a small blue square icon to the right of 'API'.

1

The logo is identical to the correct one, but the text 'SMS' and 'API' are colored orange.

2

The logo is identical to the correct one, but the text 'SMS' and 'API' are colored blue.

3

The logo is identical to the correct one, but a small blue checkmark icon is added to the right of the 'API' text.

4

The logo is identical to the correct one, but a grey shadow is added to the right of the 'API' text.

5

Najczęstsze błędy

1. Zmiana proporcji między elementami logotypu

2. Stosowanie innej kolorystyki

3. Zmiana kompozycji znaku

4. Dodawanie obcych elementów w polu ochronnym

5. Dodawanie cienia pod logotypem

Aby uniknąć tych i wielu innych błędów należy stosować się ściśle do wytycznych zawartych w księdze znaku.

W przypadku sytuacji nie ujętej w księdze znaku należy się skonsultować z projektantem odpowiedzialnym za identyfikację wizualną.

III Key Visual

- 12 Wersja podstawowa
- 13 Wersja monochromatyczna i achromatyczna
- 14 Niedozwolone ingerencje
- 15 - 16 Przykłady zastosowania

Wersja podstawowa



Wersja podstawowa

Podstawową wersją jest key visual poziomy reprodukowany w czterech kolorach.

Wszędzie gdzie to możliwe należy stosować tę wersję key visual.

Możliwe jest również zastosowanie w kontrze na tle granatowym lub innym ciemnym kolorze.

Rozbudowa

Key visual został stworzony w taki sposób, aby była możliwa jego rozbudowa i edycja.

Dopuszcza się zmianę ikony i wydłużenie w poziomie fali tworzonej przez paski.

Szczególnie ważne jest aby pamiętać o zachowaniu chaotycznego ułożenie pasków tworzących falę i imitujących ruch.

Wersja monochromatyczna i achromatyczna



Wersja monochromatyczna

Wersję monochromatyczną należy stosować tylko wtedy, gdy uzasadnia to metoda reprodukcji, np. na wydrukach możliwych tylko w skali szarości (fax, drukarki laserowe).

Wersja achromatyczna

Wersję achromatyczną należy stosować tylko wtedy, gdy uzasadnia to metoda reprodukcji, np. kiedy key visual jest tłoczony, grawerowany lub technologia druku wyklucza stosowanie rastrów.

Niedozwolone ingerencje



1



2



3



4



5

Najczęstsze błędy

1. Zmiana proporcji między elementami key visual

2. Stosowanie innej kolorystyki

3. Rozbudowa key visual w pionie

4. Przekrzywianie key visual

5. Zastosowanie regularnego ułożenia fali

Aby uniknąć tych i wielu innych błędów należy stosować się ściśle do wytycznych zawartych w księdze znaku.

W przypadku sytuacji nie ujętej w księdze znaku należy się skonsultować z projektantem odpowiedzialnym za identyfikację wizualną.

Przykłady zastosowania



Ramka

Solidna biała ramka widoczna na powyższych przykładach powyżej jest dopełnieniem identyfikacji wizualnej.

Do zastosowania szczególnie w materiałach drukowanych.

Najlepiej sprawdza się na takich elementach jak okładka folderu, plakat, ścianka wystawiennicza czy też ulotka.

Minimalizm formy

Cechą, którą charakteryzuje identyfikację wizualną SMSAPI jest minimalizm formy.

Mocne i dynamiczne kolory razem z elegancką bezszeryfową typografią stanowią idealną kombinację - brak potrzeby dodawania ozdóbek.

Użycie subtelnych zdjęć w tle, w celu wzmocnienia przekazu jest dozwolone.



Ramka

Solidna biała ramka widoczna na powyższych przykładach powyżej jest dopełnieniem identyfikacji wizualnej.

Do zastosowania szczególnie w materiałach drukowanych.

Najlepiej sprawdza się na takich elementach jak okładka folderu, plakat, ścianka wystawiennicza czy też ulotka.



Pozostałe informacje dostępne są na stronie internetowej i pod nr telefonu.

www.smsapi.pl - 32 7 201 200 - ul. Toszecka 101, 44-100 Gliwice, Polska