

# РАЗРАБОТКА АЙДЕНТИКИ: ЛОГОТИПОВ И ФИРМЕННОГО СТИЛЯ С 2010 ГОДА

**UNICORN**  
digital media



beautiful legends

НЕЗАВИСИМОЕ КРЕАТИВНОЕ РЕКЛАМНОЕ  
АГЕНТСТВО ПОЛНОГО ЦИКЛА

“

А потом они увидели этот логотип, который всем своим видом говорил о богатом опыте и долгой истории. Они и не догадывались, что мы создали его неделю назад по заказу этого прекрасного клиента...

”

© Команда UNICORN DIGITAL MEDIA

© 2010-2018 UNICORN DIGITAL MEDIA

Копирование и использование материалов данной презентации запрещено.



**СИМВОЛ ПРЕВОСХОДСТВА**



# ТЫСЯЧЕЛЕТНИЕ ТРАДИЦИИ

С давних времён человек создавал образы, заключая в них определённый смысл. Так появлялись символы, знаки и пиктограммы, описывающие природу, стихии, различные события. Люди развивали это умение и создали письменность.

Сегодня, создавая логотип, мы продолжаем традицию далёких предков, наделяя создаваемые образы особым сакральным смыслом.

# НАУКА И ИСКУССТВО

Создание логотипа и стиля – это часть брендинга. Здесь особую роль играет не только смысл образа, но и форма подачи. Соединив всё в нужных пропорциях, вы получите то ценное ощущение, что мы называем гармонией.

Это и отличает качественный логотип от всего остального. Это чистая наука и настоящее искусство.

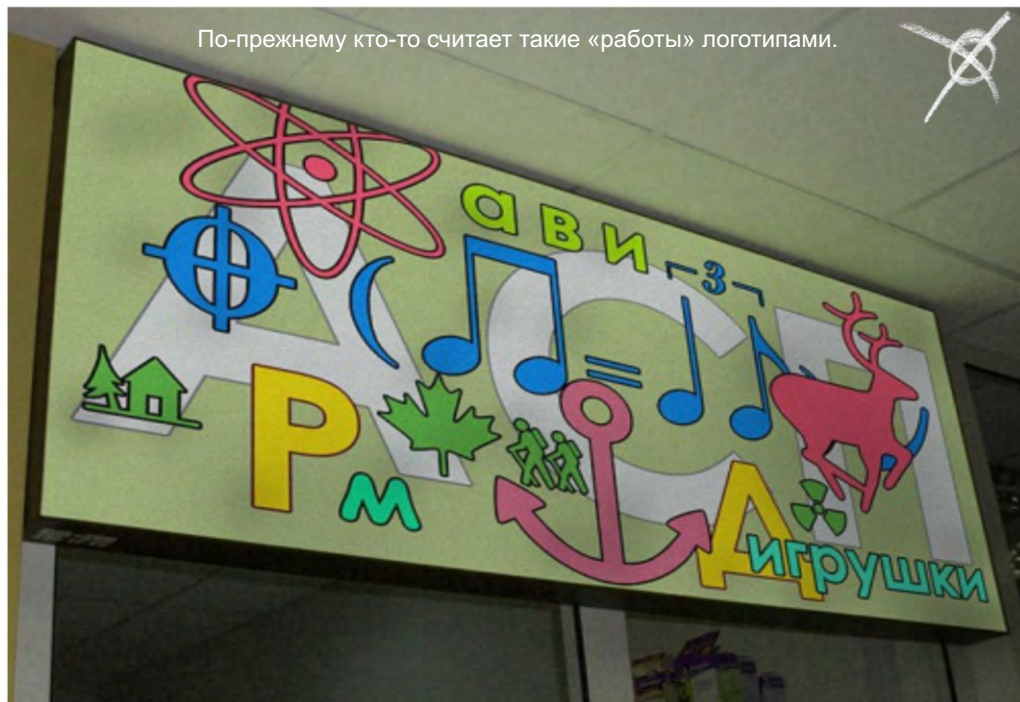


Так мы работали над образом логотипа бренда «Amore il Sole».

Логотип созданный художниками UNICORN DIGITAL MEDIA



По-прежнему кто-то считает такие «работы» логотипами.



## ЭФФЕКТ ОРЕОЛА\*

Смотря на качественно проработанный логотип или фирменный стиль, чувствуется, что за ними стоит история, реальный опыт и особые ценности. Это завораживает.

Другие же, не профессиональные варианты, как правило, «излучают» отсутствие вкуса и стиля. Они как бы заявляют всем, что эта «контора» тут ненадолго. Такие логотипы называют «выдри-глаз».

\*Гало-эффект (эффект ореола; halo effect, от англ. halo — ореол, сияние и лат. effectus — действие, результат) — результат воздействия общего впечатления о чем-либо (явлении, человеке, вещи) на восприятие его частных особенностей. Примером может служить впечатление, что у людей с привлекательной внешностью большие умственные способности.



**ОСОБЕННОСТИ,  
СТАВШИЕ НАШИМ  
ПРЕИМУЩЕСТВОМ**



# МАСТЕРСТВО НАСТОЯЩИХ ХУДОЖНИКОВ

Все создаваемые логотипы и фирменный стиль прорабатываются вручную нашими художниками. Только так появляется естественная гармония образа, выраженная через совершенство «живых» линий.

Этот метод позволяет проработать и прочувствовать каждую линию, точнее выстроить образ.

Художники, имеющие специальное образование, и, знающие суть композиции и гармонии, являются нашим главным преимуществом.

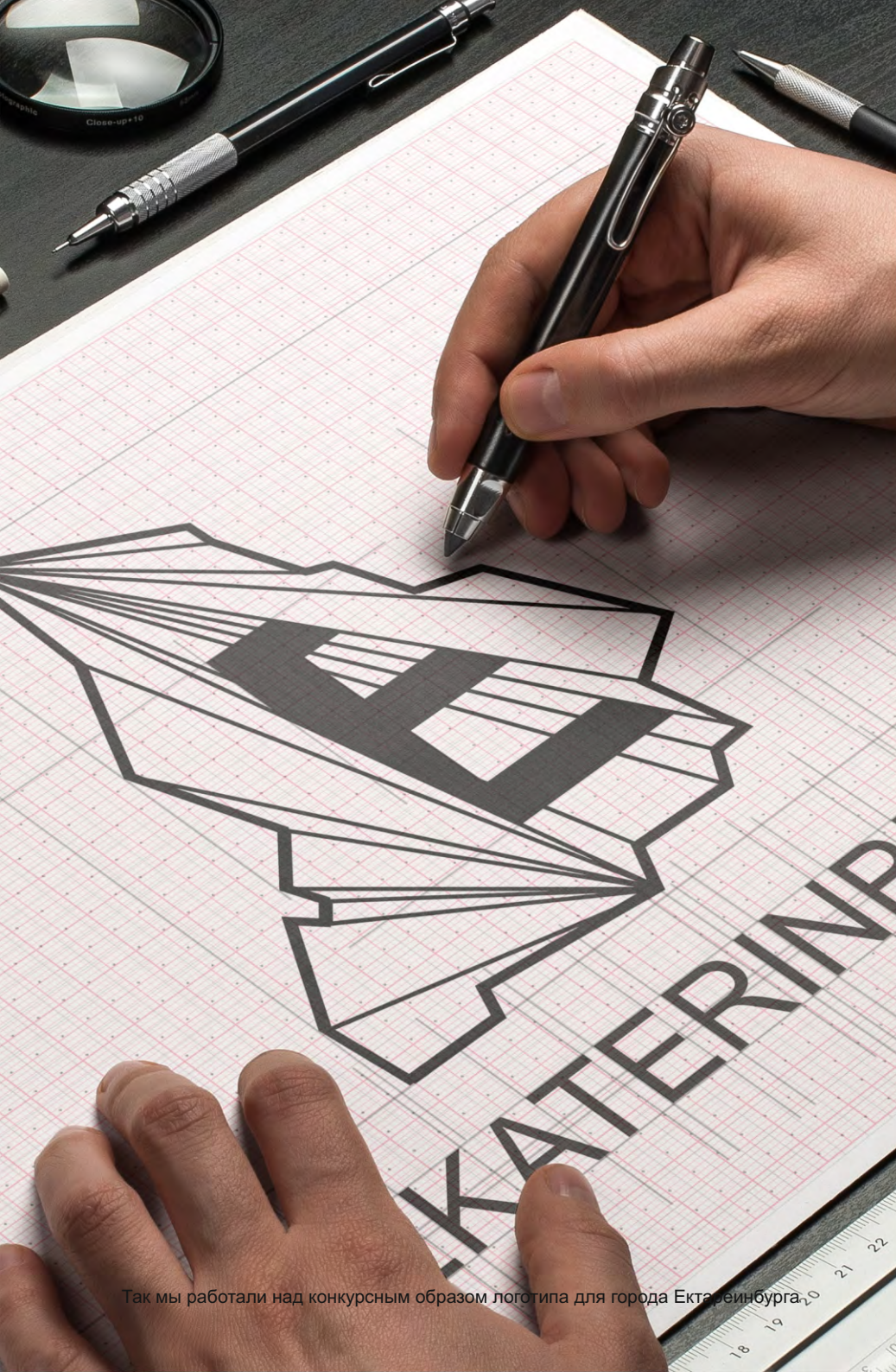
▶ [Смотреть процесс создания логотипа](#)



# 53 ГОДА - НАШ БЕСЦЕННЫЙ ОПЫТ

С 2010 года мы официально представлены на Российском рынке в качестве эксперта бренд-технологий, маркетинга и рекламы. Суммарный опыт наших мастеров в этой области составляет 53 года.





# ТОЛЬКО ИНТЕРЕСНЫЕ ПРОЕКТЫ

Время – это бесценный ресурс и тратим мы его только на интересные и сложные проекты, которые компенсируют наши затраты. Если проект заведомо не взаимовыгодный, то мы отказываемся от его выполнения.

Такой подход помогает нам развивать свои навыки, и позволяет уделять достаточно времени классным клиентам. За это нас ценят, а мы отвечаем взаимностью!


# ОСОБЫЕ УСЛОВИЯ

- 1. Первые концепты** логотипа вы получаете через 24-48 часов после того, как вы отправите нам заполненный бриф.
- 2. Оплата за создание логотипа** и стиля происходит по факту утверждения понравившегося варианта.
- 3. Стоимость работ** фиксированная и не повышается в процессе. Любые изменения происходят только при согласовании.
- 4. Мы убрали ограничение** по количеству вариантов лого, т.е. рисуем «до победного».
- 5. Вы можете сказать «Стоп»** в любой момент, если работа с нами вам не понравилась. Оплачивать за это не надо, все работы мы оставим у себя.
- 6. Авторские права на проект** и исходные материалы передаются вам после завершения работ и оплаты.

↳ [Все условия работ на официальном сайте](#)



Проработка образа логотипа для организатора экстремальны видов отдыха



# КАК ЗАКАЗАТЬ ЛОГОТИП И ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ?

Всё просто. Скачайте бриф или заполните его онлайн версию. Отправьте этот бриф нам. После его изучения мы приступим к работе.

Вместе с брифом мы попросим отправить реквизиты, на которые будет составлен договор.

 [Заполнить бриф онлайн](#)

 [Скачать бриф \(doc\)](#)

 [Заказать логотип на сайте](#)

# ПРИНЦИПЫ СОТРУДНИЧЕСТВА — ВЗАИМОУВАЖЕНИЕ И ОТВЕТСТВЕННОСТЬ

Для того, чтобы работа была взаимовыгодной, интересной и развивающей, мы придерживаемся чётких принципов ведения бизнеса, являющихся фильтром для потенциально не интересных и не серьёзных проектов:

1. Мы не доделываем чужие работы, не дорисовываем - нам не интересно исправлять чью-то работу.
2. Работая на логотипом и стилем, мы используем мировой опыт и академические правила создания визуальных образов для достижения чувства гармонии и заложенных целей. Потому что для нас это ответственность за будущее марки/компании...
3. Выполняя работу точно в обозначенные сроки, мы показываем насколько для нас важна тактичность и взаимоуважение в бизнесе.



Проработка образа логотипа для жилого комплекса



Подборка интересных книг по теме

# РЕКОМЕНДУЕМ К ПРОЧТЕНИЮ

Современная экономика и конкуренция требуют постоянного саморазвития. Это уже стало ярким трендом, что не может не радовать. Рекламисты и маркетологи прямо зависят от международного опыта, поэтому мы даём небольшой список профессиональной литературы, которая поможет тем, кто занимается (контролирует) процессом разработки логотипа, стиля, новой торговой марки, имиджем и т.д.

1. **Клод Хопкинс** - «Моя жизнь в рекламе».
2. **Клод Хопкинс** – «Реклама. Научный подход».
3. **Инна Александровна Розенсон** – «Основы теории дизайна: Учебник для вузов».
4. **Дэвид Эйри** – «Логотип и фирменный стиль. Руководство дизайнера».
5. **Лариса Геращенко** – «Психология рекламы: учебное пособие».
6. **Пётр Константинович Власов (ред.)** – «Психология в рекламе».

**7. Марк Роуден** – «Корпоративная идентичность. Создание успешного фирменного стиля и визуальные коммуникации в бизнесе».

**8. Джон Т. Дрю, Сара А. Мейер** – «Управление цветом в логотипах. Подробный справочник графического дизайнера».

**10. Роберт Чалдини** – «Психология влияния. Убеждай, воздействую, защищайся».

**11. Авинаш Диксит, Барри Нейлбафф** – «Теория игр. Искусство стратегического мышления в бизнесе и жизни».

**12. Юлий Маркович Гофман** – «Типографика словесного знака: монограмма и логотип».

**13. Перри Чуа, Дэнн Илисик** – «Лого Логика».

**14. Стивен Бейтман, Ангус Хайленд** – «Символ».

**15. Герман Цапф** – «Философия дизайна Германа Цапфа».

Если вы можете порекомендовать свой список литературы по теме, то мы рады его принять на почту [info@u-dm.ru](mailto:info@u-dm.ru) и изучить.

Более полный список книг нашей библиотеки вы можете посмотреть на [сайте агентства](#).



Собственная библиотека полезной литературы (имеются редкие издания)




# НАШИ РАБОТЫ

СМОТРЕТЬ НА САЙТЕ





 [Заполнить бриф онлайн](#)

 [Скачать бриф \(doc\)](#)

 [Заказать логотип на сайте](#)

КОНТАКТЫ:

Тел.: +7 (343) 219-50-65

E-mail: [nb@u-dm.ru](mailto:nb@u-dm.ru) (для заказа)

[www.u-dm.ru](http://www.u-dm.ru)



© 2010-2018 UNICORN DIGITAL MEDIA

Копирование и использование материалов данной презентации запрещено.