adcookie.

Adcookie
Brand Design
Guidelines.
ver. 03/22

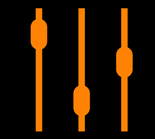
BRANDBOOK

BRAND DESIGN & COMMUNICATION STANDARDS CREATED BY STUDIO KOMMUNIKAT.

BRAND

LOGO

ELEMENTY ID



LAYOUTY

MOTION

AKCYDENSY

GADŻETY

O marce 04

Claim marki 05

Challanger brand 06

Tone of voice 07

Wątek o wzroście i rozwoju 08

Wątek o łączeniu kropek z digitalem 09

Wątek o potędze i skali 10

Wątek o odwadze i ambicjach 11

Wątek o skuteczności 12

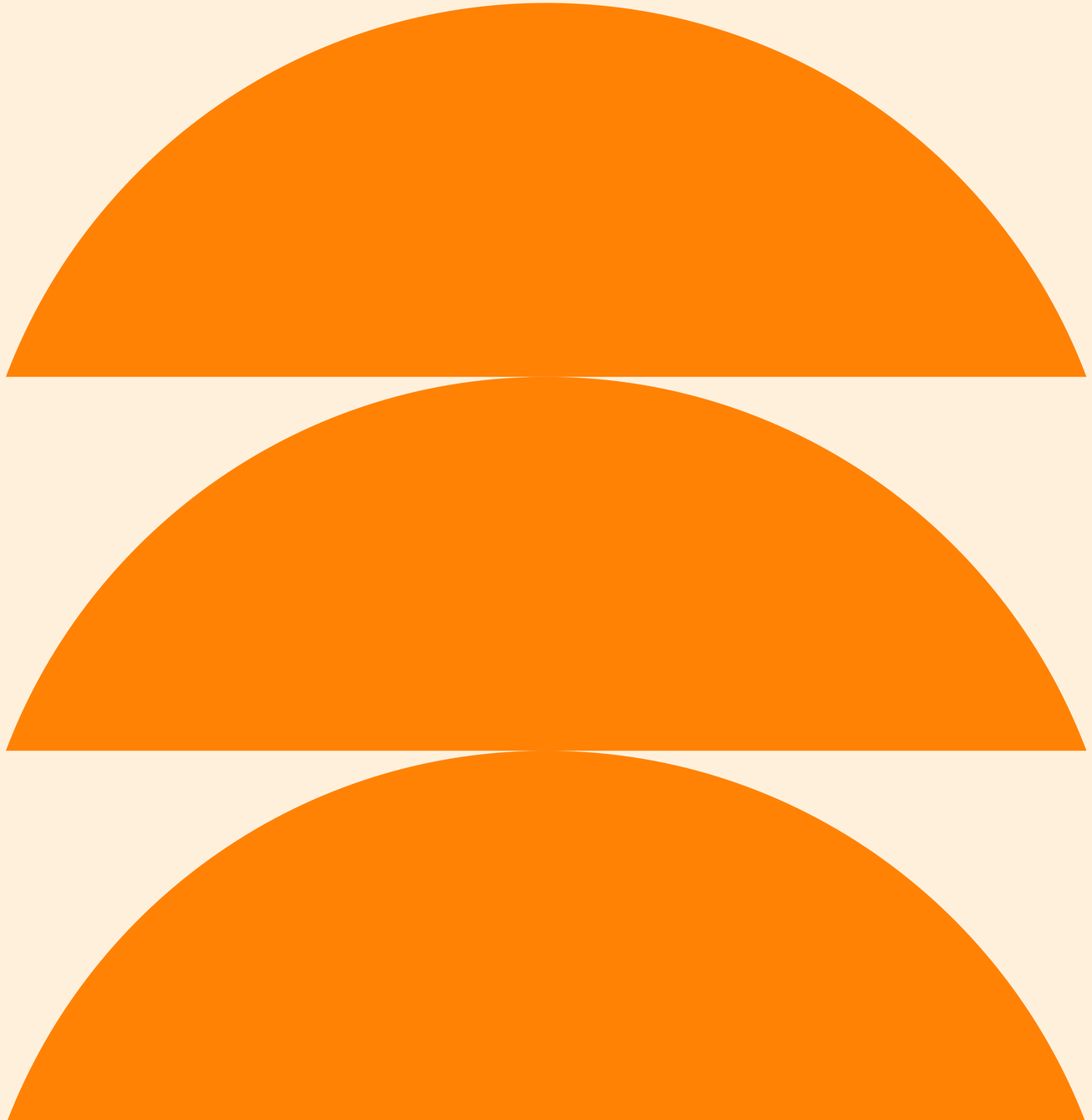
BRAND

O marce.

Wierzymy, że to, jakie idee promujemy dziś, wpływa na to, jak będzie wyglądał nasz świat jutro. Dlatego jako partner marketingowy wspieramy marki, które mają odwagę, by czynić przyszłość lepszą i ambicje, by dynamicznie rosnąć.

Dzięki wiedzy i doświadczeniu kilkudziesięciu ekspertów w zespole mamy kompetencje z każdego obszaru digital marketingu i rzadką w branży umiejętność, by układać je w efektywne strategie działania. Wiemy dokładnie, które obszary internetu poruszyć, by tworzyć markom pole do rozwoju i skalować ich biznes w sieci.

Jeśli jesteś tak odważny, by zdobywać rynki i zmieniać świat na lepsze, my jesteśmy gotowi, by Ci w tym pomóc.



Claim marki.

Make change happen.

Tagline marki oddaje przekonanie wyrażone w jej misji - chęć zmieniania świata, czynienia go lepszym. Zmiana dokonuje się przez wsparcie marketingowe AdCookie.

To ono umożliwia dynamiczny wzrost markom (challenger brands), które działają z korzyścią dla przyszłości planety i ludzi.

Tagline jest parafrazą definicji marketingu według Setha Godina: **Marketing is the act of making change happen.**

Identyfikacja Wizualna AdCookie przewiduje graficzny zapis hasła przedstawiony obok.

MAKE
CHANGE
HAPPEN

Challanger brand.

Ten wątek w komunikacji odnosi się bezpośrednio do misji marki, która wyraża się w jej strategii stwierdzeniem “Marketing może zmieniać świat na lepsze. W AdCookie wiemy jak to zrobić.”

Naczelnym sloganem w tym wątku jest slogan “Tworzymy przyszłość marek, ...”, który może funkcjonować jako hasło przewodnie marki - niemal na równi z jej taglinem. Slogan ten jako najbardziej ogólny stanowi parasol dla całej serii. W serii tej marka podkreśla wspólnotę celów ze swoimi najważniejszymi klientami - challenger brands, które przez profil swej działalności są “współwykonawcami” zmian na lepsze.

Przewodni statement marki:

Tworzymy przyszłość marek, które tworzą przyszłość świata.

Hasła ogólne:

Przynosimy sukces markom, które przynoszą zmiany światu.

Mierzymy się z wyzwaniami marek, które mierzą wysoko.

Hasła branżowe:

Wpływamy na losy marek, którym nie jest obojętny los planety.

Jesteśmy odpowiedzialni za sukces marek promujących odpowiedzialną modę.

Tone of voice.

AdCookie posługuje się charakterystycznym językiem komunikacji, który wykorzystuje skojarzenia oscylujące wokół Claimu oraz Brand Statementu marki.

W ramach języka marki zaprojektowanych zostało kilka wątków tematycznych, które prezentujemy kolejno:

- o wzroście i rozwoju
- o łączeniu kropek w digitalu
- o potędze i skali
- o odwadze i ambicjach
- o skuteczności

o wzroście i rozwoju:

Sprzyjamy rozwojowi marek w internecie.

o potędze i skali:

Skalujemy marki do potęgi.

o odwadze i ambicjach:

Mamy odwagę do działania równą ambicjom Twojej marki.

O wzroście i rozwoju:

Wątek haseł dotyczących komunikacji poświęconej oraz zainspirowanej wzroste i rozwojem.

01.

Wykorzystujemy potęgę internetu, by budować siłę marek w sieci.

02.

Sprzyjamy rozwojowi marek w internecie.

03.

Interesują nas cele, które da się opisać wielkimi liczbami.

04.

Jesteśmy inwestycją w sukces Twojej marki.

O łączeniu kropek z digitalem:

Wątek haseł dotyczących komunikacji poświęconej oraz zainspirowanej połączeniami w digitalu.

01.

Skalujemy biznes przez dobrze skalibrowany marketing.

02.

Poruszymy internet, by rozruszać Twoją markę.

03.

Internet zacznie Ci sprzyjać.

O potędze i skali:

Wątek haseł dotyczących komunikacji zainspirowanej skalowaniem.

01.

Skalujemy marki do potęgi.

02.

Nadajemy impet rozwojowi marek w sieci.

03.

Jesteśmy ekspertami od ekspansji marek w internecie.

O odwadze i ambicjach:

Wątek haseł dotyczących komunikacji poświęconej oraz zainspirowanej odwagą i ambicjami.

01.

Mamy odwagę do działania równą ambicjom Twojej marki.

02.

Jeśli jesteś tak ambitny, by myśleć o zdobyciu rynku, my jesteśmy tak odważni, by to zrobić.

O skuteczności:

Wątek haseł dotyczących komunikacji poświęconej skuteczności.

01.

**Nikt nie jest zbyt mały,
by stać się największym.**

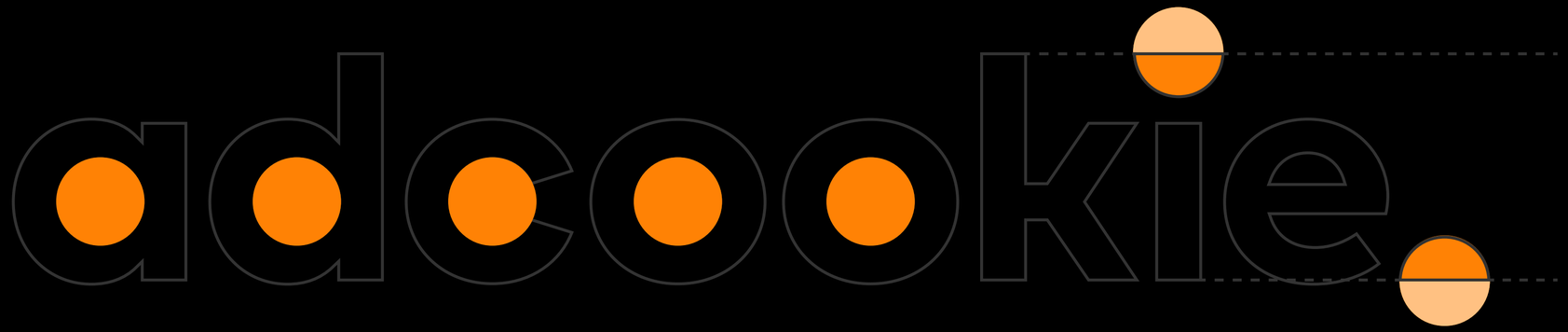
02.

**Trzeba być nieco szalonym,
żeby myśleć o zawładnięciu rynkiem.
I szalenie skutecznym, by to zrobić.**

Geneza 14
Logo podstawowe 15
Warianty 16
Proporcje 17
Kerning 18
Pole ochronne 19
Stosowanie na tłach 20
Wielkości minimalne 21
Zakazane praktyki 22
Ikona mobilna 23
Claim 24

Geneza.

Koło, jako graficzny punkt wyjścia do pracy nad znakiem pozwoliło opracować pojemny znaczeniowo i elastyczny stystem, który od elementów zawartych w logo ewoluował w budulce służące do tworzenia całego systemu wizualnego marki Adcookie. Na formie koła został oparty także krój pisma zastosowany w logotypie, który naturalnie i płynnie scala opracowane elementy graficzne z liternictwem.



Logo podstawowe.

Logo Adcookie posiada czystą, geometryczną i nowoczesną formę łącząc aspekty użytkowe z estetycznymi. Zaprojektowany logotyp poprzez autorskie korekty typograficzne i unikalne elementy graficzne bazujące na kształcie koła, staje się rozpoznawalną i charakterystyczną formą graficzną. Dodatkowo zabiegi graficzne w literach "i" oraz kropce na końcu nazwy nadają logotypowi cechy znaku graficznego. Natomiast interpretacja ruchu przez ucięcie kształtu koła i przesunięcie koduje mechanikę oraz wizualność, która została zawarta w samej Identyfikacji wizualnej. Dzięki zastosowanym zabiegom logotyp sprawnie funkcjonuje jako logo. W nazewnictwie oba sformułowania są poprawne.

adcookie.

Pobierz pliki

Warianty.

Nadrzędną formą znaku graficznego Adcookie jest **logo podstawowe**, jednak standardy marki przewidują stosowanie dwóch wariantów dodatkowych. Symbol zawarty w kwadracie lub kole (**ikona z symbolem**) może funkcjonować jako ikona mobilna (awatar).

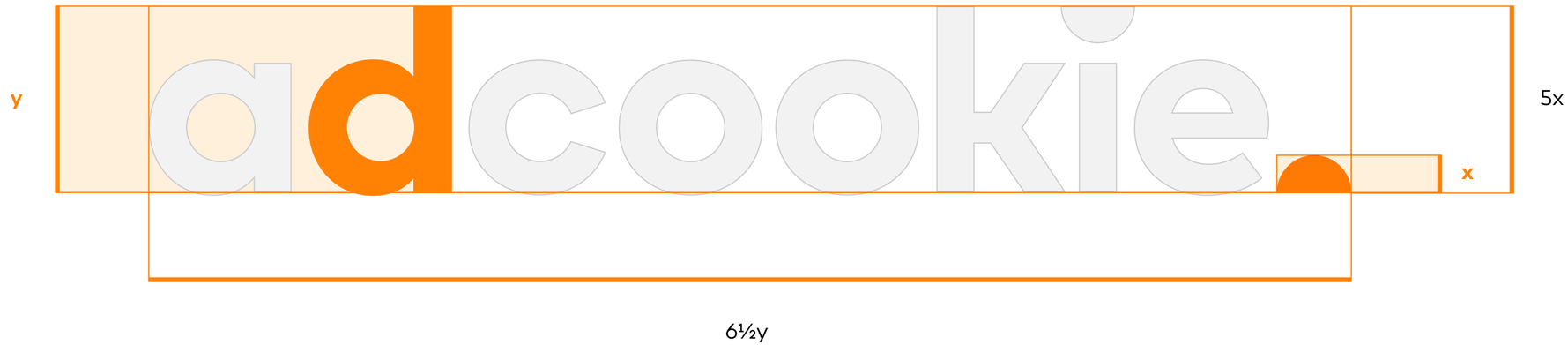
logo podstawowe

ikona z symbolem

Pobierz pliki

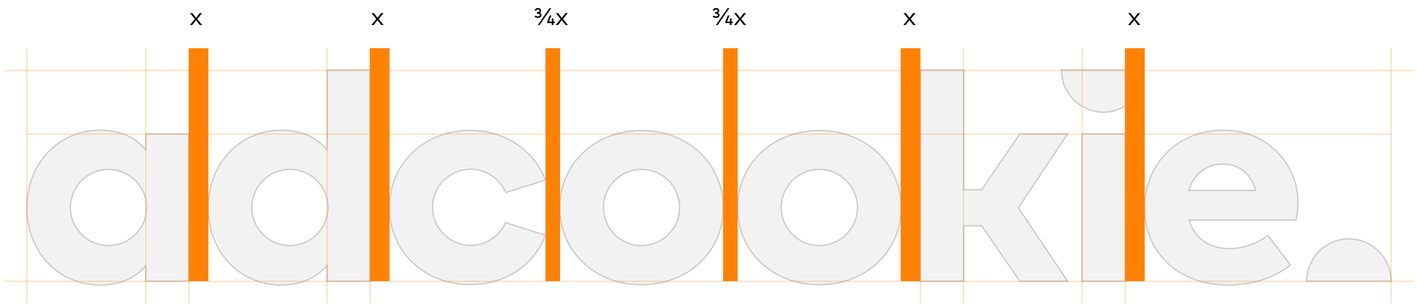
Proporcje.

Logo zostało zaprojektowane według ściśle określonych proporcji. Jednostki użyte do określenia zależności między elementami zostały wyznaczone na bazie wartości: **X** - wysokość półokręgu na końcu logotypu, **Y** - wysokość litery "d". Wskazane proporcje służą jedynie jako wartości poglądowe i w żadnym wypadku nie powinny być naruszone lub zmieniane.



Kerning.

Utrzymanie geometrycznego charakteru liter, pozwoliło na precyzyjne określenie i dostosowanie przestrzeni międzyliterowych, które zapewniają odpowiednią czytelność logotypu.



Pole ochronne.

Pole ochronne to umowna, minimalna przestrzeń wokół znaku, w którą nie może ingerować żadna obca forma graficzna (inny znak, grafika, itp.). Minimalna przestrzeń wymagana dla logotypu Adcookie wyznaczona jest przez wysokość **(Y)** oraz szerokość **(X)** litery "o". W przypadkach, w których wokół logotypu zaistnieje potrzeba zastosowania dodatkowej, bezpiecznej przestrzeni, zaleca się użycie pola ochronnego rozszerzonego, które jest wyznaczone przez wartość 2X oraz 2Y.

Stosowanie na tłach.

Logo Adcookie występuje w dwóch głównych wariantach kolorystycznych.

Dla teł w kolorach **Orange**, **Light Orange**, jasnych kolorów obcych (spoza palet kolorów marki) oraz jasnych zdjęć przeznaczony jest czarny wariant logotypu.

Na tłach czarnych, kolorach z palety dodatkowej i na ciemnych zdjęciach powinien występować logotyp w kolorze **Light Orange**. Na tłach w ciemnych kolorach spoza palety należy używać logotypu w bieli.

Uwaga: na ciemnych kolorach obcych oraz w sytuacjach kiedy specyfikacja produkcyjna uniemożliwia zastosowanie koloru **Light Orange** w logotypie, wtedy przyjmuje on kolor **biały**.

Wielkości minimalne.

Minimalne wielkości przeznaczone do stosowania logotypu w Internecie i druku zostały określone tak, aby zapewnić odpowiednią rozpoznawalność oraz czytelność. Wielkości te nie powinny być zmniejszane.

Najmniejsze dopuszczalne szerokości dla logotypu Adcookie to **16 mm** w druku i **40 pikseli** w środowisku digitalowym.

Digital:

40 px

Skala 1:10

adcookie.

Skala 1:1

Print:

16 mm

Skala 1:10

adcookie.

Skala 1:1

Zakazane praktyki.

A Nie używaj innych kolorów logotypu, niż przewidziane w brandbooku.

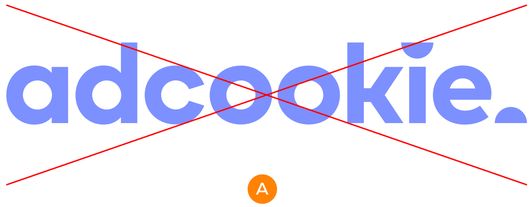
B Nie skaluj logotypu, nie zwężaj liter, nie rozszerzaj znaku.

C Nie zmieniaj odległości między literami w logotypie.

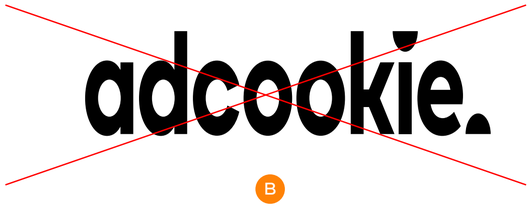
D Nie zmieniaj układu logotypu w sposób inny, niż opisane w brandbooku.

E Nie nakładaj efektów, wzorów i zdobień na logotyp.

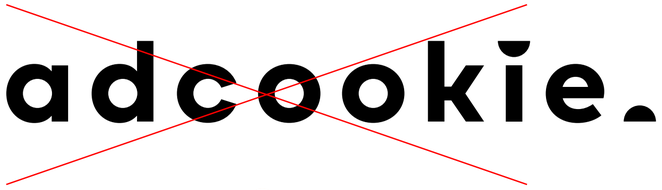
F Nie zmieniaj fonta w zapisie logotypu.



A

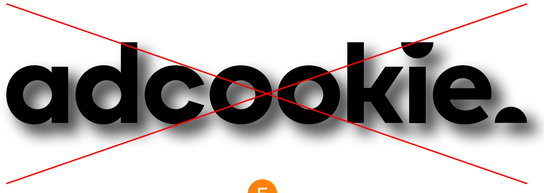


B

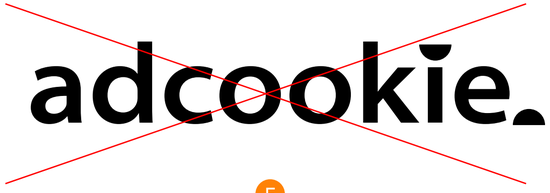


C

D



E

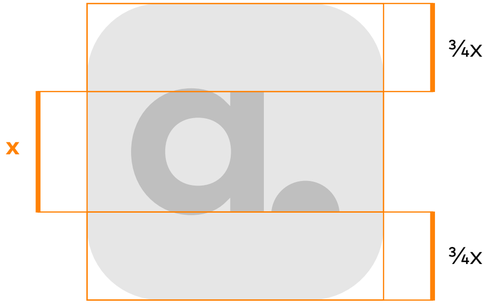


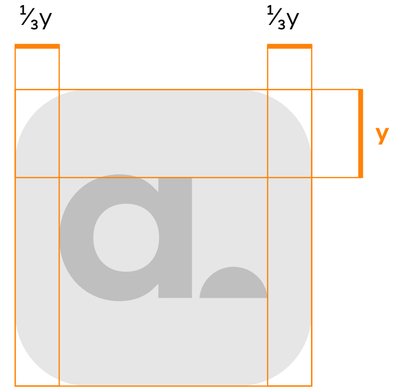
F

Ikona mobilna.

Skrócony symbol Adcookie znajduje zastosowanie szczególnie w formie ikon mobilnych. W użyciu pierwszeństwo zachowuje **wersja podstawowa**, jednak występują również dodatkowe warianty kolorystyczne: **wersja jasna, wersja ciemna oraz wersje oparte o pary kolorów dodatkowych** (więcej o łączeniu kolorów dodatkowych w sekcji **Elementy ID**).

wersja podstawowa





proporcje

wersja jasna

wersja ciemna

wersja w kolorach dodatkowych

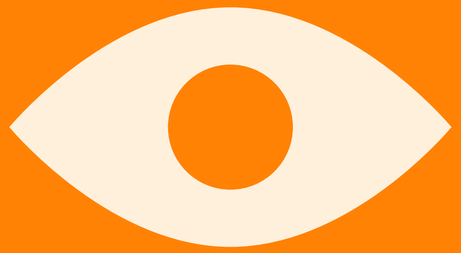
Pobierz pliki

Claim.

Tagline marki oddaje przekonanie wyrażone w jej misji - chęć zmieniania świata, czynienia go lepszym. Zmiana dokonuje się przez wsparcie marketingowe AdCookie. To ono umożliwia dynamiczny wzrost markom (challenger brands), które działają z korzyścią dla przyszłości planety i ludzi.

Tagline jest parafrazą definicji marketingu według Setha Godina: **Marketing is the act of making change happen.**

Kolory podstawowe 26
Kolory dodatkowe 27
Font podstawowy 28
Font dodatkowy 29
Fonty systemowe 30
Łączenie stylów typograficznych 31
Motyw przewodni 32
Słowa-klucze 33



ELEMENTY ID

Kolory podstawowe.

Podstawowe kolory definiujące markę Adcookie to **Orange**, **Light Orange** oraz **Black**. Połączenie tych trzech barw na kreacjach gwarantuje rozpoznawalność marki i spójność projektowanych materiałów.

ORANGE

R: 255
G: 130
B: 5

C: 0
M: 55
Y: 100
K: 0

HEX: FF8205

LIGHT ORANGE

R: 255
G: 240
B: 220

C: 0
M: 5
Y: 15
K: 0

HEX: FFF0DC

BLACK

R: 0
G: 0
B: 0

C: 0
M: 0
Y: 0
K: 100%

HEX: 000

Pobierz pliki

ELEMENTY ID

Kolory dodatkowe.

Paleta dodatkowa ma charakter wymienny i uzupełniający. Wprowadzanie kolorów dodatkowych powinno być przemyślane pod kątem przypisania funkcjonalności.

PASSION	CARE	OPTIMISM	ENVIRONMENT	FUTURE
R: 255 G: 60 B: 45	R: 255 G: 170 B: 200	R: 255 G: 190 B: 25	R: 30 G: 160 B: 75	R: 10 G: 140 B: 255
C: 0 M: 90 Y: 85 K: 0	C: 0 M: 50 Y: 0 K: 0	C: 0 M: 30 Y: 95 K: 0	C: 85 M: 0 Y: 90 K: 0	C: 100 M: 5 Y: 0 K: 0
HEX: FF3C2D	HEX: FFAAC8	HEX: FFBE19	HEX: 1EA04B	HEX: 0A8CFF
15%	15%	15%	15%	15%

Pobierz pliki

Font podstawowy.

Font **Beni** został dobrany jako główny element identyfikacji w zakresie typograficznym. Znajduje on zastosowanie przede wszystkim podczas budowania charakterystycznych dla marki Adcookie "słów-kluczy" .

Wybrany krój pisma świetnie sprawdza się w dużej skali przykuwając wzrok mocną i wyrazistą konstrukcją liter.

W Identyfikacji stosowana jest odmiana **Bold**.

BENI BOLD

Beni Bold 500 pt

ABC123

Beni Bold 185 pt

ABCDEFGHIJKLMNOPRSTWUXYZ
1234567890!@$%^&*?£§

Beni Bold 72 pt

Font dodatkowy.

W celu zachowania czytelności i funkcjonalności zwłaszcza w zakresie komunikacji marki oraz tworzenia treści marketingowych został dobrany font dodatkowy **Cardium A**, pełniący funkcję uzupełniającą.

Krój pisma **Cardium** cechują prostota i nowoczesność czyniąc go uniwersalnym dopełnieniem fonta **Beni**.

Cardium A

Cardium A Bold 220 pt

ABCDEFGHIJKLMNOPRSTWUXYZ
abcdefghijklmnoprstwuxyz
1234567890!@$%^&*?£§

Cardium A Regular 24 pt

ABCDEFGHIJKLMNOPRSTWUXYZ
abcdefghijklmnoprstwuxyz
1234567890!@$%^&*?£§

Cardium A Medium 24 pt

ABCDEFGHIJKLMNOPRSTWUXYZ
abcdefghijklmnoprstwuxyz
1234567890!@$%^&*?£§

Cardium A Semi Bold 24 pt

ABCDEFGHIJKLMNOPRSTWUXYZ
abcdefghijklmnoprstwuxyz
1234567890!@$%^&*?£§

Cardium A Bold 24 pt

Fonty stystemowe.

W przypadku nośników i środowisk cyfrowych, w których wybór czcionek jest ograniczony (np. prezentacja Power Point, dokumenty Word, itp.) dopuszczalne jest używanie czcionki systemowej **Arial** zamiast **Cardium A** oraz czcionki **Impact** zamiast **Beni Bold**.

ABC123

Beni Bold 185 pt

ABC123

Impact 145 pt

Abc123

Cardium A Medium 120 pt

Abc123

Arial Regular 120 pt

Łączenie stylów typograficznych.

Na przykładach obok przedstawiono sposoby łączenia stylów typograficznych przy użyciu fontów **Beni** oraz **Cardium**.

T1 Font: Beni Bold
Rozmiar: 88 pt

T2 Font: Cardium A Medium
Rozmiar: 15 pt
Interlinia: 18 pt

T3 Font: Cardium A Regular
Rozmiar: 8 pt
Interlinia: 11 pt

T4 Font: Cardium A Medium
Rozmiar: 13 pt
Interlinia: 16 pt

T5 Font: Cardium A Bold
Rozmiar: 24 pt
Interlinia: 28 pt

T6 Font: Beni Bold
Rozmiar: 114 pt

T1 LOREM IPSUM

T2 Lorem ipsum dolor sit amet consectetuer adipiscing.

T3 Lorem ipsum dolor sit amet, consectetuer adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat duis autem vel.

T4 Lorem ipsum dolor sit amet consectetuer adipiscing.

T6 LOREM IPSUM

T3 Lorem ipsum dolor sit amet, consectetuer adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat duis autem vel.

T1 LOREM IPSUM

T4 Lorem ipsum dolor sit amet, consectetuer adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat.

T5 **Lorem ipsum dolor sit amet consectetuer adipiscing.**

T3 Lorem ipsum dolor sit amet, consectetuer adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat duis autem vel.

Motyw przewodni.

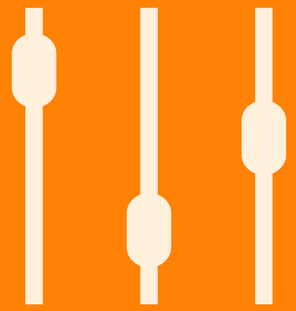
Motywem przewodnim marki są słowa-klucze z literą wymienianą na ikonę. Zastosowany w ten sposób element graficzny pełni funkcję wzmacniającą przekaz kreacji wprowadzając dodatkowy komunikat wizualny.

Słowa-klucze.

Każde z haseł posiada dopasowane do treści słowo-klucz. Po prawej stronie znajdują się ich przykłady z literą wymienną (patrz sekcja **Litera wymienna**) podmienioną na ikonę ilustrującą treść hasła.

Ikona powinna posiadać zbliżony kształt do litery, którą zastępuje, aby zapewnić możliwie najlepszą czytelność.

Rodzaje layoutów 35
Style layoutów 36
Kolory dodatkowe 37
Warianty z claimem 38
Układ treści 39
Konstrukcja kolorystyczna 40
Layout typograficzny 41
Layout fotograficzny 42
Layout z ikoną 43
Budowa kreacji 44
Siatka budowy layoutu z aplą 46
Przeformatowania 47



LAYOUTY

Rodzaje layoutów.

Layouty zostały podzielone na 4 rodzaje: **Typograficzny**, **Apla**, **Fotograficzny** oraz layout **Z ikoną**. Każdy z layoutów może występować w kolorach podstawowych opisanych w niniejszym dokumencie oraz (w określonych sytuacjach) w kolorach dodatkowych. System przewiduje dwa layouty graficzne (Typograficzny i Z ikoną) oraz dwa layouty z wykorzystaniem zdjęć (Apla i Fotograficzny).

Typograficzny

Apla

Fotograficzny

Z ikoną

Style layoutów.

Poniżej przedstawione zostały 4 style kolorystyczne występujące na layoutach: **Kolor podstawowy**, **Wariant jasny**, **Wariant ciemny** oraz **Kolor dodatkowy**. Szczegółowa budowa layoutów została opisana w sekcji **Konstrukcja kolorystyczna**.

Kolor podstawowy

Wariant jasny

Wariant ciemny

Kolor dodatkowy

Kolory dodatkowe.

Kolory dodatkowe powinny być stosowane zgodnie z wytycznymi przedstawionymi poniżej (oraz w sekcji **Konstrukcja kolorystyczna**), aby zachować czytelność i estetykę marki.

Passion

Care

Optimism

Environment

Future

Warianty z claimem.

Claim marki może być umieszczony na layoutach w 4 wariantach: **Pełne hasło** - opiera się na przeskalowanej, pełnej wersji claimu z ikoną zamiast litery. **Słowo-klucz** - działa w identyczny sposób jak pozostałe layouty marki zawierające słowa-klucze. **Z ikoną** - działa w identyczny sposób jak pozostałe layouty marki zawierające ikonę. **Dodatkowy** - jest wersją czystą, biznesową i nie zawiera dodatkowych elementów graficznych poza logotypem oraz claimem w zapisie literniczym.

Pełne hasło

Słowo-klucz

Z ikoną

Dodatkowy

Układ treści.

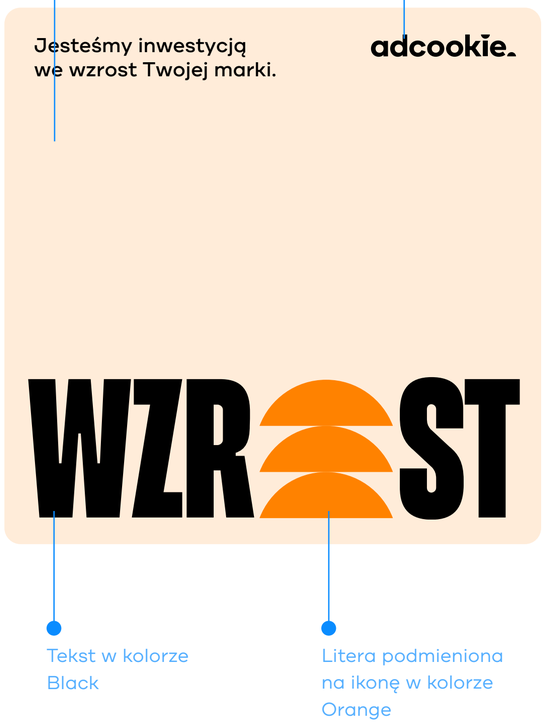
Poniżej przedstawiono przykłady prawidłowych i nieprawidłowych wariantów układu treści na formacie kreacji. Należy stosować się do zaprezentowanych zasad w celu utrzymania czytelności, estetyki i spójności kreacji graficznych.

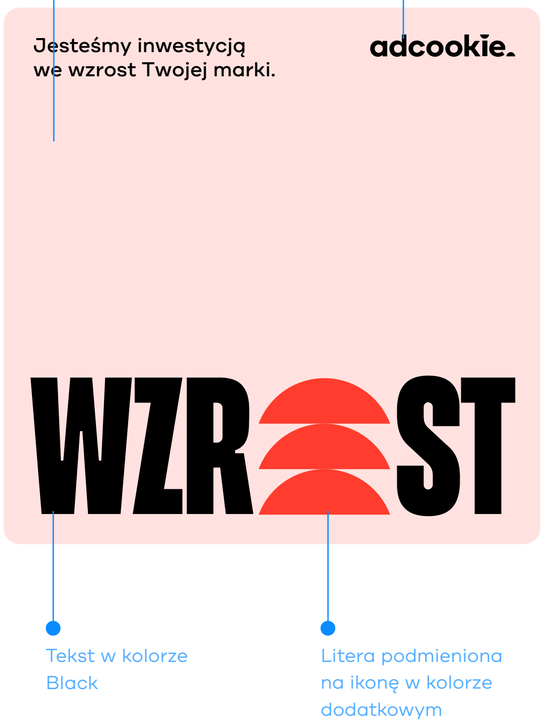
Konstrukcja kolorystyczna.

Konstrukcja kolorystyczna elementów stosowanych na layoutach została ściśle określona w celu zapewnienia czytelności i atrakcyjności kreacji.

Konstrukcja kolorystyczna. Layout typograficzny.

Poniżej przedstawione zostały schematy kolorystyczne dla layoutów typograficznych.





Konstrukcja kolorystyczna. Layout fotograficzny.

Poniżej przedstawione zostały schematy kolorystyczne dla layoutów fotograficznych.

Czarna apla na zdjęciu (30-70% przezroczystości)

Logo i teksty w kolorze Light Orange

Tekst w kolorze Light Orange

Litera podmieniona na ikonę w kolorze Orange

Logo i teksty w kolorze Black

Tekst w kolorze Black

Litera podmieniona na ikonę w kolorze Orange

Czarna apla na zdjęciu (30-70% przezroczystości)

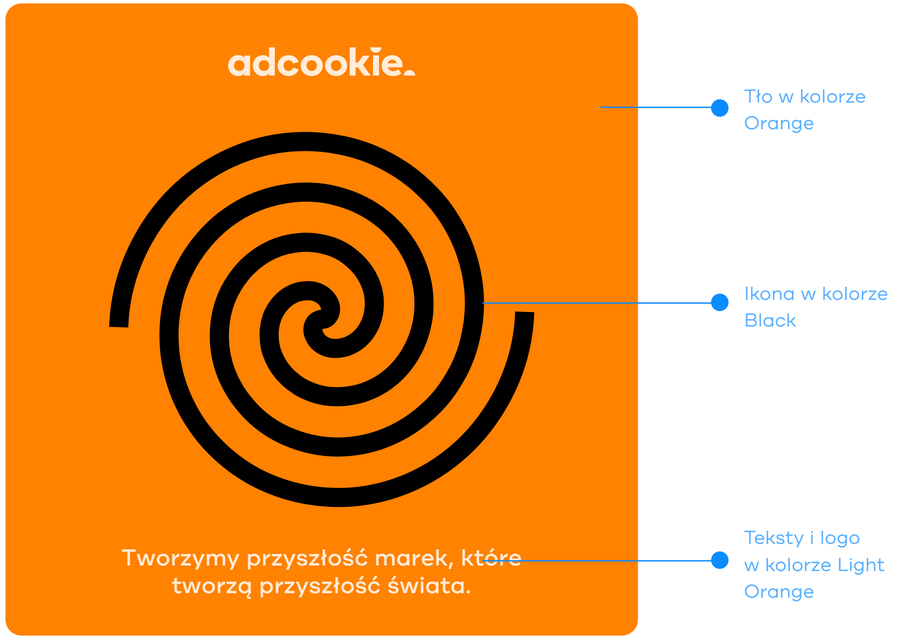
Logo i teksty w kolorze 15% koloru dodatkowego

Tekst w kolorze 15% koloru dodatkowego

Litera podmieniona na ikonę w kolorze dodatkowym

Konstrukcja kolorystyczna. Layout z ikoną.

Poniżej przedstawione zostały schematy kolorystyczne dla layoutów z ikoną.



Budowa kreacji.

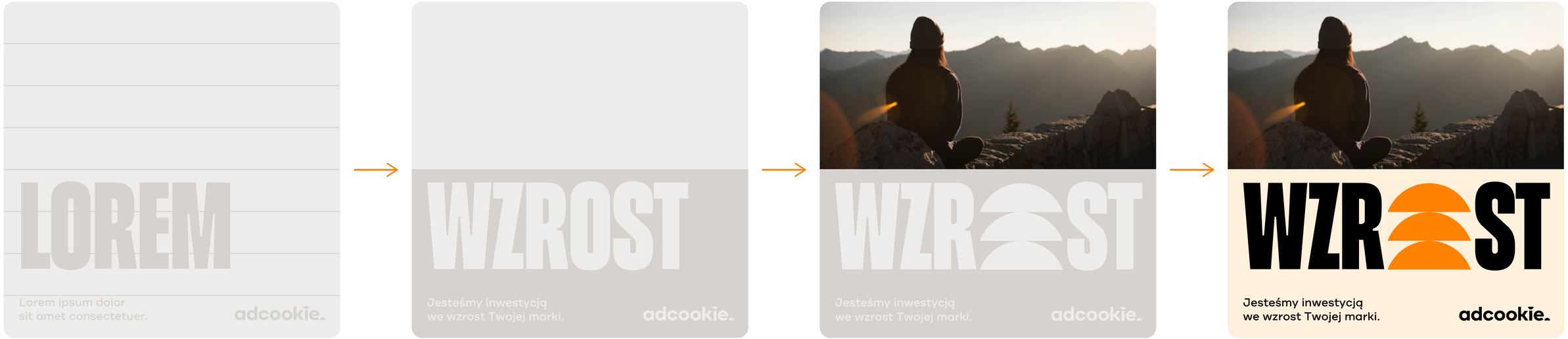
Schemat poniżej przedstawia sposób budowania kreacji w oparciu o szablon, na przykładzie **layoutu fotograficznego**.

1. Szablon.
2. Wpisanie treści w odpowiednie miejsca na szablonie.
3. Dodanie zdjęcia (lub tła) i podmiana litery wymiennejna ikonę.
4. Nadanie kolorów (i opcjonalnie czarnej apli z przezroczystością).

Pobierz szablon

Budowa kreacji.

Schemat poniżej przedstawia sposób budowania kreacji w oparciu o szablon, na przykładzie **layoutu z aplą**.



1. Szablon.
2. Ustawienie apli w wybranym obszarze i wpisanie treści w odpowiednie miejsca na szablonie.
3. Dodanie zdjęcia i podmiana litery wymiennej na ikonę.
4. Nadanie kolorów.

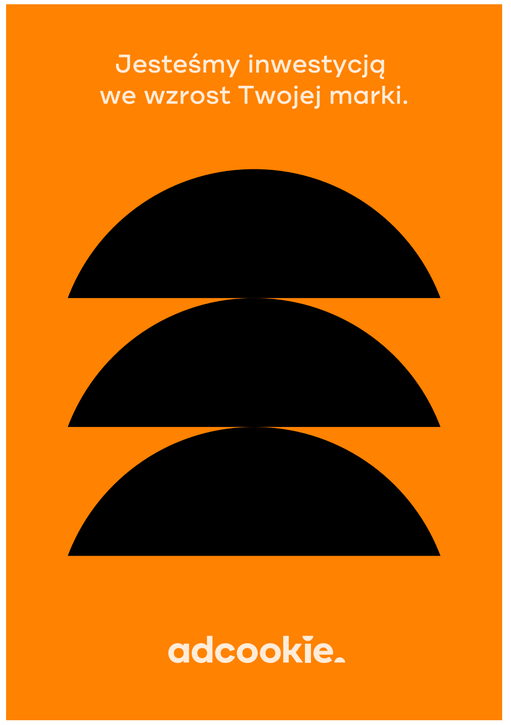
Pobierz szablon

Siatka budowy layoutu z aplą.

Apla może być dostosowana w zależności od potrzeb i ilości treści. W celu ułatwienia konstruowania layoutu z aplą została stworzona siatka, która dzieli format na **8 równych części**. Apla powinna być dociągnięta do wybranego obszaru. Siatka umożliwia dzielenie wszystkich typów formatów zarówno w pionie, jak i w poziomie.

Przeformatowania.

Poniżej przedstawiono przykłady kreacji w opraciu o różne formaty i warianty layoutów.



Motyw przewodni 49

Litera wymienna 50

Elementy animowane 51

Etapy animacji 52

Wykres ruchu 53

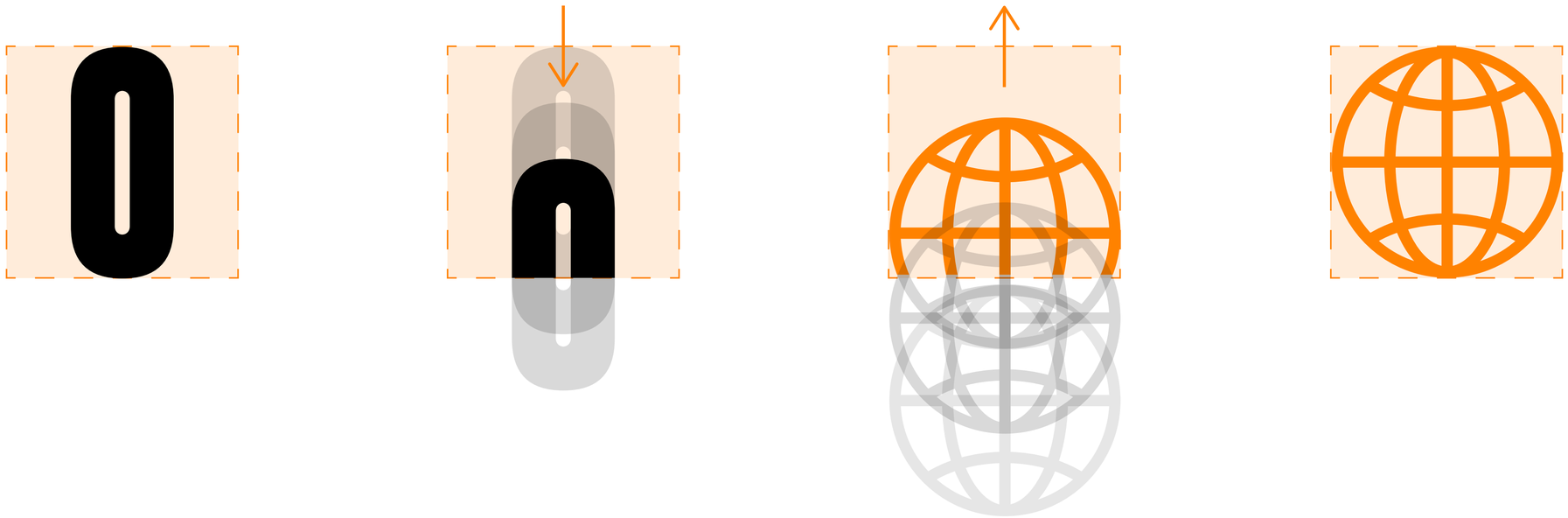
MOTION

Motyw przewodni.

Animacyjnym motywem przewodnim są słowa-klucze z literami wymienianymi na ruchome ikony.

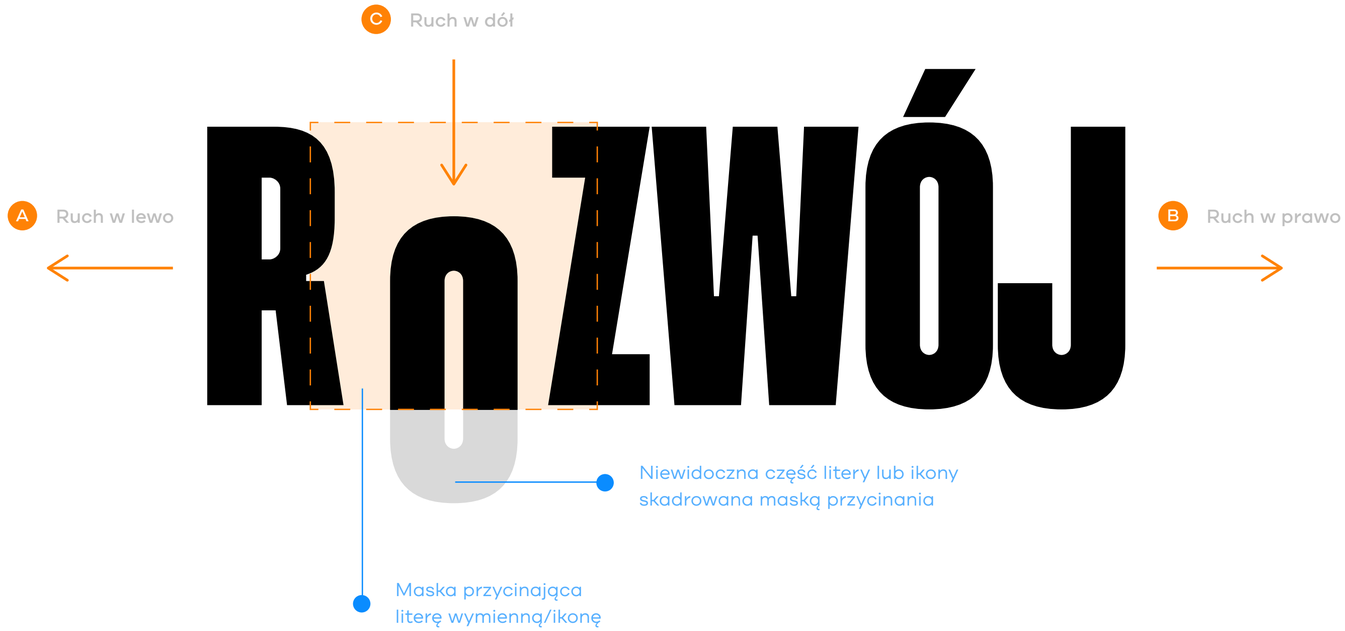
Litera wymienna.

Ikona zastępująca literę wymienną powinna być dobrana pod kątem podobieństwa wizualnego, żeby zapewnić odpowiednią czytelność słowa (**przykład:** litera "o" zastąpiona okrągłą ikoną). Litera wymienna oraz ikona powinny być skadrowane maską przycinającą, w taki sposób, aby ukryć elementy będące poza obszarem słowa-klucza.



Elementy animowane.

Sekwencja animowana składa się z 3 ruchomych elementów: **litery wymiennej, ikony** oraz **pozostałych liter słowa-klucza**. Poniższy schemat pokazuje kierunki ruchu poszczególnych fragmentów kompozycji.



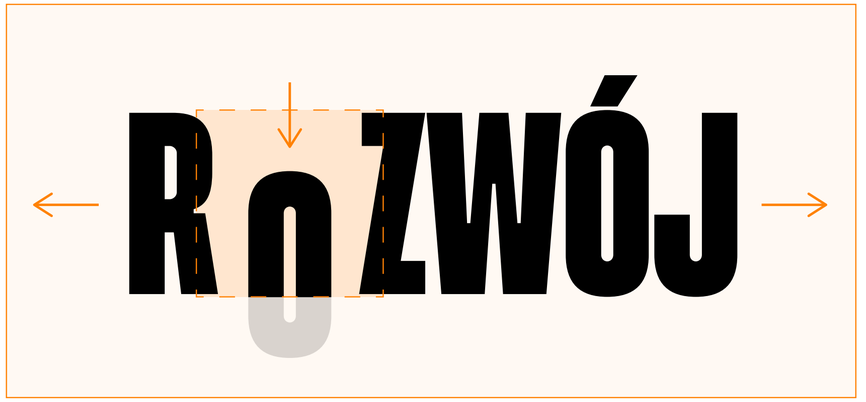
Etapy animacji.

Poniższy przykład ilustruje w sposób statyczny kluczowe kroki procesu animacyjnego.

1

Stan początkowy: słowo-klucz w zapisie słownym z niewidoczną ikoną ukrytą pod maską przycinania.

2



Elementy A i B (patrz poprzednia strona) rozsuwają się na boki tworząc miejsce dla ikony zastępującej wybraną literę. Litera wymienna chowa się.

3

Ikona zastępuje literę wymienną w masce przycinającej poruszając się do góry.

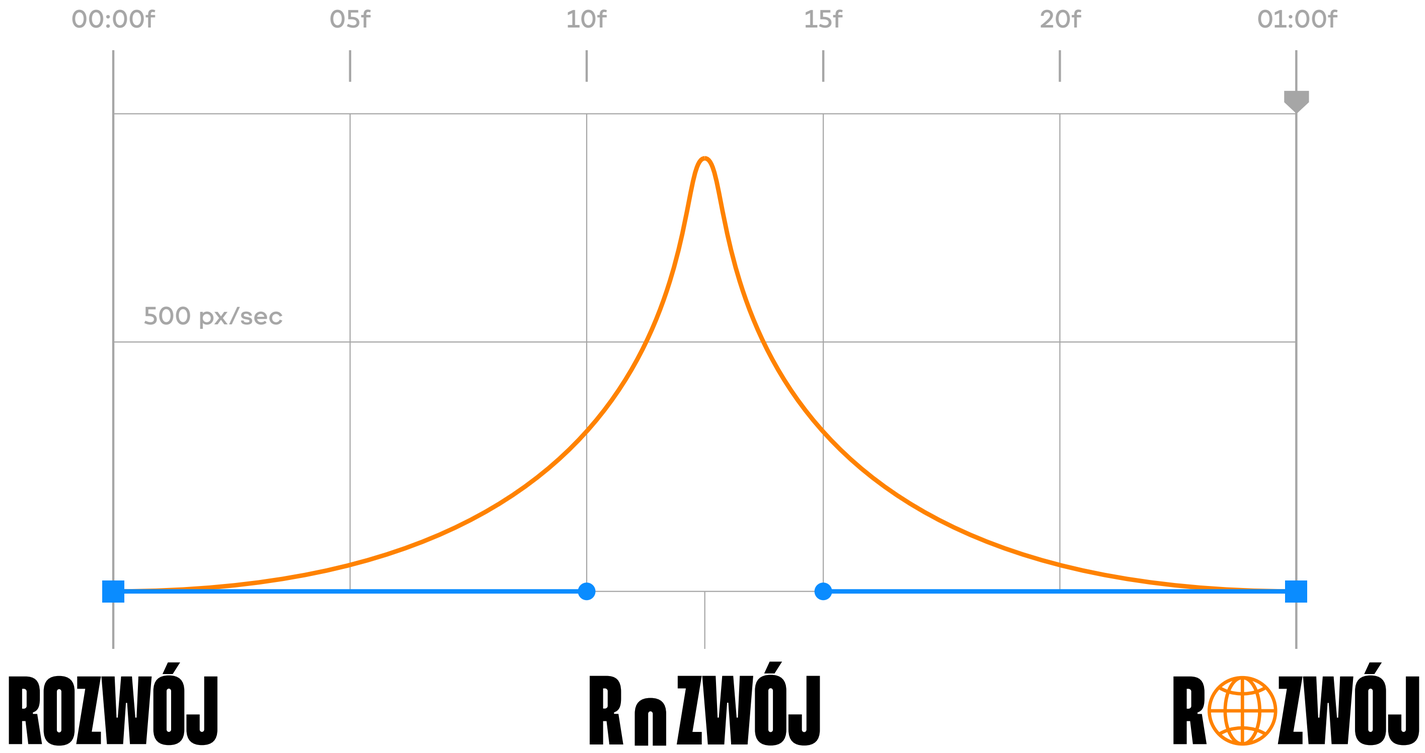
4

Stan końcowy: słowo-klucz z literą wymienioną na ikonę.

Zobacz przykładową animację

Wykres ruchu.

Przedstawiony poniżej schemat ruchu animacji dedykowany jest przede wszystkim animatorom tworzącym kreacje dla marki Adcookie w celu utrzymania spójności ruchów występujących w animacjach.
Wykres poglądowy został stworzony dla animacji w sekwencji **25 klatek na sekundę.**



Listownik 55

Budowa 56

Wizytówka 57

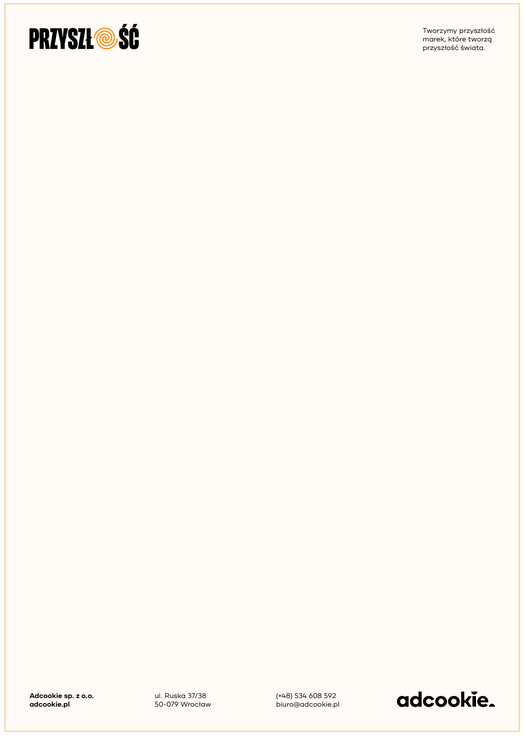
Budowa 58

Stopka e-mail 59

AKCYDENSY

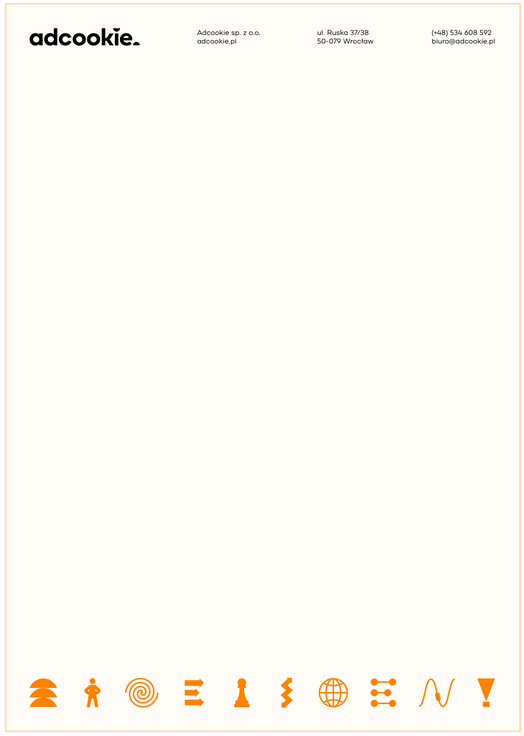
Listownik.

Poniżej przedstawiono style znakowania listownika marki Adcookie. System przewiduje opcje kolorowe i achromatyczne (wariant Eko) w zależności od wymogów produkcyjnych oraz cztery warianty układu treści.

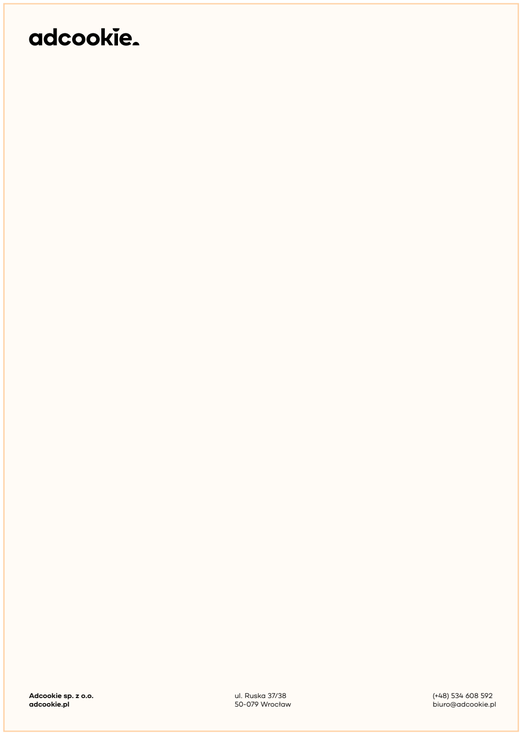


Z hasłem

Pionowy



Z ikonami



Eko

Pobierz pliki

Listownik. Budowa.

Obok przedstawiono wymiarowanie i budowę listownika. Zawsze należy zachować margines **10 mm** z każdej strony oraz używać fontów według przedstawionej instrukcji.

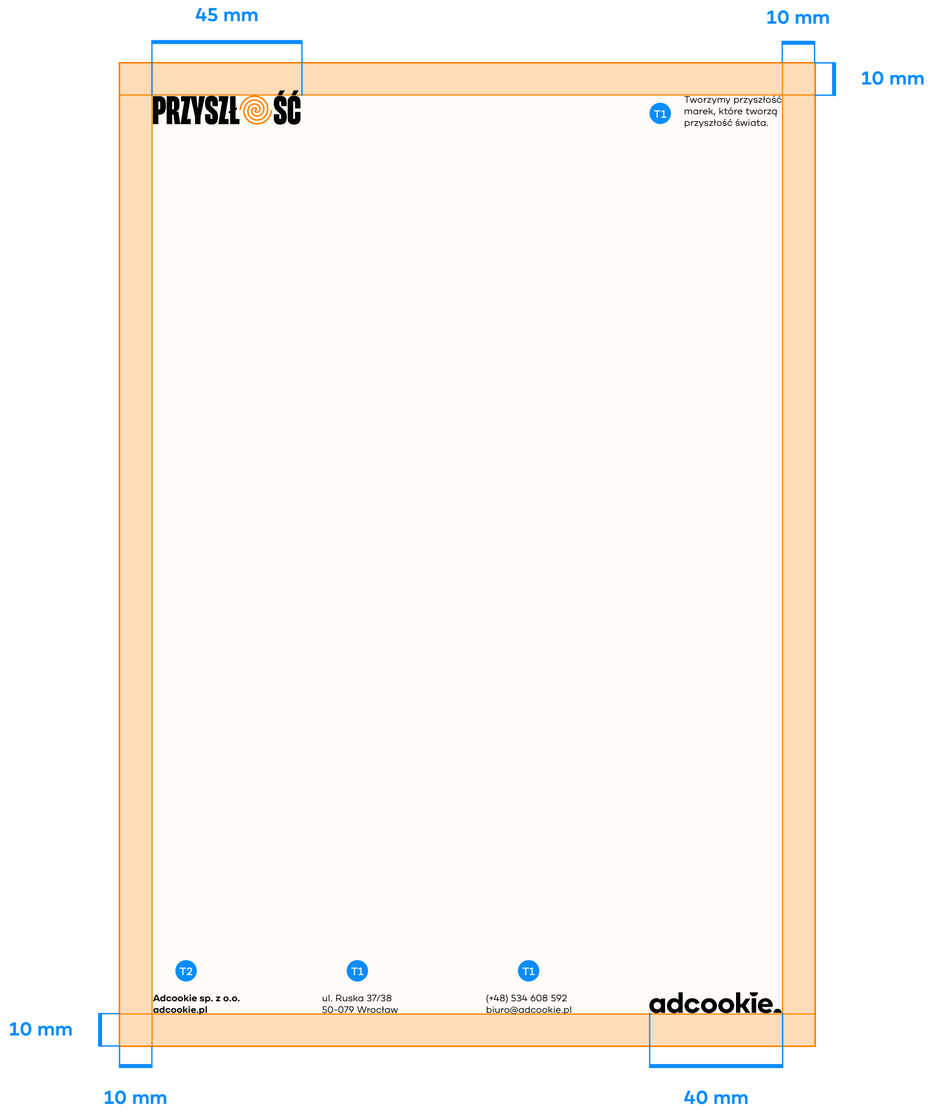
Niniejsze schematy mają charakter poglądowy i należy używać oryginalnych plików marki Adcookie.

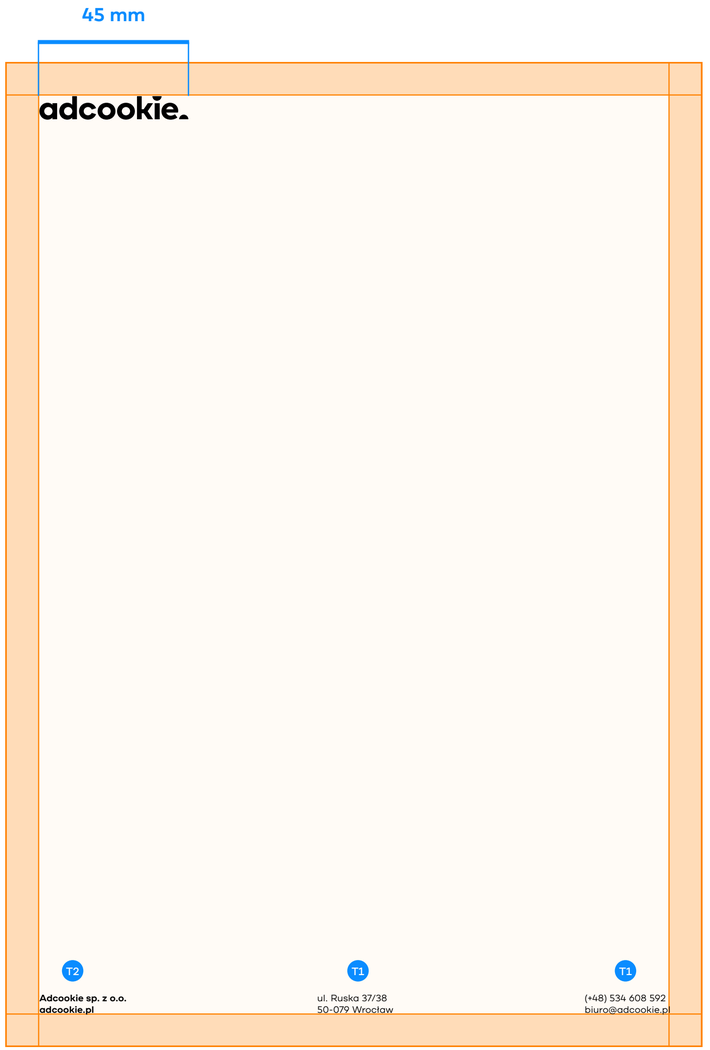
Format: 210x297 mm
Marginesy: 10 mm

T1 Font: Cardium A Regular
Rozmiar: 8 pt
Interlinia: 10 pt

T2 Font: Cardium A Semi Bold
Rozmiar: 8 pt
Interlinia: 10 pt

Sugerowany papier: Sendme Super Gładki Biały 90 g lub Conqeror CX22 Biały Naturalny 100 g.





Wizytówka.

Wizytówki są standardowym nośnikiem Identyfikacji Wizualnej, dlatego System przewiduje kilka wariantów. Rewersy powinny zawierać elementy identyfikacji, które zarówno utrwalą wizualność marki Adcookie, jak i nadadzą jej atrakcyjności. Awers zawiera przede wszystkim dane personalne i informacje firmowe. W Systemie uwzględniono 3 warianty rozmieszczenia danych.

Rewers z hasłem

Rewers z ikoną

Rewers z logotypem

Awers personalny z logo

Awers personalny bez logo

Awers firmowy

Pobierz pliki

Wizytówka. Budowa.

Obok przedstawiono wymiarowanie i budowę wizytówki. Zawsze należy zachować margines minimum **4 mm** z każdej strony oraz używać fontów według przedstawionej instrukcji.

Niniejsze schematy mają charakter poglądowy i należy używać oryginalnych plików marki Adcookie.

Format: 90x50 mm
Marginesy: 4 mm

T1 Font: Cardium A Regular
Rozmiar: 10 pt
Interlinia: 12 pt

T2 Font: Cardium A Semi Bold
Rozmiar: 11 pt
Interlinia: 13 pt

Sugerowany papier: Sendme Super Gładki Biały 250 g lub Connoisseur Soft White 300 g.

Stopka e-mail.

Identyfikacja Wizualna Adcookie przewiduje 2 rodzaje stopek mailowych:

- **wersja podstawowa**
- **wersja z nagrodami**

Na slajdzie przedstawiono przykłady stopki mailowej. Należy zawsze wykorzystywać oryginalne pliki, aby prawidłowo zaadaptować stopkę na potrzeby danego użytkownika.

T1 Font: Arial Bold
Rozmiar: 14 pt

T2 Font: Arial Regular
Rozmiar: 11 pt
Interlinia: 13 pt

Wersja podstawowa

T1 **Jan Kowalski**
T1 Stanowisko

T1 t: (+48) 987 654 321
e: jan.kowalski@adcookie.pl

adcookie.

Wersja z nagrodami

Jan Kowalski
Stanowisko

t: (+48) 987 654 321
e: jan.kowalski@adcookie.pl

adcookie.

Najlepsza agencja wg.ocen klientów w raporcie MMP 2020

Nagroda główna Innowacja internetowa

3. miejsce w kategorii Content Marketing - Branded Content

2. miejsce w kategorii Strategia CM dla klientów

Elitarne grono najlepszych agencji Google Ads na świecie

Pobierz pliki

Style znakowania 61

Bluzy 62

Notesy 63

Butelki i długopisy 64

GADŻETY

Style znakowania.

Poniżej przedstawiono style znakowania gadżetów marki Adcookie na przykładzie toreb bawełnianych. Stystem przewiduje trzy warianty - **Słowo z ikoną, Przeskalowaną ikonę** oraz **Logo**. Każdy z wariantów może występować w kombinacjach kolorów podstawowych opisanych w niniejszym dokumencie lub w kolorach dodatkowych, jeśli zajdzie potrzeba ich zastosowania.

Słowo z ikoną

Przeskalowana ikona

Logo

Pobierz pliki

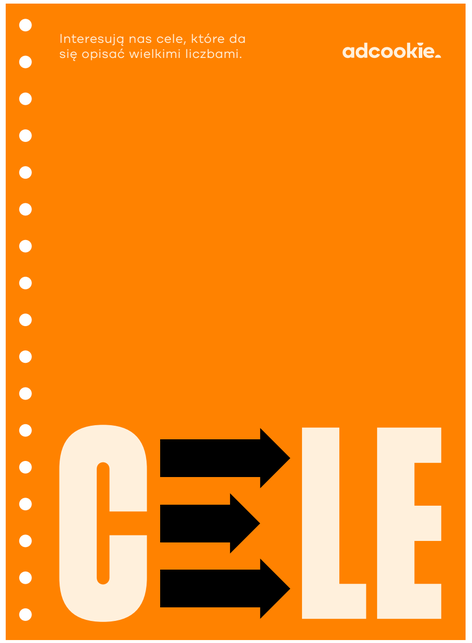
Bluzy.

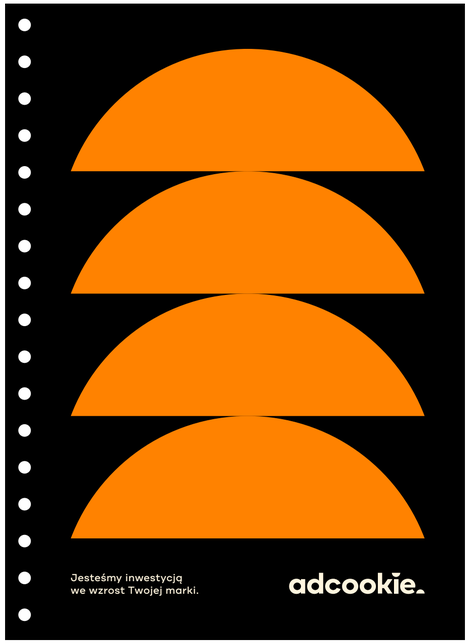
Indentyfikacja Wizualna Adcookie posługuje się różnymi zabiegami graficznymi służącymi do znakowania nośników i gadżetów. Wskazane poniżej przykłady pokazują ich zastosowanie w projektach bluz i ubrań.

Pobierz pliki

Notesy.

Indentyfikacja Wizualna Adcookie posługuje się różnymi zabiegami graficznymi służącymi do znakowania nośników i gadżetów. Wskazane poniżej przykłady pokazują ich zastosowanie w projektach notesów.





Pobierz pliki

Butelki i długopisy.

Indentyfikacja Wizualna Adcookie posługuje się różnymi zabiegami graficznymi służącymi do znakowania nośników i gadżetów. Wskazane poniżej przykłady pokazują ich zastosowanie w projektach butelek i długopisów lub ołówków.

Pobierz pliki

adcookie.

© 2022

Jeśli masz pytania dotyczące
brandbooka i stosowania zasad
w nim opisanych napisz do nas:

info@adcookie.pl

Brand design
& Communication
standards created by:

Kommunikat