

BRAND BOOK

KENO HOME

www.keno-home.com

KENO HOME



Przedstawienie firmy

Naszą misją jest pozytywnie wpływać na otaczający nas świat, czerpiąc inspirację z natury i żyjąc z nią w harmonii i zgodzie, dlatego kierujemy się wartościami i rozwiązaniami zrównoważonego i ekologicznego budownictwa.

Wiemy, jak dużym zaufaniem obdarzają nas klienci, zlecając budowę swojego miejsca na ziemi, dlatego robimy wszystko, aby nasze domy spełniały nawet najbardziej wygórowane oczekiwania przyszłych domowników.

Spis treści

01 | LOGO FIRMY
02 | TYPOGRAFIA
03 | HIERARCHIA TEKSTU
04 | KOLORY
05 | UKŁAD SIATKI
06 | MATERIAŁY DRUKOWANE I WEBOWE
07 | AKCESORIA
08 | ELEMENTY GRAFICZNE I SLOGAN
09 | PODSUMOWANIE I KONTAKT

01

LOGO FIRMY

LOGO KENO Home złożone z typografii oraz sygnatury nawiązuje do tradycyjnego budownictwa, jednak charakteryzuje się minimalistyczną nowoczesną formą.



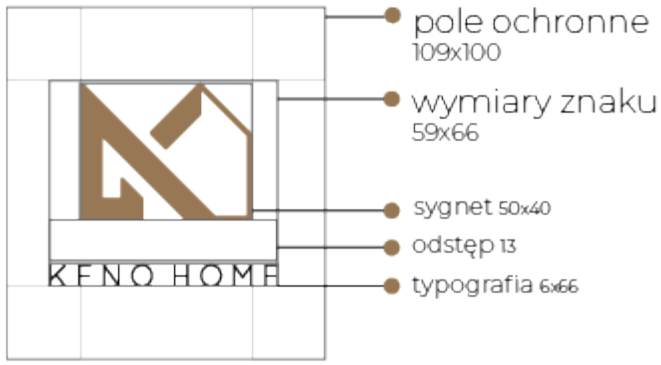
Podstawowa wersja znaku

Typografia użyta w logo

a ą b c ć d e ę f g h i j k l ł m n ń o ó p r s ś t u w y z ź ż
A Ą B C Ć D E Ę F G H I J K L Ł M N Ń O Ó P R S Ś T U W Y Z Ź Ż.

Quicksand REGULAR

Wymiary oraz pole ochronne znaku



Kolory użyte w wersji podstawowej loga

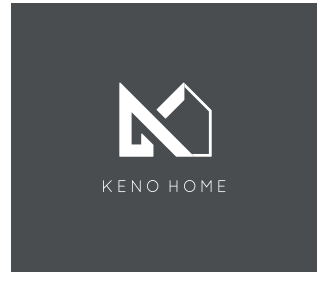
HEX: #000000; RGB: 0,0, 0; CMYK: C=0%, M=0%, Y=0%, K=100%

Zastosowanie









Niedozwolone stosowanie







Minimalne wymiary znaku





Druk: 15 x 14mm

Web: 75 x 69mm







Prawidłowe wykorzystanie znaku

Niewłaściwe wykorzystanie znaku

Logo nie powinno być w żaden sposób dostosowywane ani edytowane. Oto kilka przykładów tego, czego nie należy robić:

- Nie należy zmieniać kolorów logo.
- Nie należy umieszczać elementów w wolnej przestrzeni logo.
- Nie należy kondensować, rozszerzać ani zniekształcać logo w sposób nieproporcjonalny.
- Do logo nie należy dodawać cienia, fazowania i wytłaczania, wewnętrznej poświaty ani żadnych innych efektów tekstowych.
- Nie należy zmieniać położenia ikony logo.
- Nie należy umieszczać logo na obrazie o słabym kontraście i czytelności.
- Nie należy obracać logo.
- Nie przycinaj logo.

02

Typografia

Dobierając font do Identyfikacji firmy, staraliśmy się kierować przede wszystkim uniwersalnością i wysokim stopniem czytelności.

Wybór padł na Montserrat. Ponadczasowy bezszeryfowy Font, dostępny w wielu językach, aż w 9 odmianach: Thin, Extra Light, Light, Regular, Medium, Semi Bold, Extra Bold i Black. Font jest bezpłatny i szeroko dostępny choćby w Google Fonts.

Montserrat Thin
aąbcćdeęfghijklłmnńoóprsśtuwyzźż
AĄBCĆDEĘFGHIJKLŁMNŃOÓPRSŚTUWYZŹŻ

Montserrat ExtraLight
aąbcćdeęfghijklłmnńoóprsśtuwyzźż
AĄBCĆDEĘFGHIJKLŁMNŃOÓPRSŚTUWYZŹŻ

Montserrat Light
aąbcćdeęfghijklłmnńoóprsśtuwyzźż
AĄBCĆDEĘFGHIJKLŁMNŃOÓPRSŚTUWYZŹŻ

Montserrat Regular
aąbcćdeęfghijklłmnńoóprsśtuwyzźż
AĄBCĆDEĘFGHIJKLŁMNŃOÓPRSŚTUWYZŹŻ

Montserrat Medium
aąbcćdeęfghijklłmnńoóprsśtuwyzźż
AĄBCĆDEĘFGHIJKLŁMNŃOÓPRSŚTUWYZŹŻ

Montserrat SemiBold
aąbcćdeęfghijklłmnńoóprsśtuwyzźż
AĄBCĆDEĘFGHIJKLŁMNŃOÓPRSŚTUWYZŹŻ

Montserrat Bold
aąbcćdeęfghijklłmnńoóprsśtuwyzźż
AĄBCĆDEĘFGHIJKLŁMNŃOÓPRSŚTUWYZŹŻ

Montserrat Ekstra Bold
aąbcćdeęfghijklłmnńoóprsśtuwyzźż
AĄBCĆDEĘFGHIJKLŁMNŃOÓPRSŚTUWYZŹŻ

Montserrat Black
aąbcćdeęfghijklłmnńoóprsśtuwyzźż
AĄBCĆDEĘFGHIJKLŁMNŃOÓPRSŚTUWYZŹŻ

Montserrat Thin
aąbcćdeęfghijklłmnńoóprsśtuwyzźż
AĄBCĆDEĘFGHIJKLŁMNŃOÓPRSŚTUWYZŹŻ

Montserrat ExtraLight
aąbcćdeęfghijklłmnńoóprsśtuwyzźż
AĄBCĆDEĘFGHIJKLŁMNŃOÓPRSŚTUWYZŹŻ

Montserrat Light
aąbcćdeęfghijklłmnńoóprsśtuwyzźż
AĄBCĆDEĘFGHIJKLŁMNŃOÓPRSŚTUWYZŹŻ

Montserrat Regular
aąbcćdeęfghijklłmnńoóprsśtuwyzźż
AĄBCĆDEĘFGHIJKLŁMNŃOÓPRSŚTUWYZŹŻ

Montserrat Medium
aąbcćdeęfghijklłmnńoóprsśtuwyzźż
AĄBCĆDEĘFGHIJKLŁMNŃOÓPRSŚTUWYZŹŻ

Montserrat SemiBold
aąbcćdeęfghijklłmnńoóprsśtuwyzźż
AĄBCĆDEĘFGHIJKLŁMNŃOÓPRSŚTUWYZŹŻ

Montserrat Bold
aąbcćdeęfghijklłmnńoóprsśtuwyzźż
AĄBCĆDEĘFGHIJKLŁMNŃOÓPRSŚTUWYZŹŻ

Montserrat Ekstra Bold
aąbcćdeęfghijklłmnńoóprsśtuwyzźż
AĄBCĆDEĘFGHIJKLŁMNŃOÓPRSŚTUWYZŹŻ

Montserrat Black
aąbcćdeęfghijklłmnńoóprsśtuwyzźż
AĄBCĆDEĘFGHIJKLŁMNŃOÓPRSŚTUWYZŹŻ

03

Hierarchia tekstu

Przygotowując tę część skupiliśmy uwagę na to, aby informacje w naszych materiałach były jasne i czytelne. Odpowiedni stosunek doboru typografii do treści, którą niesie jest szalenie ważna, aby komunikaty, które są najważniejsze były dostrzegane od razu.
W tym celu zastosowaliśmy 4 style: tytuł, Nagłówek, tekst ciągły, oraz dodatek

TYTUŁ

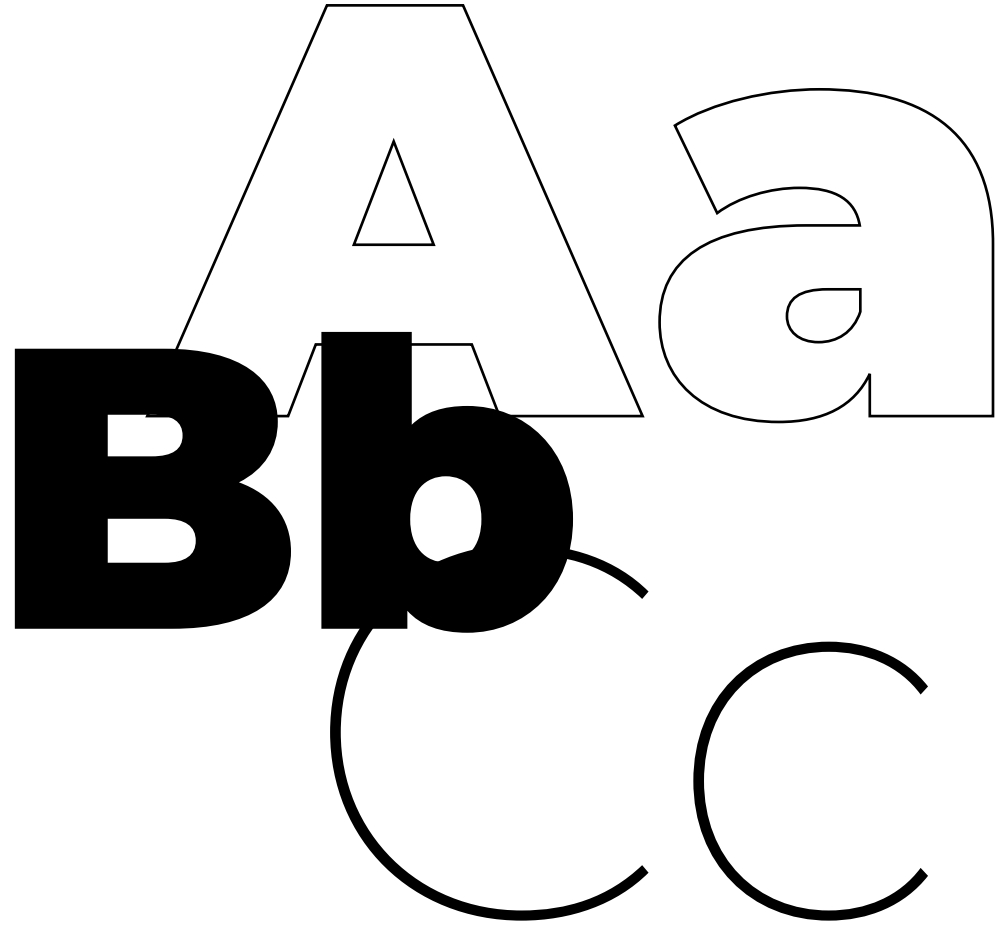
Montserrat Black - bez wypełnienia, za to z obrysem, zawsze zdecydowanie większy niż pozostałe treści. Stosowany np dla nazw domów, czy jako wyróżnik.

Nagłówek

Montserrat Black - wypełniony jednolicie jednym z kolorów marki: #a07b51; #000000, #ffffff - mocne zaznaczenie tematyki, której ma dotyczyć dalsza część tekstu.

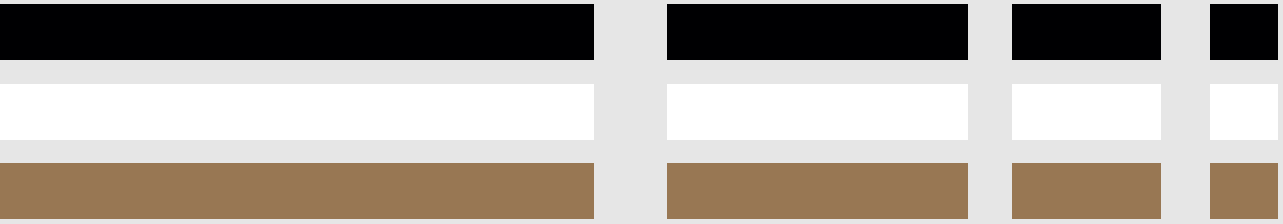
tekst ciągły
Montserrat Regular lub Thin w zależności od projektu, dla szczegółów informacji, dłuższych treści, mniejszy od pozostałych lecz nie mniejszy niż 6pkt.

Dodatek
Montserrat Thin, 8 i mniej pkt, opisuje serie, informacje z gwiazdką, mniej istotne lub oczywiste treści, które jednak muszą znaleźć się w materiale.



Kolory marki:

Kolory marki mają odzwierciedlać nasze projekty - minimalistyczne i ponadczasowe. Mają stanowić o sile marki, jej nowoczesności, ale również jej naturalnych aspektach - stąd brąz, który ma na myśl przywodzić ziemię jako symbol natury, czy drewno jako solidny budulec. Brąz kojarzy się z monumentem, stabilnością i trwałością.



HEX: #000000; RGB: 0,0, 0; CMYK: C=0%, M=0%, Y=0%, K=100%

HEX: #ffffff; RGB: 225, 225, 225; CMYK: C=0%, M=0%, Y=0%, K=0%

HEX: #a07b51; RGB: 160, 122, 81; CMYK: C=20%, M=45%, Y=67%, K=23%

04

Układ siatki

05

Założyliśmy 2 podstawowe warianty układu siatek dla projektów. Nie stawiamy jednak nakazów czy zakazów w tej kwestii, ponieważ dobrze wiemy, że na potrzebę konkretnego projektu czasami trzeba wyjść po za sztywne ramy.

01. Pierwszy z nich to układ na 5 łamów z 5mm odstępami - który umożliwia projektowanie treści z wieloma krótkimi informacjami, jak np ulotki. W tego w ,materiałach często wymieniamy w punktach konkretne cechy czy informacje.

02. Kolejny układ to układ na 3 łamy, również z 5 mm odstępem. W naszych projektach doskonale sprawdza się przy opisach zakresów wykończenia naszych domów, czy przedstawienia oferty.



06



Materiały drukowane i webowe

Wszystkie materiały drukowane charakteryzują się prostą formą. Naszym celem jest tworzenie kompletnych w informacje materiałów, które są przejrzyste i jasne dla odbiorcy.

Aby zachować spójność korzystamy z zestawu stałych elementów. Ten zabieg pozwala sprawnie poruszać się w obrębie materiałów, które tworzymy.

Ulotki, broszury

Ten rodzaj materiałów projektujemy w taki sposób, aby przekazać za ich pomocą wyłącznie istotne informacje, a jednocześnie aby były jak najbardziej atrakcyjne wizualnie.

W tych materiałach nie powinno zabraknąć:

- loga
- dużej ilości zdjęć
- ikon obrazujących poszczególne grupy informacji
- układu siatki, który widocznie rozdzieli bloki informacyjne
- kolorystyki oraz typografii z której korzysta KENO Home
- kodów QR prowadzących do spacerów 3D
- wyróżnione informacje umieszczone w ramce, w kolorze brązowym (HEX: a07b51), o grubości 3-4pkt

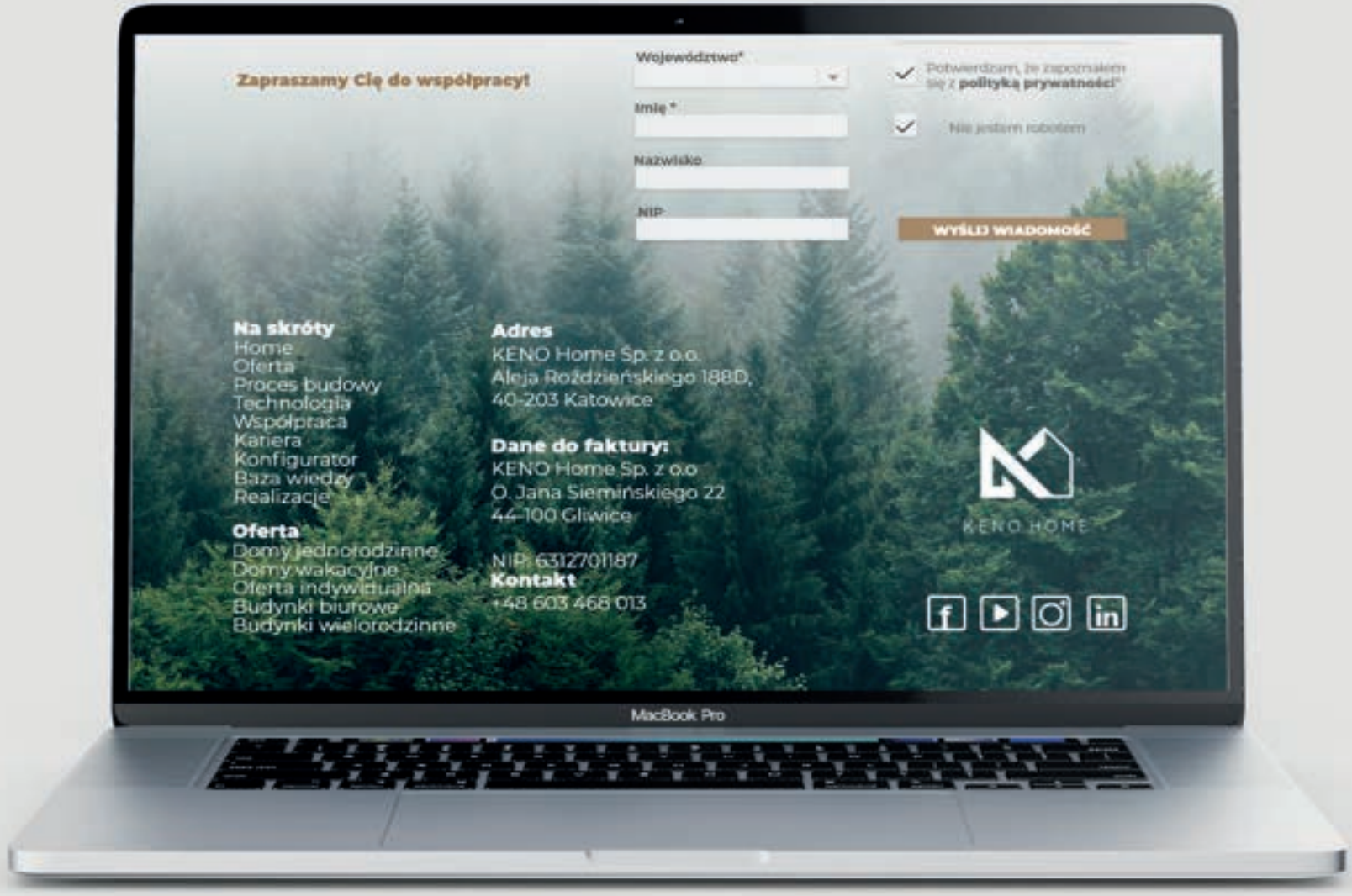




Katalogi

Przygotowujemy w kilku wersjach ze względu na ich przeznaczenie. Katalogi przeznaczone do druku są zawężone do zaledwie kilku, jednak najbardziej interesujących projektów domów. Dlaczego? Pierwszy powód ma podłoże ekologiczne - w ten sposób zmniejszamy zużycie papieru. Kolejny to wygoda - katalog z pełną ofertą w wersji drukowanej byłby ciążki i nieporęczny.
Katalog z naszą pełną ofertą przygotowujemy w wersji do przeglądania w internecie.

Katalogi powinny zawierać:
- logo
- kompletny zestaw informacji o współpracy
- ikony obrazujące grupy informacji
- układ siatki, który widocznie rozdzieli bloki informacyjne dużą ilość fotografii oraz wizualizacji 3D
- kody QR kierujące do spacerów 3D, strony internetowej itp
- wyróżnione informacje umieszczone w ramce, w kolorze brązowym (HEX: a07b51), o grubości 3-4pkt



WWW

Strona internetowa KENO Home ma pełnić rolę wizytówki, przedstawiać ofertę oraz ułatwiać kontakt z naszymi przedstawicielami. Jest ona stale modyfikowana i uzupełniana, o kolejne funkcjonalności, z zachowaniem zasad projektowania z naciskiem na najwyższej jakości UX oraz UI.

Akcesoria

Na potrzeby promocji KENO Home dysponuję serią brandowanych gadżetów reklamowych. Poniżej kilka przykładów.







07


KENO HOME

Elementy grafczne

W naszej identyfikacji wykorzystujemy liczne elementy graficzne. Poniżej znajdują się przykłady tych, z których korzystamy najczęściej.





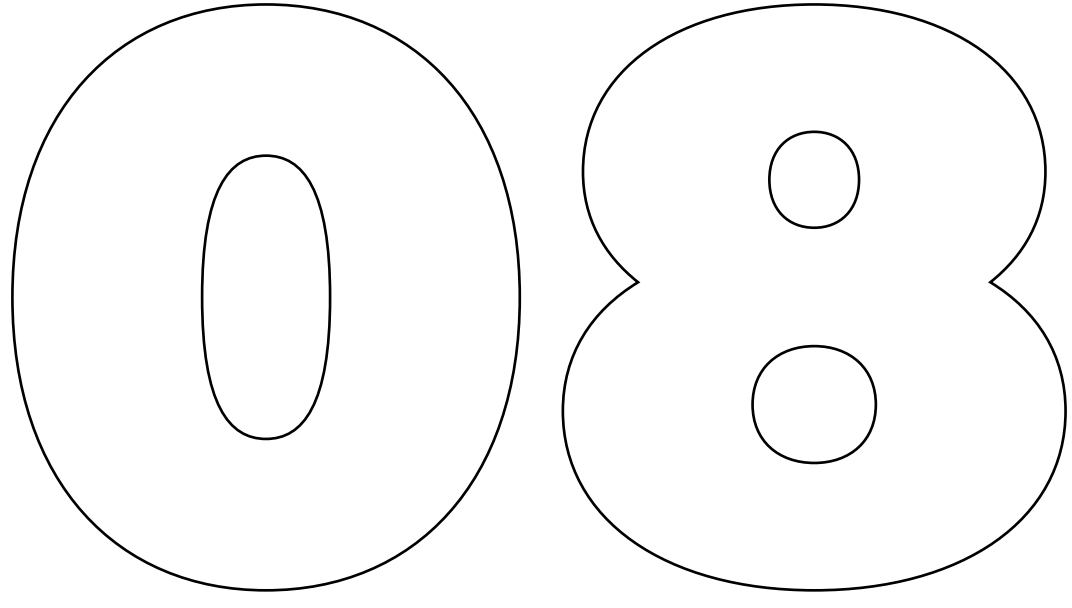


Slogan

Bliżej natury

Ikony





Projekty i wizualizacje











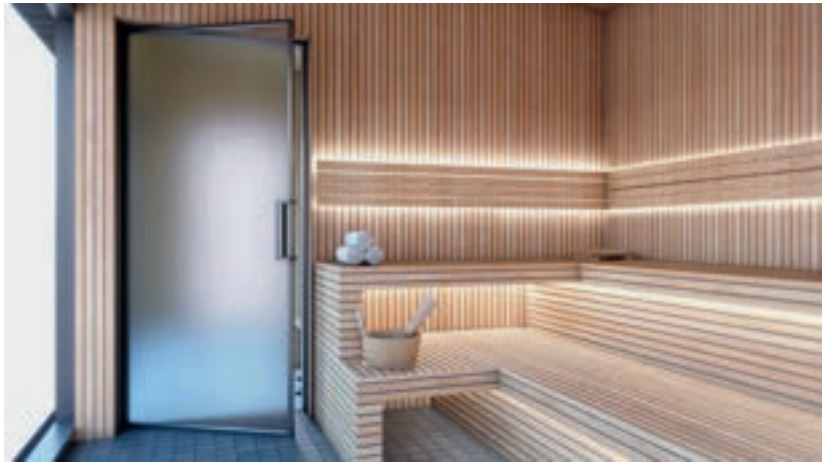






















09

Podsumowanie

Brandbook marki KENO Home powstał z celem ułatwienia utrzymania spójności marki oraz wytyczenia ścieżki w ramach identyfikacji wizualnej. Jego głównym zadaniem jest przekazanie jasnego i oczywistego przekazu dotyczącego kluczowych elementów wizualnych. Dzięki brandbookowi, marka KENO Home ma nadzieję, że zarówno pracownicy, jak i partnerzy biznesowi będą w stanie w pełni zrozumieć istotę wizualnych fundamentów marki, co przyczyni się do konsekwentnego oddziaływania na odbiorców.

KENO HOME