



Twoja marka osobista

Identyfikacja wizualna

Przewodnik z ćwiczeniami

ELA WOLIŃSKA
www.akademiazdalna.pl

SŁOWO WSTĘPU

DROGI CZYTELNIKU

Przyszła Wirtualna Asystentko!

Trzymasz w ręku prosty pdf, który podpowie Ci jak dobierać kolory w marketingu.

Rozpoczynając pracę jako Wirtualna Asystentka, stajesz bowiem przed dylematem, jakie wybrać kolory dla swojej marki. W jakich proporcjach ich używać? Jak i do czego stosować? Jak stworzyć logo? I jakich programów używać w codziennej pracy?

Ten pdf podpowie najprostsze programy, wedle różnych potrzeb: od stworzenia właśnie logo, po proste animacje na potrzeby mediów społecznościowych.

Zachęcam Cię do przemyślenia kolorów oraz loga dla swojej marki. Choć podkreślam, że nie warto blokować się, gdy nie mamy pomysłu na te elementy swojej identyfikacji, mam też świadomość, że branding czasami ewoluuje, to dobrze (i samodzielnie) przygotowany moodboard staje się wyróżnikiem, dodaje energii i motywacji do działania.

Starłam się więc zebrać wskazówki oraz ćwiczenia do tego, by mądrze przemyśleć content do działania w tym obszarze.

Ściskam i trzymam kciuki,

Ela Wolińska



PRAWA AUTORSKIE

COPYRIGHT ©ELA WOLIŃSKA - AKADEMIASDALNA.PL, 2024
ALL RIGHTS RESERVED.

Wszystkie treści umieszczone w e-booku są a chronione prawem autorskim, które przysługuje ELŻBIETA WOLIŃSKA - AKADEMIASDALNA.PL

e-book stanowi własność ELA WOLIŃSKA - AKADEMIASDALNA.PL i jest utworem w rozumieniu ustawy z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych (Dz. U. Nr 90, poz. 631). Żadna jego część nie może być rozpowszechniana lub kopiowana w jakikolwiek sposób (elektroniczny, mechaniczny lub inny) bez pisemnej zgody.

e-book ma wyłącznie charakter informacyjny i nie stanowi oferty w rozumieniu przepisów prawa cywilnego.

Autor e-booka dokłada starań, aby zawarte w nim treści były rzetelne i pomocne, jednakże nie ponosi żadnej odpowiedzialności za skutki działań podejmowanych w oparciu o nie.

Kopiowanie zawartości e-booka bez pisemnej zgody właściciela jest zabronione. Materiały zawarte w niniejszej publikacji mogą być wykorzystywane lub rozpowszechniane jedynie w celach informacyjnych oraz wyłącznie z notą o prawach autorskich i ze wskazaniem źródła informacji.

Wszelkie prawa zastrzeżone..

KOLORY MARKI

To, jakie kolory swojej marki wybierzesz ma ogromne znaczenie. Wpływają one na emocje i umysł odbiorcy, a więc Twojego potencjalnego klienta. Tym samym odpowiednio i umiejętnie dobrana kolorystyka wpływa zarówno na nastrój odbiorcy, jak i pomoże przyciągnąć klientów.

Wybierając kolory zwróć uwagę na ich "temperaturę". Kolory chłodne dają wrażenie ukojenia, spokoju. Natomiast kolory ciepłe są bardziej energetyczne i żywe.

Pamiętaj również, że wybrane kolory powinny do Ciebie pasować. Ustal paletę pod kontem zarówno oferowanych usług, jak i osobowości. Jeśli nie wiesz jakie kolory marki wybrać i jaki styl do Ciebie pasuje możesz wykonać bardzo ciekawy i fajny test. Znajdziesz go na stronie Unikato.

PODSTAWOWE ZNACZENIE KOLORÓW



Kolor czerwony wyróżnia duża intensywność, Idealnie sprawdzi się w nagłówkach i przyciskach, które mają przyciągnąć uwagę. Tym kolorem oznacza się np. promocje i przeceny. W zależności od tego, jaki efekt chcesz osiągnąć, zwróć uwagę na jego odcień. Jasna czerwień podkreśla radość, pasję i czułość. Ciemna natomiast łączy się z siłą woli, przywództwem.



Kolor pomarańczowy jest połączeniem energii koloru czerwonego i pogodności koloru żółtego. Określa fascynację, determinację i współzawodnictwo. Duże znaczenie ma jego odcień. Ciemny odzwierciedla podejrzliwość, natomiast złoty wskazuje na prestiż i wysoką jakość. Kojarzy się z niskimi cenami oraz twórczością. Złoty odcień, często wybierają marki ekskluzywne.

PODSTAWOWE ZNACZENIE KOLORÓW



Kolor żółty ściśle połączony jest z radością, intelektem, energią. Odpowiedni odcień, wywołać może w odbiorcy przyjemne uczucia. Jednak uwaga - bo żółty to kolor ostrzegawczy. Może więc kojarzyć się ze złością. Ceny napisane kolorem żółtym, nasz mózg odczytuje jako okazyjne, podobnie jak pomarańczowe.



Kolor zielony to kolor natury, określa bezpieczeństwo. Dla biznesu najlepsza jest w odcieniu morskim lub oliwkowym. Ma jednak "tendencję" do zlewania się z tłem, więc nie do końca jest odpowiedni dla przycisków CTA itp. Tutaj lepiej sprawdzi się mocny kolor, ostra zieleń, lub kontrast np. z białym tłem.



Kolor niebieski symbolizuje stabilizację, prawdę, lojalność. Ciemny odcień łączony jest z wiedzą i spójnością, jasny ze zrozumieniem, "miękością". Uważaj jednak na błękit. Ceny usług pisane kolorem błękitnym, odbierane są jako wysokie.



Czarny kolor to wysoki standard, moc, elegancja oraz tajemniczość. Jednocześnie kojarzony jest również ze złem i śmiercią. Dlatego nie jest odpowiedni dla biznesu (chyba że mówimy o kolorze czcionki). Kolor czarny świetnie wpasowuje się w usługi męskie typu: garnitury, barbering, motocykle.



Szary, to najbardziej neutralny kolor. Pasuje prawie do wszystkiego i dobrze się komponuje z niemal każdą marką. Wszystko zależy od odcienia, nasycenia i temperatury. Nie wybieraj jednak szarości jako głównego koloru, bo przez to, że jest neutralny, może wydawać się... nijaki.



Kolor fioletowy oznacza unikatowość, oryginalność i kobiecość. Wybierają go zazwyczaj marki oferujące produkty i usługi premium, nie dla każdego.

KOLOR W IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ

Wybór kolorów marki, to bardzo ważny krok. Dlatego warto nad nim zastanowić dłużej.

Już wiesz, czym kierować się przy wyborze koloru. A jak to ogarnąć w praktyce?

To właśnie wybranych kolorów użyjesz do stworzenia logo czy na swojej stronie internetowej. Dzięki nim będziesz zapamiętywana i widoczna.

Najlepszym rozwiązaniem jest wybór dwóch, do trzech kolorów.

Niech jednak nie będą one wszystkie zbyt intensywne, nasycone. Dobrze jest, by przynajmniej jeden z nich był stonowany, łagodny, a jednocześnie pasujący do pozostałych.

Pamiętaj o zasadzie: 60/30/10, gdzie:

60% kolor główny
30% kolor pomocniczy
10% akcent

Pamiętaj:

Wybierz 2-3 kolory dla swojej marki. Jeśli potrzebujesz więcej barw do projektu, korzystaj z gotowych palet, by kolory do siebie pasowały.

Sprawdź, czy Twoje wybrane kolory dobrze ze sobą współgrają, czy kontrastują ze sobą, czy są spójne ze sobą i Twoją marką.

COVER PHOTO

Elementami identyfikacji wizualnej każdego użytkownika mediów społecznościowych są zdjęcie profilowe (tzw. awatar) i dopasowane do niego zdjęcie w tle, czyli cover photo. Cover photo to wizytówka twojego fanpage i pierwsze źródło informacji o charakterze twojej działalności. Zamieszczając na grafice swoje dane kontaktowe, ułatwiasz potencjalnemu klientowi kontakt ze sobą. Ponadto cover photo może pomóc w działaniach marketingowych, informować o promocjach, ofertach czy wydarzeniach. Warto więc przygotować grafikę najlepszej jakości, pamiętając o kilku kwestiach:

- zdjęcie, które zamieścisz powinno pasować do tematyki twojej strony,
- tekst oraz inne elementy zaprojektuj w kolorach swojej marki, by zachować spójną identyfikację wizualną,
- wszelkie napisy należy umieścić na środku grafiki, ponieważ Facebook na urządzeniach mobilnych obcina skrajne elementy zdjęcia w tle,
- nie wrzucaj również napisów bezpośrednio na zdjęcie, daj im kontrastowe tło. Dzięki temu będą lepiej widoczne.

Zgodnie z wytycznymi Facebooka, zdjęcie w tle na monitorach komputerowych powinno mieć rozmiar 820 x 312 px, a na smartfonach – 640 x 360 px. Rozbieżność rekomendowanych wymiarów na poszczególne urządzenia, wynika z tego, że ekrany komputerów są szerokie, a smartfonów wysokie. Tworząc więc cover foto, wybierz wartości skrajne, czyli 820 x 360 px, a treści umieszczaj na środku, według wskazówek wyżej. Wybierz więc w Canva „wymiar niestandardowy projektu”, podaj rekomendowany rozmiar i korzystaj ze wszystkich możliwości, jakie daje ten program.

Dodatkowo, na media społecznościowe zawsze wgrywaj grafiki w rozszerzeniu png. Facebook i tak przekonwertuje Twoje prace. Dodając je w większym ciężarze, nie ryzykujesz utraty jakości.

ĆWICZENIA

Jakie są Twoje ulubione kolory? Jakie kolory Cię wyrażają? Jak lubisz się ubierać? Jakimi kolorami się otaczasz?

.....

.....

.....

.....

.....

Jakie kolory działają na Twoją wyobraźnię? Czy jakieś budzą Twoje emocje? Dobre? Złe? Reakcje?

.....

.....

.....

.....

.....

Jakie kolory wybierasz dla swojej marki?

.....

.....

.....

.....

.....

ĆWICZENIA

Zaprojektuj swoje logo:



Akademia Zdalna

Ela Wolińska



www.akademiazdalna.pl

www.wirtualneasytentki.pl

www.elawolinska.pl



info@elawolinska.pl



akademiazdalna



ela-wolinska



elawolinska
