

ბრენდის ვიზუალური სიმბოლოს (ლოგო) და ბრენდის ვიზუალური სტილის სახელმძღვანელოს (brand book-ის) შემუშავება, რომელიც მოიცავს:

2.3.1. ლოგო, სლოგანი და მათი გამოყენების წესები:

☒ ლოგოტიპი - ინგლისური და ქართული ვერსია:

☒ ლოგოს ფერადი და შავთეთრი ვერსია.

☒ ლოგო და ფერები.

☒ ლოგოს გამოყენება სხვადასხვა ფონზე.

☒ ლოგოს გამოყენება სხვა ბრენდებთან

☒ ლოგოს სხვადასხვა ვარიაცია.

☒ ლოგო სხვადასხვა სივრცეში (ბეჭდვა, ინტერნეტი, ვიდეო, პრეზენტაცია, სურათი).

☒ ლოგო ანდა ლოგოტიპი ფონში (Watermark)

☒ ლოგოტიპის გამოყენება „თაგლიანად“.

☒ დოკუმენტზე ლოგოს პოზიციონირება (გათვალისწინებული უნდა იყოს ჩვენი ხელშეკრულება პარტნიორებთან ლოგოს პოზიციონირების შესახებ)

☒ როგორ არ შეიძლება ლოგოს ანდა ლოგოტიპის გამოყენება.

☒ ლოგო ან/და ლოგოტიპის ზომირების წესი (სიმეტრიის წესი) და მინიმალური ზომა.

2.3.2. უნიკალური კორპორატიული ფონტები, ტიპოგრაფია - სამუშაო ფონტების განსაზღვრა, სხვადასხვა სივრცისთვის (ინგლისური, ქართული);

2.3.3. ფერთა გამა და გამოყენების წესები, ყველა ძირითადი ფერის გრადაცია.

2.3.7. ბლოკნოტი.

2.3.8. კონვერტი (A3, A4, A5)

2.3.9. საპრეზენტაციო მასალის ფორმა და დიზაინი

2.3.10.საქალაქი.

2.3.11. ბილბორდის დიზაინის კონცეფცია.

2.3.12. სარეკლამო ბროშურების (დუპლეტი, ტრიპლეტი) დიზაინის კონცეფცია

2.3.13. ვებ- გვერდის დიზაინის კონცეფცია.

2.3.14. სოც.ქსელებისთვის ვიზუალური დიზაინების კონცეფცია.

2.3.15. შტენდერი.

2.3.16. პრესბანერი.

2.3.17. მომსახურე პერსონალის მოწმობის ბარათი (ბეჯი).

2.3.18. ელექტრონული ფოსტის კორპორატიული დიზაინი.

2.3.19. კორპორატიული აღჭურვილობა (მაისური, კეპი, ქურთუკი მძღოლებისთვის).

2.3.20. შენობის გარეთ, შენობის შიგნით კარებებზე, მიმღებზე ლოგოს დიზაინის კონცეფცია.

2.3.21. ავტოპარკის შეფუთვის კონცეფცია