



Cechy dobrej  
identyfikacji wizualnej  
+

*checklista*



# Cechy dobrej identyfikacji wizualnej

## spójność

Chodzi o to, by Twoja marka w każdym kanale, przez który komunikujesz się ze swoim odbiorcą prezentowała się spójnie. Czyli w taki sposób, że nikt nie będzie miał wątpliwości, że to Ty. Niezależnie czy wejdzie na Twój fanpage, Instagram czy stronę internetową. Już na pierwszy rzut oka musi być jasne, że to jest Twoja marka.

**Wejdź teraz na swoje profile i sprawdź czy Twój wizerunek jest spójny.**

## powtarzalność

Marka potrzebuje systemu, który będzie zawierał powtarzające się elementy. Symbole, ikony, tła, rodzaje czcionek, których będziesz używać stale, w sposób powtarzalny, na swoich profilach, stronie internetowej i innych materiałach marketingowych.

Chodzi o to, aby przyzwyczaić swoich odbiorców do siebie, zapaść im w pamięć. Nauczyć ich siebie, poprzez powtarzanie. Ten proces przypomina naukę wzorów na pamięć ;)

**Sprawdź powtarzalność elementów identyfikacji w Twojej komunikacji.**

## estetyka


Patrząc na jakiś obraz wiesz czy jest estetyczny, profesjonalny i po prostu ładny. Potrafisz to ocenić. W identyfikacji bardzo ważne jest ogólne wrażenie i odbiór prezentowanych grafik. Dlatego, że psychologicznie rzeczy ładne postrzegamy jako bardziej wartościowe. To tzw. efekt aureoli. Jeśli wizerunek Twojej marki będzie odbierany pozytywnie to jest duże prawdopodobieństwo, że Twoje produkty czy usługi też będą postrzegane lepiej.

**Przyjrzyj się swoim grafikom i spróbuj obiektywnie ocenić ich estetykę.**

## emocje

Masz wpływ na to jakie emocje wywołuje Twoja marka. Dlatego zacznij od odpowiedzi na pytanie: jakie chcesz wywoływać emocje u swojego odbiorcy? Następnie zastanów się z jakimi elementami graficznymi, obrazami, symbolami, kolorami te emocje się kojarzą.

**Przyjrzyj się swoim grafikom i sprawdź czy wywołują takie emocje jakie chcesz aby wzbudzały.**



Kiedy zadbasz o te kluczowe cechy wizerunku marki, to kolejnym krokiem jest stworzenie systemu identyfikacji wizualnej.

Taki system w przypadku każdej marki może zawierać inne elementy. W dużym uproszczeniu, dla jednej firmy będzie to papier firmowy i wizytówki, dla innej strona internetowa i fanpage a dla kolejnej opakowania, etykiet i gadżety firmowe.

Dlatego podstawą jest opracowanie tzw. Key Visual. Są to podstawowe elementy identyfikacji wizualnej, na bazie których tworzy się poszczególne materiały marketingowe, w zależności od potrzeb.

**Poniżej zamieszczam checklistę elementów Key Visual, sprawdź co już masz, a czego jeszcze być może Ci brakuje.**

## **Elementy Key Visual**

(baza identyfikacji wizualnej)

- kolorystyka / paleta barw**
- typografia / zestaw fontów**
- logo lub logotyp**
- styl zdjęć**
- ikony**
- wzory / tła**



Spodobał Ci się ten materiał?  
Daj mi znać!  
Polub mój fanpage,  
zostaw komentarz  
lub napisz do mnie maila.  
To dla mnie bardzo ważne!



*Dziękuję!*

Stwórzmy razem  
coś niezwykłego!

