

shoper

Identyfikacja graficzna

Spis treści

Logo 3

- Logo marki 4
- Loga produktów 5
- Typografia usług 6
- Ogólne zasady użycia 7
- Zasady użycia: zakazy 8

Partnerstwa 9

- Zasady komunikacji partnersw 10

Kolory 11

- Kolor marki i usług 12

Typografia 13

- Fonty marki 14
- Font dodatkowy 15

Zdjęcia 16

- Tonality zdjęć 17

Elementy graficzne 18

- Charakterystyczne elementy brandignu 19

Logo

Logo marki

Podstawową formą logotypu jest wersja niebieska Shoper Blue. Używamy jej na białych i jasnych tłach.

Pomocniczymi wariantami są warianty biały i czarny.

Warianty pomocnicze należy stosować z uwzględnieniem zasad kompozycji oraz dobrych praktyk projektowych.

Dopuszczalne jest stosowanie niebieskiego logotypu na ciemnych tłach, jeśli wymaga tego kompozycja graficzna.



Loga produktów

Logotypy produktów tworzymy poprzez dołączenie do logotypu głównego nazwy produktu. Nazwa produktów pisana jest fontem Plus Jakarta Sans Medium.

Możliwą cechą produktu jest charakterystyczny kolor. W innym przypadku stosujemy kolor głównej marki.

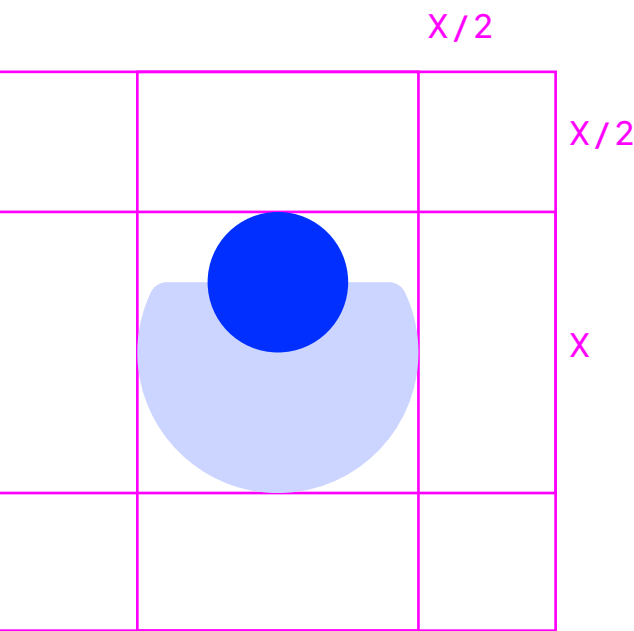
Do tworzenia logotypu produktu należy stosować załączony szablon.



Social icon / app icon / favicon

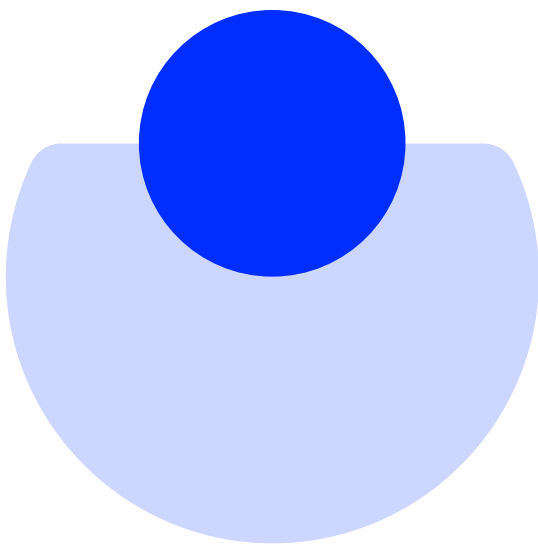
Ikona Shoper to przetworzony widok torby zakupowej.

Ikone stosujemy w awatarach social media, jako favicon i ikone aplikacji. Dopuszczalne jest stosowanie zamienne z logotypem w sytuacji, kiedy zaistnieje uzasadniona potrzeba.



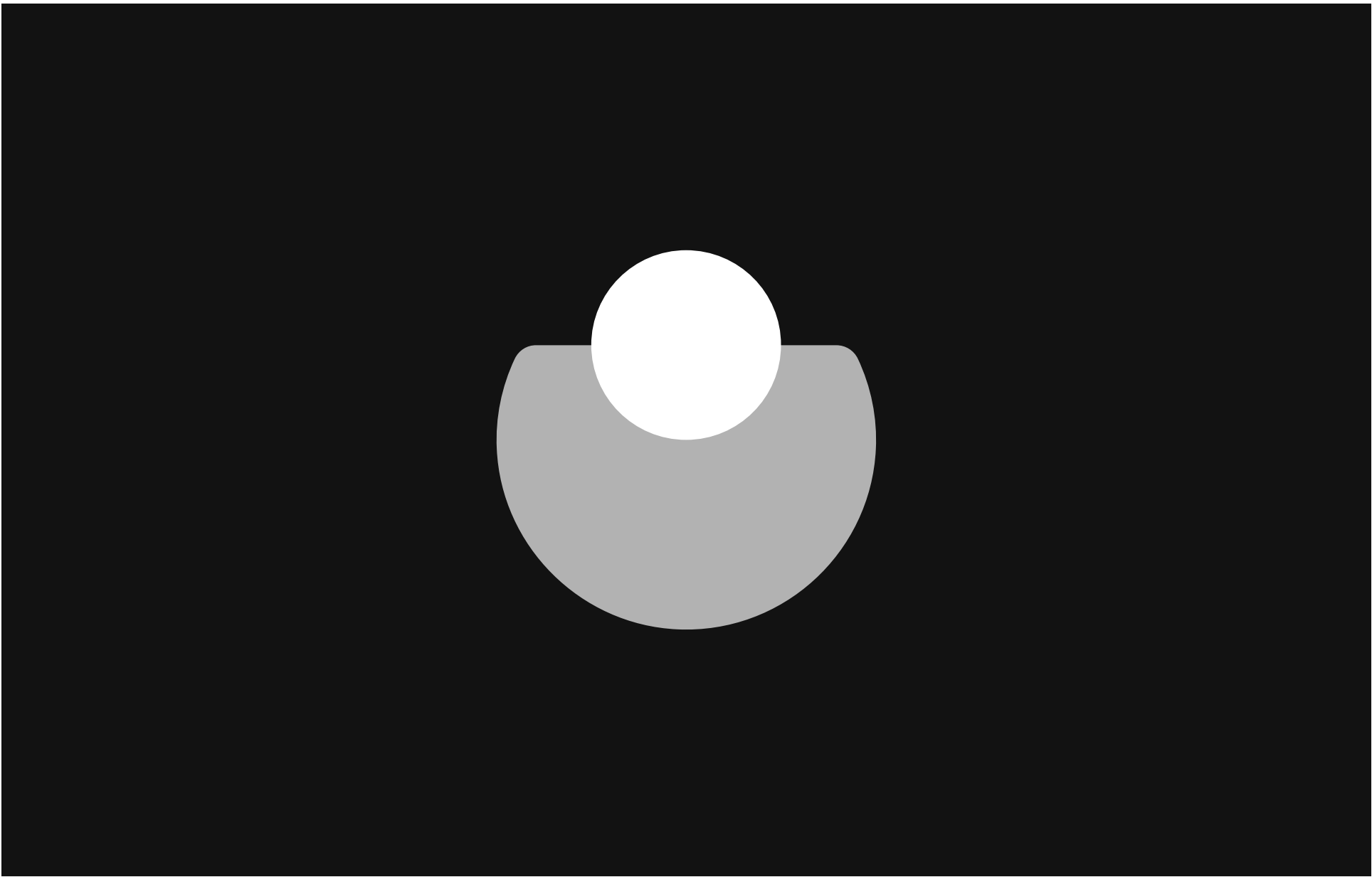
Pole ochronne zostało zbudowane w oparciu o całkowitą wysokość ikony.

Zaleca się stosowanie w większości przypadków wersji „Ikona Shoper”.
Jeżeli projekt graficzny tego wymaga, dopuszczalne jest stosowanie wersji Ikony Shoper w Negatywie oraz wersji Monochromatycznej.



Ikona Shoper

Do użytku na białym i czarnym tle.



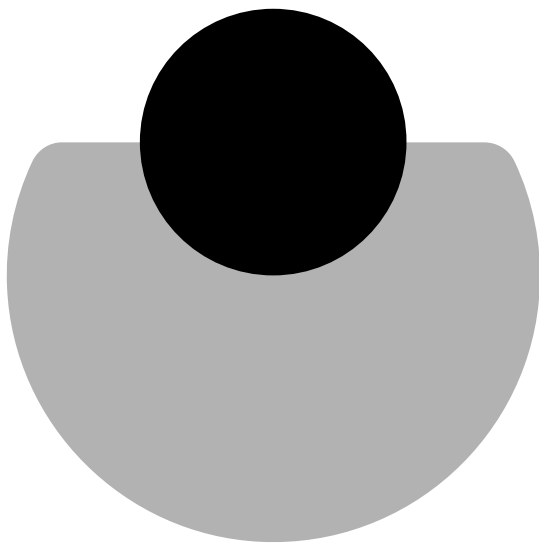
Ikona Shoper Monochromatyczna

Do użytku na czarnym tle.



Ikona Shoper Negatyw

Do użytku na niebieskim tle.



Ikona Shoper Monochromatyczna Negatyw

Do użytku na białym tle.

Ogólne zasady użycia



Logotypy oraz ikona są chronione polem ochronnym. Wysokość pola ochronnego to podwojona wysokość znaku. Szerokość pola ochronnego to szerokość znaku powiększona o wysokość znaku.



Zalecaną najmniejszą wysokością logotypu w przypadku zastosowań cyfrowych jest 40 pt.

W przypadku druku należy zachować czytelność znaku. Zastosowanie powinno być zaakceptowane przez osobę odpowiedzialną za utrzymanie spójności brandingu.

W uzasadnionych przypadkach można stosować logotyp w mniejszym rozmiarze. Należy w takim przypadku przyłożyć szczególną uwagę do czytelności znaku.

Zasady użycia: zakazy

shoper

shoper

shoper

shoper

shoper

shoper

shoper

shoper
Sklep

shoper

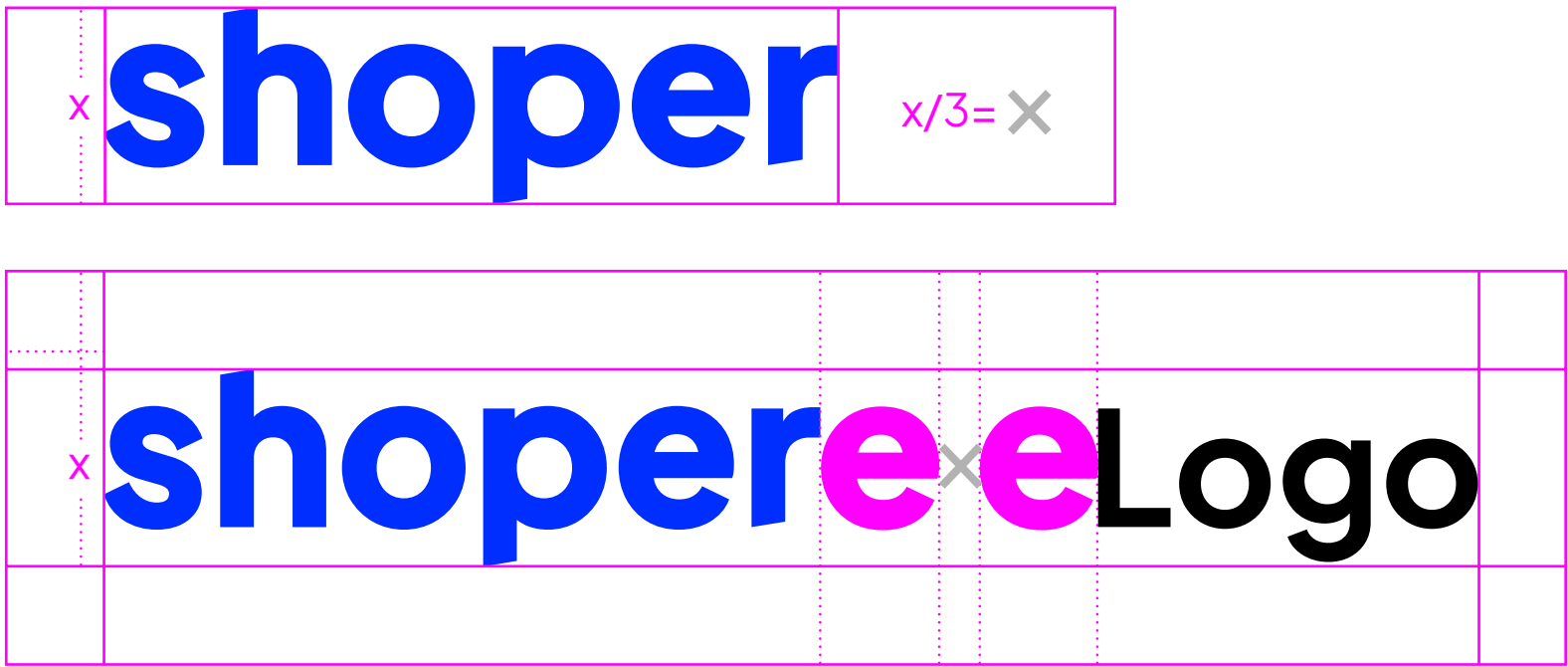
Shoper

Logotypu używamy tylko
w formie dopuszczonej przez
brandbook.

Zabronione jest modyfikowanie, stosowanie transformacji,
dodawanie elementów i inne zabiegi.

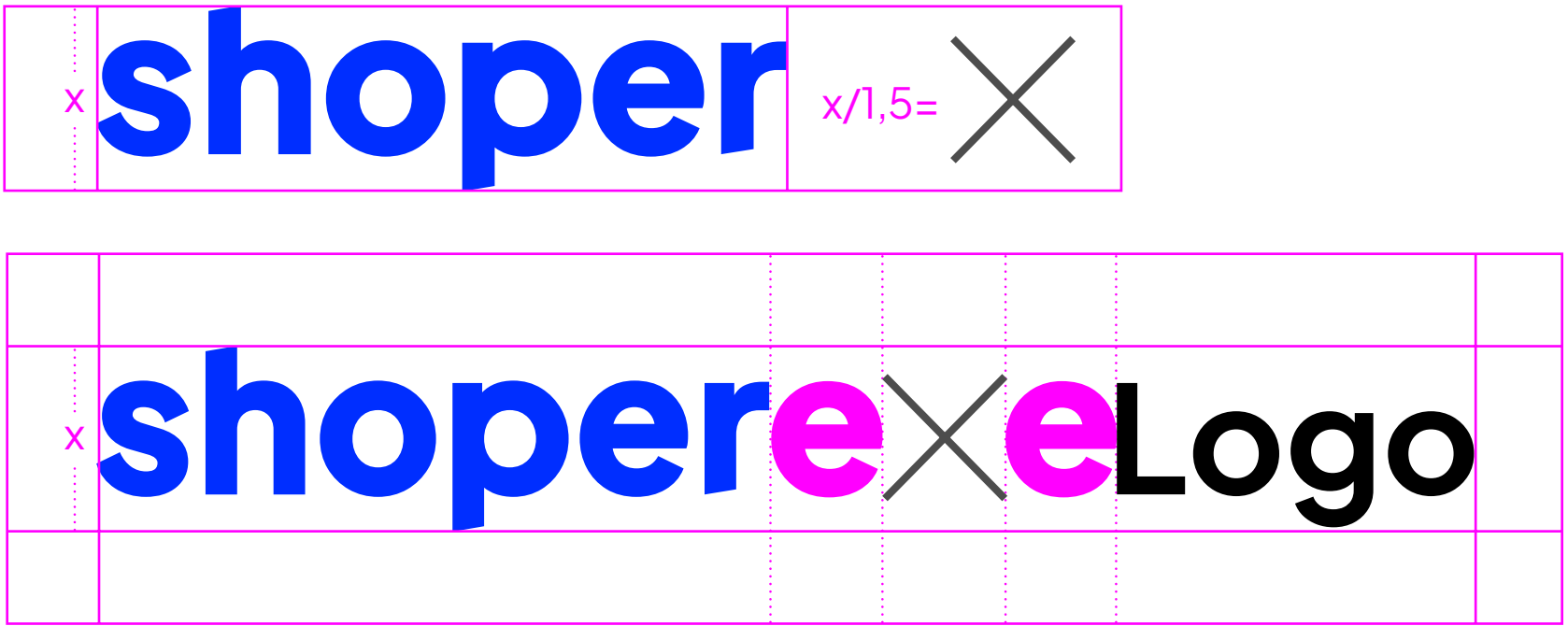
Partnerstwa

Zasady komunikacji partnerstw



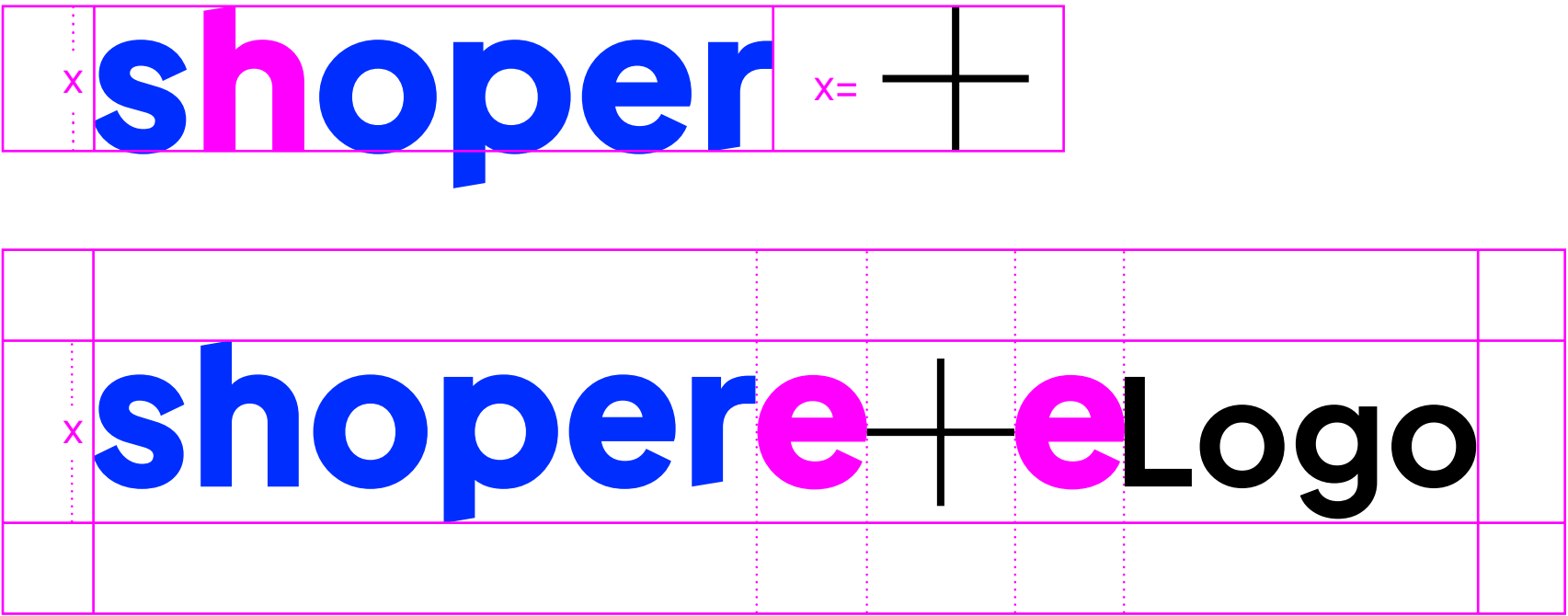
Webinar stosujemy znak X:

- W rozmiarze = wysokość logo podzielonej /3
- W kolorze 30% czerni, na ciemnym tle w kolorze białym
- Stworzony z lini przecinających się pod kątem 90°
- Z odstępem między znakami równym szerokości litery e z logo shoper
- Znak X wyśrodkowany względem litery e
- Grubość znaku X wynosi 3 px, gdy logo shoper ma szerokość 270 px i należy go skalować proporcjonalnie



Wspólna oferta użycie znaku X:

- W rozmiarze = wysokość logo podzielonej /1,5
- W kolorze czarnym, a na ciemnym tle w kolorze białym
- Stworzony z lini przecinających się pod kątem 90°
- S odstępem między znakami równym szerokości litery e z logo shoper
- Znak X wyśrodkowany względem litery e
- Grubość znaku X wynosi 3 px, gdy logo shoper ma szerokość 270 px i należy go skalować proporcjonalnie



Przy przejęciu innej firmy stosujemy +:

- W rozmiarze = wysokości litery h z logo shoper
- W kolorze czarnym, a na ciemnym tle w kolorze białym
- Stworzony z lini przecinających się pod kątem 90°
- Z odstępem między znakami równym szerokości litery e z logo shoper
- Znak X wyśrodkowany względem litery e
- Grubość znaku X wynosi 3 px, gdy logo shoper ma szerokość 270 px i należy go skalować proporcjonalnie

Kolory

Kolor marki i usług

Tworzenie palety koloru:

1. Wybór koloru bazowego

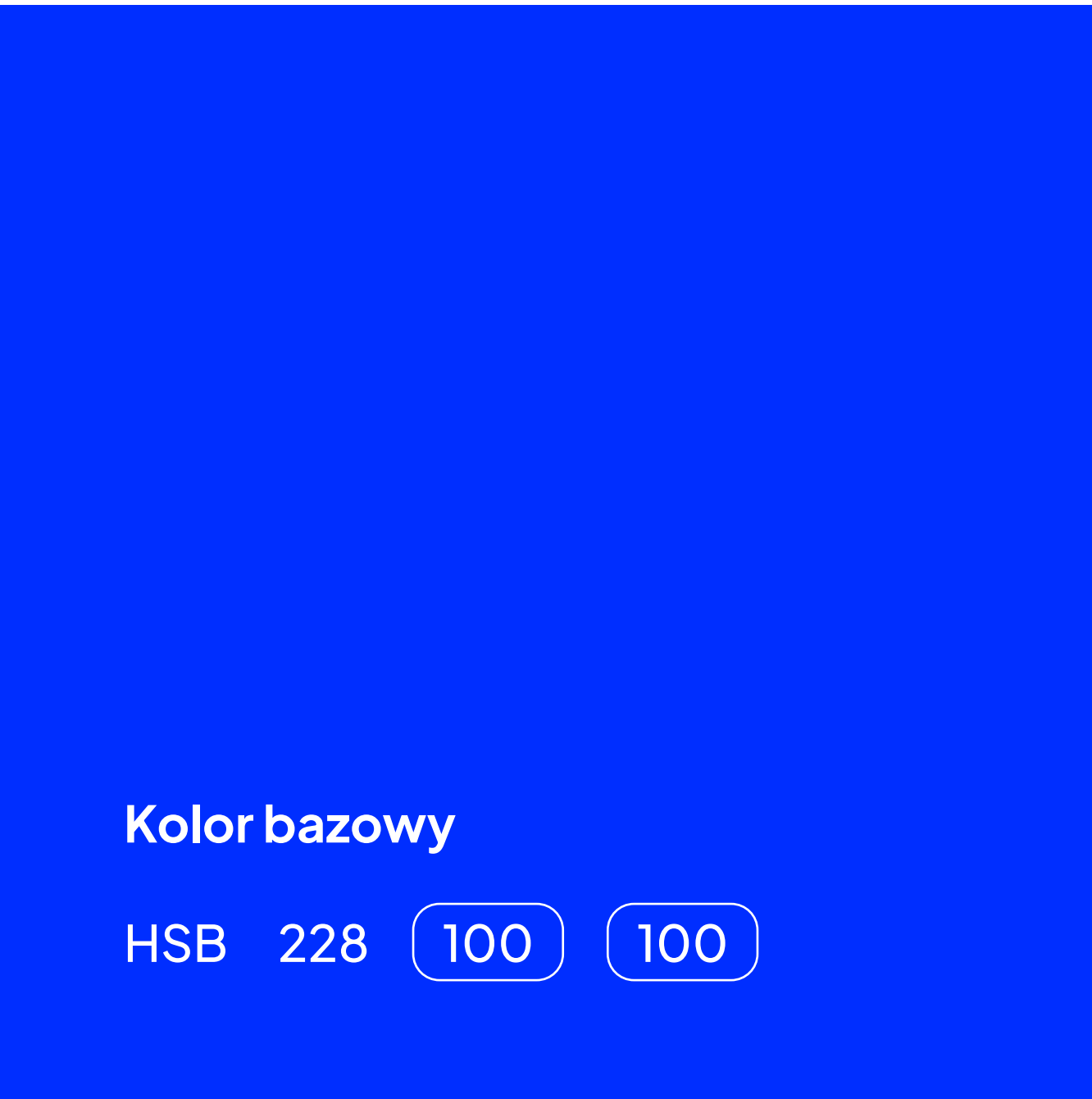
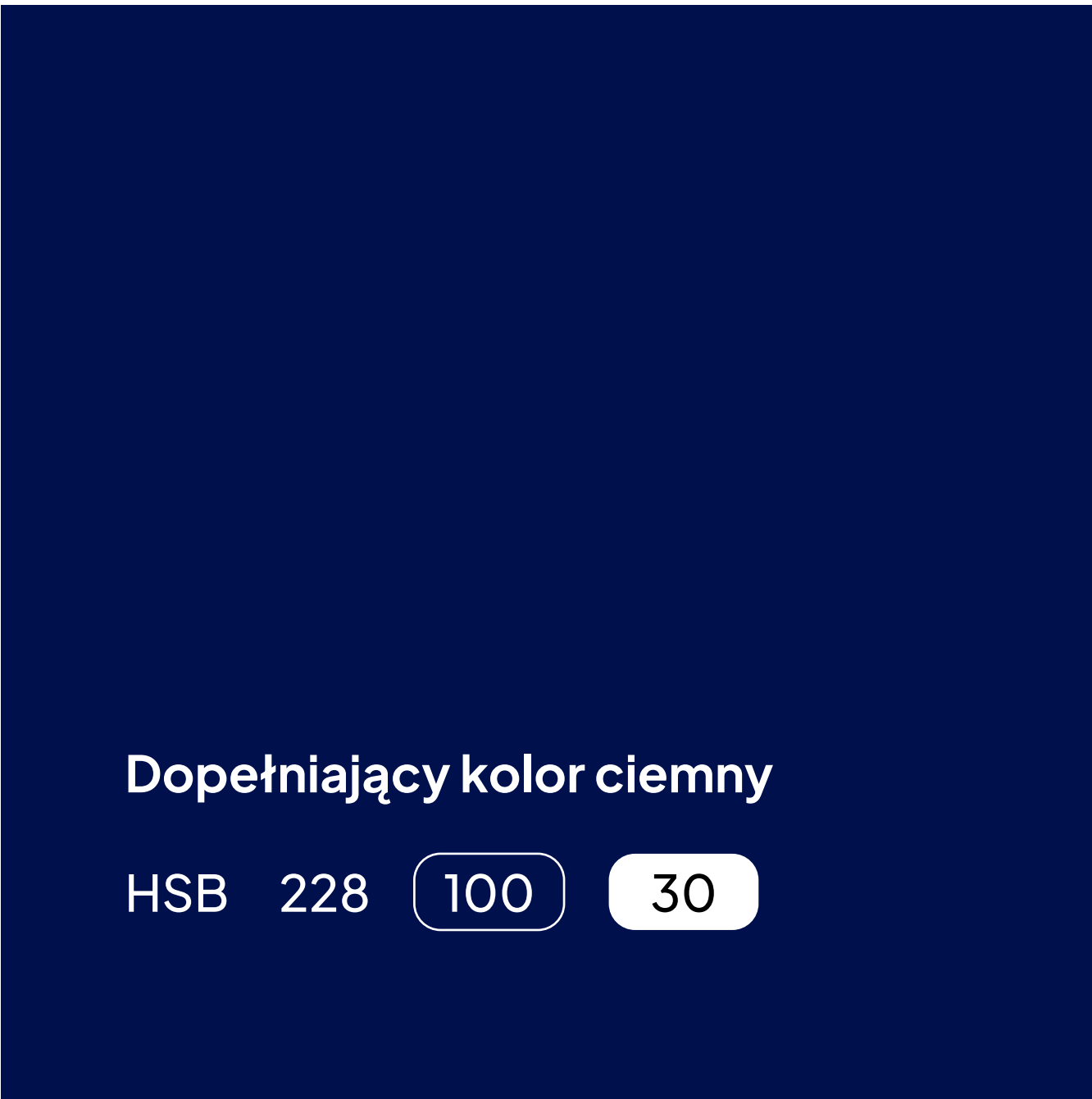
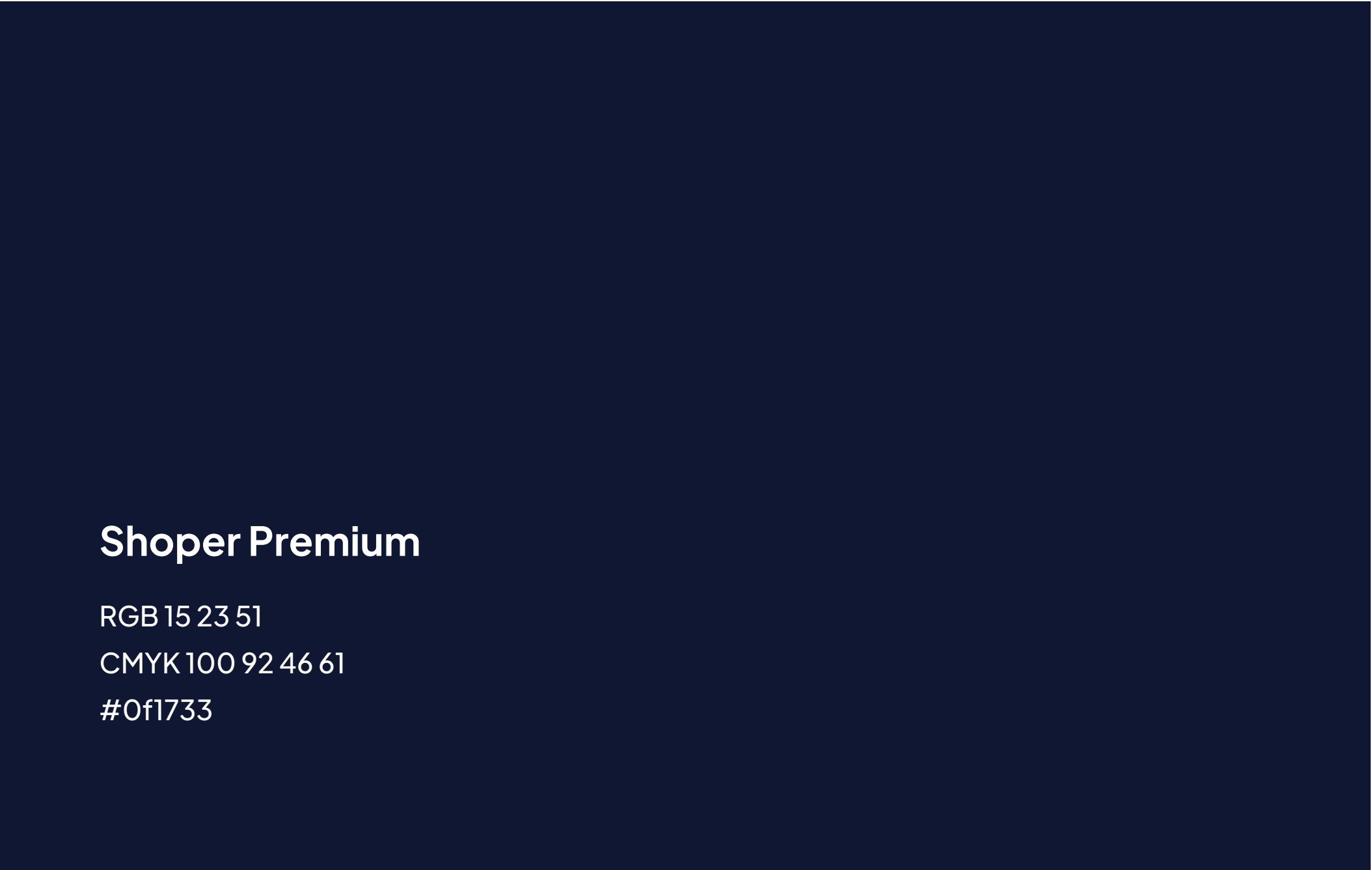
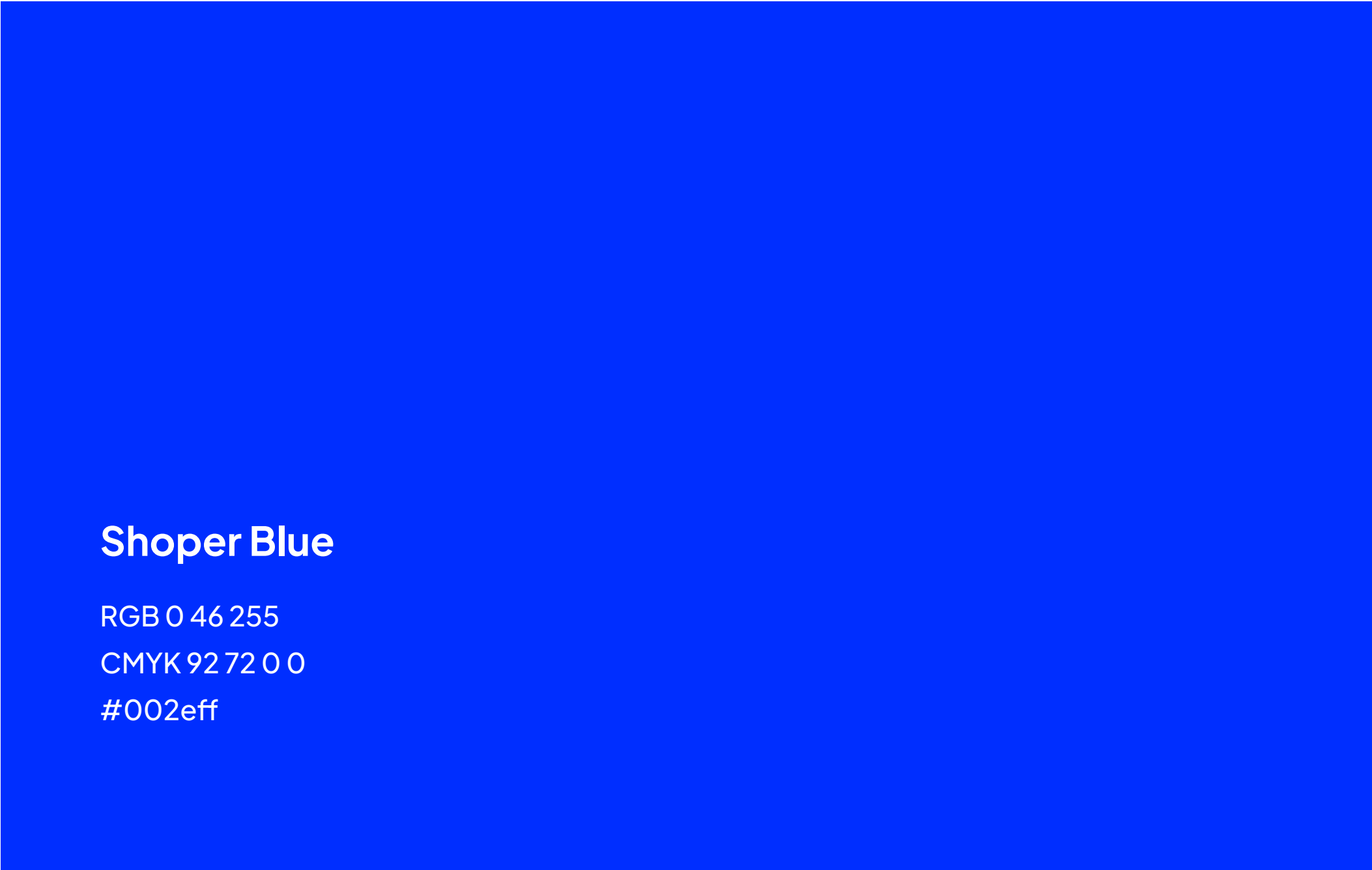
Bazując na modelu HSB wybieramy kolor. Pozycje S (saturation) i B (brightness) mają zawsze wartość 100, manipulujemy wartością H (hue).

2. Kolor dopełniający ciemny

Bazując na modelu HSB wybieramy wartość B = 30. Wartości H i S przenosimy z koloru bazowego.

3. Wybór koloru bazowego

Bazując na modelu HSB wybieramy wartość S = 20. Wartości H i B przenosimy z koloru bazowego.



Typografia

Główny font
fonts.google.com/specimen/Plus+Jakarta+Sans

Plus Jakarta Sans

Digital + Print

ExtraBold nagłówki hasła akcenty	Twój sklep internetowy będzie miał wszystko, czego ci potrzeba
Regular body tekst	Ponad 250 wbudowanych funkcji obsługiwanych jednym kliknięciem. Shoper to narzędzie, które maksymalnie ułatwia i przyspiesza handel w internecie. Ty skupiasz się wyłącznie na realizacji kolejnych zamówień.

Zamiennik

Arial Bold nagłówki hasła akcenty	Twój sklep internetowy będzie miał wszystko, czego ci potrzeba	Zamiennik stosujemy w przypadku, kiedy główny font jest niedostępny z przyczyn technicznych
Arial Regular body tekst	Ponad 250 wbudowanych funkcji obsługiwanych jednym kliknięciem. Shoper to narzędzie, które maksymalnie ułatwia i przyspiesza handel w internecie. Ty skupiasz się wyłącznie na realizacji kolejnych zamówień.	

Font dodatkowy

Jeśli zaistnieje potrzeba wzmocnienia różnorodności komunikatu lub akcentowania treści, do kompozycji można wprowadzić font dodatkowy.

Przy doborze odmiany należy się kierować dobrymi praktykami.

fonts.google.com/specimen/Fraunces

Fraunces

Twój sklep internetowy
będzie miał wszystko,
czego ci potrzeba

X-height skrygowane optycznie
dla zachowania równej wysokości

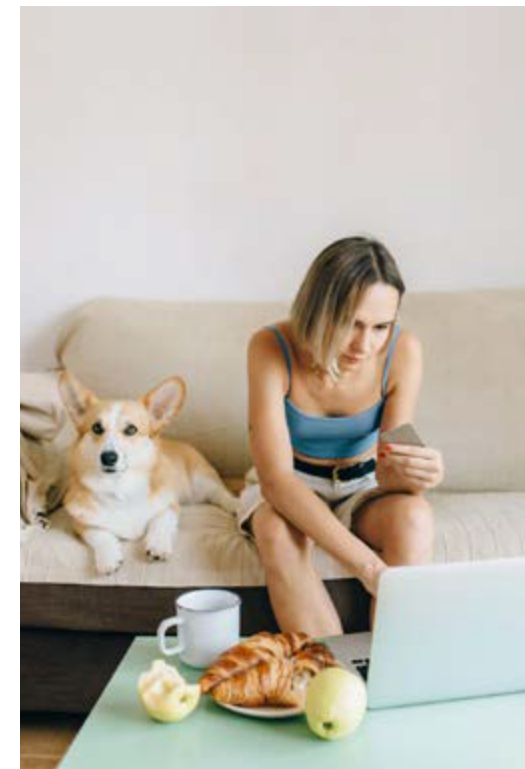
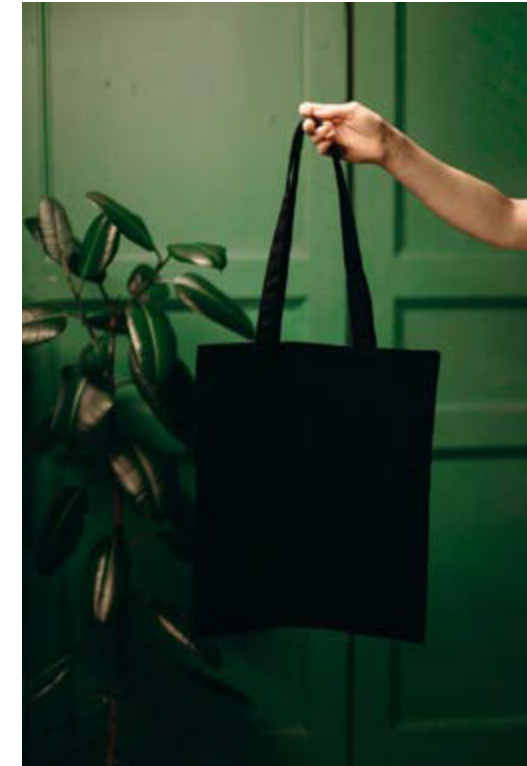
Zdjęcia

Tonality zdjęć

Ponieważ Shoper jest owartą marką, mocno współpracującą z ludźmi, tonality zdjęć używanych w komunikacji musi być podobne.

Użyte zdjęcia muszą mieć realistyczny charakter, pokazywać ludzi i przedmioty w naturalnym otoczeniu. Kolorystyka zdjęć musi oddawać rzeczywiste kolory.

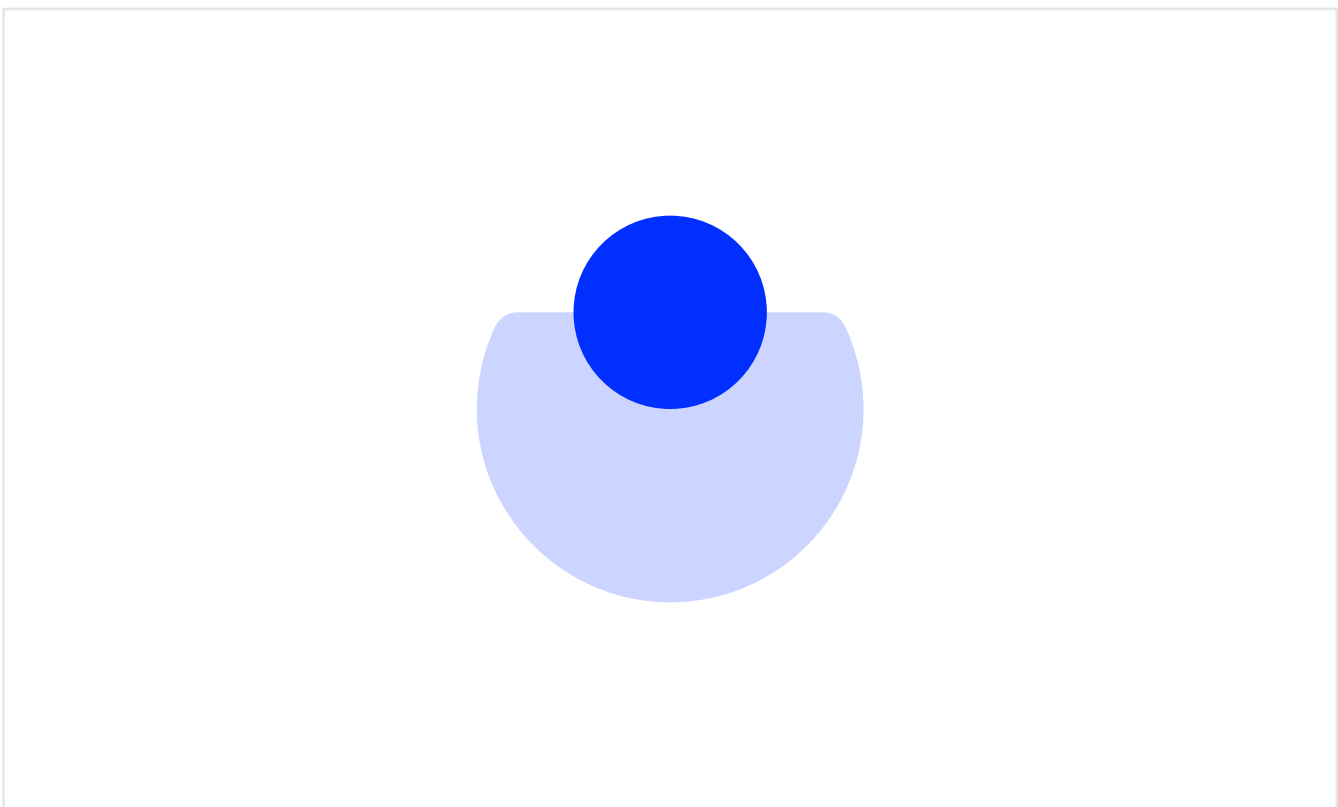
Unikamy zdjęć przekolorzowanych, nienaturalnych, zbyt kreatywnych.



Elementy graficzne



Logotyp Shoper i logotypy produktów, usług i akwizycji



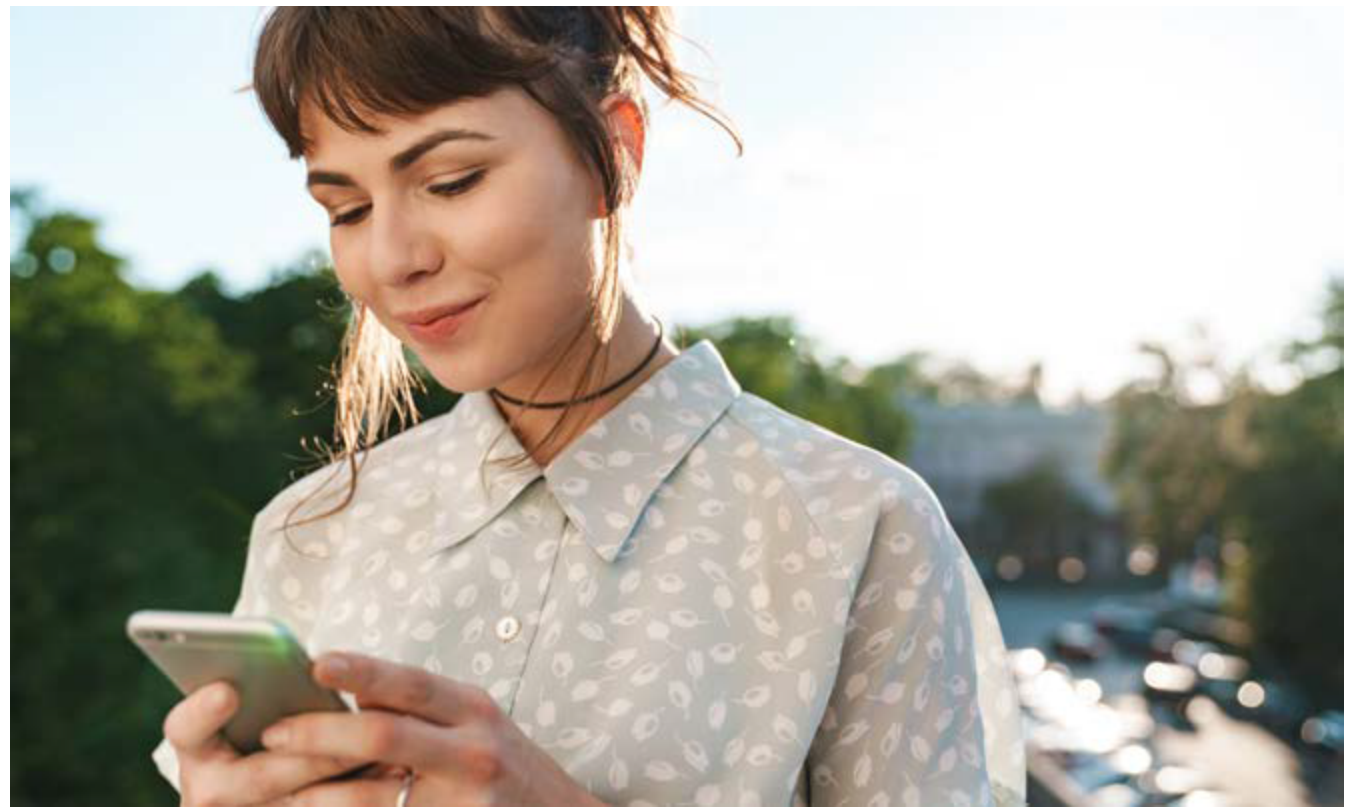
Ikona Shoper



Kolor marki i kolory dodatkowe

Plus Jakarta Sans

Typografia



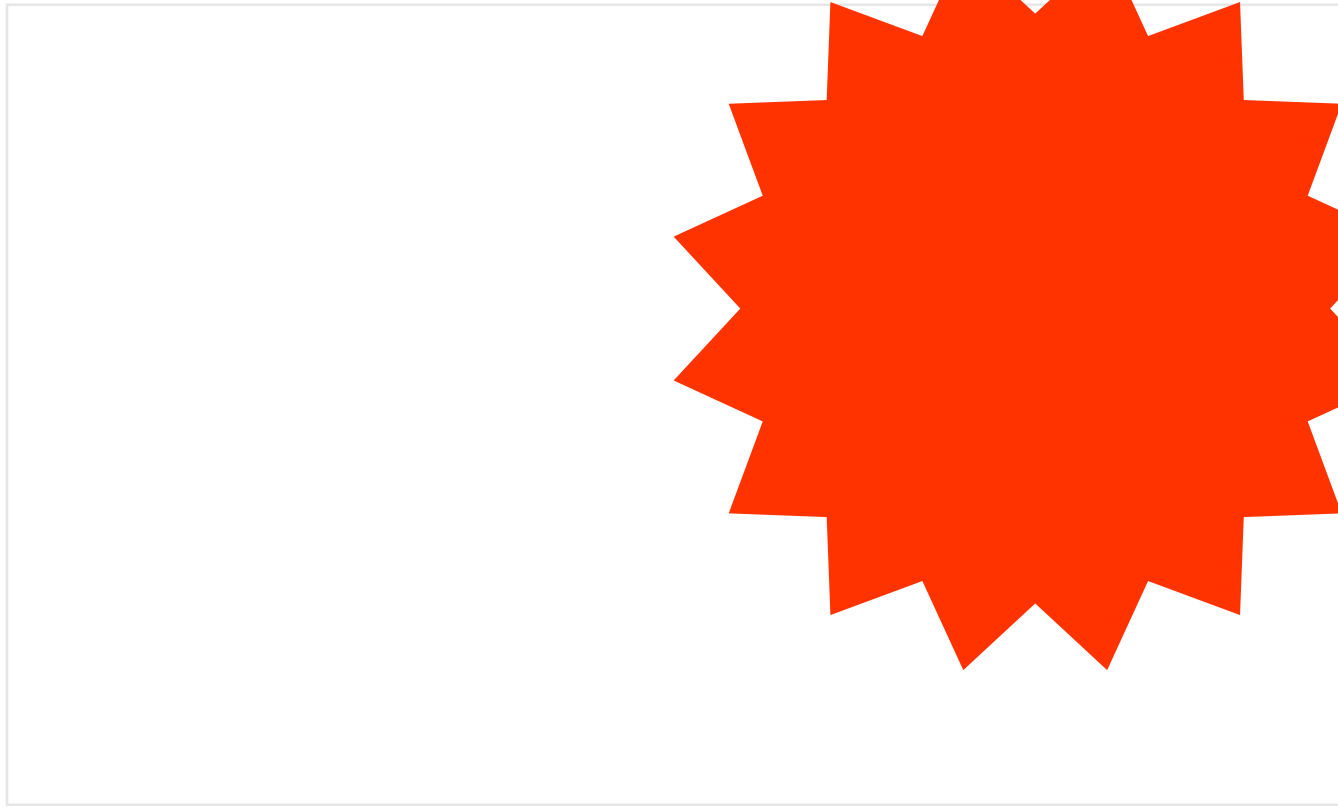
Tonality zdjęć



Naklejk i skos

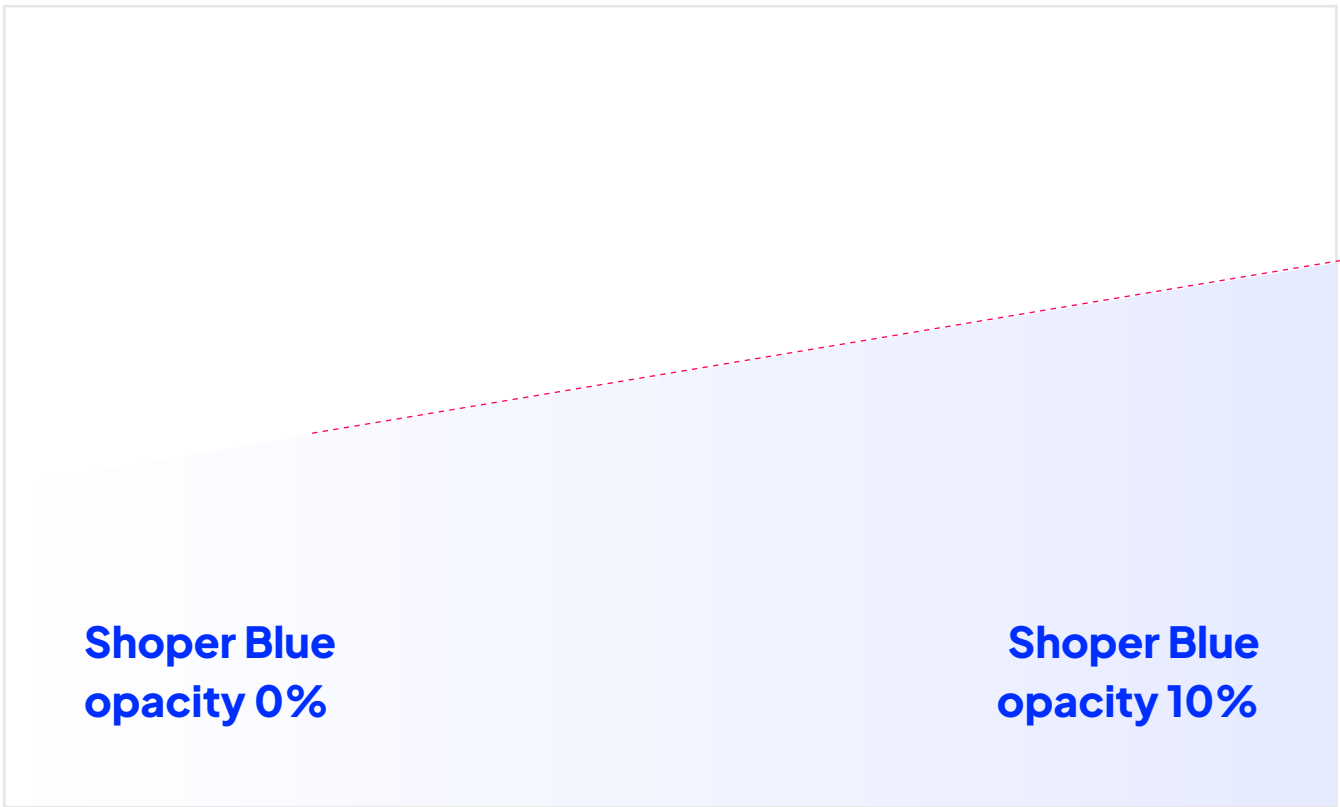
Skos to powielenie ścięcia z logotypu.
Kąt jest niezmienny i wynosi 9,50.

Kolorystyka naklejek powinna być dostosowana do kontekstu.



Naklejki /Kształty

Formy graficzne wykorzystywane do urozmaicenia oraz akcentowania.



Gradient

W wyjątkowych przypadkach, w formalnej komunikacji z białym tłem dopuszczalne jest użycie gradientu.

Składowe gradientu to:
Shoper Blue, opacity 0% : Shoper Blue, opacity 10% .
Górne ścięcie odpowiada skosowi używanemu w innych elementach i wynosi 9,50.

shopper