

Logo & Naming

Cu un Logo pregnant v prezentaci întreprinderea _i produsele într-o lumin profesional . DMF dezvolt logo-ul dumneavoastr individual conform cerincelor dumneavoastr . Prin urmare, acesta mijloce_te personalitatea dorit de dumneavoastr . Vom trece cu pl cere prin toate etapele dezvolt rii logo-ului: Transformaci-v întreprinderea în personalitate. Cu un program de Corporate Design obi_nuit obcineci un caracter unic. Naming - Importanca produselor de marc Calea spre succes este asigurat de Corporate Design. Prezentaci-v propria imagine _i astfel profesionalitatea dumneavoastr . Cu un Logo pregnant v prezentaci întreprinderea _i produsele într-o lumin profesional . DMF dezvolt logo-ul dumneavoastr individual conform cerincelor dumneavoastr . Prin urmare, acesta mijloce_te personalitatea dorit de dumneavoastr . Vom trece cu pl cere prin toate etapele dezvolt rii logo-ului: Numele oglinde_te caracterul unic al produsului sau al unei întrepinderi _i face produsul _i întreprinderea inconfundabile. Un nume de marc bine ales treze_te asocieri _i emotii pozitive deoarece d încredere în valoarea produsului _i asigur calitatea acestuia. Un nume de marc atent ales v aduce avantaje concurențiale decisive, în acela_i timp, v asigur valoarea, o expresie clar a pozicion rii f când posibil o asigurare legal împotriva falsului. Numele de marc face parte din cele mai bune investicii de capital ale unei întreprinderi. Portofoliul nostru cuprinde:

dezvoltarea numelui de marc /g sirea numelor sisteme de marc / structuri de nume _i norme pentru portofolii descriptori/subbrands/denumirea de categorii etc verific ri de compatibilit ci ale limbii slogane/claims teste de nume

Textele Textele sunt adeseori o tr s tur de sine st t toare pentru întreprindere vis-à-vis de concurenț . S ne gândim la Mercedes-Benz, Deutsche Bank, Nivea. Din acest motiv este important ca textele s transmit limba întreprinderii _i s fie încorporate în Corporate Identity. Culoarea, forma _i imaginea formeaz împreun cu textele unul din cei 4 stâlpi ai Corporate Design-ului. Textele trebuie s fie puternice _i, la nevoie, gata de utilizat în media. Pe lâng capacit cile de ilustrare se pretinde _i un know-how despre formarea _i legarea textelor în mediul heterogen al hard- _i software-ului dup care se hot r _te dac mesajul a fost transmis în mod corespunz tor clientului. Culoarele Culoarele transmit mai mult ca orice element o stare, o emocie. Exact din acest motiv culorile nu trebuie alese dup gust, ci trebuie s fie argumentative _i privitoare la valorile m rcii. Culoarele caselor impregneaz întreprinderea, repartizate în atmosfera culorilor _i v aprovizioneaz cu culori primare sau secundare pentru orientarea c tre un profil cu claritate deplin . Imagini specifice Adoptarea unui stil de imagine bine definit _i consistent red o privire per ansamblu vie asupra întreprinderii. Mai puternice decât cuvintele, imaginile transport lumi ale evenimentelor, care vizualizeaz clar mesajul firmei în toate mediile de comunicare. S ne gândim de exemplu la "barbatul Marlboro". Lumea imaginilor aduce dup sine determinarea m rcii _i o recunoa_tere imediat . Formarea Dezvoltarea Componentul esencial al elementelor de baz este principiul de formare, care define_te jocul dintre texte, culori _i imagini. Astfel se stabile_te platforma de folosire în toate mediile _i se garanteaz o lansare de efect. Se formeaz un sistem care permite mai multe posibile combinacii _i garanteaz recunoa_terea. Afi_aci-v conving tor: Cu un cadru unitar al corespondenței afacerii dumneavoastr , v asiguraci recunoa_tere _i profesionalism. DMF! V ofer un design care v scoate în evidenc .