



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΔΥΤΙΚΗΣ ΑΤΤΙΚΗΣ

ΣΧΟΛΗ ΕΦΑΡΜΟΣΜΕΝΩΝ ΤΕΧΝΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ
ΤΜΗΜΑ ΓΡΑΦΙΣΤΙΚΗΣ ΚΑΙ ΟΠΤΙΚΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΘΕΜΑ:
Σχεδιασμός Εταιρικής Ταυτότητας
για το πρώτο Cat Cafe στην
Ελλάδα

Όνομα φοιτήτριας
Μοιρασγεντή Μαρία

Επιβλέπων καθηγητής:
Μάνου Πρόδρομος

ΑΘΗΝΑ, ΜΑΡΤΙΟΣ 2024



UNIVERSITY OF WEST ATTICA

FACULTY OF APPLIED ARTS AND CULTURE
DEPARTMENT OF GRAPHIC DESIGN AND VISUAL COMMUNICATIONS

DIPLOMA THESIS

THEME:
BRAND IDENTITY DESIGN FOR
THE FIRST GREEK CAT CAFE

student name:
Moirasgenti Maria

supervisor:
Manou Prodromos

ATHENS, MARCH 2024

ΕΞΕΤΑΣΤΙΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ

ΠΑΠΑΔΟΜΑΝΩΛΑΚΗ ΜΑΡΙΑ

ΔΕΛΦΙΝΟ ΙΩΑΝΝΑ

ΜΑΝΟΥ ΠΡΟΔΡΟΜΟΣ

ΔΗΛΩΣΗ ΣΥΓΓΡΑΦΕΑ ΠΤΥΧΙΑΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

Η κάτωθι υπογεγραμμένη Μοιρασγεντή Μαρία του Στυλιανού, με αριθμό μητρώου 19674120 η οποία είναι φοιτήτρια του Πανεπιστημίου Δυτικής Αττικής της Σχολής Εφαρμοσμένων Τεχνών και Πολιτισμού του Τμήματος Γραφιστικής και Οπτικής Επικοινωνίας, δηλώνω υπεύθυνα ότι: «Είμαι συγγραφέας αυτής της πτυχιακής/διπλωματικής εργασίας και ότι κάθε βοήθεια την οποία είχα για την προετοιμασία της, είναι πλήρως αναγνωρισμένη και αναφέρεται στην εργασία. Επίσης, οι πηγές από τις οποίες έκανα χρήση δεδομένων, ιδεών, ή λέξεων, είτε ακριβώς, είτε παραφρασμένες, αναφέρονται στο σύνολό τους, με πλήρη αναφορά στους συγγραφείς, τον εκδοτικό οίκο, ή το περιοδικό, συμπεριλαμβανομένων και των πηγών που χρησιμοποιήθηκαν από το διαδίκτυο. Επίσης, βεβαιώνω ότι αυτή η εργασία έχει συγγραφεί από εμένα αποκλειστικά και αποτελεί προϊόν πνευματικής ιδιοκτησίας, τόσο δικής μου όσο και του ιδρύματος. Παράβαση της ανωτέρω ακαδημαϊκής μου ευθύνης αποτελεί ουσιώδη λόγο για την ανάκληση του πτυχίου μου».

Η Δηλούσα



ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Θα ήθελα να επισημάνω τις ευχαριστίες μου σε όλα τα άτομα που με βοήθησαν στην υλοποίηση της παρούσας πτυχιακής εργασίας.

Αρχικά, ευχαριστώ θερμά τον επιβλέπων καθηγητή μου κ. Μάνου Πρόδρομο, ο οποίος μέσα από τη διαρκή καθοδήγηση και το εκλεπτυσμένο γνωστικό του επίπεδο, με βοήθησε στην εδραίωση της πτυχιακής μου εργασίας και στην επίτευξη ενός άρτιου αποτελέσματος. Συνάμα, ευχαριστώ τον καθηγητή μου, για όλες τις γνώσεις που μοιράστηκε, για την ωραία συνεργασία που είχαμε καθώς και για το γεγονός ότι είναι από τους λίγους καθηγητές που αγάπησα και εκτίμησα κατά τη διάρκεια των φοιτητικών μου χρόνων.

Τέλος, ευχαριστώ την οικογένεια μου, για όλη τη συναισθηματική στήριξη και κατανόηση που δείξανε τα χρόνια των σπουδών μου, καθώς και την καλή μου φίλη από την σχολή, Λίτσα που ήταν στο πλευρό μου όλα αυτά τα χρόνια και περάσαμε όλες τις φοιτητικές μας εμπειρίες μαζί!

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

ABSTRACT

ΔΟΜΗ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

1. ΚΑΤΑΓΡΑΦΗ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

2. ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΛΟΓΟΤΥΠΟΥ

3. ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΥΠΟΛΟΙΠΩΝ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ

ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑΣ

4. ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΗ ΠΑΡΟΥΣΙΑ

6. ΣΥΝΟΨΗ ΚΑΙ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

7. ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΠΗΓΕΣ

Κα(τ)φευές

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η παρούσα πτυχιακή εργασία εξετάζει τον σχεδιασμό εταιρικής ταυτότητας για το πρώτο Cat Cafe στην Ελλάδα. Το Cat Cafe, με την επωνυμία "Κα(τ)φενές", θα αναδείξει μια νέα εμπειρία στον τομέα των καφέ, συνδυάζοντας την αγάπη για τις γάτες με την καθημερινότητα του καφέ των ανθρώπων. Στόχος της πτυχιακής αυτής εργασίας είναι ο σχεδιασμός μιας εταιρικής ταυτότητας που θα αποδίδει το πνεύμα του Cat Cafe και θα προσελκύει το κατάλληλο κοινό με αποτέλεσμα να πετύχει σημαντικά επιτεύγματα στην προσπάθεια προστασίας των αδέσποτων γατών της Ελλάδας. Μέσα από την στήριξη του Κα(τ)φενέ θα δίνεται η ευκαιρία υιοθεσίας ενώ ταυτόχρονα θα ευαισθητοποιείται ο κόσμος πάνω στο θέμα.

Λέξεις κλειδιά: Cat Cafe, Εταιρική Ταυτότητα, Σχεδιασμός, Ευαισθητοποίηση, Γάτες

ABSTRACT

The present thesis examines the design of visual identity for the first Cat Cafe in Greece. The Cat Cafe, named "Ka(t)fenes," will offer a new experience in the coffee industry by combining the love for cats with the everyday coffee culture of people. The aim of this thesis is to design a corporate identity that will convey the spirit of the Cat Cafe and attract the appropriate audience, resulting in significant achievements in the effort to protect stray cats in Greece. Through the support of Ka(t)fenes, the opportunity for adoption will be provided while simultaneously raising awareness on the issue.

Keywords: Cat Cafe, Corporate Identity, Design, Awareness, Cats

ΔΟΜΗ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

Αρχικά, στο θεωρητικό κομμάτι της εργασίας, θα δούμε τον στόχο των cat cafe, την επιρροή τους παγκοσμίως, καθώς και εταιρικές ταυτότητες που εμπνεύστηκα και αντίστοιχα απέφυγα.

Στη συνέχεια θα αναλύσουμε τις ιδέες πίσω από το λογότυπο, τα προσχέδια, την επιλογή χρωμάτων φτάνοντας στο συνολικό σχεδιασμό του branding.

Τέλος, θα δούμε την πιθανή προώθηση του μέσω των social media και τι μπορεί να επιτευχθεί μέσω αυτών. Τα κείμενα θα συνοδεύονται από εικόνες και επεξηγηματικά σχόλια για την καλύτερη κατανόηση.

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Η προσθήκη cat cafe στην Ελλάδα μπορεί να είναι ευεργετική τόσο από κοινωνικής όσο και από οικονομικής άποψης, προσφέροντας έναν μοναδικό και ευχάριστο τρόπο διασκέδασης, ενώ παράλληλα στηρίζει ζητήματα σχετικά με την ευημερία των ζώων και την κοινοτική συνοχή. Έτσι ο Κα(τ)φενές έρχεται να εκπληρώσει αυτούς τους στόχους με την ευχάριστη σχεδιαστικά ταυτότητα του, με έντονα χρώματα, διασκεδαστικά illustrations που να προσεγγίζουν κάθε κοινό.

Γιατί είναι σημαντικά τα Cat Cafe:

Τα Cat Cafe είναι καφετέριες ή καφενεία που προσφέρουν μια μοναδική εμπειρία, συνδυάζοντας την απόλαυση του καφέ με την παρουσία γάτων. Οι επισκέπτες μπορούν να απολαύσουν τον καφέ τους ενώ περιπλανώνται ανάμεσα σε φιλικές γάτες που ζουν ελεύθερα στον χώρο. Τα Cat Cafe συνήθως συνδέονται με προγράμματα υιοθεσίας για τις γάτες που φιλοξενούν, προωθώντας την υιοθεσία από το κοινό. Επιπλέον, πολλά Cat Cafe επιδιώκουν να αυξήσουν την ευαισθητοποίηση για τη φροντίδα των ζώων και την προστασία των αδέσποτων γατών. Αυτά τα καταστήματα έχουν γίνει δημοφιλή σε πολλές πόλεις παγκοσμίως και προσφέρουν έναν χαλαρό και φιλόζωο χώρο για τους λάτρεις των γατών.

Η εισαγωγή ενός Cat Cafe στην Ελλάδα

Η εισαγωγή cat cafe στην Ελλάδα θα μπορούσε να φέρει πολλά οφέλη, και η σημασία τους θα μπορούσε να εκτιμηθεί από διάφορες οπτικές γωνίες:

1. Κοινωνική Διάσταση:

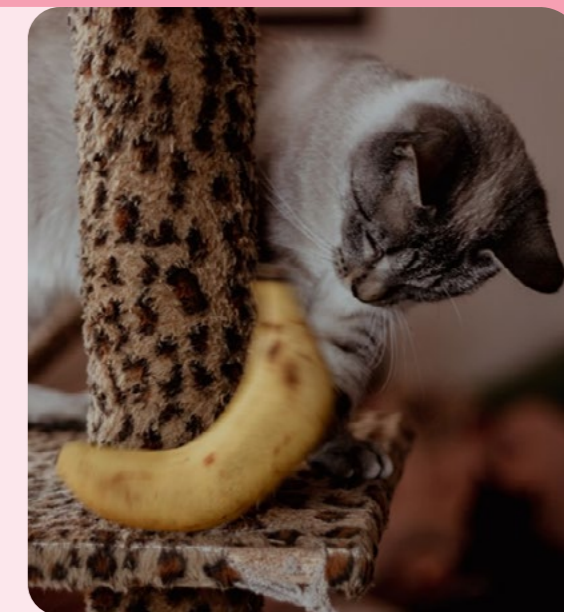
Τα cat cafe μπορούν να δημιουργήσουν έναν χώρο όπου οι άνθρωποι μπορούν να συναντώνται, να κοινωνικοποιούνται και να απολαμβάνουν την παρέα των γατών. Αυτό ενθαρρύνει τη δημιουργία μιας θετικής κοινότητας και συνδέει τους ανθρώπους με κοινά ενδιαφέροντα. Επίσης η παρουσία γατών έχει συνδεθεί με τη μείωση του στρες και τη βελτίωση της ψυχικής υγείας. Ένα cat cafe μπορεί να λειτουργήσει ως θετικός χώρος απόδρασης για τους ανθρώπους που αντιμετωπίζουν πιέσεις στην καθημερινότητά τους.

2. Προώθηση του Animal Welfare:

Τα cat cafe μπορούν να συνεργαστούν με τοπικά καταφύγια και οργανώσεις προστασίας των ζώων για την υιοθεσία γατών. Αυτό δίνει μια ευκαιρία στα ζώα να βρουν νέο σπίτι και ταυτόχρονα ευαισθητοποιεί το κοινό για το θέμα της υιοθεσίας. Η συνεχής παρουσία γατών στα cafe ενισχύει τη συνείδηση για τη φροντίδα των κατοικίδιων και τη σημασία της σωστής μεταχείρισής τους.

3. Οικονομική Διάσταση:

Η δημιουργία cat cafe μπορεί να είναι ελκυστική για τους τοπικούς και διεθνείς επισκέπτες, προσθέτοντας στον τουριστικό τομέα και συμβάλλοντας στην οικονομική ανάπτυξη. Η δημιουργία cat cafe μπορεί να ανοίξει νέες επιχειρηματικές ευκαιρίες για τους επιχειρηματίες, ενθαρρύνοντας την καινοτομία και τη διαφοροποίηση στον χώρο της εστίασης και ψυχαγωγίας.



Είδη Λογοτύπων

Τα είδη των λογοτύπων παρουσιάζουν ποικιλία και εξυπηρετούν διάφορες ανάγκες και στόχους των επιχειρήσεων.

1. Τα γραφικά σύμβολα αποτελούνται από εικόνες ή σύμβολα που αντιπροσωπεύουν την επιχείρηση. Αυτά τα λογότυπα είναι ιδανικά για τις επιχειρήσεις που επιθυμούν ένα απλό και εύκολα αναγνωρίσιμο σήμα. Συνήθως, τα επιτυχημένα λογότυπα είναι σχεδιασμένα να είναι αφαιρετικά, στιλιζαρισμένα και ξεκάθαρα. Αυτό συμβαίνει επειδή προτιμάται από τον ανθρώπινο εγκέφαλο να αναγνωρίζει απλές φόρμες αντί για πολύπλοκες. Αυτός ο τύπος λογοτύπου θεωρείται ιδανικός όταν σκοπεύετε να χτίσετε ένα μεγάλο και αναγνωρίσιμο όνομα. Παραδείγματα πετυχημένων επιχειρήσεων που χρησιμοποιούν τέτοιου είδους λογότυπα είναι η Apple, η Nike, η Shell, η McDonald's, το Playboy, η WWF, το Twitter και οι Ολυμπιακοί Αγώνες.



2. Τα λογότυπα κειμένου αποτελούνται κυρίως από το όνομα της επιχείρησης με ένα συγκεκριμένο στυλ γραφής. Αυτό το είδος λογοτύπου επιτρέπει την ενίσχυση της επωνυμίας της επιχείρησης και τη δημιουργία ενός αναγνωρίσιμου σήματος. Τέτοια παραδείγματα είναι του Facebook, της Disney, της Sony, της FedEx, της Nestlé, της Philips, της VISA, της Coca-Cola, και του δικού μας Alectris.



3. Τα λογότυπα ακρωνύμια, είναι μια κατηγορία καθαρά τυπογραφική. Είναι ένα σύμβολο που αντιπροσωπεύει το brand, αλλά στην ουσία αποτελεί τα αρχικά της εταιρείας. Επιλέγεται όταν μια εταιρεία πιστεύει ότι τα αρχικά της έχουν μεγαλύτερο γραφικό ενδιαφέρον ή όταν το όνομα είναι πολύ μακρύ ή σύνθετο. Τέτοια παραδείγματα είναι της 3M, της Hewlett-Packard (HP), της Coco Chanel (CC), του Yves Saint Laurent (YSL), του CNN, του MTV, της General Electric (GE).



4. Τα συνδυασμένα λογότυπα συνδυάζουν ένα γραφικό σύμβολο με κείμενο, δημιουργώντας ένα ολοκληρωμένο σήμα που αναγνωρίζεται εύκολα. Τέτοια παραδείγματα είναι της Pepsi, της Jaguar, της Whirlpool, της Lexus, της Monopoly, της Adidas, της Pizza Hut και των Pringles.



5. Τα ενιαία λογότυπα συμπεριλαμβάνουν το όνομα εντός του ίδιου του εικαστικού και ο σχεδιαστής το προσαρμόζει συνολικά ώστε να είναι αρμονικό το αποτέλεσμα. Τέτοια παραδείγματα είναι της Paramount, της BMW, της Harley Davidson, των Starbucks, της Ford, της Volks Wagen, του NBA.



Συνολικά, ο σχεδιασμός ενός λογοτύπου είναι κρίσιμος για την ανάδειξη της επιχειρηματικής ταυτότητας και την κατανόηση του κοινού. Τα πιο επιτυχημένα λογότυπα είναι συνήθως αφαιρετικά, στιλιζαρισμένα και ευκολόχρηστα, καθώς αυτά τα χαρακτηριστικά επιτρέπουν στο κοινό να τα αναγνωρίζει εύκολα και να τα θυμάται. Το απλό, καθαρό και ξεκάθαρο σχέδιο μπορεί να βοηθήσει στην επίτευξη αυτού του στόχου. Αλλά αυτό εξαρτάται πάντα από το ύφος και τους στόχους της επιχείρησης.

Ο σχεδιασμός ενός λογοτύπου πρέπει να συμβαδίζει με το πνεύμα και τη φιλοσοφία της επιχείρησης. Το λογότυπο πρέπει να αντανακλά την ταυτότητα και τις αξίες της, προσφέροντας στο κοινό μια εμπειρία που θα του μείνει αξέχαστη.

Τέλος, η συνέχεια και η συνοχή του λογοτύπου σε όλες τις πτυχές της επιχείρησης, όπως η διαφήμιση, η συσκευασία, ο ιστότοπος και οι κοινωνικές μέσες, είναι επίσης ζωτικής σημασίας για τη διατήρηση της αναγνωρισιμότητας και της αξιοπιστίας της επιχείρησης στην αγορά.

Επιλογή Χρωμάτων

Η ψυχολογία των χρωμάτων είναι η μελέτη του πώς τα χρώματα επηρεάζουν τις αντιλήψεις και τη συμπεριφορά. Στο μάρκετινγκ και το branding, η ψυχολογία των χρωμάτων επικεντρώνεται στο πώς τα χρώματα επηρεάζουν τις εντυπώσεις των καταναλωτών για μια μάρκα και εάν πείθουν ή όχι τους καταναλωτές να εξετάσουν συγκεκριμένες μάρκες ή να κάνουν μια αγορά. Είναι ένα πολύ σημαντικό πεδίο μελέτης που πρέπει να λαμβάνεται υπόψη κατά τη δημιουργία μάρκετινγκ υλικού, τη δημιουργία μιας νέας επιχείρησης ή το rebranding μιας υπάρχουσας.

Το χρώμα βέβαια εξαρτάται πάρα πολύ από προσωπικές εμπειρίες για να μεταφραστεί καθολικά σε συγκεκριμένα συναισθήματα. Έρευνες δείχνουν ότι προσωπικές προτιμήσεις, εμπειρίες, ανατροφές, πολιτιστικές διαφορές και πλαίσια καθορίζουν τον τρόπο με τον οποίο τα χρώματα ξεχωριστά μας επηρεάζουν.

Συγκεκριμένα:

1. Το κόκκινο

Είναι το πιο συναισθηματικά φορτισμένο χρώμα και για αυτό το λόγο, υπάρχει μια μακρά λίστα κορυφαίων μάρκων που έχουν χρησιμοποιήσει το κόκκινο με μεγάλη επιτυχία στα χρώματα τους για μάρκετινγκ.

Το κόκκινο έχει δείξει να μειώνει την αναλυτική σκέψη, αφού επιταχύνει και εντείνει τις αντιδράσεις. Αυτό το καθιστά ένα από τα καλύτερα χρώματα για διαφήμιση. Υπάρχει λόγος που οι τιμές προσφοράς συνήθως μπαίνουν σε ετικέτες κόκκινου χρώματος, καθώς έχει τη μεγαλύτερη επίδραση.

Μελέτες έχουν δείξει επίσης ότι οι αθλητές που αντιμετωπίζουν αντιπάλους που φορούν κόκκινο έχουν μεγαλύτερες πιθανότητες να χάσουν. Το κόκκινο, φυσικά, είναι το χρώμα των σημάτων στάσης, των γραμματικών λαθών και των αρνητικών οικονομικών.

Τείνει να αυξάνει την όρεξη και χρησιμοποιείται σε μια σειρά από χρωματικές εκφράσεις που επικεντρώνονται στον ενθουσιασμό. Είναι το χρώμα του πάθους και του ρομαντισμού, της ενέργειας και του ενθουσιασμού.



2. Το πορτοκαλί

Είναι διεγερτικό, προκαλώντας αισθήματα ενθουσιασμού και ζεστασιάς. Είναι ένα χρώμα διασκέδασης και ενέργειας, γι' αυτό τον λόγο βρίσκεται σε branding πολλών αθλητικών ομάδων.

Παρόμοια με το κόκκινο και το κίτρινο, το πορτοκαλί χρησιμοποιείται συχνά για να προσελκύσει την προσοχή από κυκλοφοριακά κανάλια μέχρι κουμπιά ιστοσελίδων. Έρευνες δείχνουν ότι οι καταναλωτές τείνουν να συσχετίζουν το πορτοκαλί με την αξία, ένα γεγονός που μάρκες όπως η Home Depot έχουν εκμεταλλευτεί.

Σε φυσικό επίπεδο, το πορτοκαλί εκπέμπει άνεση και ζεστασιά. Είναι το χρώμα του ηλιοβασιλέματος, των εσπεριδοειδών βγάζει αυτοπεποίθηση, ενέργεια και φιλικότητα.



2. Το κίτρινο

Θεωρείται ευχάριστη απόχρωση, αλλά όταν χρησιμοποιείται έντονα μπορεί επίσης να προκαλέσει αισθήματα θυμού, απογοήτευσης, φόβου και αγωνίας.

Αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι το κίτρινο είναι το πιο δύσκολο χρώμα να επεξεργαστεί οπτικά.

Επειδή έχει σχετικά μεγάλο μήκος κύματος, είναι το πιο ορατό χρώμα. Αυτό είναι που το καθιστά τόσο διεγερτικό και προσελκυστικό. Είναι αισιόδοξο, ζεστό, δημιουργικό και χαρούμενο.



Το πράσινο

Είναι το πιο ευχάριστο για τα μάτια καθώς δεν απαιτεί καμία προσαρμογή όταν φτάνει στο αμφιβληστροειδές. Έτσι, το πράσινο εκπέμπει ηρεμία και είναι ευχάριστο.

Μπορεί να βελτιώσει την όραση και χρησιμοποιείται στη νυχτερινή όραση επειδή τα μάτια μας μπορούν να διακρίνουν τις περισσότερες αποχρώσεις του. Δύο από τα πράγματα που σχετίζονται με το πράσινο χρώμα είναι η φύση και τα χρήματα. Το πράσινο μπορεί να σημαίνει ανάπτυξη, γονιμότητα, υγεία, πλούτος, ευεξία ή γενναιοδωρία. Μπορεί επίσης να συσχετιστεί και με αρνητικές φάσεις, όπως ζήλια ή φθόνος. Είναι το διαχρονικό σύμβολο της άνοιξης και της δημιουργίας είναι στενά δεμένο με την αρμονία, την αφοσίωση, την ηθική και τη σταθερότητα.



Το μπλε

Εκεί που το κόκκινο είναι το χρώμα του σώματος, το μπλε προκαλεί το μυαλό. Γαλήνιο και καταπραϋντικό, το μπλε είναι το χρώμα της σαφήνειας και της επικοινωνίας. Είναι το πιο κοινό "αγαπημένο χρώμα" που αναφέρεται από τον παγκόσμιο πληθυσμό. Φυσικά, το μπλε είναι παντού στην καθημερινή μας ζωή. Είναι το χρώμα του καθαρού ουρανού και σχεδόν κάθε σώμα νερού που συναντάμε. Η παρουσία του στον κόσμο, το καθιστούν μη απειλητικό, συντηρητικό και παραδοσιακό. Θεωρείται η πιο ασφαλής επιλογή από τις μάρκες για την ακρίβεια, περισσότερο από 33% των μαρκών χρησιμοποιούν το μπλε ως το κύριο τους χρώμα.

Το μπλε προκαλεί αξιοπιστία και ασφάλεια, γι' αυτό και είναι τόσο κοινό στον χώρο της χρηματοοικονομικής βιομηχανίας, από τη λιανική τραπεζική μέχρι τις μάρκες ιδιωτικής κεφαλαιακής επένδυσης. Μελέτες έχουν δείξει ακόμα και ότι οι άνθρωποι είναι πιο παραγωγικοί όταν εργάζονται σε μπλε δωμάτια. Φυσικά, το μπλε είναι επίσης το χρώμα της λύπης και του κρύου. Συνολικά εκπέμπει εμπιστοσύνη

αφοσίωση, λογική και ασφάλεια.

SAMSUNG



Dropbox



BW | Best Western.
Hotels & Resorts



P&G

Rosetta
Stone



Το μωβ

Πρόκειται για ένα χρώμα που συνδέεται από πολύ παλιά με την εξουσία, τη διαίσθηση και το παράδοξο. Παράλληλα, συνοδεύει τη δημιουργικότητα και την πολυτέλεια. Χαρίζει τη θέληση για βαθύτερη επικοινωνία με τον εαυτό μας και τον διαλογισμό. Είναι παραδοσιακά βασιλικό χρώμα και το βρίσκουμε σε προϊόντα συνδυασμένα με την πολυτέλεια και τον πλούτο. Θεωρείται χρώμα χαμηλής διέγερσης και μπορεί να προκαλέσει αισθήματα πνευματικότητας και μυστηρίου, ειδικά στις πιο σκούρες αποχρώσεις του, αλλά και δημιουργικότητας. Προσδίδει επομένως μια αίσθηση κύρους και εναλλακτικού στιλ. Γενικά εκπέμπει σοφία, πολυτέλεια, πλούτο, φαντασία.

aetna®



NYU

Roku



yahoo!

Syfy



twitch

Το ροζ

Παραδοσιακά, αποτελεί το “χρώμα των κοριτσιών” και όταν χρησιμοποιείται σε λογότυπο έχει παρατηρηθεί πως αναφέρεται κυρίως στο γυναικείο κοινό. Ταυτόχρονα, οι σύγχρονες εταιρίες το χρησιμοποιούν πολύ σε μηνύματα μάρκετινγκ. Στην ψυχολογία των χρωμάτων, το ροζ εκπέμπει παιχνίδι, ανεμελιά, την άνευ όρων αγάπη και τον ενθουσιασμό.

Το μαύρο

Παρόλο που στην ουσία δεν θεωρείται χρώμα, το μαύρο συμβολίζει επαγγελματισμό, αξιοπιστία, πολυτέλεια και υπεροχή. Σε συνδυασμό με το λευκό, αποτελεί έναν από τους πιο διαχρονικούς συνδυασμούς. Οι περισσότερες εταιρίες πολυτελείας και πολλά καταστήματα μόδας χρησιμοποιούν αυτό το χρώμα στο λογότυπό τους. Μέσα από αυτόν τον συνδυασμό, εκφράζεται το αίσθημα συνέπειας και σταθερότητας, δίνοντας το μήνυμα ότι δεν χρειάζεται να προσπαθήσει κανείς να κεντρίσει την προσοχή.

Το άσπρο

Εκεί που το μαύρο απορροφά όλο το φως και το χρώμα, το λευκό είναι η αντανάκλαση και η απουσία του. Γι' αυτό το λόγο, το λευκό εδώ και καιρό συνδέεται με την αγνότητα όσον αφορά την ψυχολογία των χρωμάτων στο μάρκετινγκ. Στον τομέα της υγείας, το λευκό υπονοεί καθαριότητα και αποστείρωση. Εκτός από το νοσοκομείο, αποτελεί ένδειξη αθωότητας και θεωρείται μινιμαλιστικό.

Η σύνδεσή του με τον γάμο και τα νυφικά είναι βαθιά εδραιωμένη. Ωστόσο, είναι επίσης μοντέρνο, αξιοποιούμενο από εταιρίες όπως η Apple για να υποδηλώσει ένα κομψό, λιτό στυλ. Είναι το απλούστερο από όλα τα χρώματα, δίνοντας μια υψηλότερη αίσθηση του χώρου.





MEOW PARLOUR



CATMOSPHERE
— SYDNEY'S ORIGINAL CAT CAFE —



WHISKERS
CAT CAFE

Λογότυπα Cat Cafe παγκοσμίως

Παρατηρώντας τα λογότυπα των Cat Cafe παγκοσμίως βλέπουμε ότι συχνά σχεδιάζονται με έμφαση στην γάτα και τον καφέ, καθώς αυτά είναι τα κύρια θέματα και στοιχεία της επιχείρησης. Συνήθως χρησιμοποιούν γραφικά στοιχεία που αναπαριστούν γάτες, όπως το προφίλ ενός γάτου, τις γάτες να παίζουν ή να ξαπλώνουν, παίζουν με τον αρνητικό χώρο και σιλουέτες. Επιπλέον, συχνά συνδυάζονται με κλασικά σύμβολα του καφέ, όπως κούπες, φλυτζάνια, ή καφετιέρες, για να δημιουργήσουν μια ισχυρή αναγνωρισιμότητα και σύνδεση με τον καφέ. Αναλυτικά στον σχεδιασμό λογotypών για Cat Cafe παγκοσμίως παρατηρούμε τα ακόλουθα χαρακτηριστικά:

1. Χρήση της εικόνας μιας γάτας ή γατών. Τα περισσότερα λογότυπα Cat Cafe χρησιμοποιούν την εικόνα μιας ή περισσότερων γατών για να αναδείξουν το κύριο θέμα της επιχείρησης.
2. Καλλιτεχνική απεικόνιση των γατών, οι γάτες συχνά απεικονίζονται με έναν φιλικό και φιλόξενο τρόπο, μερικές φορές με ανθρώπινες ιδιότητες για να ενισχυθεί η συναισθηματική σύνδεση με το κοινό.
3. Έντονα χρώματα. Συνήθως χρησιμοποιούνται ζωηρά και φιλικά χρώματα όπως το ροζ, το μωβ, το γαλάζιο και το πράσινο, που δημιουργούν μια αίσθηση ζεστασιάς και φιλικότητας.
4. Στιλιζαρισμένα γραφικά. Τα λογότυπα είναι συνήθως στιλιζαρισμένα και αφαιρετικά, με απλές γραμμές και σχήματα που είναι εύκολα αναγνωρίσιμα και μπορούν να μεταδώσουν το μήνυμα του Cat Cafe.
5. Συνδυασμένα λογότυπα. Μερικές φορές, το γραφικό στοιχείο συνδυάζεται με το κείμενο, παρέχοντας ένα ολοκληρωμένο και εύκολα αναγνωρίσιμο σήμα. Αυτά τα χαρακτηριστικά συνήθως αντικατοπτρίζουν το φιλικό και φιλόξενο περιβάλλον που προσφέρουν τα Cat Cafe, προσελκύοντας τους λάτρεις των γατών και τους λάτρεις του καφέ.

Μέσα από την έρευνα μου κατάλαβα τι ήθελα να αποτυπώσω μέσα από τον δικό μου σχεδιασμό, τι έπρεπε να αποφύγω και πως να κάνω την εταιρική ταυτότητα να ξεχωρίζει από τα υπόλοιπα.

Αγαπημένο Branding κατά την Έρευνα

Μέσα από την έρευνα μου βρήκα ένα πολύ ενδιαφέρον σχεδιασμό εταιρικής ταυτότητας ενός καφέ με βάση του τη Μαλαισία και εμπνεύστηκε από τα στοιχεία του νομίσματος πέντε διαφορετικών χωρών. Η ονομασία του είναι "The Money Coffee bar" και έχει ιδιαίτερα χαρακτηριστικά σχεδιασμού όπου και εμπνεύστηκα.

Λογότυπο:



Παρατηρούμε ότι ο τρόπος που έχει διαχειριστεί την γραμματοσειρά σχεδιαστικά είναι πολύ ιδιαίτερος (vintage στοιχεία, κυματιστά γράμματα) ενώ ταυτόχρονα έχει εντάξει το στοιχείο με την παουσιά της γάτας ώστε να παραπέμπει στο θέμα του καφέ. Συνολικά βγάζει κάτι παραδοσιακό, κάτι vintage.

Illustrations:



Οι εικονογραφήσεις είναι προσεκτικά σχεδιασμένες, πολύ έξυπνες με έμπνευση από παραδοσιακά στοιχεία των πέντε επιλεγμένων χωρών. Χρησιμοποιούνται για να προσθέσουν παιχνιδιάρικο και φιλικό χαρακτήρα στο branding του καφέ, σε συσκευασίες, σε μοτίβα, και social media.

Χρώματα

<p>Thai Purple #5c3a7f C:77 M:92 Y:18 K:05</p>		<p>Ethiopia Orange #f19926 C:00 M:80 Y:96 K:00</p>	
<p>Sourdough Brown #754f39 C:00 M:96 Y:87 K:00</p>		<p>Columbia Green #5a8c3f C:69 M:28 Y:97 K:11</p>	
<p>Costa Pink #f59aa2 C:00 M:49 Y:22 K:00</p>			

Ο συνολικός σχεδιασμός φαίνεται να απευθύνεται σε ένα πιο νεανικό, φρέσκο κοινό διατηρώντας όμως κάποια παραδοσιακά στοιχεία τα οποία έχουν μοντερνοποιηθεί. Έτσι και τα χρώματα ακολουθούν την ίδια λογική, είναι φωτεινά, παιχνιδιάρικα και ευχάριστα στο μάτι.

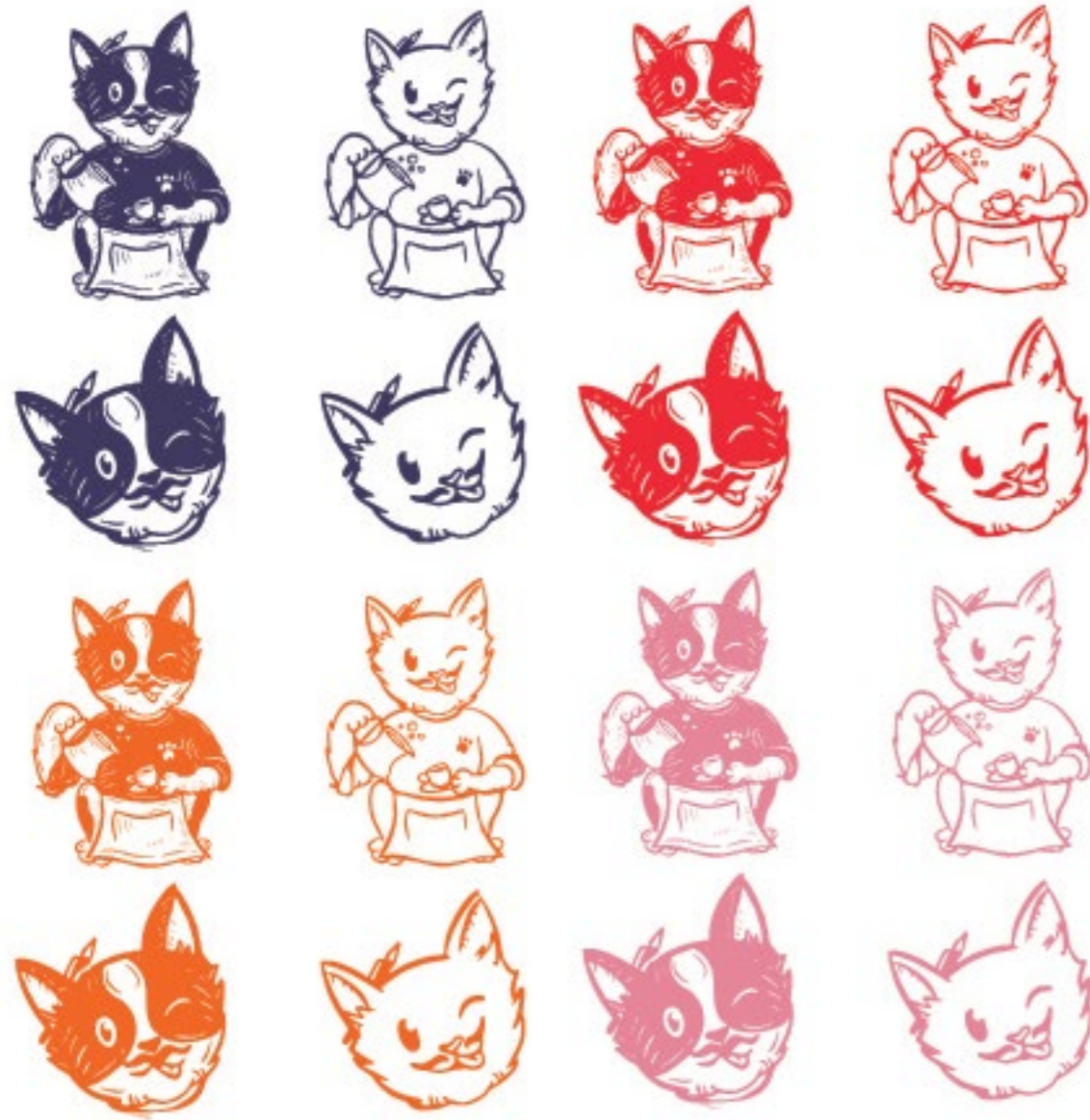
Εμπνευση

Παρατηρώντας τα λογότυπα των Cat Cafe παγκοσμίως βλέπουμε ότι συχνά σχεδιάζονται με έμφαση στην γάτα και τον καφέ, καθώς αυτά είναι τα κύρια θέματα και στοιχεία της επιχείρησης. Συνήθως χρησιμοποιούν γραφικά στοιχεία που αναπαριστούν γάτες, όπως το προφίλ ενός γάτου, τις γάτες να παίζουν ή να ξαπλώνουν, παίζουν με τον αρνητικό χώρο και σιλουέτες. Επιπλέον, συχνά συνδυάζονται με κλασικά σύμβολα του καφέ, όπως κούπες, φλυτζάνια, ή καφετιέρες, για να δημιουργήσουν μια ισχυρή αναγνωρισιμότητα και σύνδεση με τον καφέ. Μέσα από την έρευνα μου κατάλαβα τι ήθελα να αποτυπώσω μέσα από τον δικό μου σχεδιασμό, τι έπρεπε να αποφύγω και πως να κάνω την εταιρική ταυτότητα να ξεχωρίζει από τα υπόλοιπα.



ΠΡΟΣΧΕΔΙΑ | ΠΡΩΤΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ

Τα προσχέδια αποτελούν κρίσιμο στάδιο στον σχεδιασμό ενός branding, καθώς επιτρέπουν την εξέλιξη και την προσαρμογή της ιδέας πριν από την τελική εφαρμογή, εξασφαλίζοντας την απόλυτη συμβατότητα με τη φιλοσοφία και τα μηνύματα που θέλει να μεταδώσει το brand. Εκεί πειραματίζεσαι, βλέπεις τι είναι εφικτό, συνδυάζεις τεχνικές και να βγάλεις το επιθυμητό αποτέλεσμα. Εγώ περιεργαστήκα περισσότερο με τις λεπτομέρειες που θα είχε η μασκοτ καταλήγοντας σε συμπέρασμα ότι κάτι πιο απλό θα ήταν και πιο πρακτικό τόσο σχεδιαστικά όσο και στις απαραίτητες εκτυπώσεις.



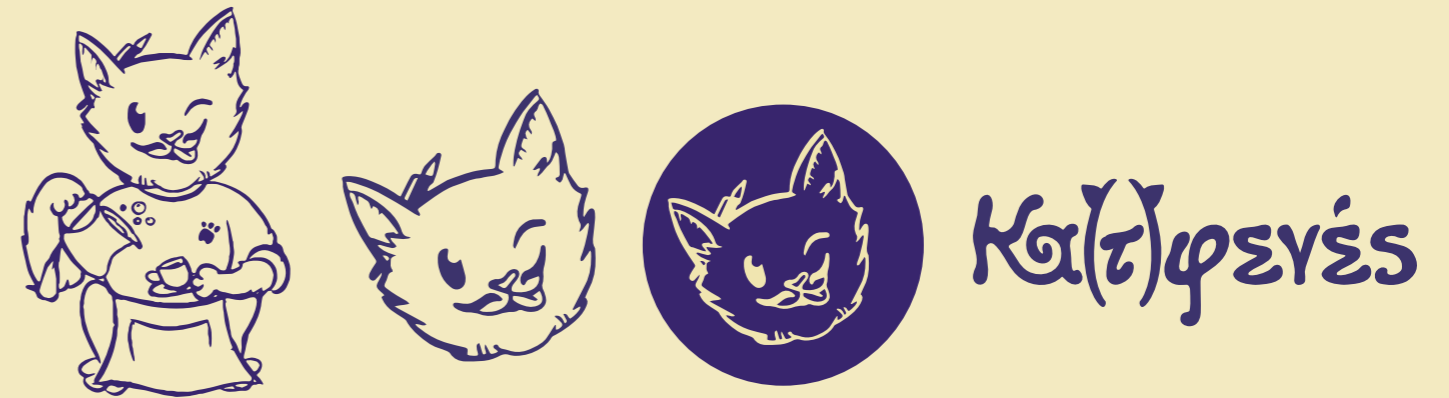
Το Λογότυπο

Η μασκότ δημιουργήθηκε με πρόθεση να εκφράσει το πνεύμα και την ταυτότητα του καταστήματος “Κα(τ)φενές”. Η επιλογή της γάτας ως βασικού στοιχείου έγινε με σκοπό να προκαλέσει άμεση αναγνώριση και σύνδεση με το όνομα του καταστήματος. Το μπρίκι που κρατάει απεικονίζει την απόλαυση του καφέ και επισημαίνει το ελληνικό στοιχείο, προσθέτοντας μια διαχρονική και παραδοσιακή πινελιά. Το μουστάκι προσδίδει έναν διασκεδαστικό χαρακτήρα και προσφέρει μια γλυκιά αίσθηση, ενθαρρύνοντας τη φιλικότητα και την ανοιχτή συνομιλία. Συνολικά, ο σχεδιασμός της μασκότ αποσκοπεί στο να εντυπωσιάσει το κοινό και να δημιουργήσει ένα αναγνωρίσιμο σύμβολο για το κατάστημα, ενισχύοντας την ταυτότητα του και δημιουργώντας μια παιχνιδιάρικη και φιλόξενη ατμόσφαιρα.

Κύριο Λογότυπο



Διαφορετικές εκδοχές



Η δημιουργία μιας προσεκτικά σχεδιασμένης εταιρικής ταυτότητας για ένα cat cafe είναι σημαντική για πολλούς λόγους, καθώς επηρεάζει τον τρόπο με τον οποίο η επιχείρηση αντικατοπτρίζεται στο κοινό.

1. Ένα cat cafe με μια εντυπωσιακή εταιρική ταυτότητα ξεχωρίζει και προσελκύει το ενδιαφέρον του κοινού.

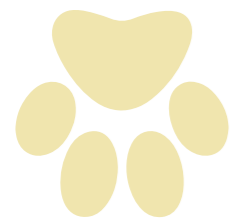
2. Μια καλά σχεδιασμένη εταιρική ταυτότητα μεταφέρει αποτελεσματικά το ύφος και την αισθητική του cat cafe. Η χρήση συγκεκριμένων χρωμάτων, λογοτύπου, και γραμματοσειράς μπορεί να προκαλέσει συναισθήματα φιλικότητας, χαλαρότητας και διασκέδασης, ενθαρρύνοντας τους πελάτες να αναπτύξουν συναισθηματική σύνδεση με τον χώρο.

3. Η εταιρική ταυτότητα εκφράζει την προσωπικότητα και το μήνυμα του cat cafe. Αυτό μπορεί να ενθαρρύνει τη διαμόρφωση μιας ξεχωριστής και αναγνωρίσιμης επιχειρηματικής ταυτότητας, που μπορεί να ξεχωρίσει το cat cafe στην αγορά.

4. Ένα ευχάριστο και διασκεδαστικό branding μπορεί να προσελκύσει πελάτες που αναζητούν μια μοναδική εμπειρία. Η εμφάνιση του cat cafe και η παρουσίασή του μπορούν να είναι καθοριστικές για τον τρόπο που θα το αντιληφθεί το κοινό.

5. Μια προσεκτικά διαμορφωμένη εταιρική ταυτότητα δημιουργεί μνημονευτικότητα και αναγνωρισιμότητα. Αν οι πελάτες συνδέουν εύκολα τα γραφικά και τα χαρακτηριστικά του cat cafe με το επιχειρηματικό σας brand, τότε είναι πιο πιθανό να το θυμούνται και να το επισκέπτονται ξανά.

Συνολικά, μια καλά σχεδιασμένη εταιρική ταυτότητα δημιουργεί μια εμφανή, αναγνωρίσιμη και θετική εικόνα, που μπορεί να συνεισφέρει στην επιτυχία και τη διατήρηση ενός cat cafe.



P: 7499 C
HEX: F7E6B2



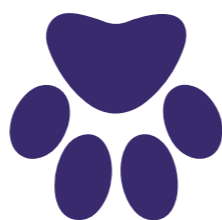
337 C
8FD6BD



7585 C
FF6A73



2685 C
FFA3B5



2685 C
330072

Η Χρωματική Παλέτα

Τα φωτεινά χρώματα που επιλέχθηκαν (μοβ, ροζ, πορτοκαλί, τρκουάζ, παστέλ κίτρινο) αντικατοπτρίζουν ένα θετικό, ενθαρρυντικό και φιλόξενο περιβάλλον.

Αυτά τα χρώματα συνδυάζουν τη ζεστασιά του καφέ με την ζωνρότητα των γάτων, προσδίδοντας μια ευχάριστη αίσθηση στον πελάτη. Επιπλέον, μπορούν να ενισχύσουν την ενέργεια και την ευφορία, συνδυάζοντας την αίσθηση ευεξίας με την εμπειρία του καφέ. Αναλυτικά

Το μοβ είναι ένα χρώμα που συνδυάζει την ενέργεια του κόκκινου με την ηρεμία του μπλε. Στη ψυχολογία των χρωμάτων, το μοβ συνδέεται με την αίσθηση της πολυτέλειας, της δημιουργικότητας και της πνευματικής εξέλιξης. Είναι ένα χρώμα που εκφράζει μια αίσθηση φινέτσας και πρωτοτυπίας, καθιστώντας το κατάλληλο για ένα καφέ που επιδιώκει να ξεχωρίσει.

Το ροζ είναι ένα χρώμα που συνδέεται με την τρυφερότητα, τη ζεστασιά και τη θηλυκότητα. Είναι χρώμα που προκαλεί θετικά συναισθήματα και δημιουργεί μια ευχάριστη ατμόσφαιρα. Στον καφέ “Κα(τ)φενές”, το ανοιχτό ροζ μπορεί να προσθέσει μια δόση ζεστασιάς και γλυκύτητας, καθιστώντας τον χώρο φιλικό και ευχάριστο.

Το πορτοκαλί είναι ένα ζεστό και φιλικό χρώμα που συνδέεται με την ενέργεια, τη ζεστασιά και τη φιλοξενία. Είναι επίσης χρώμα που προκαλεί ενδιαφέρον και ενισχύει τη δημιουργικότητα. Στον χώρο του καφέ, το πορτοκαλί μπορεί να δημιουργήσει μια ζεστή και φιλόξενη ατμόσφαιρα, ενθαρρύνοντας τους πελάτες να περνούν ευχάριστα χρόνο στο “Κα(τ)φενές”.

Το ανοιχτό πράσινο είναι ένα χρώμα που σχετίζεται με τη ηρεμία. Είναι ευχάριστο στο μάτι και μπορεί να μεταφέρει μια αίσθηση ανανέωσης και αναζωογόνησης. Στον καφέ, αυτό το χρώμα μπορεί να δώσει μια ευχάριστη αίσθηση φρεσκάδας και να συμβάλει στη δημιουργία ενός χώρου που προσελκύει το ενδιαφέρον.

Γραμματοσειρές

Η επιλογή σωστής γραμματοσειράς για ένα branding είναι σημαντική για πολλούς λόγους. Καταρχάς, μια ξεχωριστή και καλά επιλεγμένη γραμματοσειρά μπορεί να δημιουργήσει μια αναγνωρίσιμη εικόνα για ένα brand. Επιπλέον, η γραμματοσειρά επηρεάζει την αισθητική του branding και μπορεί να προσθέσει στυλ και ενδιαφέρον στην εικόνα του. Τέλος, μια κατάλληλη γραμματοσειρά προσφέρει ευκολία ανάγνωσης και κατανόησης, βοηθώντας το κοινό να αντιληφθεί εύκολα το μήνυμα του brand.

CUSTOM MADE

Κα(τ)φενές

IMIBOBO

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ΑΒΓΔΕΖΗΘΙΚΛΜΝΞΟΠΡΣΤΥΦΧΨΩ
αβγδεζηθικλμνξοπρστυφχψω

Η προσαρμοσμένη γραμματοσειρά προσδίδει πρωτοτυπία και αναγνωρισιμότητα στο όνομα “Κα(τ)φενές”. Η επιλογή μιας custom γραμματοσειράς ενισχύει τον χαρακτήρα της επιχείρησής, καθιστώντας την μοναδική και εύκολα αναγνωρίσιμη. Η ενοποίηση της γραμματοσειράς με το λογότυπο δημιουργεί μια συνεκτική και εναρμονισμένη εικόνα. Σχεδιαστικά, η γραμματοσειρά ταιριάζει με τη μασκότ του λογοτύπου, είναι ανισόπαχη με παιχνίδι στα γράμματα. Τέλος, Η δευτερεύουσα γραμματοσειρά επιλέχθηκε με βάση το συνολικό ύφος της εταιρικής ταυτότητας.

Φάκελος- Επιστολόχαρτο, Επαγγελματική Κάρτα

Ο σχεδιασμός φακέλου επιστολόχαρτου και η επαγγελματική κάρτα είναι σημαντικά για την εταιρική ταυτότητα μιας επιχείρησης. Αποτελούν βασικά εργαλεία επικοινωνίας και προβολής που μεταφέρουν την επαγγελματική εικόνα και τα ιδεώδη της επιχείρησης. Ο φάκελος και επιστολόχαρτο είναι συχνά το πρώτο πράγμα που βλέπουν οι παραλήπτες όταν λαμβάνουν μια επιστολή ή ένα έγγραφο από την εταιρεία. Ένας ποιοτικά σχεδιασμένος φάκελος με το λογότυπο και τα στοιχεία επικοινωνίας της εταιρείας μπορεί να δημιουργήσει μια επαγγελματική και αξιόπιστη εντύπωση από την πρώτη επαφή.

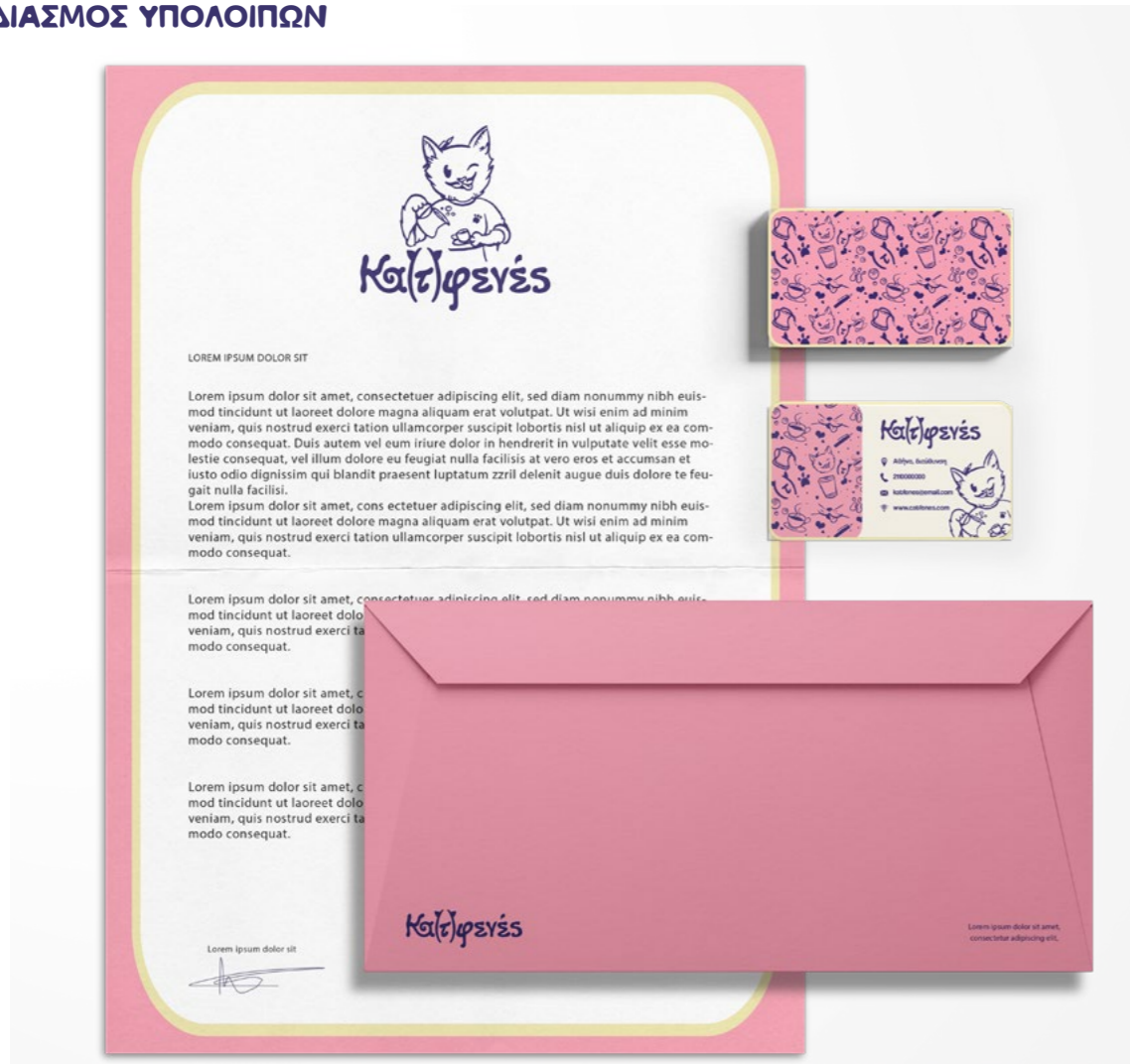
Η επαγγελματική κάρτα είναι ένα άλλο σημαντικό εργαλείο που χρησιμοποιείται για να ανταλλάσσονται πληροφορίες επαφής με πελάτες, πιθανούς συνεργάτες και άλλα άτομα ή εταιρείες. Μια καλά σχεδιασμένη επαγγελματική κάρτα με έντονα το λογότυπο και τα στοιχεία επικοινωνίας της εταιρείας μπορεί να δημιουργήσει μια θετική εντύπωση και να διευκολύνει την επαφή και την ανταλλαγή πληροφοριών. Είναι πολύ σημαντικό κομμάτι της εταιρικής ταυτότητας και δεν πρέπει να παραλείπεται.

Α' ΟΨΗ



Β' ΟΨΗ





Μενού

Ο σχεδιασμός ενός καλού μενού παίζει σημαντικό ρόλο στην επιτυχία ενός καφέ και στη συνολική εταιρική ταυτότητά του.

1. Πρώτη εντύπωση: Το μενού είναι συχνά το πρώτο πράγμα που βλέπουν οι πελάτες όταν επισκέπτονται ένα καφέ. Ένα προσεγμένο και ελκυστικό μενού μπορεί να δημιουργήσει μια θετική πρώτη εντύπωση.

2. Αναδεικνύει το ύφος του καφέ: Ο σχεδιασμός του μενού μπορεί να αντικατοπτρίζει το ύφος και την αισθητική του καφέ. Για παράδειγμα, ένας καφές με μοντέρνα και μινιμαλιστική αισθητική θα πρέπει να έχει ένα μενού που είναι εξίσου μοντέρνο και μινιμαλιστικό.

Υπάρχουν διαφορετικά είδη μενού, μιας όψης, διπλής όψης, μενού κατάλογοι, πίνακες μενού μεγάλων διαστάσεων, μιας χρήσης κλπ. Εγώ αποφάσισα να δημιουργήσω ένα μενού διπλής όψης (προϊόντα στην β' όψη αλλά θα τυπωθούν γραφικά και στην α'). Ήθελα να φτιάξω ένα ιδιαίτερο κοπτικό όπου θα βοηθάει πρακτικά το σέρβις. Έτσι έκανα 2 αυτάκια με κενά ώστε να μπορούν να κρεμαστούν κάπου και να είναι εύχρηστα στη χρήση τους. Σχεδιαστικά, ήθελα να το κάνω ευχάριστο και φιλικό προς τον πελάτη, βάζοντας τα illustrations που έχουν δημιουργηθεί μαζί με όλες τις απαραίτητες πληροφορίες. Η γραμματοσειρά στο "μενού" σχεδιάστηκε στα πρότυπα της γραμματοσειράς του λογοτύπου.

Α' ΟΨΗ



Β' ΟΨΗ



ΚΑΦΕΣ			ΚΑΦΕΣ		ΡΟΦΗΜΑΤΑ	
Ελληνικός μονός/ Βιολός	2,50/3,00€	Φραππέ	4,00€	Σοκολάτα Τσάη / κρέμα (φρούλα, καραμέλα φουντούκι, βανίλια)	4,00€	
Espresso	3,00€	Freddo Espresso	3,00€	Ρίκιλάτε (φρούλα, βανίλια, σοκολάτα)	5,00€	
μονός/ Βιολός	3,00€	Freddo Cappuccino	3,00€	Τραντίνα (φρούλα, λεμόνι, μάντζουρα)	4,50€	
Cappuccino	2,50/3,00€	Ice latte	3,00€			
μονός/ Βιολός	2,50/3,50€	Freddoccino	4,50€			
Latte	3,00/3,50€					
Καφές φάπρου	4,00€					
Flat white	3,00€					
Americano	3,00€					
Freddoccino ζεστό	4,50€					

ΤΣΑΙ		ΧΥΜΟΙ / ΑΝΑΨΥΚΤΙΚΑ		ΜΠΥΡΕΣ	
Χαμομή	3,50€	Χυμός πορτοκάλι φυσικός	4,00€	Μπίρας	4,00€
Τσάι του βουνού	3,70€	Μέλο Πορτοκάλι Καρότο	3,20€	Kaiser	4,00€
Μύρτιλο - Κερασί	3,70€	Μπανόνα Βισοάνα	3,00€	Fis	4,00€
Πράσινο Detox	3,90€	Ψευδαμύγδα	3,00€	Heleneken	4,00€
Τσάι κρόκο (σοδάκινο, λεμόνι)	3,00€	Κόκα Κόλα (βανίλια, light, zero)	3,00€	Fisher	4,50€
		Αχμονόδα	3,00€		
		Βισοάναδα	3,00€		

ΓΛΥΚΑ		ΚΡΑΣΙ	
Μπισκότο λεμόνι	2,50€	Λευκό ποτήρι	4,00€
Σοκολατόψωπο	4,50€	Κακίνο ποτήρι	4,00€
Μελίψωπο	3,50€	Ραζί ποτήρι	4,00€
Soft cookie	3,00€		
Red Velvet Cake	5,00€		
Chocolate Muffin	3,50€		

ΑΛΜΥΡΑ ΣΝΑΚ	
Μπιλά παγωτό (σοκολάτα, βανίλια, στρασιανάκι, τυρί, καρναμέλα)	7,50€
Κλαση Σάντουιτς γαλοπούλα	6,00€
Κλαση Σάντουιτς κοτόπουλο	6,50€
Αραβική γαλοπούλα/ κοτόπουλο	4,50€
Σαλάτα Caesar	7,90€

♥ Παρακαλούμε ενημερώστε μας εάν έχετε τροφικές αλλεργίες ή διατροφικές διαταραχές
♥ Μέρος των εσόδων διορίζεται κάθε μήνα σε μια επεξεργασμένη οργάνωση για την προστασία ζώων

Illustrations

Οι εικονογραφήσεις σε ένα branding έχουν σημαντικό ρόλο στη δημιουργία μιας ισχυρής αίσθησης ταυτότητας και στην επικοινωνία με το κοινό. Αν και τα λογότυπα και τα χρώματα παίζουν κεντρικό ρόλο στην αναγνωρισιμότητα της μάρκας, οι εικονογραφήσεις μπορούν να προσθέσουν βάθος, να δώσουν εκφραστικότητα και να ενισχύσουν το μήνυμα του brand.



ΤΟΥΑΛΕΤΕΣ



Ανδρικές

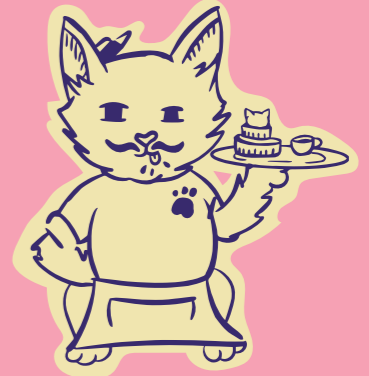


Γυναϊκές

Ο ΚΑΛΥΤΕΡΟΣ
ΚΑΦΕΣ



ΤΟ ΠΙΟ
ΕΞΥΠΗΡΕΤΙΚΟ
ΣΕΡΒΙΣ



ΤΟ ΠΙΟ
ΕΥΓΕΝΙΚΟ
ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ

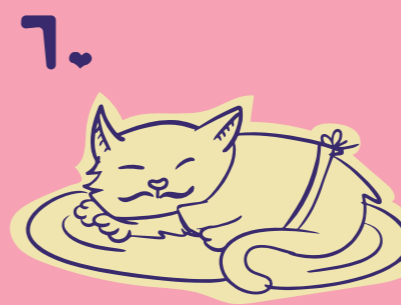


Η ΠΙΟ
ΕΥΧΑΡΙΣΤΗ
ΠΑΡΕΑ



Η ΠΙΟ
ΣΕΣΤΗ
ΦΙΛΟΞΕΝΙΑ

ΚΑΝΟΝΕΣ



ΣΕΒΑΣΤΕΙΤΕ ΤΟΝ
ΥΠΝΟ ΤΟΥΣ



ΜΗ ΤΑ
ΑΝΑΣΤΑΤΩΝΕΤΕ



ΜΗ ΤΑΙΖΕΤΕ
ΧΩΡΙΣ ΑΔΕΙΑ

Μέσω των εικονογραφήσεων, μεταδίδεται η φιλοσοφία, η αξία και ο χαρακτήρας της επιχείρησης. Οι εικόνες μπορούν να εκφράσουν συναισθήματα, να αφηγηθούν μια ιστορία και να προκαλέσουν αντιδράσεις, κάνοντας το branding πιο ελκυστικό και προσιτό στο κοινό. Επιπλέον, οι εικονογραφήσεις μπορούν να προσφέρουν πρόσθετη αξία στα προϊόντα ή τις υπηρεσίες, δημιουργώντας μια συναισθηματική σύνδεση με το κοινό. Μπορούν να χρησιμοποιηθούν για να επικοινωνήσουν συγκεκριμένα μηνύματα, να δείξουν τα πλεονεκτήματα των προϊόντων ή να καταδείξουν την καινοτομία και τη διαφοροποίησή από τους ανταγωνιστές. Συνολικά, οι εικονογραφήσεις αποτελούν ένα σημαντικό στοιχείο στην επιτυχημένη δημιουργία και ενίσχυση μιας μάρκας. Κατά το δικό μου σχεδιασμό, αποφάσισα να πάρω την κύρια μασκότ και να κάνω παραλλαγές που να αποτυπώνουν τον χαρακτήρα των γατών, να είναι χιουμοριστικά και χαριτωμένα. Σχεδιαστικά έχουν ένα πιο σκετσαρισμένο στυλ, είναι απλά και ξεκάθαρα στο μήνυμά τους. Μπορούν να χρησιμοποιηθούν σε συσκευασίες, social media posts και stories, διακόσμηση του χώρου του καφέ (τοιχογραφίες, τουαλέτες) αυτοκόλλητα, μπλουζάκια και άλλα εμπορεύματα. Παίζουν σημαντικό ρόλο στην αλληλεπίδραση με τον κόσμο ενώ ταυτόχρονα είναι φρέσκα και νεανικά.



Σημασία σχεδιασμού εμπορευμάτων

Γενικά, ο σχεδιασμός των εμπορευμάτων αποτελεί σημαντικό στοιχείο στην ενίσχυση του branding μιας επιχείρησης ή ενός προϊόντος. Το merchandise περιλαμβάνει οποιοδήποτε είδος προϊόντος που φέρει το λογότυπο ή τη σήμανση μιας εταιρείας, και μπορεί να περιλαμβάνει είδη όπως μπλουζάκια, καπέλα, κούπες, τσάντες, στυλό, κλπ.

Ο ρόλος του σχεδιασμού αυτού είναι πολύπλευρος και πολύτιμος για το branding:

1. Ενίσχυση της αναγνωρισιμότητας της μάρκας: Το λογότυπο και άλλα στοιχεία του branding που εμφανίζονται σε προϊόντα όπως μπλουζάκια και κούπες διαδίδουν την αναγνώριση της μάρκας στο κοινό.
2. Προώθηση του brand: Το merchandise λειτουργεί ως φορέας διαφήμισης καθώς οι φαν και οι πελάτες μπορούν να φέρνουν τα προϊόντα στην καθημερινότητά τους, διαφημίζοντας έμμεσα το brand σε άλλα άτομα.
3. Ενίσχυση της εταιρικής ταυτότητας: μπορεί να αντιπροσωπεύει τις αξίες και το στυλ της εταιρικής ταυτότητας, ενισχύοντας τη συνολική εικόνα και την επικοινωνία του με το κοινό.

Συνολικά, ο σχεδιασμός εμπορευμάτων αποτελεί σημαντικό μέρος του branding ενός προϊόντος ή μιας επιχείρησης και μπορεί να συμβάλει στην ενίσχυση της εικόνας και της αναγνωρισιμότητάς τους.





Είδη εκτυπώσεων

1. Μπλουζάκια, καπέλα και είδη ένδυσης.

Υπάρχουν διάφορα είδη εκτύπωσης που μπορούν να χρησιμοποιηθούν για τη δημιουργία μπλουζακιών. Κάθε είδος εκτύπωσης έχει τα πλεονεκτήματά του και κατάλληλες εφαρμογές, εξαρτώμενα από τον σκοπό και το στυλ του σχεδιασμού.

Ορισμένα από τα δημοφιλέστερα είδη εκτύπωσης για μπλουζάκια περιλαμβάνουν:

α) Εκτύπωση με μεταξοτυπία (Silk screen printing): Η μεταξοτυπία είναι μια διαδομένη μέθοδος εκτύπωσης που χρησιμοποιείται για πολύχρωμα σχέδια. Είναι ανθεκτική στο πλύσιμο και προσφέρει καλή ποιότητα εικόνας.

β) Ψηφιακή εκτύπωση (Digital printing): Η ψηφιακή εκτύπωση είναι ιδανική για μικρές παρτίδες ή προσαρμοσμένα σχέδια, και μπορεί να παράγει πλούσια χρώματα και λεπτομέρειες.

γ) Εκτύπωση με μεταφορά θερμότητας (Heat transfer printing): Η εκτύπωση με μεταφορά θερμότητας είναι μια διαδομένη μέθοδος για τη δημιουργία προσαρμοσμένων μπλουζακιών, όπου το σχέδιο μεταφέρεται στο ύφασμα με θερμότητα και πίεση.

δ) Εκτύπωση με θερμομεταφορά υδρατμών (Sublimation printing): Η εκτύπωση με υδρατμούς υποβάλλει το μελάνι σε υψηλή θερμοκρασία και πίεση, μετατρέποντάς το σε αέρια μορφή που διαπερνά το ύφασμα. Αυτό παράγει μια μόνιμη εικόνα με υψηλή αντοχή στο πλύσιμο και τη φθορά.

2. Αυτοκόλλητα

Υπάρχουν διάφορα είδη εκτύπωσης που χρησιμοποιούνται για την παραγωγή αυτοκόλλητων, ανάλογα με τις απαιτήσεις του έργου και το επιθυμητό αποτέλεσμα. Ορισμένα από τα πιο δημοφιλή είδη εκτύπωσης αυτοκόλλητων περιλαμβάνουν:

α) Εκτύπωση οθόνης (Screen printing): Αυτή η μέθοδος είναι κατάλληλη για μεγάλες παρτίδες αυτοκόλλητων και προσφέρει έντονα χρώματα και μεγάλη αντοχή.

β) Ψηφιακή εκτύπωση (Digital printing): Η ψηφιακή εκτύπωση είναι ιδανική για προσαρμοσμένα ή μικρά ποσά αυτοκόλλητων, παρέχοντας πλούσια χρώματα και λεπτομερή γραφικά.

γ) Εκτύπωση μεταξοτυπίας (Silk screen printing): Αυτή η μέθοδος είναι κατάλληλη για αυτοκόλλητα με περίπλοκα σχέδια ή ειδικά εφέ, όπως τα αυτοκόλλητα μεταφοράς θερμότητας.

δ) Εκτύπωση με λέιζερ (Laser printing): Η εκτύπωση με λέιζερ χρησιμοποιείται κυρίως για αυτοκόλλητα με μονόχρωμα ή μικρές παρτίδες, προσφέροντας γρήγορη παραγωγή και αξιόπιστα αποτελέσματα.

3. Συσκευασίες

Η εκτύπωση συσκευασιών προσφέρει ποικίλες επιλογές για τη δημιουργία προσαρμοσμένων, εντυπωσιακών και λειτουργικών συσκευασιών για προϊόντα. Ορισμένα από τα κύρια είδη είναι:

α) Οφσσετ Εκτύπωση:

Η offset εκτύπωση είναι μία από τις πιο διαδομένες και παραδοσιακές μεθόδους εκτύπωσης, η οποία χρησιμοποιείται ευρέως σε διάφορους τομείς όπως ο εκδοτικός, ο διαφημιστικός και ο εμπορικός. Σε αυτήν τη διαδικασία, η εικόνα μεταφέρεται από ένα μέσο, συνήθως μια μεταλλική πλάκα, στην εκτυπωτική επιφάνεια (τυπογραφικό φύλλο), και στη συνέχεια στο υπόστρωμα (συνήθως χαρτί ή κάποιο άλλο υλικό). Η κύρια διαφορά της offset εκτύπωσης από άλλες μεθόδους είναι ότι η εικόνα μεταφέρεται πρώτα σε ένα ενδιάμεσο μέσο (τη μεταλλική πλάκα) και στη συνέχεια στο υπόστρωμα. Αυτό δίνει τη δυνατότητα για πολύ λεπτομερή και ποιοτική αναπαραγωγή των εικόνων και των χρωμάτων. Επιπλέον, η offset εκτύπωση είναι ιδανική για μεγάλες παρτίδες εκτύπωσης, καθώς η μεταλλική πλάκα μπορεί να επαναχρησιμοποιηθεί πολλές φορές. Παρόλο που απαιτεί κάποιο χρόνο και προετοιμασία για τη ρύθμιση των μηχανημάτων και την κατασκευή των πλακών, η υψηλή ποιότητα και η ικανότητα να εκτυπώνει σε μεγάλο εύρος υλικών την καθιστούν μία από τις προτιμώμενες μεθόδους για παραγωγή υψηλής ποιότητας εκτυπώσεων, όπως συσκευασίες, έντυπο υλικό και διαφημιστικό υλικό.

β) Ψηφιακή Εκτύπωση:

Η ψηφιακή εκτύπωση στον τομέα της συσκευασίας προσφέρει σημαντικά πλεονεκτήματα λόγω της ευελιξίας και της προσαρμοστικότητάς της. Με τη χρήση της ψηφιακής τεχνολογίας, είναι δυνατόν να παραχθούν εξατομικευμένα και ποιοτικά σχέδια συσκευασίας σε μικρές παρτίδες, χωρίς την ανάγκη για μεγάλες παραγγελίες ή κόστος εργαλείων και ρύθμισης μηχανημάτων. Αυτό επιτρέπει στις επιχειρήσεις να προσαρμόσουν τον σχεδιασμό της συσκευασίας σύμφωνα με τις ανάγκες τους και τις προτιμήσεις των πελατών τους, καθιστώντας τη διαδικασία σχεδιασμού πιο ευέλικτη και δημιουργική. Επιπλέον, η ψηφιακή εκτύπωση επιτρέπει την εφαρμογή προηγμένων τεχνικών όπως η ψηφιακή εκτύπωση μελάνης σε επιφάνειες μη-συνεχούς ροής (D2P), που επιτρέπει τη δημιουργία πολύπλοκων και πολύχρωμων σχεδίων με υψηλή ανάλυση και λεπτομέρεια. Όλα αυτά συνεισφέρουν στη δημιουργία εντυπωσιακών και ελκυστικών συσκευασιών που μπορούν να ξεχωρίσουν στον ανταγωνιστικό χώρο της αγοράς.

γ) Φλεξογραφία:

Η φλεξογραφία είναι μια διαδικασία εκτύπωσης που χρησιμοποιείται ευρέως για την παραγωγή συσκευασιών, ετικετών και άλλων εκτυπώσιμων υλικών. Κατά τη διαδικασία, μελάνη μεταφέρεται στο υλικό εκτύπωσης μέσω ενός ανάγλυφου κυλίνδρου με εγχάσεις. Η φλεξογραφία χρησιμοποιείται για την εκτύπωση συσκευασιών, ετικετών, τσάντων και άλλων προϊόντων. Οι κύριες πλεονεκτήματα της φλεξογραφίας είναι η ανθεκτικότητα και η ικανότητα εκτύπωσης σε μεγάλες ποσότητες, καθώς και η δυνατότητα εκτύπωσης σε διάφορα υλικά και επιφάνειες.

Σχεδιασμός Συσκευασίας

Ο σχεδιασμός συσκευασιών αποτελεί ουσιώδες στοιχείο του branding και έχει σημαντική επίδραση στην αντίληψη των καταναλωτών για ένα προϊόν ή μια υπηρεσία. Οι συσκευασίες λειτουργούν ως το πρώτο σημείο επαφής του καταναλωτή με το προϊόν και πρέπει να προκαλούν ενδιαφέρον, να τον ελκύουν και να του μεταφέρουν το μήνυμα που πρέπει.

Σχεδιάζοντας την, πρέπει να αντανakλά τα στοιχεία της εταιρικής ταυτότητας, όπως το λογότυπο, τα χρώματα και οι γραμματοσειρές, προκειμένου να δημιουργήσει συνέπεια και αναγνωρισιμότητα.

Επιπλέον, πρέπει να λαμβάνει υπόψη του τον στόχο και το κοινό του προϊόντος, καθώς και την ανταγωνιστική αγορά, προκειμένου να ξεχωρίσει από τα υπόλοιπα προϊόντα στο ράφι.

Ο σχεδιασμός της συσκευασίας πρέπει επίσης να λαμβάνει υπόψη την πρακτικότητα και τη λειτουργικότητα, δηλαδή να είναι εύκολη στη χρήση και να προστατεύει το περιεχόμενο του προϊόντος.

Συνολικά, πρέπει να δημιουργεί μία εμπειρία για τον καταναλωτή που θα είναι συναρπαστική και αξέχαστη, συμβάλλοντας έτσι στην ενίσχυση του brand και την αύξηση των πωλήσεων.

Διαλέγοντας Συσκευασία

Κατά τη διαδικασία επιλογής συσκευασίας υπάρχουν πολλά σημαντικά πράγματα που πρέπει να ληφθούν υπόψη ώστε να προστατεύεται με τον καλύτερο δυνατό τρόπο και να μην χαλάει η ποιότητα του προϊόντος ενώ ταυτόχρονα να είναι πρακτική και εύκολη στη χρήση της.

Αρχικά, αφού οι κόκκοι καφέ ψήνονται, υποβάλλονται σε χημικές και φυσικές αλλαγές που πρέπει να ληφθούν υπόψη κατά τη συσκευασία τους.

Σύμφωνα με έρευνα για τον τρόπο με τον οποίο η δομή των πόρων των κόκκων καφέ επηρεάζεται από τις συνθήκες ψήσιματος, όσο υψηλότερη είναι η θερμοκρασία του ψήσιματος, τόσο περισσότερο ο πόρος γίνεται ένας κόκκος κάτι που τον καθιστά πιο επιρρεπή στην απορρόφηση υγρασίας και άσχημων οσμών.

Για να αποτραπεί αυτό, η συσκευασία θα πρέπει να περιλαμβάνει ένα φράγμα που να αποκλείει την υγρασία, τις οσμές, το άμεσο φως και το οξυγόνο, ενώ να επιτρέπει στο διοξείδιο του άνθρακα (CO₂) να αποδράσει. Η εσωτερική του στρώση αξίζει ιδιαίτερης προσοχής καθώς έρχεται σε άμεση επαφή με τους κόκκους. Θα πρέπει να διασφαλιστεί ότι η βαλβίδα απεμπλοκής της συσκευασίας είναι αεροστεγής και έχει δοκιμαστεί υπό πίεση, καθώς μπορεί να εκραγεί αν δεν μπορεί να εξαλείψει το CO₂ που παγιδεύεται σε μια συσκευασία με μεγάλη διάρκεια ζωής. Έρευνες αποκαλύπτουν ότι όσο πιο σύντομο και σκούρο είναι το ψήσιμο, τόσο περισσότερο αέριο θα απελευθερωθεί σε μικρότερο χρονικό διάστημα. Η καφές σας θα μπορέσει να απελευθερώσει αέριο πριν φτάσει στους πελάτες.

Ενώ το αλουμίνιο χρησιμοποιείται συχνά στη συσκευασία, τα υλικά φιλικά προς το περιβάλλον είναι μια καλή επιλογή αν η εταιρεία θέλει να μειώσει την επίδρασή της μέσω της ρύπανσης.

Για παράδειγμα, το πολυγλυκολικό οξύ είναι ένα υλικό 100% βιομηχανικής προέλευσης που παράγεται από ανανεώσιμους πόρους όπως η καλαμποκομηλόχυτρα, καθιστώντας το ανακυκλώσιμο, αποικοδομήσιμο και βιοδιασπώμενο. Το πολυαιθυλένιο χαμηλής πυκνότητας είναι μια κατάλληλη επιλογή καθώς είναι ευέλικτο, ανθεκτικό και ελαφρύ - και μπορεί να χρησιμοποιηθεί ξανά και να ανακυκλωθεί. Επιπροσθέτως, ενώ ο κύριος στόχος της συσκευασίας είναι να προστατεύει τον καφέ, πρέπει να το κάνει και με οικονομικό τρόπο. Είναι κάτι που πρέπει να ληφθεί υπόψη και να συζητηθεί με τον πελάτη.

Στη συγκεκριμένη περίπτωση αποφάσισα να επιλέξω μια συσκευασία χάρτινη, οικονομική, ανακυκλώσιμη, Συγκεκριμένα μια συσκευασία doypack με οβάλ πάτο και φερμουάρ όπου καλύπτει κάθε ανάγκη, είναι ασφαλής και δημοφιλής σαν είδος στην αγορά.



Α' ΟΨΗ



Β' ΟΨΗ



Αποφάσισα το σχεδιαστικό κομμάτι να μπει σε αυτοκόλλητη ετικέτα ως μια πιο οικονομική και απλή λύση. Το εικαστικό ακολουθεί το ύφος όλης της εταιρικής ταυτότητας, με το λογότυπο που έχει μετατραπεί από "Κα(τ)φενές" σε "Κα(τ)φές" σαν λογοπαίγνιο ενώ ταυτόχρονα έχει τοποθετηθεί ένα από τα παραπάνω illustrations με αποτέλεσμα να γίνεται πιο ευχάριστη στο μάτι αλλά απλή και κατανοητή. Καταγράφονται όλες οι απαραίτητες πληροφορίες, γραμμάρια, είδος καφέ, χαρμάνι, προέλευση, οξύτητα κλπ.



Σχεδιασμός Συσκευασίας

Ο σχεδιασμός συσκευασιών αποτελεί ουσιώδες στοιχείο του branding και έχει σημαντική επίδραση στην αντίληψη των καταναλωτών για ένα προϊόν ή μια υπηρεσία. Οι συσκευασίες λειτουργούν ως το πρώτο σημείο επαφής του καταναλωτή με το προϊόν και πρέπει να προκαλούν ενδιαφέρον, να τον ελκύουν και να του μεταφέρουν το μήνυμα που πρέπει.

Σχεδιάζοντας την, πρέπει να αντανακλά τα στοιχεία της εταιρικής ταυτότητας, όπως το λογότυπο, τα χρώματα και οι γραμματοσειρές, προκειμένου να δημιουργήσει συνέπεια και αναγνωρισιμότητα. Επιπλέον, πρέπει να λαμβάνει υπόψη του τον στόχο και το κοινό του προϊόντος, καθώς και την ανταγωνιστική αγορά, προκειμένου να ξεχωρίσει από τα υπόλοιπα προϊόντα στο ράφι.

Προώθηση

Ένα ακόμα σημαντικό κομμάτι της εταιρικής ταυτότητας είναι η προώθηση και η διαδικτυακή παρουσία του Cat Cafe. Μελετάται ο τρόπος και τα μέσα για την προβολή του Cat Cafe, συμπεριλαμβανομένων των κοινωνικών δικτύων και των ιστοσελίδων. Προτείνονται στρατηγικές που θα προσελκύσουν και θα διατηρήσουν το ενδιαφέρον του κοινού, όπως η χρήση φωτογραφιών γάτων και εκδηλώσεων που θα διοργανώνονται στο Cat Cafe.

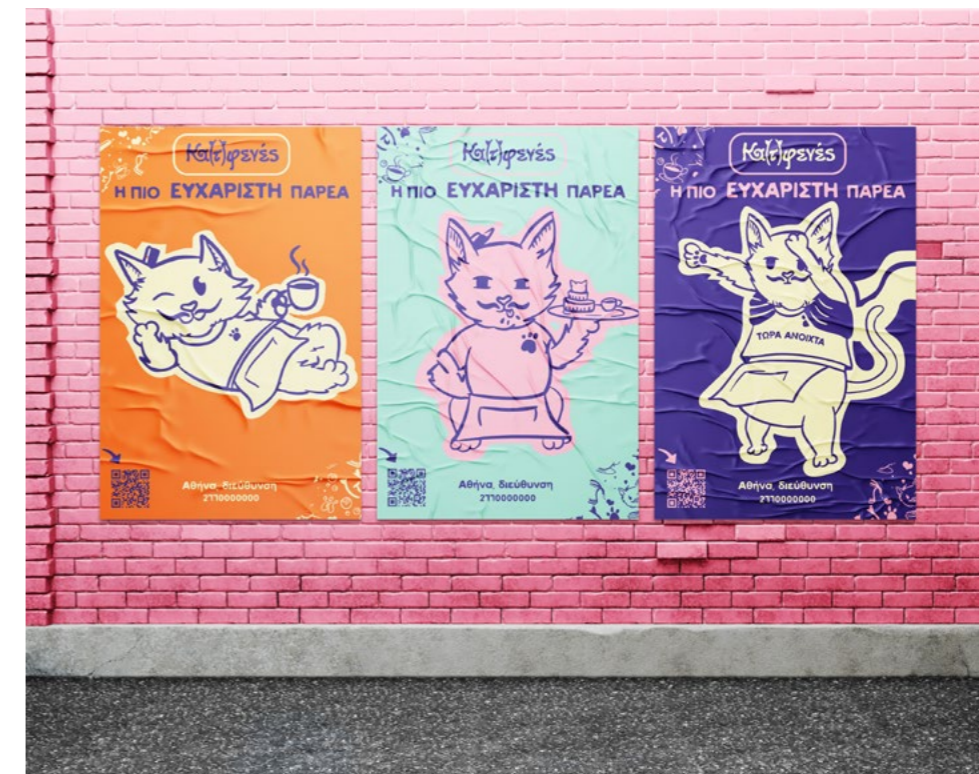
Οι πλατφόρμες κοινωνικών μέσων όπως το Instagram, το Facebook και το Twitter μπορούν να χρησιμοποιηθούν για την προώθηση του Cat Cafe. Μέσω της κοινοποίησης φωτογραφιών και βίντεο, να ανακοινώνονται εκδηλώσεις και νέες προσφορές, και να διατηρείται επαφή με τους πελάτες μέσω αυτών των πλατφορμών.

Σχεδιασμός Αφίσας

Ο σχεδιασμός αφισών για μια εταιρική ταυτότητα είναι σημαντικός για πολλούς λόγους:

- 1. Αναγνωρισιμότητα και Επαγγελματισμός:** Οι αφίσες αποτελούν ένα σημαντικό μέσο προώθησης και πρέπει να αντανακλούν την επαγγελματική εικόνα της εταιρείας. Ένα προσεγμένο και επαγγελματικό σχέδιο ενισχύει την αξιοπιστία και την αναγνωρισιμότητα της εταιρικής ταυτότητας.
- 2. Αποτελεσματική Επικοινωνία Μηνυμάτων:** Οι αφίσες μπορούν να μεταφέρουν συγκεκριμένα μηνύματα ή πληροφορίες σχετικά με τις υπηρεσίες, τα προϊόντα ή τις εκδηλώσεις της εταιρείας. Ένας καλός σχεδιασμός εξασφαλίζει ότι το μήνυμα θα είναι κατανοητό και ελκυστικό για το κοινό.
- 3. Διάκριση από τους Ανταγωνιστές:** Μια προσεγμένη σχεδίαση αφισών μπορεί να βοηθήσει την εταιρεία να ξεχωρίσει από τους ανταγωνιστές της. Ένα μοναδικό και εντυπωσιακό σχέδιο μπορεί να προσελκύσει την προσοχή του κοινού και να τους ενθαρρύνει να αναζητήσουν περισσότερες πληροφορίες για την εταιρεία.
- 4. Διατήρηση Συνοχής:** Οι αφίσες πρέπει να συνάδουν με την υπόλοιπη εταιρική ταυτότητα, όπως το λογότυπο, τα χρώματα και τα γραφικά στοιχεία. Αυτό εξασφαλίζει τη συνοχή και την αναγνωρισιμότητα της εταιρικής ταυτότητας σε όλες τις προωθητικές δραστηριότητες.

Σχεδιάζοντας τις αφίσες του cat cafe αποφάσισα ότι ήθελα να υπάρχει ποικιλία ώστε να αποτυπώνεται στο 100% το ύφος του συνολικού branding, χρησιμοποιώντας σε πρώτο πλάνο τα illustrations, δηλαδή το εικαστικό, ώστε να προσελκύσει πιο εύκολα το μάτι του θεατή και να τραβήξει το ενδιαφέρον ώστε να μπει σε διαδικασία να το ψάξει.



Ήθελα οι πληροφορίες που θα μπου να είναι περιορισμένες αλλά και βασικές ώστε να γίνεται εύκολα αντιληπτό το νόημα. Έτσι έβαλα, το σλόγκαν, το λογότυπο, διεύθυνση (ώστε να γίνεται ξεκάθαρη η φυσική παρουσία στο καφέ), καθώς και ένα qr code ώστε όποιος ενδιαφέρει να ψάξει περισσότερες πληροφορίες.

Mini Καμπάνια Social Media

Μια καμπάνια στα social media μπορεί να αυξήσει σημαντικά την προβολή της εταιρίας και να φέρει στο φως τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες της σε ένα ευρύτερο κοινό. Μέσω διαφόρων πλατφορμών όπως το Facebook, το Instagram, το Twitter και το LinkedIn, μπορεί να δημιουργηθεί περιεχόμενο που προσελκύει τους χρήστες και τους ενθαρρύνει να αλληλεπιδράσουν με την εταιρία. Πέρα από την αύξηση της προβολής, οι καμπάνιες στα social media μπορούν να βοηθήσουν στη δημιουργία μιας κοινότητας γύρω από την εταιρία, με την ενθάρρυνση της συμμετοχής των χρηστών, την ανταλλαγή απόψεων και τη δημιουργία δεσμών μεταξύ της εταιρίας και του κοινού της. Επιπλέον, οι καμπάνιες στα social media μπορούν να χρησιμοποιηθούν για την παρακολούθηση της ανταπόκρισης του κοινού και την αξιολόγηση της αποτελεσματικότητας των μάρκετινγκ προσπαθειών.

Επιπλέον, η προσέλκυση πελατών μπορεί να ενισχυθεί μέσω προωθητικών ενεργειών, όπως διαγωνισμοί, προσφορές και ειδικά events που ανακοινώνονται μέσω των social media. Αυτά τα μέτρα μπορούν να ενθαρρύνουν τη συμμετοχή του κοινού και να το κινητοποιήσουν προς την επιθυμητή κατεύθυνση.

Τέλος, οι καμπάνιες στα social media μπορούν να βοηθήσουν την εταιρία να διατηρήσει τον διάλογο με τους πελάτες της, να ανταποκρίνεται στα σχόλια και τις ερωτήσεις τους και να παρέχει εξατομικευμένη εξυπηρέτηση, προσφέροντας έτσι μια θετική εμπειρία στον χρήστη.

Συνολικά, οι καμπάνιες αποτελούν ένα ισχυρό εργαλείο για την προώθηση και την ανάπτυξη, καθώς βοηθούν στην αύξηση της προβολής, τη δημιουργία κοινότητας και τη διατήρηση του διαλόγου με τους πελάτες.

Mini Καμπάνια Social Media για το cat cafe

Μια καμπάνια στα social media για υιοθεσίες γατών από ένα Cat Cafe έχει ζωτική σημασία για την προώθηση της υιοθεσίας γατών και την ευαισθητοποίηση του κοινού σχετικά με το θέμα της φροντίδας των ζώων. Μέσω φωτογραφιών και βίντεο που παρουσιάζουν τα γατάκια που αναζητούν ένα σπίτι, μπορεί να δημιουργηθεί μια συναισθηματική σύνδεση μεταξύ του κοινού και των γατών. Αυτό μπορεί να ενθαρρύνει τους ανθρώπους να επισκεφθούν το Cat Cafe, να υιοθετήσουν ένα γατάκι και να συμβάλουν στη βελτίωση της ζωής των ζώων.



Επιπλέον, μια τέτοια καμπάνια μπορεί να βοηθήσει στην αύξηση της επισκεψιμότητας του Cat Cafe και στη δημιουργία μιας ενεργής κοινότητας ανθρώπων που μοιράζονται το πάθος για τα ζώα και την αγάπη για τις γάτες. Συνολικά, μια καλά σχεδιασμένη και εκτελεσμένη καμπάνια στα social media μπορεί να έχει θετικές επιπτώσεις τόσο στην υιοθεσία γατών όσο και στην ανάπτυξη μιας αλληλέγγυας και φιλόζωης κοινότητας.

Η καμπάνια αυτή θα πάρει μέρος μόνο στα social media, θα έχει ως στόχο την ευαισθητοποίηση του κόσμου σχετικά με τις υιοθεσίες, θα γίνεται σε συνεργασία με οργανισμό (save a greek stray) και θα έχει ως target audience όσες ηλικίες διαχειρίζονται τα social media. Σχεδιαστικά, σημαντικό κομμάτι στο συνολικό layout είναι οι ίδιες οι γάτες ώστε να υπάρχει καλύτερη συναισθηματική σύνδεση με το κοινό, αναφέρονται το πως βρέθηκαν καθώς και λίγα απο τα σημαντικά στοιχεία των χαρακτήρων τους. Έχει χρησιμοποιηθεί η βασική χρωματική παλέτα και γραμματοσειρές, έχει ληφθεί υπόψη η σωστή ιεράρχηση πληροφοριών ενώ τονίζεται ο σκοπός της καμπάνιας σαν take action button (“ΥΙΟΘΕΤΗΣΕ ΤΩΡΑ”).

Σχεδιασμός Εφαρμογής - Στόχος

Ο σχεδιασμός μιας εφαρμογής σε πλαίσιο μιας συνολικής εταιρικής ταυτότητας είναι κρίσιμος για την επιτυχία και την αναγνωρισιμότητα της επιχείρησης. Μέσω του σχεδιασμού αυτού, δημιουργείται μια συνεκτική εμπειρία για τους χρήστες, η οποία αντικατοπτρίζει τις αξίες, το στυλ και την αισθητική της εταιρικής ταυτότητας. Αυτό βοηθάει στη διατήρηση της συνοχής και της αναγνωρισιμότητας της επιχείρησης απέναντι στο κοινό της. Επιπλέον, ο σχεδιασμός με σεβασμό προς την εταιρική ταυτότητα βοηθά στη διαφοροποίηση της εφαρμογής από τους ανταγωνιστές και στην ενίσχυση του επαγγελματικού της χαρακτήρα. Μέσω της εφαρμογής μπορούν να επιτευχθούν πολλά πράγματα για το cat cafe:

Ευκολία πρόσβασης: Μια εφαρμογή μπορεί να διευκολύνει τους πελάτες να ενημερώνονται για τις υπηρεσίες του Cat Cafe και να κλείνουν ραντεβού για να επισκεφθούν το κατάστημα.

Διαχείριση ραντεβού: Μέσω της εφαρμογής, οι πελάτες μπορούν να κλείνουν ραντεβού για να περάσουν χρόνο με τις γάτες, εξασφαλίζοντας έτσι μια ομαλή και οργανωμένη εμπειρία.

Ενημέρωση για εκδηλώσεις: Μέσω της εφαρμογής, το Cat Cafe μπορεί να ανακοινώνει ειδικές εκδηλώσεις, όπως πάρτι γενεθλίων για γάτες ή θεματικές βραδιές, προσελκύνοντας έτσι περισσότερους πελάτες με στόχο την ευαισθητοποίηση τους.

Διαχείριση εκδηλώσεων και προσφορών: Μέσω της εφαρμογής, το Cat Cafe μπορεί να διαχειρίζεται εκδηλώσεις και προσφορές, όπως εκπτώσεις για τα μέλη της εφαρμογής ή ειδικές προσφορές για νέους πελάτες.

Δημιουργία κοινότητας: Μια εφαρμογή μπορεί να βοηθήσει το Cat Cafe να δημιουργήσει μια κοινότητα γύρω από το κατάστημα, όπου οι λάτρεις των γατών μπορούν να μοιράζονται εμπειρίες και φωτογραφίες μεταξύ τους.

Στην συγκεκριμένη εφαρμογή αποφάσισα να σχεδιάσω μια σειρά από βασικές οθόνες, που θα συνοψίζουν την συνολική εμπειρία που θα έχει ο πελάτης χρησιμοποιώντας τη.

Μέσα από αυτή θα μπορεί να κλείσει τραπέζι, να μάθει πληροφορίες και να δει αναλυτικά τους κανόνες του καφέ, να δει το μενού, καθώς και να επισκεφτεί το ψηφιακό κατάστημα όπου θα βρει όλα τα εμπορεύματα (μπλουζάκια, καπέλα, κούπες, καφεκοπτείο, ατοκόλλητα κλπ) τα οποία θα μπορεί και να αγοράσει για να υποστηρίξει το καφέ.

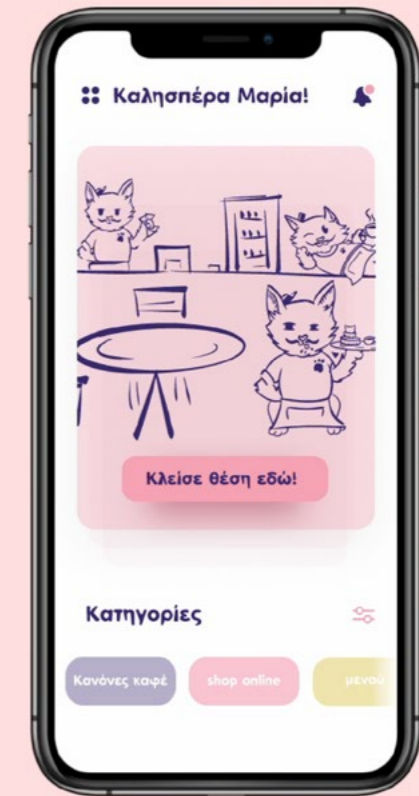
Σχεδιαστικά, έχει τα κύρια χρώματα της παλέτας, έχουν χρησιμοποιηθεί τα illustrations και οι γραμματοσειρές ενώ γενικά ακολουθεί το ίδιο ύφος της συνολικής εταιρικής ταυτότητας.

Οθόνες

Profile Screen



Home Screen



Rules Screen 1



Rules Screen 2



Catalog Screen 1



Catalog Screen 2



Catalog Screen 3



Catalog Screen 4



Catalog Screen 5



Catalog Screen 6



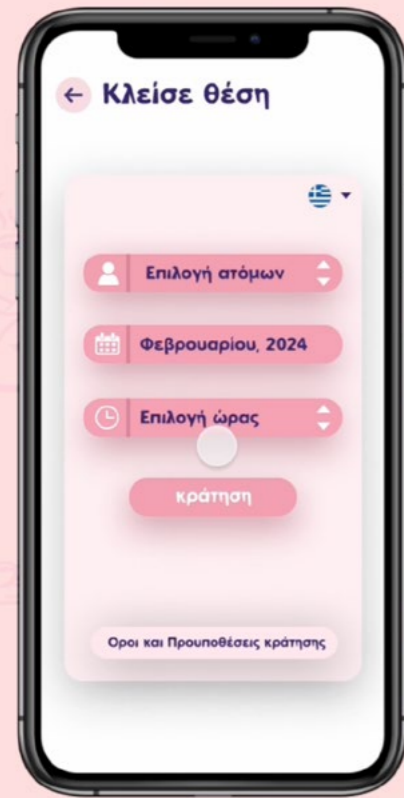
Menu Screen 1



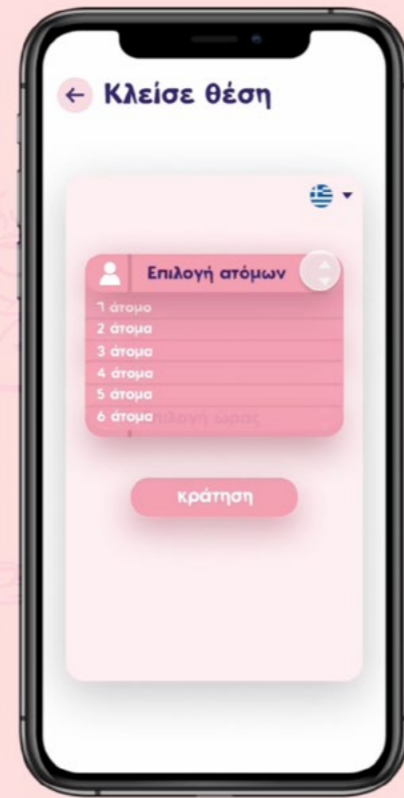
Menu Screen 2



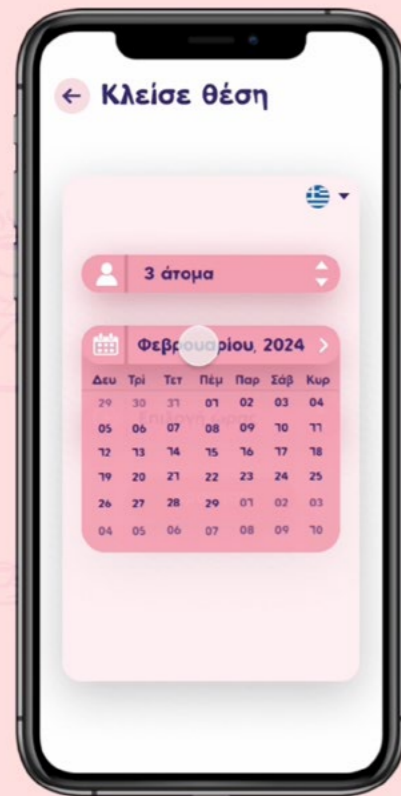
Booking Screen 1



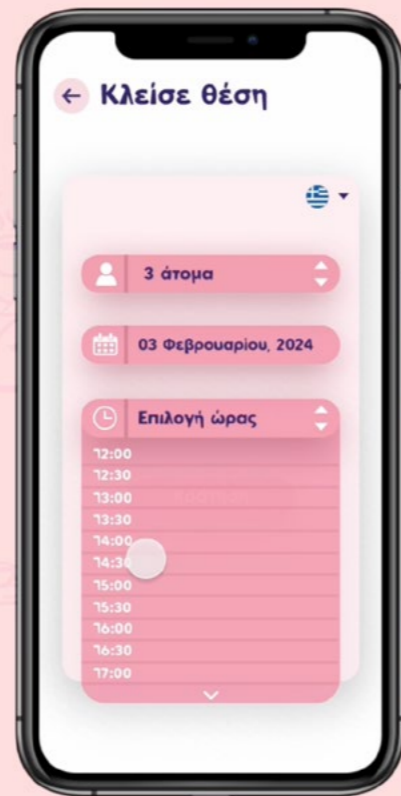
Booking Screen 2



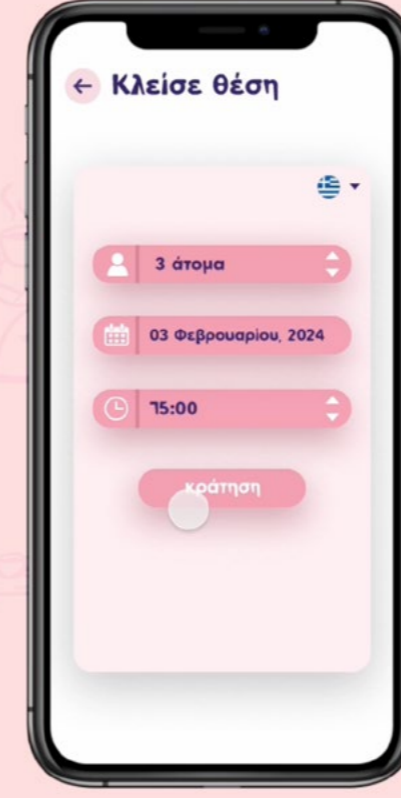
Booking Screen 3



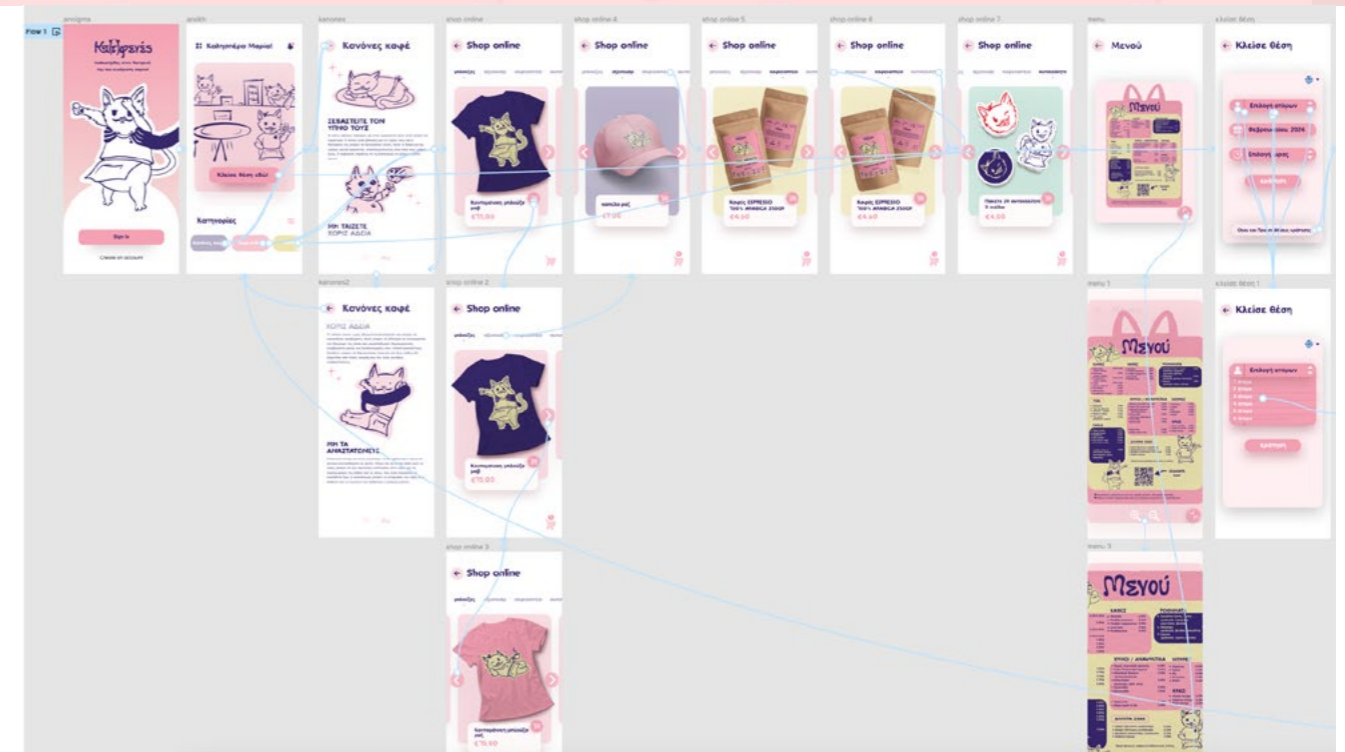
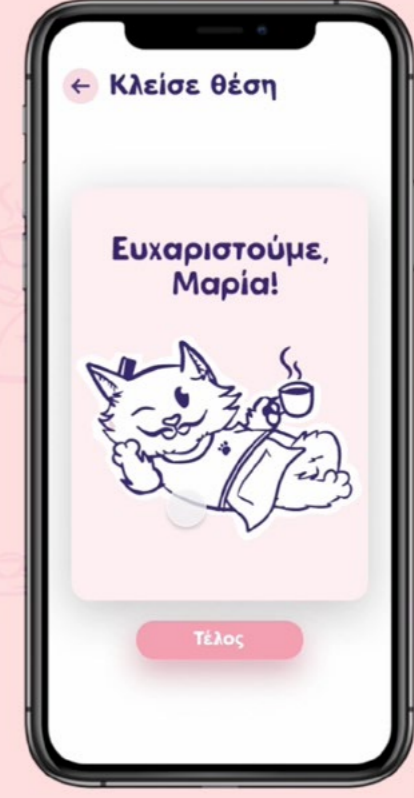
Booking Screen 4



Booking Screen 5



Booking Screen 6



Συμπερασματικά, η σημασία του σχεδιασμού εφαρμογής σε πλαίσιο συνολικής εταιρικής ταυτότητας είναι αναμφισβήτητη και ουσιώδης για την ανάπτυξη και την επιτυχία μιας επιχείρησης.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Συνολικά, η παρούσα πτυχιακή εργασία αποδεικνύει την ουσιαστική σημασία του σχεδιασμού εταιρικής ταυτότητας στην επιτυχία ενός Cat Cafe. Μέσω μιας περιεκτικής ανάλυσης και σχεδίασης, αναδεικνύεται η σημαντικότητα του πνεύματος και των χαρακτηριστικών του Cat Cafe που μεταφέρονται μέσω του λογοτύπου και των χρωμάτων, ενώ προτείνονται στρατηγικές προώθησης που θα διατηρήσουν το ενδιαφέρον του κοινού. Αυτή η προσέγγιση ενισχύει την αναγνωρισιμότητα και τη θετική εικόνα του “Κα(τ)φενέ”, ενώ παράλληλα παρατηρείται η διαφοροποίηση του από άλλες επιχειρήσεις ίδιου είδους, τόσο σχεδιαστικά όσο και στρατηγικά. Με τον τρόπο αυτό, η εργασία αναδεικνύει την σημασία της διαμόρφωσης μιας μοναδικής και αναγνωρίσιμης εταιρικής ταυτότητας για την επιτυχία ενός Cat Cafe στον σύγχρονο επιχειρηματικό κόσμο και ιδιαίτερα με την εμφάνιση του στην Ελλάδα.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΠΗΓΕΣ

-Cats, G. G. (2023, March 27). Discover the benefits of Cat Cafes: A Guide for Cat Lovers. Medium. <https://medium.com/@garagegymcats/discover-the-benefits-of-cat-cafes-a-guide-for-cat-lovers-c096f3916c5f>

-Two Yellow Feet Branding & Marketing Communications. (n.d.). <https://www.twoyellowfeet.com/blog/5-vasikoi-typoi-logotypoy>

-Projects. Studio Behind 90. (n.d.). <https://studiobehind90.com/the-money-cafe-branding/>

-Scout, H. (2020, August 12). Color psychology in marketing and branding is all about context - help scout. Help Scout: Shared Inbox, Help Center, & Live Chat Software. <https://www.helpscout.com/blog/psychology-of-color/#:~:text=>

-Argonne National Laboratory. Guide to Effective Poster Design. (n.d.). <https://www.anl.gov/education/guide-to-effective-poster-design>

-Team, P. (n.d.). Η ψυχολογία του χρώματος: πώς τα χρώματα επηρεάζουν τα συναισθήματά μας. PsychologyNow.gr. <https://www.psychologynow.gr/arthra-psyxologias/prosopikotita/synaisthimati-ki-noimosyni/7240-i-psyxologia-tou-xromatos-pos-ta-xromata-epi-reazoun-ta-synaisthimata-mas.html> Color%20psychology%20is%20the%20study,brands%20or%20make%20a%20purchase.

-Θερμόπουλοσ&f;, Μιχάλησ&f; (2023, June 8). Ψυχολογία των χρωμάτων: τι δείχνει το αγαπημένο σου χρώμα για τον χαρακτήρα σου. Iatropedia. <https://www.iatropedia.gr/psychiki-ygeia/psychologia-ton-chromaton-ti-deichnei-to-agapimeno-sou-chroma-gia-ton-charaktira-sou/134531/>

-Michalkwasniewski.com. (2021, November 24). How to choose the right type of bags for your coffee packaging. MTPak Coffee. <https://mtpak.coffee/2020/06/choosing-the-right-coffee-bag/>

-The importance of social media in marketing (with 8 ... (n.d.). <https://www.indeed.com/career-advice/career-development/importance-of-social-media-in-marketing>

-Powell, S. (2022, January 4). Why are social media campaigns beneficial?. Kanuka Digital. <https://www.kanukadigital.com/2020/09/why-are-social-media-marketing-campaigns-beneficial/>

-Baker, K. (2021, December 2). The Ultimate Guide to Social Media Marketing Campaigns. HubSpot Blog. <https://blog.hubspot.com/marketing/social-media-campaigns>

-14 types of logos and how to use them for your brand. Visme Blog. (2022, May 20). <https://visme.co/blog/types-of-logos/>

-Jha, S. (2023, January 14). What are the different types of printing?. LinkedIn. <https://www.linkedin.com/pulse/what-different-types-printing-sheshdhar-jha>

-17 different types of printing methods and Techniques. Print Test Page. (2023, January 19). <https://www.testprint.net/printing-methods-techniques/>

-Djordjevic, D. (2021, August 29). How merchandise helps brand recognition. How Merchandise Helps Brand Recognition. <https://www.manypixels.co/blog/print-design/merchandise-brand-recognition>

-Interaction Design Foundation. (2024, February 11). What is visual hierarchy? - updated 2024. The Interaction Design Foundation. <https://www.interaction-design.org/literature/topics/visual-hierarchy#:~:text=In%20design%2C%20hierarchy%20organizes%20elements,and%20making%20it%20stand%20out.>

