

# Σχεδιαστικό Εγχειρίδιο Οπτικής Ταυτότητας

**TOGETHER**

Meetups made effortless

**Brand Manual**

## 0.1

# Πίνακας περιεχομένων

### 01

σ. 6

σ. 7

### Η μάρκα

Η αποστολή μας

Χαρακτήρας

### 02

σ. 8

σ. 9

σ. 10

### Λογότυπο

Λογότυπο

Σήμα

Περιορισμοί

### 03

σ. 11

### Τυπογραφία

Τυπογραφία

### 04

σ. 12

σ. 13

σ. 14

### Εικαστικό

Χρώμα

Κουμπιά

Emoji

### 05

σ. 15

σ. 16

σ. 17

σ. 18

### Πρώθηση

Κανόνες προώθησης

Εικόνες

Φυσικά μέσα

Ψηφιακά μέσα

# TOGETHER

Meetups made effortless

Organize  
meetups  
with ease

Save photos  
to a mutual gallery

Everything  
at a glance





## 1.1

### Η αποστολή μας

Η μάρκα

Λογότυπο

Τυπογραφία

Εικαστικό

Προώθηση



Το Together έχει ως βασικό στόχο να κάνει τις συναντήσεις μεταξύ παρέών φίλων πανεύκολες, δίνοντας λύσεις σε ενοχλητικά προβλήματα στη συνεννόηση ανάμεσα στους φίλους και παρέχοντας εργαλεία που διευκολύνουν στην οργάνωση μέχρι και των πιο περίπλοκων σχεδίων, όπως η οργάνωση ενός πάρτι! Η εφαρμογή για κινητές συσκευές είναι εξαιρετικά φιλική στη χρήση μέσω καινοτόμων ιδεών που προσφέρουν μία ανανεωμένη εμπειρία στη διαδικασία οργάνωσης εξόδων και ομαδικών δραστηριοτήτων και προβάλλει ακράδαντα τη σημασία της άμεσης φυσικής επικοινωνίας μεταξύ των μελών της παρέας, φέρνοντας τους ακόμα πιο κοντά.

## 1.2

### Χαρακτήρας

Η μάρκα

Λογότυπο

Τυπογραφία

Εικαστικό

Προώθηση



### ΦΤΙΑΓΜΕΝΟ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΑΡΕΑ

Το Together θέλει να δώσει έναν νέο αέρα στις εφαρμογές δικτύωσης. Έχει ως σκοπό να μεταφέρει μία καινούργια σχεδιαστική ματιά στα χρώματα, τα σχήματα, την τυπογραφία χωρίς όμως να χάσει την λειτουργικότητα και την ευχρηστία της. Σχεδιασμένη για να ελκύσει τις νεαρότερες γενιές, έχει επικεντρωθεί στην απλότητα αλλά και στην αμεσότητα με προωθητικά μέσα που εστιάζουν στη δημιουργικότητα και στο συναίσθημα σε συνδυασμό με οπτικά ελκυστικά στοιχεία όπως οι εικόνες και τα emoji. Θέλει, να φέρει τους ανθρώπους πιο κοντά μέσα από ένα μέσο που όλο και τους απομακρύνει.

## 2.1

### Λογότυπο

Το λογότυπο είναι ένα από τα πιο σημαντικά στοιχεία της εταιρικής ταυτότητας, καθώς αποτελεί το «πρόσωπο» μιας επιχείρησης προς το κοινό. Ένα καλά σχεδιασμένο λογότυπο μπορεί να δημιουργήσει μια ισχυρή πρώτη

εντύπωση, να ενισχύσει την αναγνωρισιμότητα και την εμπιστοσύνη, και να διαφοροποιήσει την εταιρεία από τους ανταγωνιστές της.

Η μάρκα

Λογότυπο

Τυπογραφία

Εικαστικό

Προώθηση

# TOGETHER

Meetups made effortless

Ελάχιστο μέγεθος

TOGETHER

8

Εκτυπωμένη  
μορφή  
1εκ.

# TOGETHER

Ηλεκτρονική  
μορφή  
15px

## 2.2

### Σήμα

Το σήμα είναι ένας εναλλακτικός τρόπος αποτύπωσης του λογότυπου σε εφαρμογές που δεν επαρκεί ο χώρος. Δεν θα πρέπει ποτέ να συνδυάζεται με το κυρίως λογότυπο, και λειτουργεί μόνο συνδυαστικά με αυτό. Πρέπει να τοπο-

θετείται αποκλειστικά σε εφαρμογές που υπάρχει ήδη το κυρίως λογότυπο σε οποιαδήποτε μορφή του είτε το λεκτικό «Together». Ένα αυτόνομο σήμα δεν μεταδίδει την απαραίτητη πληροφoρία και μεταδίδει μπερδεμένο μήνυμα.

Η μάρκα

Λογότυπο

Τυπογραφία

Εικαστικό

Προώθηση

# Я

TOGETHER

9

# TOGETHER

Meetups made effortless

# Я

# Я TOGETHER

Meetups made effortless

## 2.3

### Περιορισμοί

Το λογότυπο είναι ένα από τα πιο σημαντικά στοιχεία της εταιρικής ταυτότητας, καθώς αποτελεί το «πρόσωπο» μιας επιχείρησης προς το κοινό. Ένα καλά σχεδιασμένο λογότυπο μπορεί να δημιουργήσει μια ισχυρή πρώτη

εντύπωση, να ενισχύσει την αναγνωρισιμότητα και την εμπιστοσύνη, και να διαφοροποιήσει την εταιρεία από τους ανταγωνιστές της.

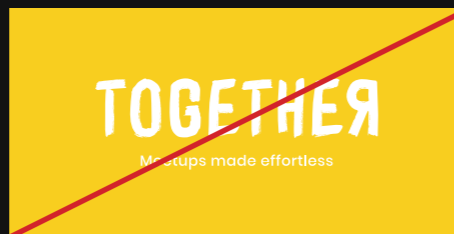
Η μάρκα

Λογότυπο

Τυπογραφία

Εικαστικό

Πρωώθηση



Το λογότυπο ανέρχεται μόνο στο κίτρινο και το μαύρο. Οποιοσδήποτε άλλος συνδυασμός χρωμάτων δεν επιτρέπεται.



Το λογότυπο μπορεί να λειτουργήσει ανεξάρτητα, με ή χωρίς το σλόγκαν. Το σήμα δεν αποτελεί μέρος του λογοτύπου και πρέπει να λειτουργεί πάντα με την παρουσία του.



Δεν επιτρέπεται οι οποιαδήποτε παραμόρφωση ή περιστροφή του λογοτύπου ή του σήματος.

TOGETHER

10

## 3.1

### Τυπογραφία

Η τυπογραφία συνδυάζει τη νεανική αισθητική της GB Herbs in Paradise στην εικαστική τυπογραφία σε συνδυασμό με την στιβαρή Poppins στα βασικά στοιχεία που στοχεύουν στην μέγιστη αναγνωσιμότητα και σε μικρότερα

μεγέθη στιγμών. Τα μεγέθη αυτά αφορούν την εφαρμογή κινητών συσκευών - μικρής ανάλυσης και μεγέθους οθόνης. Δεν έχει γίνει μελέτη για μεγαλύτερες οθόνες.

Η μάρκα

Λογότυπο

Τυπογραφία

Εικαστικό

Πρωώθηση

WED 10.07 28pt  
BESTIES 20pt THE DEVS 13pt

GB Herbs in Paradise

Meetup 28pt  
Heading 24pt  
Meetup Box 20pt

Poppins

Title 18pt

Button 14pt

Paragraph 12pt

TOGETHER

11

## 5.1

### Χρώμα

Η χρωματική παλέτα περιλαμβάνει αυτά τα χρώματα με βάση το κίτρινο και τις δύο αποχρώσεις του μαύρου. Τα υπόλοιπα τρία χρώματα χρησιμοποιούνται αποκλειστικά στην εφαρμογή σε συγκεκριμένες περιπτώσεις. Το κίτρινο αντιπροσωπεύει τη νεανικότητα και την ευτυχία, την αισιοδοξία, τη δημιουρ-

γικότητα, την εξωστρέφεια και τη ζεστασιά. Σε αντίθεση, το μαύρο λειτουργεί παράλληλα ως φόντο αλλά και ως δεύτερο χρώμα, σε ει-σαγωγικά. Εμπνέει σοβαρότητα, δύναμη και κομψότητα, συμπληρώνοντας τον παιχιδιάρικο και νεανικό τόνο που δίνει το κίτρινο.

Η μάρκα

Λογότυπο

Τυπογραφία

Εικαστικό

Πρώθηση

<p><b>Νεανικότητα</b> <b>Ευτυχία</b> <b>Εξωστρέφεια</b></p> <p>Primary HEX: #f8ce1f CMYK: 3,17,96,0</p>		
<p>Background #1 HEX: #121212 CMYK: 70,70,70,70</p>	<p><b>Σοβαρότητα</b> <b>Δύναμη</b> <b>Κομψότητα</b></p>	<p>Background #2 HEX: #2B2B2B CMYK: 70,60,60,60</p>
<p><b>APP ONLY</b></p> <p>Accent #1 HEX: #06D6A0</p>	<p><b>APP ONLY</b></p> <p>Accent #2 HEX: #BB5251</p>	<p><b>APP ONLY</b></p> <p>Accent #3 HEX: #387CBC</p>

## 5.2

### Κουμπιά

Τα σχήματα που επικρατούν στην ψηφιακή εφαρμογή είναι τα ορθογώνια με στρογγυλεμένες γωνίες. Τέτοια σχήματα προσφέρουν οικειότητα, είναι φιλικότερα στη χρήση και λιγότερο αυστηρά.

Η μάρκα

Λογότυπο

Τυπογραφία

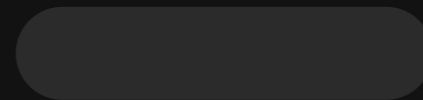
Χρώμα

Εικαστικό

Πρώθηση



Τα κίτρινα κουμπιά με στρογγυλεμένες γωνίες περιγράφουν την κύρια πράξη που λαμβάνει ο χρήστης στο σύνολο των δράσεων. Μεταφέρει σε καινούργια οθόνη.



Τα ελαφριά μαύρα κουμπιά με στρογγυλεμένες γωνίες περιγράφουν δευτερεύουσες πράξεις που λαμβάνει ο χρήστης στο σύνολο των δράσεων. Μπορούν να υπάρχουν τόσο μαζί με τον πρώτο τύπο κουμπιού όσο και αυτόνομα σε αναδυόμενα παράθυρα (modals). Μεταφέρουν σε καινούργια οθόνη.



Τα ελαφριά μαύρα κουμπιά με ελαφρώς στρογγυλεμένες γωνίες περιγράφουν επιλέξιμες ενέργειες. Συνήθως βρίσκονται μαζί με άλλα όμοια σε μία λίστα από τα οποία ο χρήστης μπορεί να επιλέξει ένα ή περισσότερα. Δεν μεταφέρουν σε άλλη σελίδα αλλά θέτουν μία μεταβλητή.

+ Add Circle

Τα κουμπιά συμβόλου / κειμένου προτρέπουν το χρήστη σε μια δράση που ανήκει σε ένα σύνολο στοιχείων. Ανοίγουν ένα αναδυόμενο παράθυρο.

## 5.3

### Emoji

Τα emoji έχουν έναν καθοριστικό ρόλο στον τρόπο λειτουργίας της ψηφιακής εφαρμογής. Είναι το εικαστικό στοιχείο που ταξινομεί τα Circles και τα διαχωρίζει οπτικά μεταξύ τους. Σχεδιαστικά, έχουν έναν επίπεδο χαρακτήρα με έντονα χρώματα, απαλά ντεγκραντέ και στρογγυλεμένες γωνίες, προωθώντας τη φι-

λικότητα και τη ζωντάνια. Λειτουργούν σαν εικονίδια αλλά με τη βασική διαφορά ότι δεν έχουν φτιαχτεί για να λειτουργούν σε πολύ μικρά μεγέθη με αφαιρετικό χαρακτήρα και ένα, συνήθως, χρωματικό τόνο (άσπρο ή μαύρο).

Η μάρκα

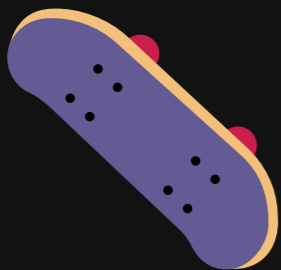
Λογότυπο

Τυπογραφία

Χρώμα

Εικαστικό

Πρωώθηση



## 6.1

### Κανόνες προώθησης

Η μάρκα

Λογότυπο

Τυπογραφία

Χρώμα

Εικαστικό

Πρωώθηση

• Η προώθηση της εφαρμογής έχει έναν κύριο στόχο: Να αποκτήσουν όσο το δυνατόν περισσότερες συσκευές πρόσβαση σε αυτήν. Γι' αυτό η προώθηση γίνεται με τρόπους που ανταποκρίνονται τόσο στο ύψος και στις σχεδιαστικές οδηγίες της μάρκας όσο και στην ηλικιακή ομάδα που στοχεύει η εφαρμογή.

• Οι τρόποι προώθησης μπορεί να περιλαμβάνουν και απτά και ηλεκτρονικά μέσα χωρίς να υπερτερεί το ένα του άλλου καθώς και οι δύο τρόποι διαφήμισης έχουν αποδειχθεί επιτυχημένοι.

• Το περιεχόμενο κάθε εφαρμογής προώθησης εξαρτάται από τον τόπο και τον διαθέσιμο χώρο. Μερικές εφαρμογές μπορεί να συνδυάζουν όλα τα παρακάτω στοιχεία ενώ άλλες να έχουν μόνο τα, για την περίπτωση αναγκαία. Ο τελικός σκοπός είναι να διατηρηθεί ένα ολοκληρωμένο επικοινωνιακό ύψος χωρίς την παράλειψη κάποιου μηνύματος που θα προτρέπει τον χρήστη να κατεβάσει την εφαρμογή.

• Η χρήση έντονης τυπογραφίας σε συνδυασμό με την νεανική και καθημερινή γλώσσα αποτελούν τον κύριο τρόπο μετάδοσης του μηνύματος. Τα σλόγκαν έχουν ως στόχο το συναίσθημα και να ευαισθητοποιήσουν τον αποδέκτη μέσω της αναφοράς ενός προβλήματος. Επιπλέον, το μήνυμα αυτό προσαρμόζεται ανάλογα το μέσο. Για παράδειγμα, σε μία στάση λεωφορείου θα χρησιμοποιηθεί το σλόγκαν «Έχασες το λεωφορείο; Μην τους αφήνεις να σε ψάχνουν», ενώ μία μεγάλη πινακίδα σε αυτοκινητόδρομο, το σλόγκαν «Κόλλησες στην κίνηση, ενημέρωσε την παρέα σου». Σε αυτά τα παραδείγματα, το τελικό μή-

νυμα παραμένει το ίδιο απλά αλλάζει η αφορμή.

• Για την επικοινωνία των λειτουργιών, σε ορισμένες οπτικές εφαρμογές, μπορεί να τοποθετηθεί μία μικρή πρόταση σε συνδυασμό με ένα εικονίδιο τα οποία μαζί να περιγράφουν συνοπτικά τον τρόπο που λύνεται η ανάγκη που περιγράφηκε προηγουμένως μέσα από μία λειτουργία της ηλεκτρονικής εφαρμογής. Απαραίτητη είναι η ύπαρξη ενός σλόγκαν που να περιγράφει την ανάγκη, όπως περιγράφηκε στον προηγούμενο κανόνα. Συνιστάται η χρήση προστακτικής ώστε να μεγιστοποιηθεί το αίσθημα της παρότρυνσης για δράση από το χρήστη.

• Τα επιμέρους στοιχεία των προωθητικών εφαρμογών θα πρέπει να περιλαμβάνουν στοιχεία που είτε υπάρχουν στην ψηφιακή εφαρμογή ή ακολουθούν οπτικά το σλόγκαν με τη χρήση εικόνας, εικονιδίων, emoji και χρωμάτων.

• Επιπλέον κανόνες θα αναλυθούν στον τομέα των εφαρμογών προώθησης.



## 6.2

## Εικόνες

Καθώς η ψηφιακή εφαρμογή ενθαρρύνει τη χρήση εικόνων, τόσο στον διαμοιρασμό της στιγμής μέσω των Stories όσο και με τα Moments, η ύπαρξή τους μικραίνει το χάσμα της προώθησης και της ψηφιακής εφαρμογής. Σύμφωνα με το προηγούμενο κανόνα, οι εικόνες υπάρχουν σε ορισμένες εφαρμογές

σύμφωνα με τις συνθήκες, λειτουργούν συμπληρωματικά με το σλόγκαν και το μήνυμα και έχουν ως σκοπό να ελκύσουν το μάτι του θεατή. Πρέπει να περιλαμβάνουν τουλάχιστον μία ανθρώπινη φιγούρα ή πρόσωπο.

Η μάρκα

Λογότυπο

Τυπογραφία

Χρώμα

Εικαστικό

Προώθηση



## 6.3

## Φυσικά μέσα

Οι εφαρμογές προώθησης σε φυσικά μέσα συνδυάζουν όλα τα προαναφερθέντα χαρακτηριστικά προώθησης καθώς ο θεατής είναι σε θέση να σταματήσει την πορεία του ώστε να επεξεργαστεί όλα τα οπτικά στοιχεία που προσφέρει μία αφίσα. Το σλόγκαν έχει ως στόχο να δημιουργήσει συναισθημα-

τική αντίδραση ενώ η εικόνα λειτουργεί για να προσελκύσει την προσοχή. Ο συνδυασμός χρωμάτων που προκύπτει από την εταιρική παλέτα ενισχύει τον αναγνώσιμο χαρακτήρα των οπτικών εφαρμογών λόγω του σκούρου φόντου και της μεγάλης χρωματικής αντίθεσης του κίτρινου χρώματος.

Η μάρκα

Λογότυπο

Τυπογραφία

Χρώμα

Εικαστικό

Προώθηση



Οι εφαρμογές προώθησης σε φυσικά μέσα συνδυάζουν όλα τα προαναφερθέντα χαρακτηριστικά προώθησης καθώς ο θεατής είναι σε θέση να σταματήσει την πορεία του ώστε να επεξεργαστεί όλα τα οπτικά στοιχεία που προσφέρει μία αφίσα. Το σλόγκαν έχει ως στόχο να δημιουργήσει συναισθημα-

τική αντίδραση ενώ η εικόνα λειτουργεί για να προσελκύσει την προσοχή. Ο συνδυασμός χρωμάτων που προκύπτει από την εταιρική παλέτα ενισχύει τον αναγνώσιμο χαρακτήρα των οπτικών εφαρμογών λόγω του σκούρου φόντου και της μεγάλης χρωματικής αντίθεσης του κίτρινου χρώματος.

Η μάρκα

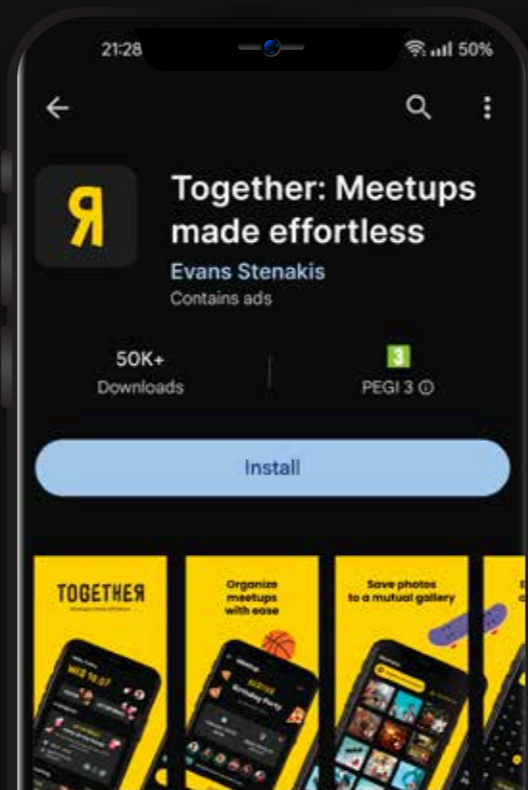
Λογότυπο

Τυπογραφία

Χρώμα

Εικαστικό

Προώθηση



Εγχειρίδιο οπτικής ταυτότητας ψηφιακής εφαρμογής Together και μέσων προώθησης της. Απαγορεύεται η αναδημοσίευση ή η αντιγραφή του περιεχομένου αυτού. Σχεδιάστηκε από τον Στενάκη Ευάγγελο ως μέρος της πτυχιακής του εργασίας κατά το έτος 2024. Τμήμα Γραφιστικής και Οπτικής Επικοινωνίας, Πανεπιστήμιο Δυτικής Αττικής

# TOGETHER

Meetups made effortless