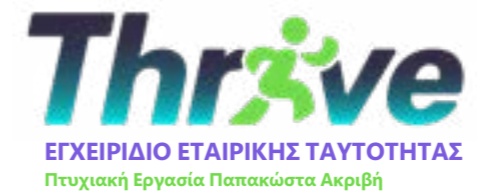




ΕΓΧΕΙΡΙΔΙΟ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑΣ

Πτυχιακή Εργασία Παπακώστα Ακριβή



Τίτλος:

“Thrive: Εγχειρίδιο Εταιρικής Ταυτότητας”

Συγγραφή και σχεδιασμός:

Ακριβή Παπακώστα

Γενική επιμέλεια:

Δρ Ρωσσέτος Μετζίτακος

Το παρόν βιβλίο δημιουργήθηκε για την πτυχιακή εργασία “Δημιουργία Εταιρικής Ταυτότητας και Ψηφιακής Πολυμεσικής Εφαρμογής για την Άθληση και τη Διατροφή” την περίοδο του εαρινού εξαμήνου 2022-2023. Τυπώθηκε και βιβλιοδετήθηκε στο τυπογραφείο Κύβος (οδός Αγίου Σπυρίδονος 28, Αιγάλλιο 122 43, Αθήνα) τον Ιούλιο 2023.

Αθήνα 2023

Πανεπιστήμιο Δυτικής Αττικής

Τμήμα Γραφιστικής και Οπτικής Επικοινωνίας

The logo for 'Thrive' features the word 'Thrive' in a bold, sans-serif font. The 'i' is replaced by a stylized green figure of a person running or jumping. The letters 'Th' and 've' have a blue-to-green gradient.

ΕΓΧΕΙΡΙΔΙΟ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑΣ

Πτυχιακή Εργασία Παπακώστα Ακριβή

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

01

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Τι είναι το Thrive;	12
Όραμα και Στόχος	14

02

ΛΟΓΟΤΥΠΟ & ΣΥΜΒΟΛΟ

Λογότυπο	18
Περιθώρια	20
Εκδοχές	22
Χρώματα	24
Λανθασμένη Χρήση	26

03

ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ

Γραμματοσειρές	30
Χρώματα	32
Πρωθητικό Υλικό	34



01

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΤΟ THRIVE;

Το Thrive είναι μια εφαρμογή για την άθληση και τη διατροφή. Αποτελεί ένα μέρος όπου ο χρήστης μπορεί να δημιουργήσει και να αποθηκεύσει το πρόγραμμα γυμναστικής και διατροφής του, να εμπνευστεί από άλλα προγράμματα και συνταγές, κι έτσι να δημιουργήσει μια ρουτίνα που ταιριάζει σε αυτόν. Το Thrive προωθεί έναν υγιεινό αλλά ισορροπημένο τρόπο ζωής, δίνοντας έμφαση στην πρόοδο και όχι στην τελειότητα. Ενθαρρύνει τους χρήστες να δοκιμάσουν κάτι καινούριο και να θέσουν στόχους για την βελτίωση της ζωής τους.



ΟΡΑΜΑ ΚΑΙ ΣΤΟΧΟΣ

Η κύρια αποστολή του Thrive είναι να προσφέρει το καλύτερο μέσο στους ανθρώπους που επιθυμούν να αλλάξουν τη ζωή τους προς το καλύτερο. Μέσα από την υπηρεσία αυτή, επιθυμεί να προσφέρει μια ευχάριστη εμπειρία και έναν διασκεδαστικό τρόπο επίτευξης των στόχων του χρήστη. Ο στόχος του Thrive είναι να παρέχει ένα εύχρηστο και αποτελεσματικό εργαλείο, μέσα από το οποίο ο χρήστης μπορεί να υιοθετήσει εύκολα και γρήγορα έναν υγιέστερο τρόπο ζωής. Το τελικό επιθυμητό αποτέλεσμα είναι η ικανοποίηση των χρηστών και δημιουργία μιας καινούριας υγιείς σχέσης τους με την άθληση και τη διατροφή.

ΟΡΑΜΑ

Να προσφέρει μια **ευχάριστη** εμπειρία και έναν διασκεδαστικό τρόπο **επίτευξης των στόχων** των χρηστών

ΣΤΟΧΟΣ

Να παρέχει ένα **εύχρηστο** και **αποτελεσματικό** εργαλείο, που να διευκολύνει την υιοθέτηση ενός υγιέστερου τρόπου ζωής

02

**ΛΟΓΟΤΥΠΟ
& ΣΥΜΒΟΛΟ**

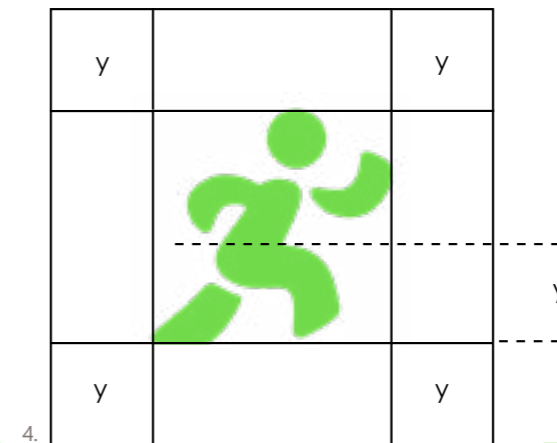
ΛΟΓΟΤΥΠΟ

Το λογότυπο (εικ. 1) αποτελείται από τη λέξη "Thrive", όπου τη μορφή του *i* έχει πάρει ένας χαρακτήρας που βρίσκεται σε κίνηση. Η γραμματοσειρά του λογοτύπου είναι η Rubik σε bold italic, η οποία έχει υποστεί μερική επεξεργασία. Ο χαρακτήρας/σύμβολο (εικ. 2) αντιπροσωπεύει το κυρίως θέμα του Thrive, την ενθάρρυνση των ανθρώπων να υιοθετήσουν έναν πιο υγιεινό τρόπο ζωής. Έτσι, βρίσκεται σε μορφή τρεξίματος, για να παρουσιάσει αυτό το μήνυμα της κίνησης και της προόδου, που επίσης συμβολίζει και η επιλογή της italic γραμματοσειράς.



ΠΕΡΙΘΩΡΙΑ

Τα περιθώρια ασφαλείας δείχνουν τη σωστή χρήση του λογοτύπου και διασφαλίζουν την ομοιόμορφη χρήση του σε κάθε εφαρμογή. Πρέπει σε όλες τις περιπτώσεις να τηρούνται οι αποστάσεις x γύρω από το λογότυπο (εικ. 3), σε σχέση με το μέγεθός του. Όταν το σύμβολο χρησιμοποιείται απομονωμένο, τότε η απόσταση είναι y (εικ. 4), ανάλογη με το μέγεθός του.



ΕΚΔΟΧΕΣ

Το λογότυπο και αντίστοιχα το σύμβολο έχουν διάφορες εκδοχές για την εύκολη χρήση τους σε ποικίλες εφαρμογές. Το λογότυπο, εκτός από τη βασική μορφή του (εικ. 5), μπορεί να χρησιμοποιηθεί σε πλήρως μαύρη μορφή (εικ. 6). Σε μαύρη ή σκούρα επιφάνεια, μπορεί να χρησιμοποιηθεί σε πλήρως λευκή μορφή (εικ. 7). Το σύμβολο χρησιμοποιείται με την αρχική του μορφή σε μαύρη και άσπρη επιφάνεια (εικ. 8,10), ενώ μπορεί επίσης να πάρει λευκή (εικ. 11) και μαύρη μορφή (εικ. 9).



5.



6.



7.



8.



9.



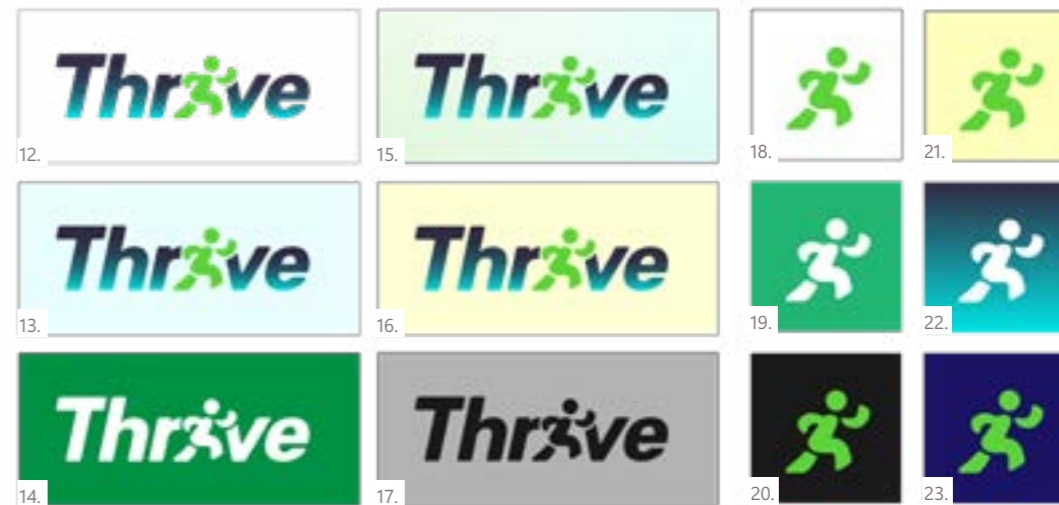
10.



11.

ΧΡΩΜΑΤΑ

Τα χρώματα στα οποία μπορεί να παρουσιάζεται το λογότυπο με την βασική του μορφή είναι το λευκό (εικ. 12) και αρκετά απαλές αποχρώσεις χρωμάτων όπως το γαλάζιο και το κίτρινο (εικ. 13,16). Μπορεί επίσης να χρησιμοποιηθεί σε φόντο ντεγκραντέ μίξης απαλών χρωμάτων (εικ. 15). Σε πιο έντονα χρώματα, χρησιμοποιείται στη λευκή μορφή του (εικ. 14) και σε πιο ανοιχτά ή γκρι, παίρνει μαύρη μορφή (εικ. 17). Το σύμβολο παραμένει στο βασικό του χρώμα όταν βρίσκεται σε φόντο με πολύ ανοιχτά (εικ. 18, 21) και αρκετά σκούρα χρώματα (εικ. 20, 23), ενώ σε χρώματα ενδιάμεσα αυτών (εικ. 19) και σε ντεγκραντέ αποχρώσεις (εικ. 22), παίρνει λευκή μορφή.



ΛΑΘΑΣΜΕΝΗ ΧΡΗΣΗ

Η αποφυγή των παρακάτω παραδειγμάτων χρήσης του λογοτύπου είναι απαραίτητη για τη διασφάλιση της σωστής μορφής και εμφάνισής του. Το λογότυπο δεν πρέπει να παραμορφώνεται (εικ. 24), να παίρνει χρώματα (εικ. 25, 27) εκτός της ταυτότητάς του (βλ. σελ. 22), να φέρει περίγραμμα (εικ. 26), να τοποθετείτε πάνω σε χρώματα που δεν είναι ευδιάκριτο (εικ. 28) (βλ. σελ. 24 για σωστή χρήση) και να τοποθετείτε πάνω σε μοτίβα (εικ. 29). Το σύμβολο δεν πρέπει να παραμορφώνεται (εικ. 30), να παίρνει άλλα χρώματα (εικ. 31) εκτός της ταυτότητάς του (βλ. σελ. 22), να παίρνει χρώμα ντεγκραντέ (εικ. 33), να φέρει περίγραμμα (εικ. 34), να τοποθετείται σε φόντο ντεγκραντέ (εικ. 32), ή να συνδυάζονται τα παραπάνω (εικ. 35).



03

**ΕΤΑΙΡΙΚΗ
ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ**

ΓΡΑΜΜΑΤΟΣΕΙΡΕΣ

Οι γραμματοσειρές της εταιρικής ταυτότητας της Thrive είναι η Montserrat και η Open Sans. Και οι δύο είναι sans serif γραμματοσειρές, με μοντέρνα πνοή και ευδιάκριτους χαρακτήρες. Η Montserrat χρησιμοποιείται για τίτλους και κουμπιά μέσα στην εφαρμογή (κυρίως σε bold διαβαθμίσεις), καθώς είναι μια κλασσική γραμματοσειρά με ιδιαίτερα χαρακτηριστικά, αλλά αρκετά πρακτική και μοντέρνα. Η Open Sans χρησιμοποιείται σε κείμενο και επεξηγήσεις, ως μια κλασσική και ευανάγνωστη γραμματοσειρά. Στις προωθητικές ενέργειες της εταιρίας, χρησιμοποιείται επίσης η Rubik, καθώς έχει ένα ιδιαίτερο φιλικό στυλ, με στρογγυλεμένες γωνίες.

Montserrat

A B C D E F G H I J K L
M N O P Q R S T U V W
X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n
o p q r s t u v w x y z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

A A A A A A A A A A
A A A A A A A A A A

Open Sans

A B C D E F G H I J K L
M N O P Q R S T U V W
X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n
o p q r s t u v w x y z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

A A A A A A
A A A A A A

Rubik

A B C D E F G H I J K L
M N O P Q R S T U V W
X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n
o p q r s t u v w x y z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

A A A A A A A A
A A A A A A A A

ΧΡΩΜΑΤΑ

Τα πέντε βασικά χρώματα της εταιρικής ταυτότητας της Thrive παρουσιάζονται στα δεξιά. Το 1. πράσινο αντιπροσωπεύει την διατροφή και χρησιμοποιείται όπου αναφέρεται το σχετικό θέμα, το 2. μπλε αντιπροσωπεύει την άθληση/γυμναστική και χρησιμοποιείται ανάλογα. Το χρώμα 4. μοβ χρησιμοποιείται για να δώσει έμφαση σε στοιχεία που είναι πιο σημαντικά ή μεταφέρουν ένα μήνυμα, ενώ το 3. λιλά χρησιμοποιείται μαζί με τα χρώματα 1. και 2. στην καμπάνια και αντιπροσωπεύει μια καινούρια αρχή (όπου ο χρήστης, μέσω της εφαρμογής, θα μπορέσει συνδυάζοντας την άθληση με τη διατροφή να κάνει μια νέα αρχή στη ζωή του). Το χρώμα 5. μπλε χρησιμοποιείται για κείμενο στις προωθητικές ενέργειες. Στην εφαρμογή του κινητού, χρησιμοποιούνται αυτά τα χρώματα και αποχρώσεις τους, σε πιο σκούρους και ανοιχτούς τόνους, όπου είναι απαραίτητο.



1. APXIKO I
RGB: 113 218 74



2. APXIKO II
RGB: 2 221 222



3. ΔΕΥΤΕΡΕΥΟΝ
RGB: 195 172 246



4. ΕΝΤΑΣΗ
RGB: 163 55 239



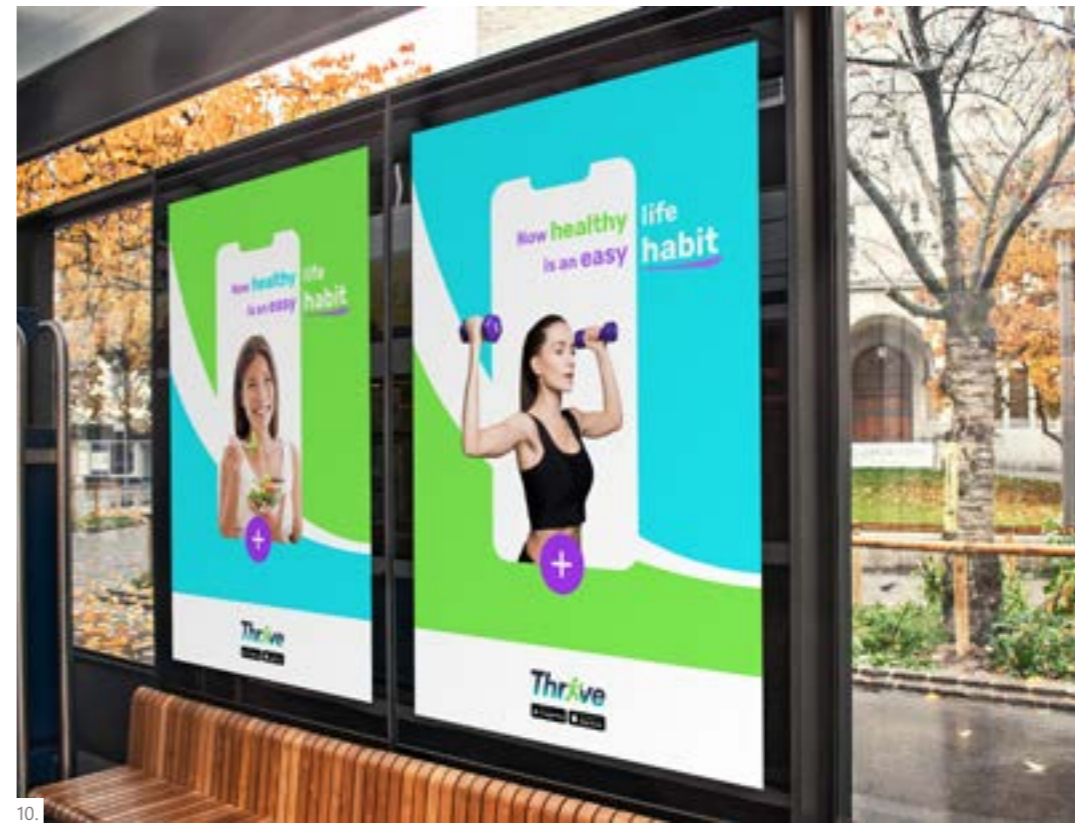
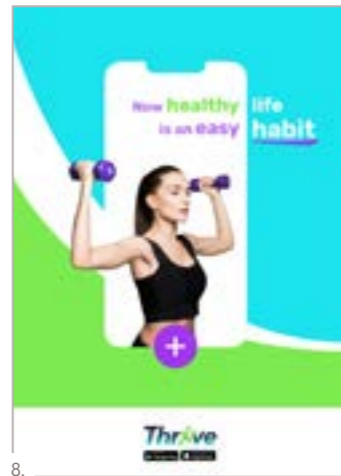
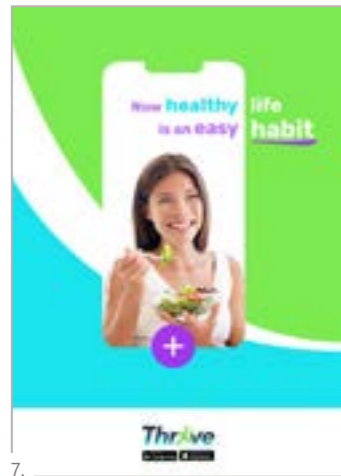
5. ΚΕΙΜΕΝΟ
RGB: 49 43 66

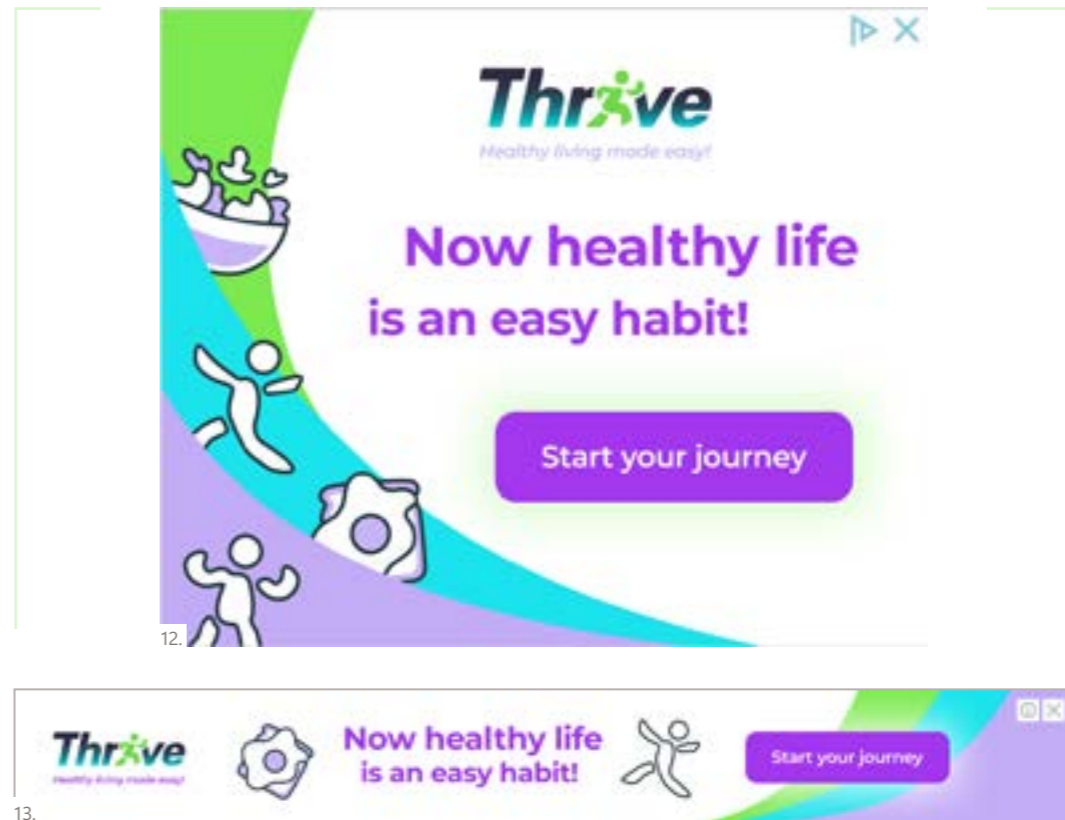
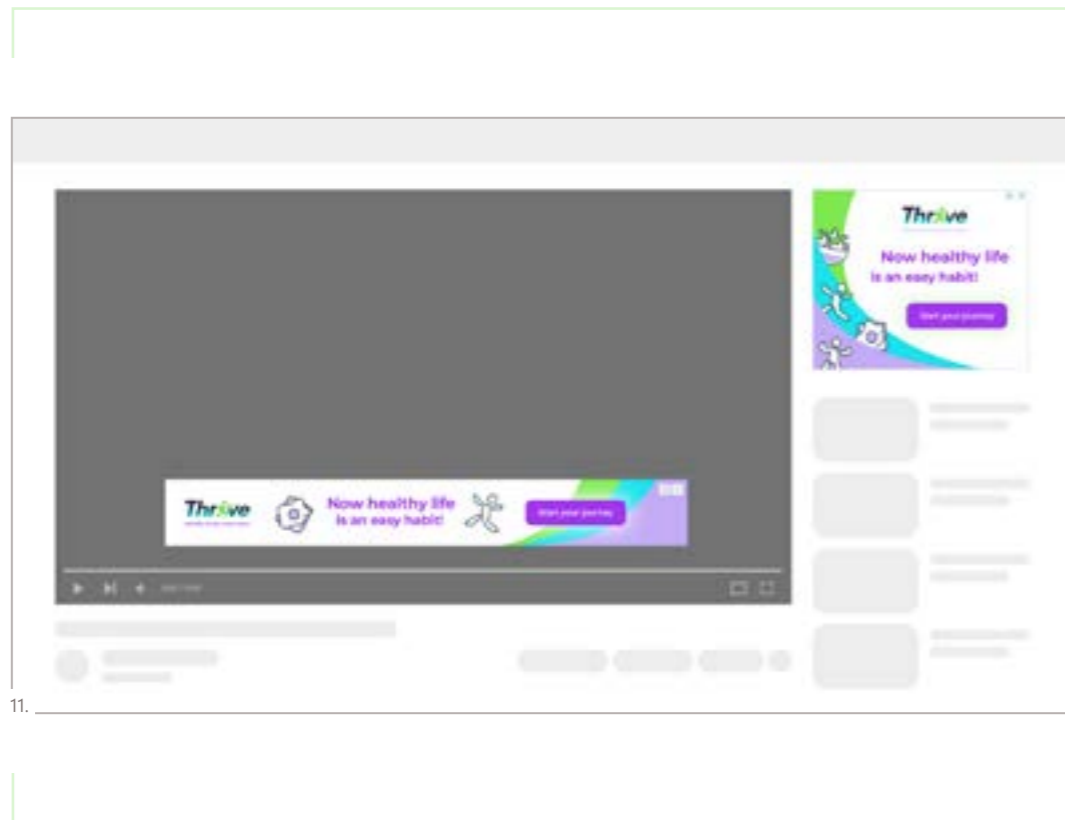
ΠΡΟΩΘΗΤΙΚΟ ΥΛΙΚΟ

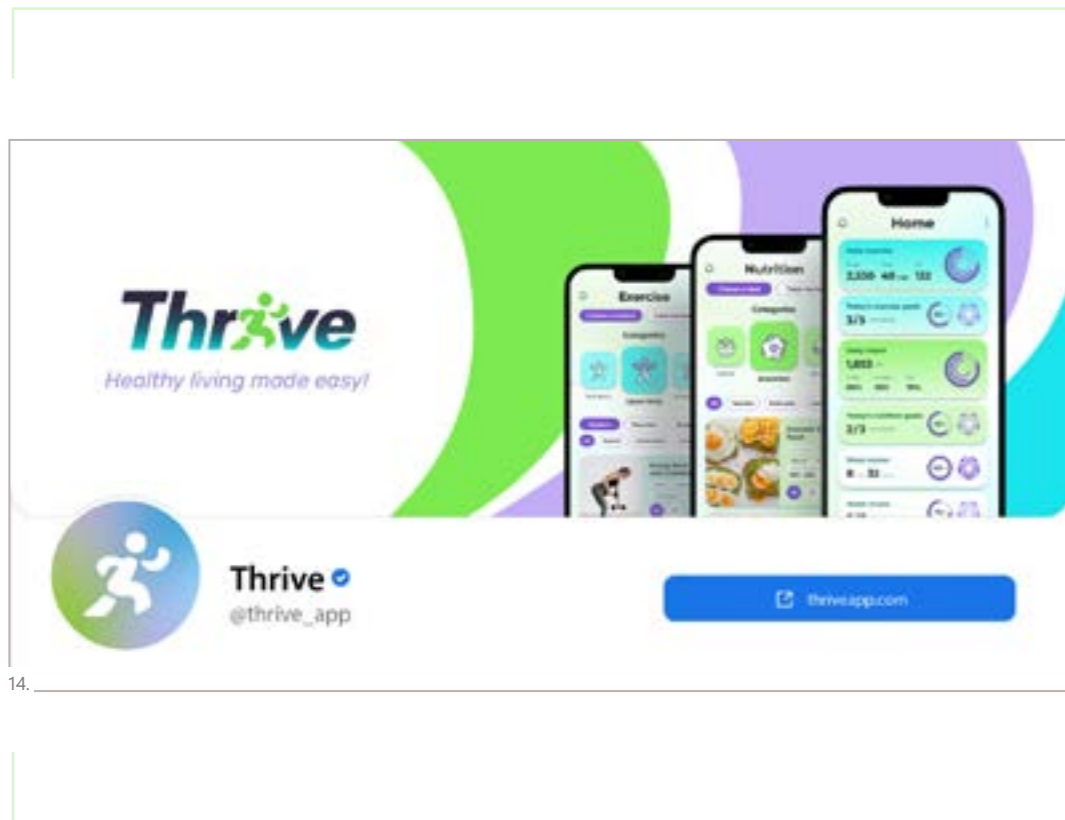
Διάφορα προϊόντα και διαφημίσεις (εικ. 6) σχεδιάστηκαν για την προώθηση της εφαρμογής, τα οποία παρουσιάζονται στις επόμενες σελίδες. Αρχικά, παρουσιάζονται αφίσες για διαφήμιση σε φυσικό χώρο (εικ. 7, 8, 9, 10) και στη συνέχεια ακολουθούν ψηφιακές διαφημίσεις σε ιστοσελίδες (εικ. 11, 12, 13). Για την προώθηση της εταιρίας στα κοινωνικά δίκτυα, σχεδιάστηκαν οι σελίδες για το Facebook (εικ. 14) και Instagram (εικ. 15, 16, 17), όπως και η σελίδα της εφαρμογής Playstore (εικ. 18, 19) (από όπου εγκαθίσταται η εφαρμογή). Φυσικά προϊόντα της προωθητικής καμπάνιας της εταιρίας αποτελούν η προσωπική κάρτα (εικ. 20, 21), δύο πάνινες τσάντες με το λογότυπο (εικ. 22) και το σύμβολο της εταιρίας (εικ. 23), δύο κονκάρδες αντίστοιχα (εικ. 24, 25) και δύο κούπες αντίστοιχα (εικ. 26, 27). Όλο το υλικό δημιουργήθηκε με τρόπο που να προωθεί τις ιδέες και στόχους της εταιρίας, να είναι ελκυστικό, φρέσκο και μοντέρνο.



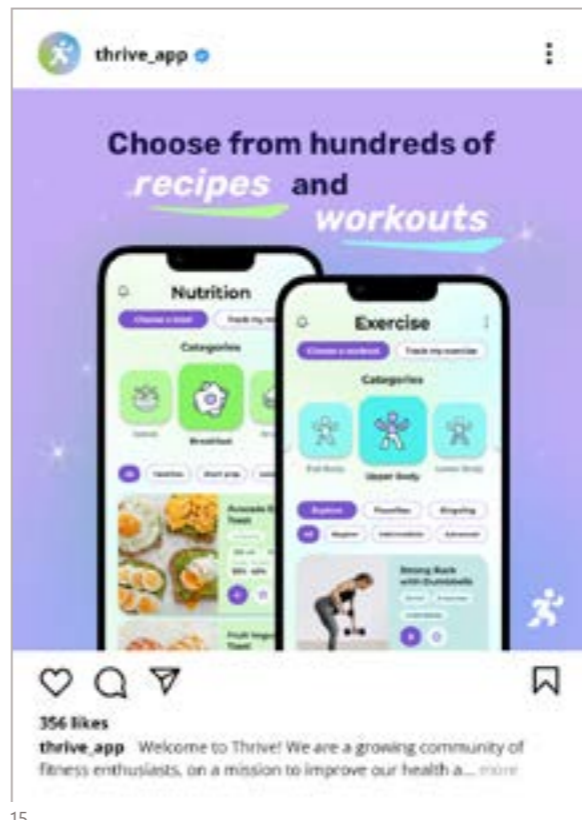
6.







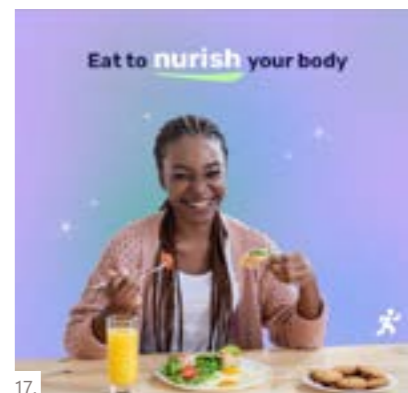
14.



15.



16.



17.



Thrive
Thrive GmbH

4,2 ★

583 αξιολογήσεις

10 χιλ.+

Αγός



PEGI 3

Εγκατάσταση



18.



19.



20.



21.



22.



23.



24.



25.



26.



27.

