

Interior
Graphic
Branding
Photography
Website
Printing

NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU

*Những điểm chạm
thị giác*

CẨM NANG QUẢN TRỊ HỆ THỐNG
NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU





NHẬN DIỆN
THƯƠNG HIỆU
Công Ty Cổ phần
trang trí nội thất TCT



“Sổ tay này như là 1 cuốn cẩm nang hướng dẫn sử dụng thương hiệu TCT trên các ứng dụng khác nhau nhằm đảm bảo tinh thần của thương hiệu.”

Hệ thống nhận diện **không** nhằm ngăn cản sự sáng tạo trong thiết kế của những phần mở rộng về sau.

Khi ứng dụng thương hiệu trên các ấn phẩm truyền thông, quảng cáo. Người sử dụng nên **tuân theo những hướng dẫn cơ bản về cách sử dụng logo, màu sắc thương hiệu, font chữ chính ...** để đảm bảo tính nhất quán, đặc trưng của thương hiệu từ đó hình ảnh thương hiệu sẽ đi vào tâm trí người tiếp nhận”

Tuyệt đối không thay đổi, chỉnh sửa.... làm thay đổi tinh thần cũng như những giá trị cơ bản phần hướng dẫn sử dụng thương hiệu đã quy định.

Xin chân thành cảm ơn



Chương 1 Một số qui định thiết kế logo cơ bản

- 1.1 Bản vẽ kỹ thuật logo
- 1.2 Hệ thống lưới Logo
- 1.3 Các thành phần của logo
- 1.4 Kích thước tối thiểu của Logo
- 1.5 Khoảng cách tối thiểu của Logo và các phần tử khác
- 1.6 Logo thương hiệu hoàn chỉnh
- 1.7 Các trường hợp ứng dụng logo trên các màu nền
- 1.8 Các trường hợp sử dụng logo không đúng quy định

Chương 2 Màu sắc thương hiệu

- 2.1 Màu sắc thương hiệu
- 2.2 Ý nghĩa màu sắc
- 2.3 Thông số màu
- 2.4 Nhóm màu
- 2.5 Các trường hợp ưu tiên màu nền

Chương 3 Font thương hiệu

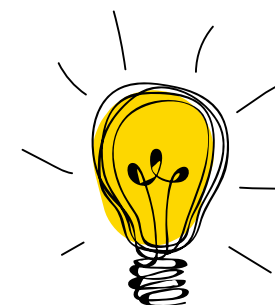
- 3.1 Font chữ thương hiệu
- 3.2 Các trạng thái của Font

Chương 4 dấu hiệu nhận diện thương hiệu và parttern

- 4.1 Dấu hiệu nhận diện thương hiệu
- 4.2 Màu sắc Dấu hiệu nhận diện thương hiệu
- 4.3 Parttern

Chương 5 Hệ thống ấn phẩm văn phòng

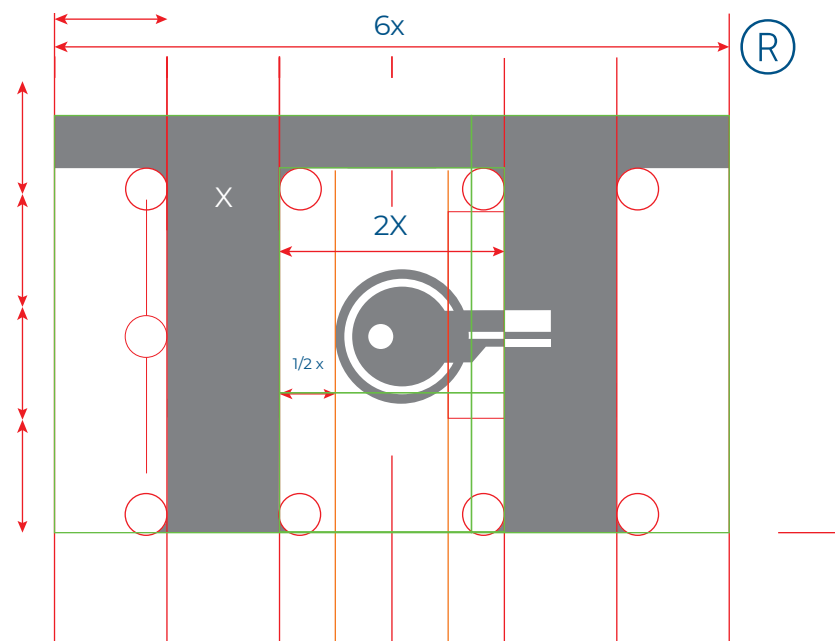
- 5.1 Namecard
- 5.2 Giấy tiêu đề(letter head)
- 5.3 Bì thư
- 5.4 Bìa Sơ Mi(Folder)
- 5.5 Thẻ nhân viên
- 5.6 Sổ tay văn phòng
- 5.7 Hóa đơn
- 5.8 Túi giấy





CÁC KHÁI NIỆM CƠ BẢN CỦA LOGO

BẢN VẼ KỸ THUẬT



Bảng vẽ kỹ thuật của logo là điểm cơ bản nhất trong quy trình thiết kế logo .

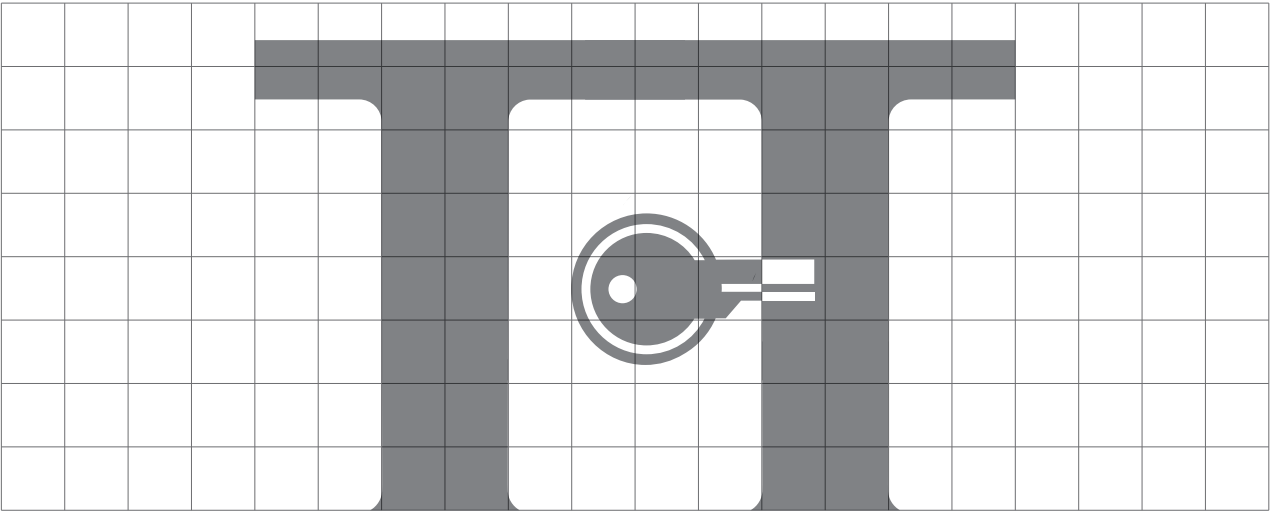
HỆ THỐNG LƯỚI

LOGO được thiết kế dựa trên những quy chuẩn, trong đó có các tỉ lệ, quy tắc thông số như tỷ lệ vàng, Số Pi hay quy tắc 1/3...

Tỉ lệ hay thông số là 1 phần rất lớn quyết định đến **tính thẩm mỹ** và trải nghiệm thị giác của người xem, vì vậy logo cần được lưu ý để không phá hỏng tỷ lệ và tạo hình. Việc phá vỡ tỷ lệ thường xảy ra khi logo bị co ép, kéo giãn theo chiều dọc hoặc chiều ngang nhằm đặt logo vừa vặn vào khoảng trống mong muốn.

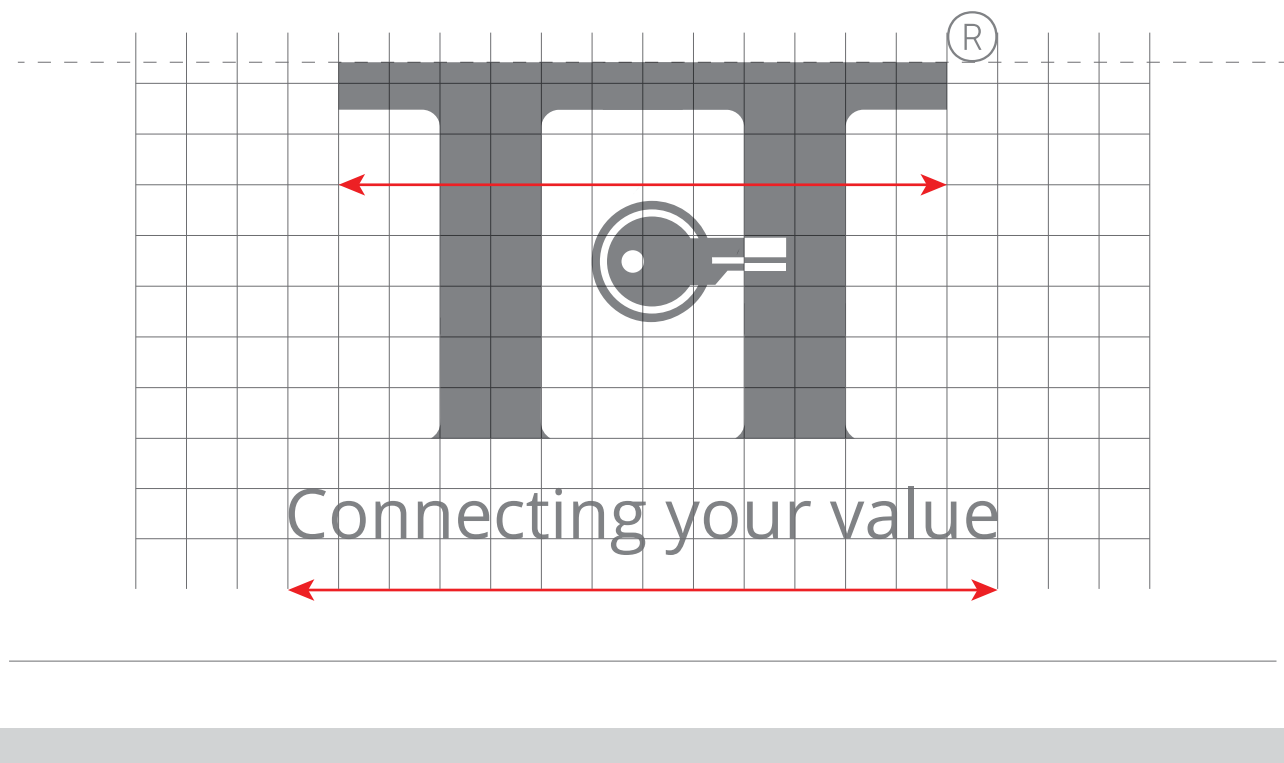
Do đó, chỉ nên tăng hoặc giảm kích thước của toàn bộ logo theo đúng tỷ lệ logo nguyên gốc hoặc 1 số phiên bản rút gọn (nếu có) được quy định trong “ Hệ thống nhận diện Thương hiệu” .

Khi không có Slogan

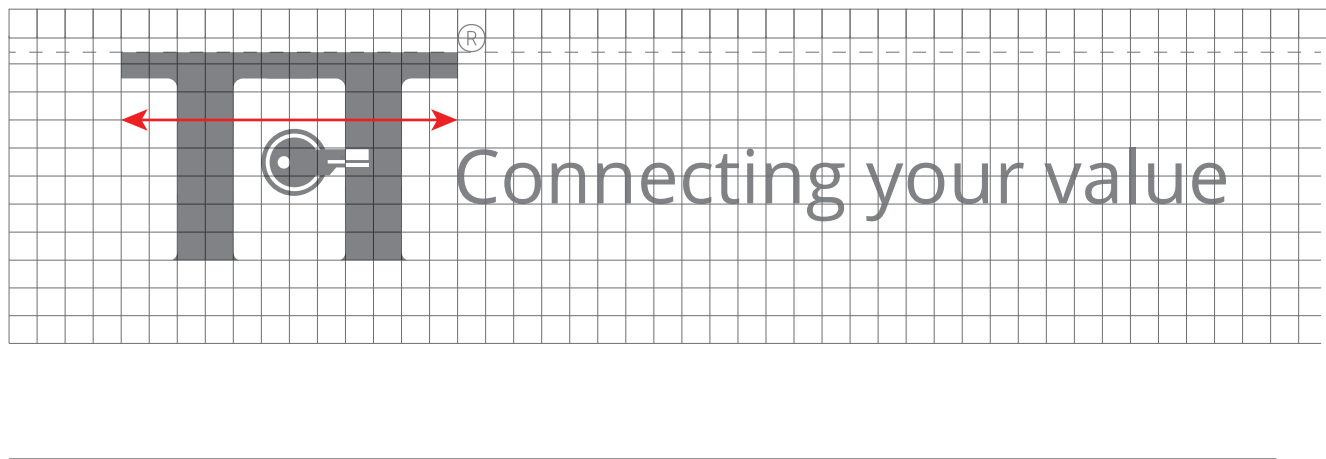


HỆ THỐNG LƯỚI

Khi có Slogan



Khi có Slogan (dạng ngang)



KÍCH THƯỚC TỐI THIỂU CỦA LOGO

Kích thước logo có thể tùy biến trong từng trường hợp khác nhau, phụ thuộc vào độ lớn của không gian sử dụng để đảm bảo logo được nhận diện tốt (rõ ràng) nhất.

Kích thước tối đa thường không được quy định nhưng kích thước tối thiểu cần được chú ý. Điều này đảm bảo cho các thành phần của logo được hiển thị rõ ràng và không mất chi tiết trong từng trường hợp ứng dụng.

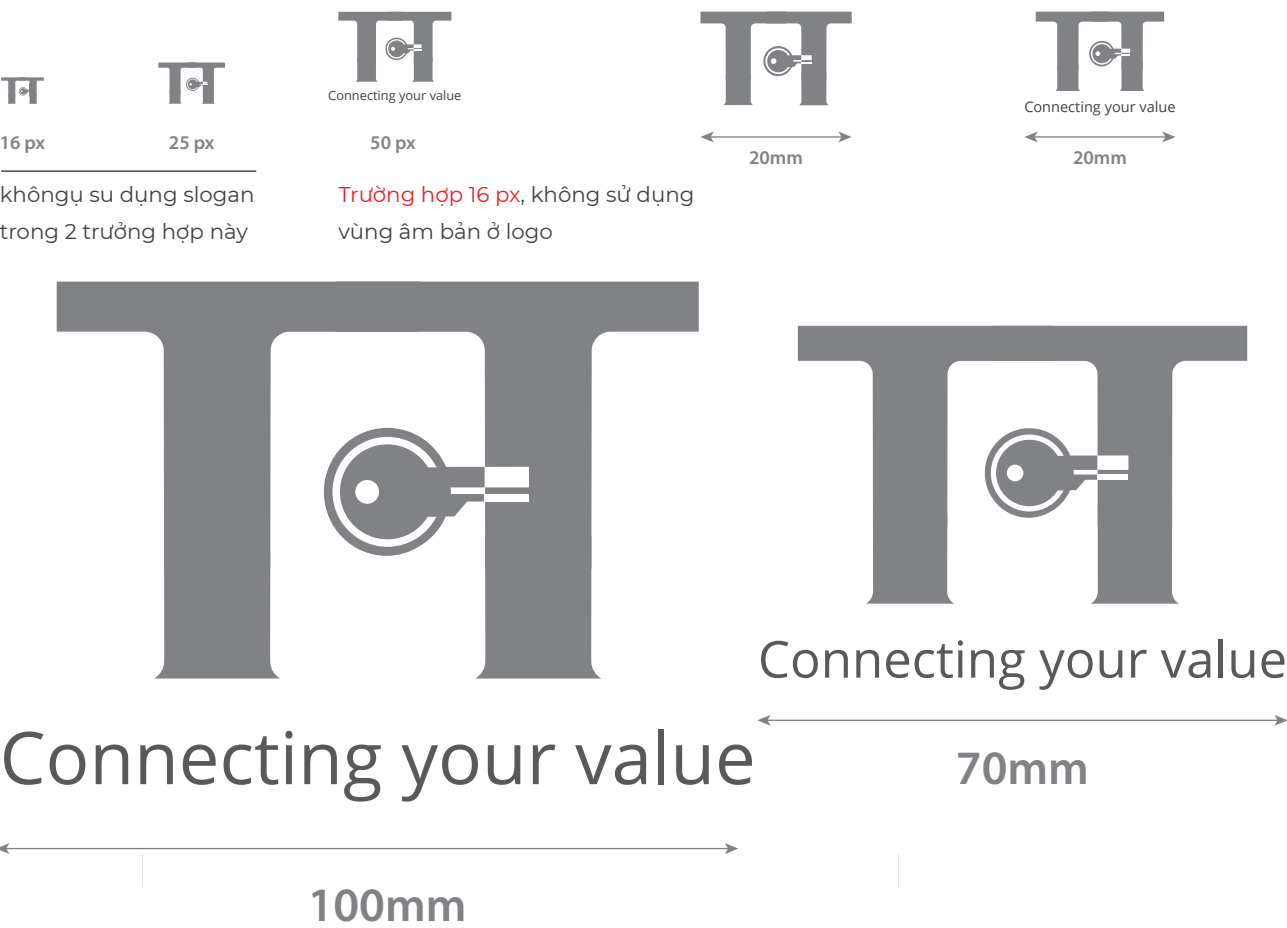
Tùy Logo với mức độ chi tiết khác nhau mà có kích thước tối thiểu khác nhau. Khi ứng dụng cần linh động với các thành phần của logo và slogan, các thành phần có thể tách rời riêng biệt để đảm bảo tính gọn gàng vừa mang tính đại diện cho doanh nghiệp.

Khi logo quá nhỏ có thể không sử dụng slogan vì có quá nhiều ký tự chi tiết có thể dẫn đến khó nhận biết.

Kích thước tối thiểu

Đa phương tiện

Trong In ấn



Tuyệt đối không hiện thị logo có kích thước nhỏ hơn quy định

LOGO VÀ KHOẢNG CÁCH AN TOÀN

Để đảm bảo tính toàn vẹn của logo, bên cạnh tỷ lệ hay kích thước tối thiểu, **khoảng cách an toàn** hay khoảng trống tối thiểu giữa logo và các thành phần đồ họa khác cũng cần được tuân thủ nghiêm ngặt. Đây là vùng không gian mà các yếu tố ngoài logo không được xâm phạm nhằm đảm bảo rằng mỗi phiên bản Logo được nhận diện rõ ràng và đầy đủ trong mọi trường hợp

Khoảng cách an toàn thường được quy định dựa trên chiều cao, chiều dài của logo. Tùy vào độ lớn của logo mà khoảng cách sẽ có tỷ lệ tương xứng



Khoảng cách an toàn được quy định bằng chiều dài của thành phần “chìa khoá” của logo

LOGO VÀ TỶ LỆ

Logo khi ứng dụng bị bóp méo không phải là chuyện hiếm thấy, không chỉ làm mất đi tính thẩm mỹ mà còn thay đổi hình dạng của logo khiến thương hiệu mất đi tính chuyên nghiệp trước cái nhìn của khách hàng.

Tính thẩm mỹ và sáng tạo mặc dù được phát triển tự do nhưng cần dựa trên các nền tảng cơ bản. Với Logo cũng không phải là yếu tố ngoại lệ.



Tuyệt đối không thay đổi bất cứ tỷ lệ, thành phần nào của logo

LOGO 1 MÀU

Logo hiển thị tùy biến trên một số loại nền phổ biến như nền màu đơn sắc (monochrome), nền màu và ảnh. Khi logo không thể in ấn đầy đủ màu sắc (do kỹ thuật in và chất liệu in) thì nên sử dụng màu đen trắng hoặc đơn màu. Tùy trường hợp mà có cách sử dụng khác nhau

Logo 1 màu trắng đen



Logo 1 màu xanh thương hiệu



Logo 1 màu đỏ thương hiệu



LOGO VÀ MÀU NỀN

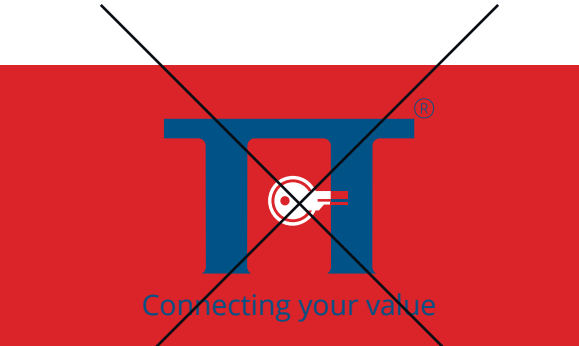
10%Black



25%Black



Do điều kiện khách quan, Logo có thể xuất hiện trên các nền màu khác nhau (vd: đứng chung cùng 1 banner sự kiện với nhiều logo khác nhau). Cần lưu ý độ tương phản khi đặt Logo trên các nền màu để chọn phương án logo thích hợp



Độ tương phản không cao, nên sử dụng phương án logo trắng đối với nền đỏ

LOGO VÀ MÀU NỀN

Chú ý cách đặt logo lên hình ảnh, phải đảm bảo Logo thật sự nổi trên hình ảnh (cần quan tâm độ trong suốt (Opacity) và độ tương phản (contrast) của ảnh, tránh đặt logo ở những vùng ảnh có quá nhiều chi tiết



Cần quan tâm độ trong suốt (Opacity) và độ tương phản (contrast) của ảnh

LƯU Ý KHI IN ẤN VÀ THI CÔNG LOGO

Do đặc thù ngành nghề mà một vài công ty cần in ấn trên các chất liệu đặc biệt như gỗ, thủy tinh, kim loại, vải... với những kỹ thuật in và sản xuất phức tạp cần chú ý nhiều hơn.

Khi in trên kim loại, chất liệu cứng như gỗ, thủy tinh... chất liệu mềm như vải, da.... đôi khi không cần in trên mặt phẳng mà có thể khắc chìm hoặc nổi để tạo trải nghiệm cho người dùng. Cần chú ý tỷ lệ, độ lớn của đường nét để tránh mất chi tiết logo.

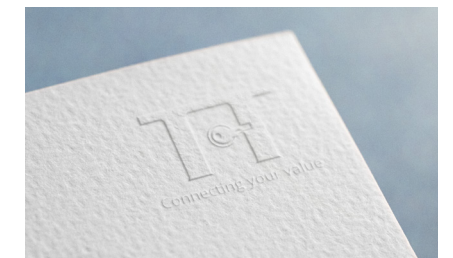
Khắc Lazer



Ép kim



Dập nổi



Sơn lên gỗ



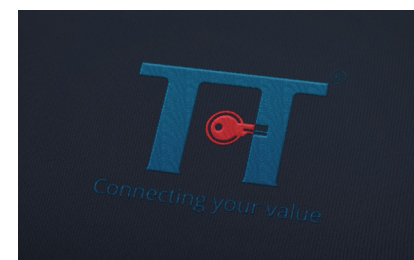
Cutout



Dập trên da



Thêu



Dán decal lên kính



Chữ Inox



CÁC TRƯỜNG HỢP SỬ DỤNG LOGO KHÔNG ĐÚNG QUY ĐỊNH

Thêm ký tự



Thay đổi vị trí các thành tố



Thay đổi tỷ lệ các thành tố



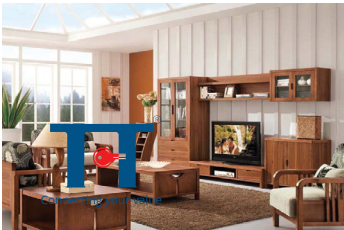
Thay đổi vị trí slogan



Xoay tự do Logo



Đặt trên nền có nhiều chi tiết



Kéo dẫn Logo



Bóp logo



Chuyển sắc tự do



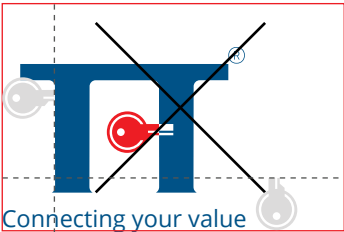
Đổi màu không có trong quy định



Sử dụng viền không có trong quy định



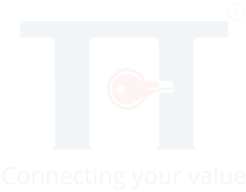
Đặt logo không đúng khoảng không gian cho phép



Đổi font chữ Slogan



Không đủ độ tương phản



Thay đổi màu chính của Logo



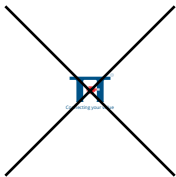
Bỏ vùng âm bản của khoá khi ở size cho phép



Slogan ngang không đúng quy định (Về vị trí và size chữ)



Logo nhỏ hơn kích cỡ cho phép





MÀU SẮC THƯƠNG HIỆU

Mỗi Thương hiệu đều có hệ thống nhận diện bằng màu sắc đặc trưng và màu chủ đạo của thương hiệu góp phần thể hiện cá tính thương hiệu, sự riêng biệt và cũng có thể bao hàm cả triết lý mà thương hiệu hướng đến.

Màu truyền tải đến người tiếp nhận những thông điệp cảm xúc khác nhau, và cũng là dấu hiệu nhận biết mạnh mẽ khi khách hàng dần quen và chú ý đến thương hiệu.

MÀU THƯƠNG HIỆU



Màu chủ đạo

Màu xanh lam là màu mà rất nhiều người yêu thích. Trong tự nhiên nó là màu của nước và bầu trời.

Trong lĩnh vực thi công công trình, **Màu xanh lam** đem lại cảm giác tin tưởng, thấu hiểu, thành thật và tươi sáng. **Màu xanh lam** còn tượng trưng cho bầu trời, qua đó Thương hiệu thể hiện thái độ thân thiện, chan hoà, sẵn sàng lắng nghe, tiếp thu ý kiến của khách hàng để củng nhau đến thành công.



Màu bổ túc

Màu đỏ là màu của lửa , nó đi liền với sức mạnh, nhiệt huyết, sự quyết tâm.

Màu đỏ cũng là màu của cảm xúc mạnh mẽ, sự sáng tạo, không ngừng tiến tới.

THÔNG SỐ MÀU



In ấn	Web	Pantone 7692C		
C 100 M 70 Y 20 K 10	R 0 G 82 B 135 #005287			
100%	90%	80%	70%	60%
50%	40%	30%	20%	10%



In ấn	Web	Pantone 485C		
C 00 M 100 Y 100 K 00	R 237 G 28 B 36 #ed1c24			
100%	90%	80%	70%	60%
50%	40%	30%	20%	10%

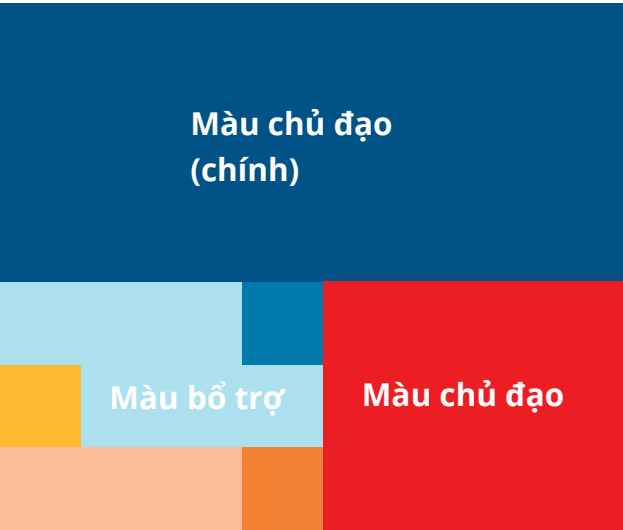
QUẢN TRỊ MÀU SẮC

Màu chủ đạo - Màu chính

Là màu chính được sử dụng xuyên suốt và đồng nhất trong quá trình nhận diện thương hiệu:
Ở đây là xanh ■ và đỏ ■
theo thứ tự **xanh** chính, thể hiện nổi bật nhất (tiêu đề lớn), và sử dụng cho các phần thông tin quan trọng, **đỏ** dùng thể hiện tiêu đề thứ cấp hoặc những điểm neo, nhấn nhá các chi tiết cần được chú ý.
Vì **đỏ** cũng là màu chủ đạo, nên trong 1 số trường hợp vẫn được sử dụng với chức năng như **xanh** nhưng không thường xuyên hơn)

Màu bổ trợ

Là tập hợp các màu có thể đi kèm với màu chính (là màu nhận diện của thương hiệu) nhằm sinh động hoá và khiến việc thiết kế ấn phẩm truyền thông được dễ dàng, linh hoạt nhưng vẫn đảm bảo yêu cầu về tính phân cấp



TỶ LỆ MÀU

Tỷ lệ màu là tương quan giữa màu chính và các màu đi kèm trong một ấn phẩm, sản phẩm của thương hiệu. tỷ lệ này có thể lớn hoặc nhỏ, là 1 mảng màu hay đơn thuần chỉ là 1 điểm nhấn trong bố cục. Để một màu có thể trở thành điểm nhấn, nó phải xuất hiện trên một nền màu có độ tương phản cao với màu nhận diện.

Tỷ lệ màu thường tùy biến do bố cục và mục đích sử dụng nhưng màu thương hiệu thường ít khi chiếm phần ít hơn



CÁC CẤP ĐỘ ƯU TIÊN MÀU NỀN

Sẽ thật nhàm chán khi màu chính của thương hiệu xuất hiện liên tục trong tất cả các ấn phẩm truyền thông

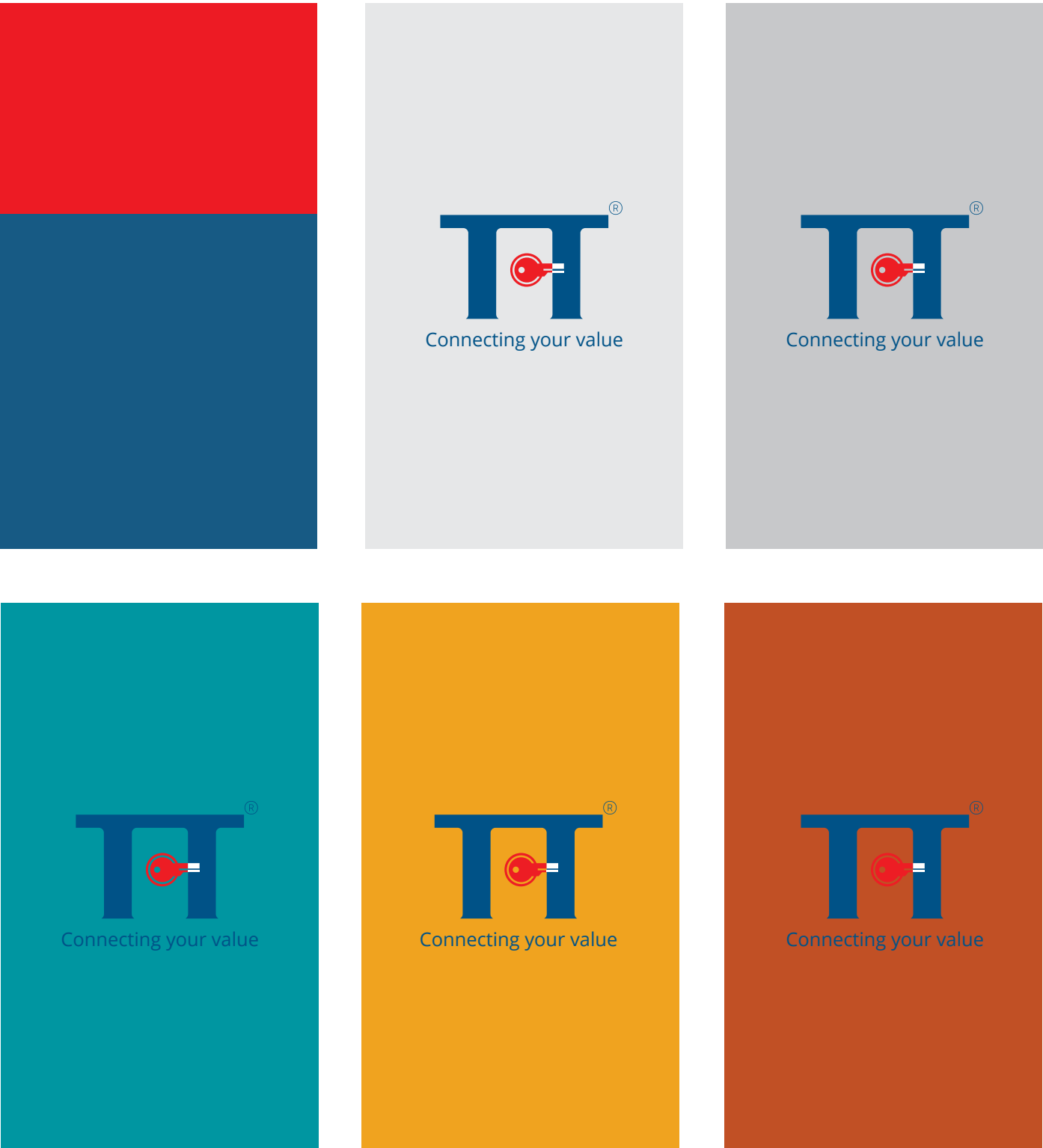
Sau đây là 1 số lựa chọn màu nền

Màu chủ đạo



Màu nền ưu tiên khi không sử dụng màu thương hiệu

	In ấn	Web
	C 00	R 109
	M 00	G 110
	Y 00	B 113
	K 10	#e6e7e8
	C 00	R 199
	M 00	G 200
	Y 00	B 202
	K 25	#c7c8ca
	C 82	R 69
	M 24	G 150
	Y 36	B 161
	K 00	#0096a1
	C 04	R 249
	M 40	G 163
	Y 100	B 31
	K 00	#f0a31f
	C 15	R 193
	M 80	G 80
	Y 100	B 37
	K 10	# c15025





FONT CHỮ THƯƠNG HIỆU

Chữ khác với các yếu tố nhận diện khác, nếu hình ảnh hay màu sắc gây ấn tượng từ cái nhìn đầu tiên thì chữ buộc người xem phải đọc theo chủ đích. Quá trình trải nghiệm nội dung chính là thời điểm khách hàng cảm nhận được đặc tính của chữ. Không phải vô cớ mà con người tạo ra hàng ngàn kiểu chữ, mỗi kiểu tạo ảnh hưởng đến cảm xúc, gợi những hình dung và sự thôi thúc khác nhau.

FONT THƯƠNG HIỆU

Font được sử dụng trong tất cả các văn bản cũng như trình bày trên các phương tiện truyền thông như website, video, catalogue, brochure.... Cần đảm bảo quy cách trình bày về cỡ chữ, tỷ lệ giãn dòng, giãn chữ, canh giống sẽ tạo nên đồng bộ về cảm nhận thị giác và tối ưu trải nghiệm đọc.

Open Sans là một trong những font chữ linh hoạt nhất trong bộ sưu tập font của Google. Nó rất dễ đọc trong các khối văn bản lớn, trong khi vẫn đủ mạnh để làm nhấn trong phần heading...
Bộ font có đầy đủ các trạng thái nét mảnh (light), bình thường (regular), đậm vừa (medium), đậm(bold)... có sự lựa chọn hợp lý khi sử dụng trên các nền tảng và bối cảnh khác nhau.

ABCDĐEGHIKLMNOPQRSTUVWXYZ.
abcdđeghiklmnopqrstuvxy.
1234567890
~!@,./;...

light

ABCDĐEGHIKLMNOPQRSTUVWXYZ.
abcdđeghiklmnopqrstuvxy.
1234567890
~!@,./;...

regular

ABCDĐEGHIKLMNOPQRSTUVWXYZ.
abcdđeghiklmnopqrstuvxy.
123456789

12pt Light

ABCDĐEGHIKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdđeghiklmnopqrstuvxy.
123456789

16pt Regular

CÁC TRẠNG THÁI CỦA FONT

Tùy trường hợp mà Font chữ được sử dụng ở các định dạng khác nhau như mảnh, bình thường, nghiêng, đậm vừa...

ABCDĐEGHIKLMNOPQRSTUVWXYZ. abcdđeghiklmnopqrstuvxy. 123456789	10pt	Light
ABCDĐEGHIKLMNOPQRSTUVWXYZ. abcdđeghiklmnopqrstuvxy. 123456789	10pt	Light Italic
ABCDĐEGHIKLMNOPQRSTUVWXYZ. abcdđeghiklmnopqrstuvxy. 123456789	10pt	Regular
ABCDĐEGHIKLMNOPQRSTUVWXYZ. abcdđeghiklmnopqrstuvxy. 123456789	10pt	Italic
ABCDĐEGHIKLMNOPQRSTUVWXYZ. abcdđeghiklmnopqrstuvxy. 123456789	10pt	Semibold
ABCDĐEGHIKLMNOPQRSTUVWXYZ. abcdđeghiklmnopqrstuvxy. 123456789	10pt	Semibold Italic
ABCDĐEGHIKLMNOPQRSTUVWXYZ. abcdđeghiklmnopqrstuvxy. 123456789	10pt	Bold
ABCDĐEGHIKLMNOPQRSTUVWXYZ. abcdđeghiklmnopqrstuvxy. 123456789	10pt	Bold Italic
ABCDĐEGHIKLMNOPQRSTUVWXYZ. abcdđeghiklmnopqrstuvxy. 123456789	10pt	Extrabold
ABCDĐEGHIKLMNOPQRSTUVWXYZ. abcdđeghiklmnopqrstuvxy. 123456789	10pt	ExtraBold Italic

FONT BỔ TRỢ

ICiel Mijas

Dùng trong các trường hợp muốn nhấn mạnh thông tin muốn truyền tải, tạo điểm nhấn gây chú ý trong các đoạn văn bản, những câu SWOTE...

ABCDĐEGHIKLMNOPQRSTUVWXYZ.
abcdđeghiklmnopqrstuvxy.
1234567890 ~!@,./;,...

Regular
24 pt

ABCDĐEGHIKLMNOPQRSTUVWXYZ.
abcdđeghiklmnopqrstuvxy.
1234567890
~!@,./;,...

Italic
20 pt

SFU insignia

Dùng trong các trường hợp kết hợp với font chính Open san, hoặc những tiêu đề thứ cấp.

ABCDĐEGHIKLMNOPQRSTUVWXYZ.
abcdđeghiklmnopqrstuvxy.
1234567890
~!@,./;,...

Bold
16 pt

ABCDĐEGHIKLMNOPQRSTUVWXYZ.
abcdđeghiklmnopqrstuvxy.
1234567890
~!@,./;,...

Bold Italic
16 pt

font bổ trợ: Tiêu đề phụ

Font bổ trợ: Câu khẩu hiệu cần nhấn mạnh gây chú ý

Font chính: Trình bày nội dung

Có thể sử dụng font chính hoặc font bổ trợ

Thư ngỏ

NGUYỄN CAO CƯỜNG
Giám đốc

Tìm nội thất - chọn TCT

Connecting your value

Kính gửi Quý Khách hàng, Đối tác

Lời đầu tiên, Công ty Cổ phần Trang trí Nội thất TCT xin gửi tới quý vị lời chúc sức khỏe và thành đạt.

Công ty Cổ phần Trang trí Nội thất TCT là đơn vị chuyên về sản xuất, thi công, trang trí nội thất cho các dự án văn phòng, khách sạn – resort, nhà ở,...Với chúng tôi, nội thất không chỉ đơn thuần là những món đồ vô tri sử dụng hàng ngày. Bằng tất cả sự đam mê, kỹ năng và kinh nghiệm, chúng tôi giúp thổi hồn vào từng đồ vật, làm bừng lên không gian sống và làm việc đầy tiện nghi, sáng tạo, biến ý tưởng của khách hàng trở nên hiện hữu, sinh động.

Được thành lập từ năm 2015, cùng với sự ủng hộ từ Quý Khách hàng và Đối tác, TCT ngày càng phát triển lớn mạnh. Suốt thời gian qua, chúng tôi đã hân hạnh được phục vụ nhiều dự án trong và ngoài nước, đem đến sự hài lòng và tin tưởng đến cả những khách hàng khó tính nhất. TCT đang dần khẳng định vị thế của mình về chất lượng sản phẩm, tiến độ và giá thành phù hợp. Giữ vững phương châm:

“**UY TÍN – CHẤT LƯỢNG – TẬN TÂM**”,

chúng tôi hy vọng sẽ tạo nên sự hợp tác bền chặt với Quý Khách hàng và Đối tác trong các dự án sắp tới.

Trân trọng!

4 HỒ SƠ NĂNG LỰC

TCT - Kết nối giá trị thực

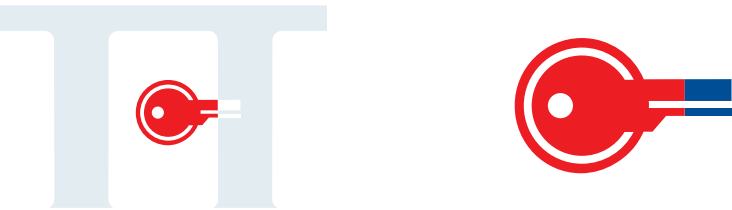


YẾU TỐ NHẬN DIỆN ĐỒ HỌA

Các thành tố đồ họa cơ bản (basic graphic element) có thể là một đường nét, một chấm điểm, hoặc một khối hình học cơ bản. Các thành tố này khi được ứng dụng trong bộ nhận diện thường được gọi là họa tiết. Việc sử dụng đồng nhất các yếu tố này có thể gợi cảm giác quen thuộc. Các họa tiết này thường là được chọn lọc từ một thành phần của logo hoặc một yếu tố đồ họa liên quan ngành nghề.

Yếu tố đồ họa nhận diện cho thương hiệu là hình ảnh chiếc máy bay, yếu tố này có thể xuất hiện ở tất cả các ấn phẩm văn phòng, các ấn phẩm truyền thông quảng cáo

Lấy thành phần “khoá” làm yếu tố trang trí



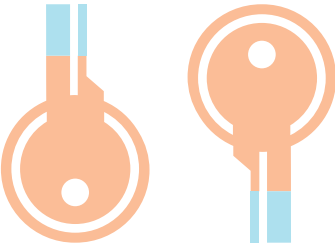
“Khoá” ở dạng mảng

Quy định màu là màu bổ trợ, tránh trường hợp màu quá mạnh tranh chấp với Logo



Được sử dụng ở phương đứng

Được cắt góc

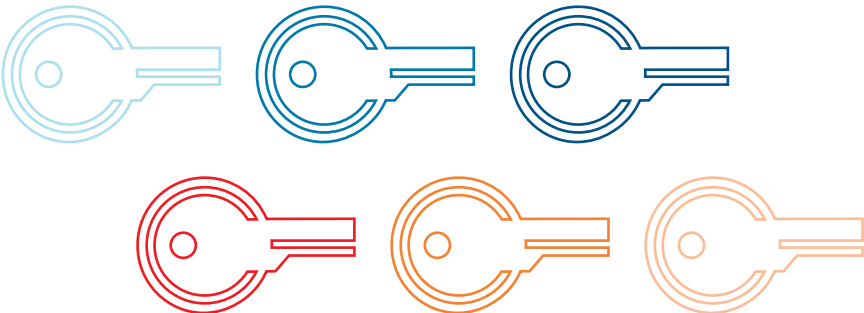


“Khoá” ở dạng nét,

Màu sắc cho dạng này



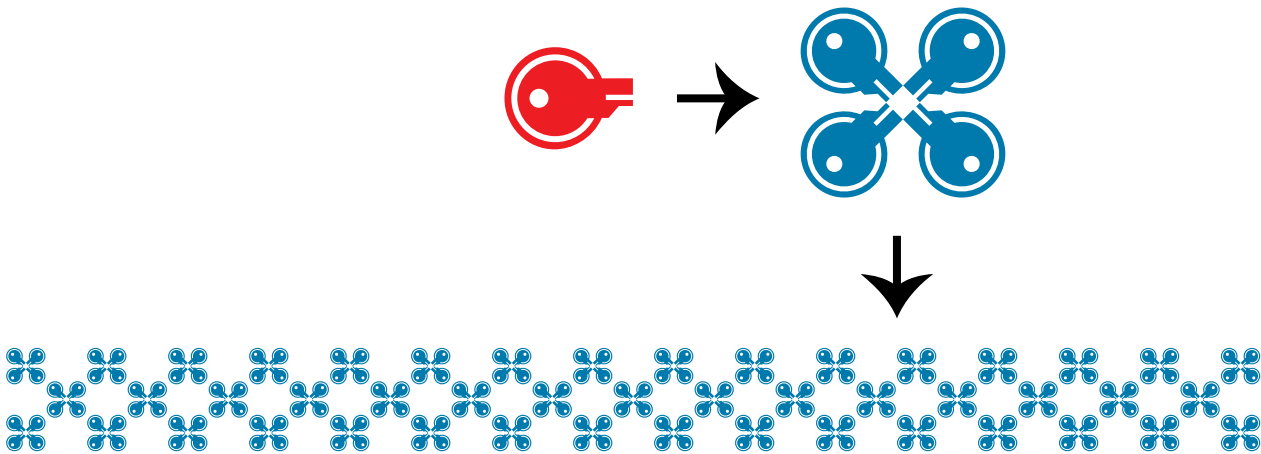
Được cắt góc như trên



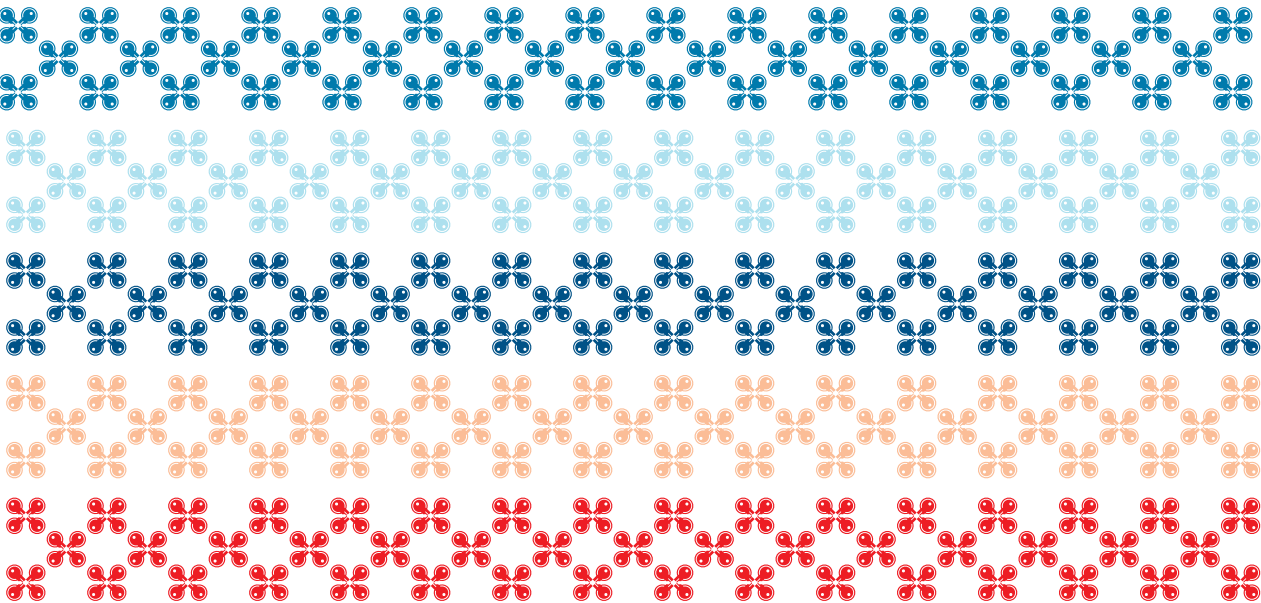
CÁC LƯU Ý KHI ỨNG DỤNG

Khi ứng dụng có thể sử dụng 1 phần hoặc toàn bộ yếu tố nhận diện nhưng phải đảm bảo các yếu tố cơ bản.
Để nhận biết hình tượng
Đảm bảo độ tương phản

PATEARN



Màu sắc sử dụng





HỆ THỐNG ẢNH PHẪM VĂN PHÒNG

NAME CARD

OPTION 1

Mặt trước



Mặt sau



OPTION2

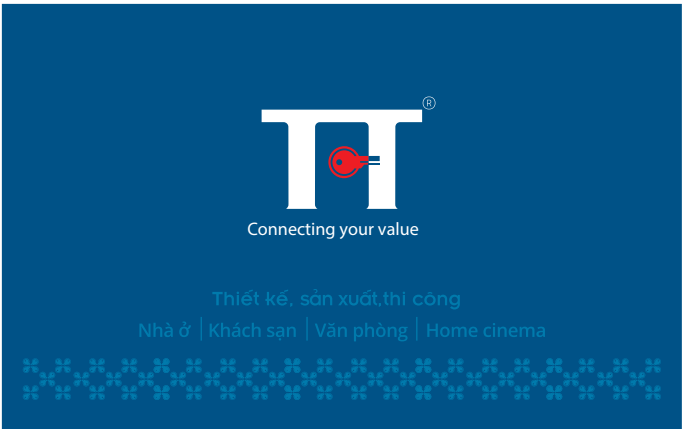
Mặt trước



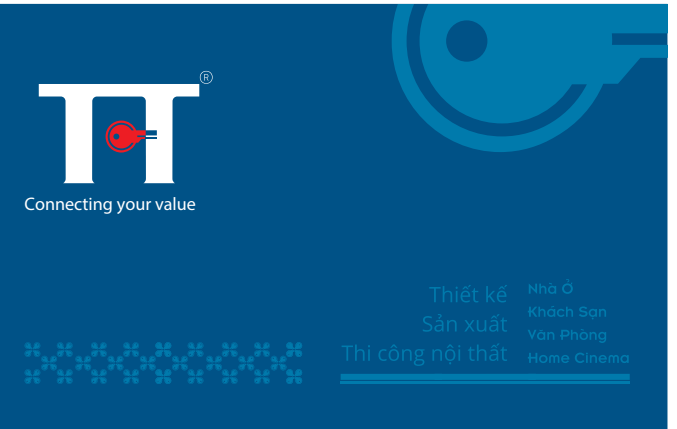
Mặt sau



Mặt trước



Mặt sau



In Offset Couche 300

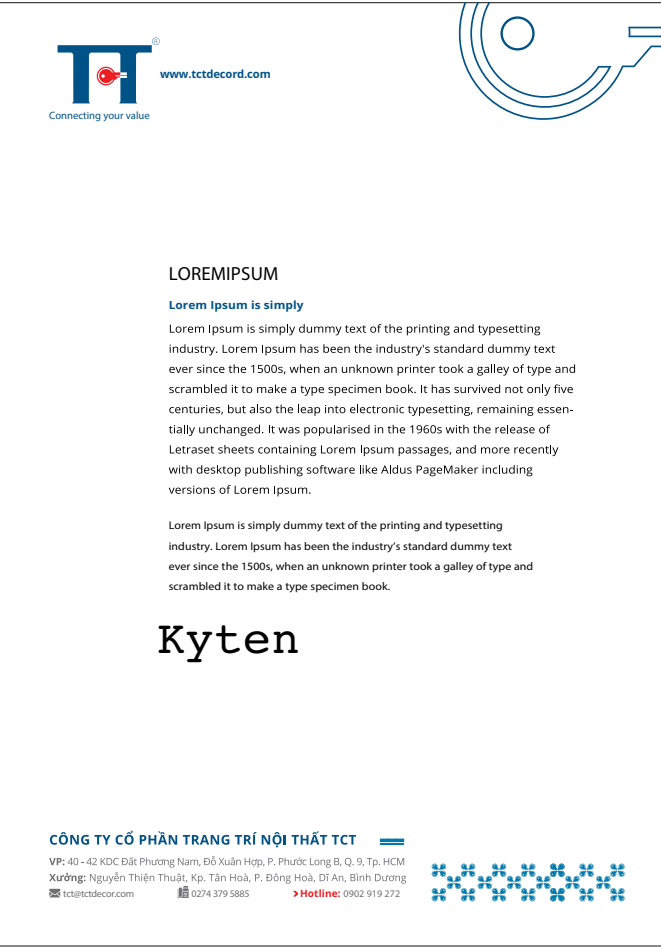


In giấy Mỹ thuật ép kim Logo

LETTER HEAD A4 ĐỨNG

In giấy ford A4

Mặt trước



Mặt sau



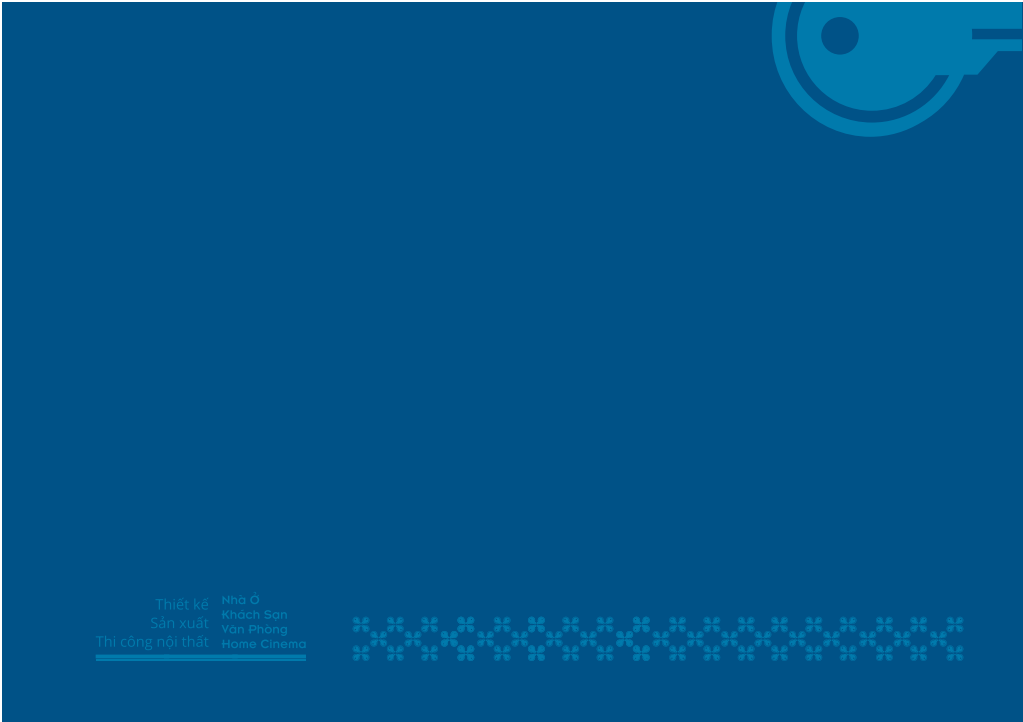
LETTER HEAD A4 NGANG

In giấy ford A4

Mặt trước



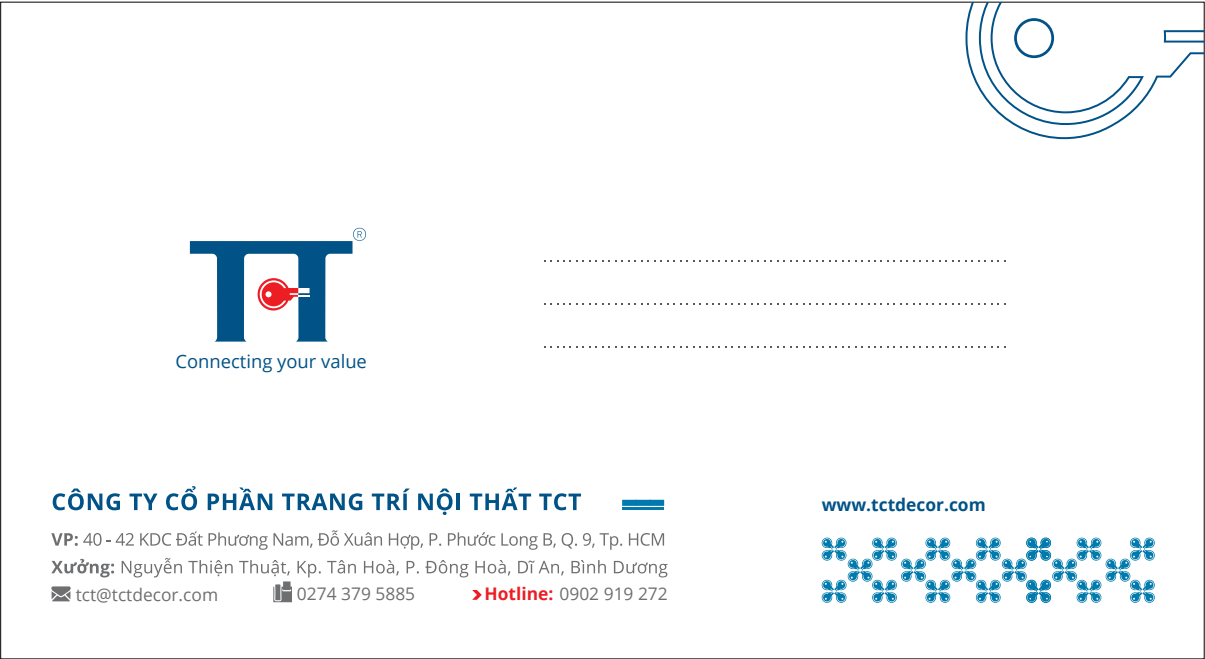
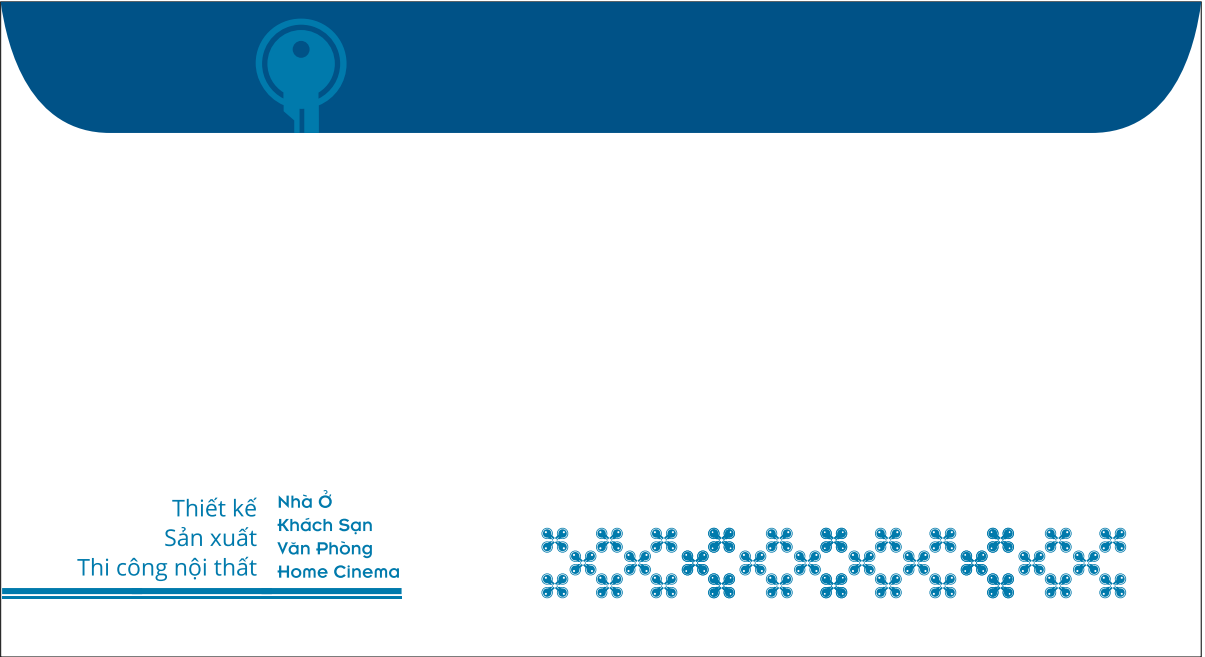
Mặt sau



BAO THƯ NHỎ

Kích thước 220 X 120 mm

In giấy Ford hoặc in Offset c300



BAO THƯ LỚN

Kích thước 220 X 310 mm

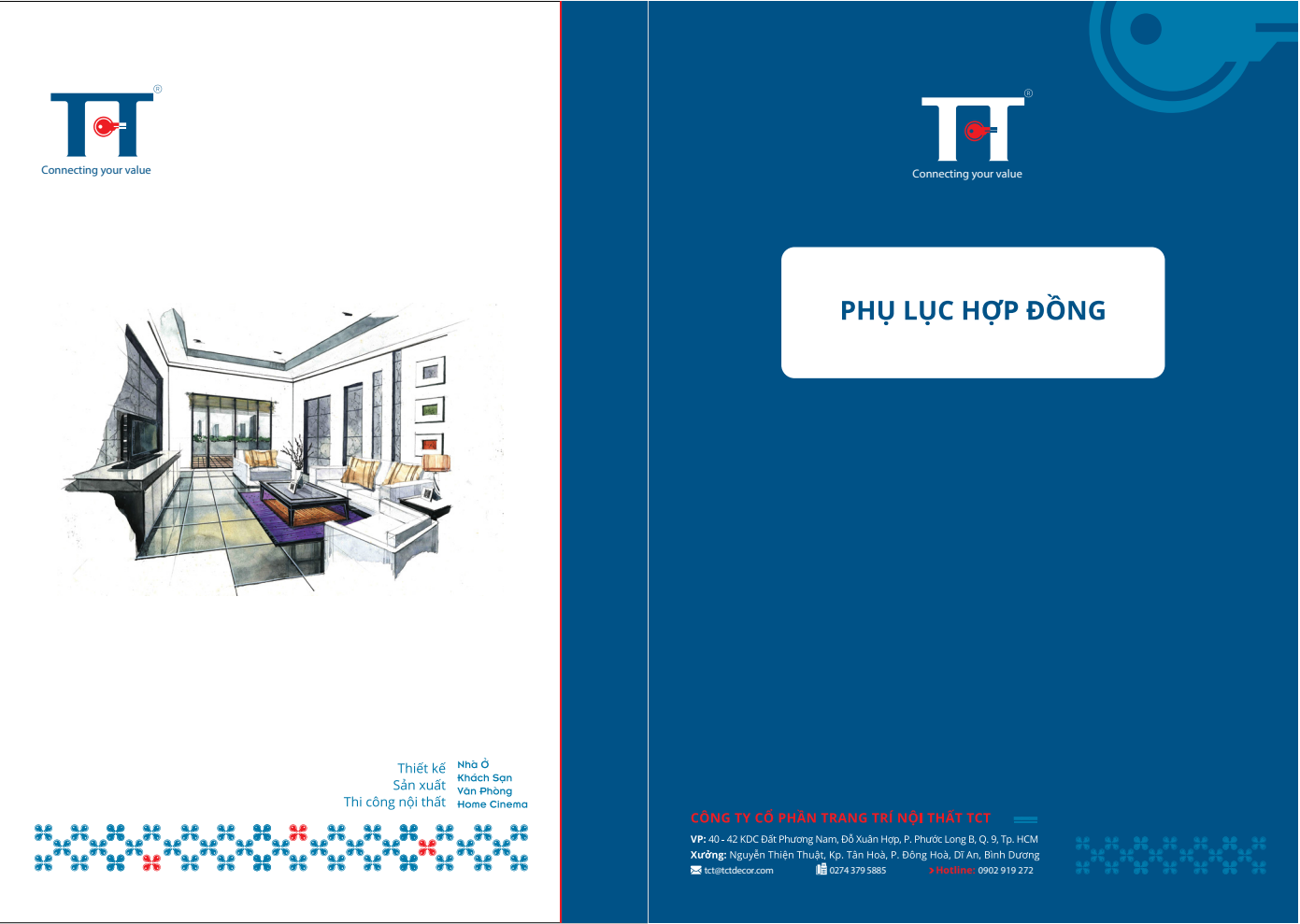
In giấy Ford hoặc in Offset c300



BÌA HỒ SƠ

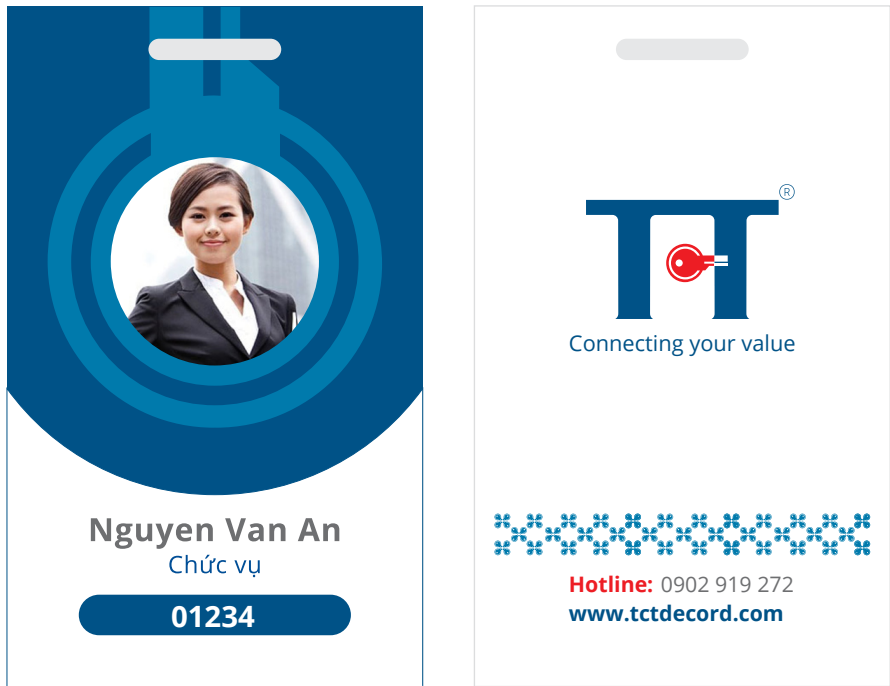
Kích thước A4

In Offset c300

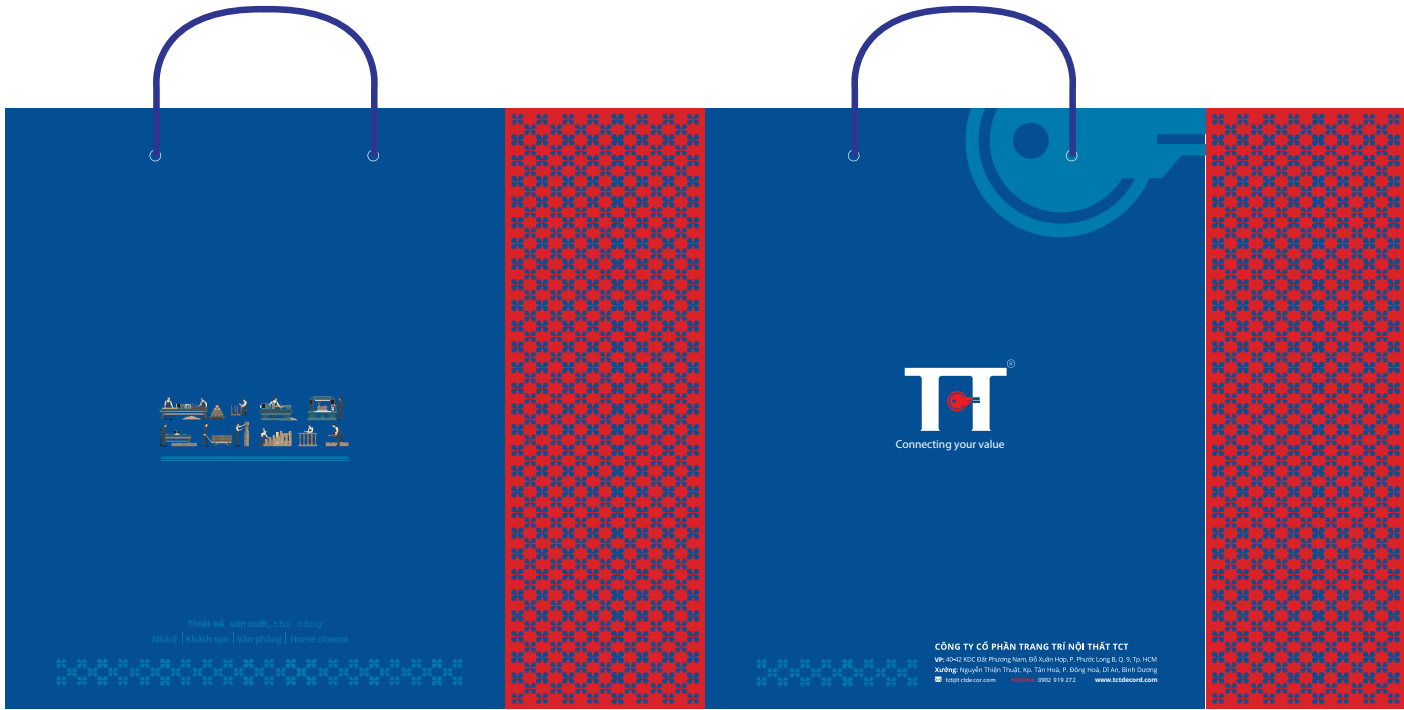


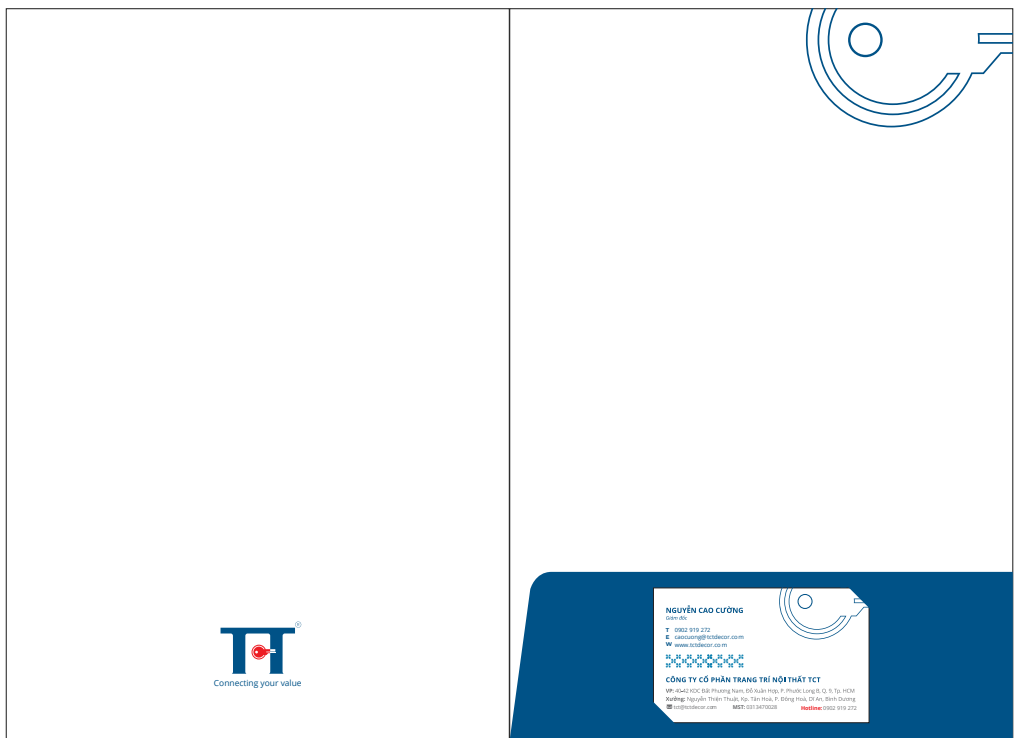
THẺ NHÂN VIÊN

Kích thước 90 X 55 (mm)
In giấy Mỹ thuật hoặc PVC



TÚI GIẤY





ÁO ĐỒNG PHỤC



