Время, сеть часовых салонов

Петербургская сеть салонов по продаже часов, ориентированная на широкий круг потребителей.

ЗАДАЧА:

Сделать сеть магазинов более заметной в рамках города. Объединить в сознании потребителей разрозненные магазины в единую сеть.

РЕШЕНИЕ:

Использование визуальных средств. Разработка единого классического стиля, визуально объединяющего все салоны сети.

(812) 952-10-18
info@proname.ru
www.proname.ru

БРЕНДИНГОВОЕ АГЕНТСТВО
PRO.NAME

© АПРЕЛЬ 2005

БРЕНДИНГ: Время

ВИЗУАЛЬНЫЙ ОБРАЗ:

Ориентируясь на потребителей и ассортимент сети, в ее визуальном образе мы сделали упор на классическое сочетание цветов: красный, черный, белый. Особое внимание было уделено созданию читабельных названия и подписи в логотипе. Были выбраны простые шрифты, чтобы обычный человек мог правильно прочесть название с расстояния. Ввиду того, что название сети салонов «Время» является часто используемым словом и в какой-то степени не уникально, для создания уникальности бренда было принято решение сосредоточиться на визуальном образе.

ЛОГОТИП И ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ:

Логотип состоит из хорошо читаемого наименования «Время» и замысловатого фирменного знака, который с одной стороны уникален и хорошо запоминается, с другой – несет символический характер. Знак, выполненный в виде глаза с заключенными в него часами, может быть интерпретирован как «глаз часовщика». Известно, что для часовых мастеров орган зрения наравне с руками служит важным инструментом в кропотливой работе по сборке и наладке часовых механизмов. Точность, четкость и внимательность к деталям – таков девиз часового салона «Время». С часами, приобретенными в салоне «Время», вы не опоздаете ни на одно запланированное мероприятие.

В рамках создания корпоративной айдентики сети часовых салонов элементы фирменного стиля были нанесены на основные носители: визитку, бланк, карту постоянного покупателя и пакет. Время покупать часы, господа!