

REFERAT PRACY DYPLOMOWEJ

Temat pracy: Rebranding identyfikacji wizualnej fundacji charytatywnej Simongo

Autor: Magdalena Maciejak

Promotor: mgr Kamila Mika

Kategorie: identyfikacja wizualna

Słowa kluczowe: kraje arabskie, język arabski, Syria, rebranding, identyfikacja wizualna, fundacja charytatywna, Simongo, projektowanie graficzne, strategia marki

1. Cel i podstawowe założenia

Celem pracy dyplomowej autorki było stworzenie nowej identyfikacji wizualnej dla fundacji charytatywnej Simongo, działającej na rzecz integracji migrantów i uchodźców poprzez wolontariat. Projekt miał na celu nie tylko odświeżenie wizerunku organizacji, ale także wzmocnienie jej rozpoznawalności i wpływu na arenie międzynarodowej. Podstawowe założenia obejmowały stworzenie spójnej i nowoczesnej tożsamości wizualnej, która odzwierciedlałaby misję, wartości oraz kulturowe dziedzictwo Simongo.

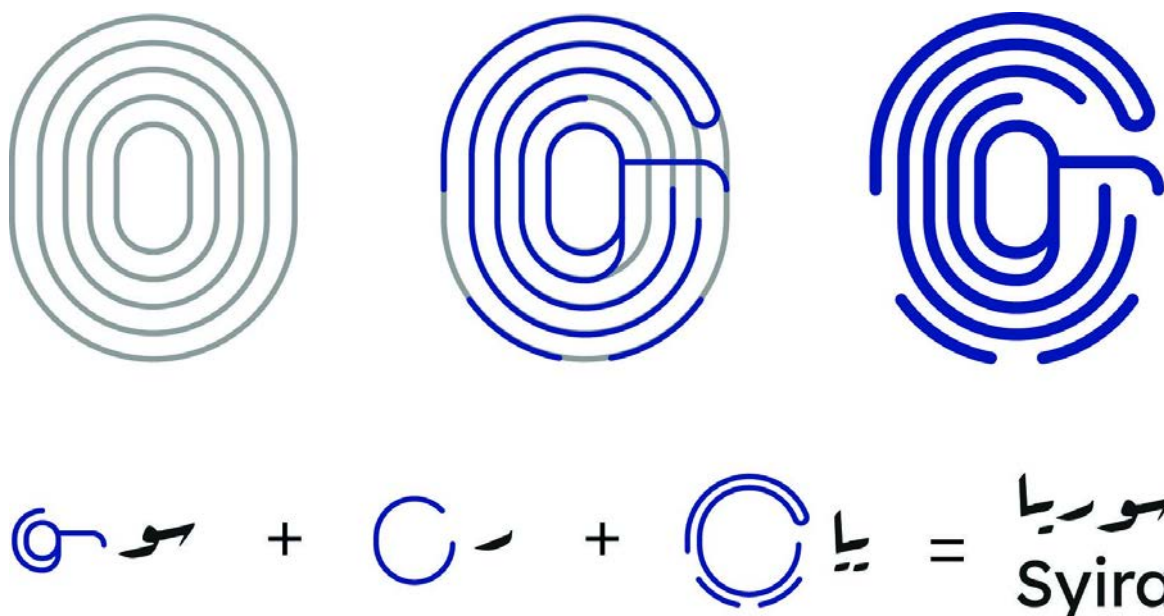
2. Realizacja projektu

Realizacja projektu rebrandingu dla fundacji charytatywnej Simongo przez autorkę była wyjątkowo kompleksowym przedsięwzięciem, wymagającym nie tylko dogłębnego zrozumienia wewnętrznej misji i wartości organizacji, ale także zastosowania wyjątkowo kreatywnego podejścia do designu. Pierwszym i kluczowym etapem była szczegółowa analiza obecnej identyfikacji wizualnej Simongo. Dzięki temu możliwe było zidentyfikowanie elementów, które nie spełniały swojej roli w adekwatnym oddaniu dynamiki, misji oraz wartości fundacji, a tym samym wymagały odświeżenia lub całkowitego przeprojektowania. Kolejny krok, badanie potrzeb odbiorców, pozwolił na dogłębne zrozumienie, jak zmiany wizualne i komunikacyjne mogą wpłynąć na percepcję marki przez jej różnorodnych odbiorców.

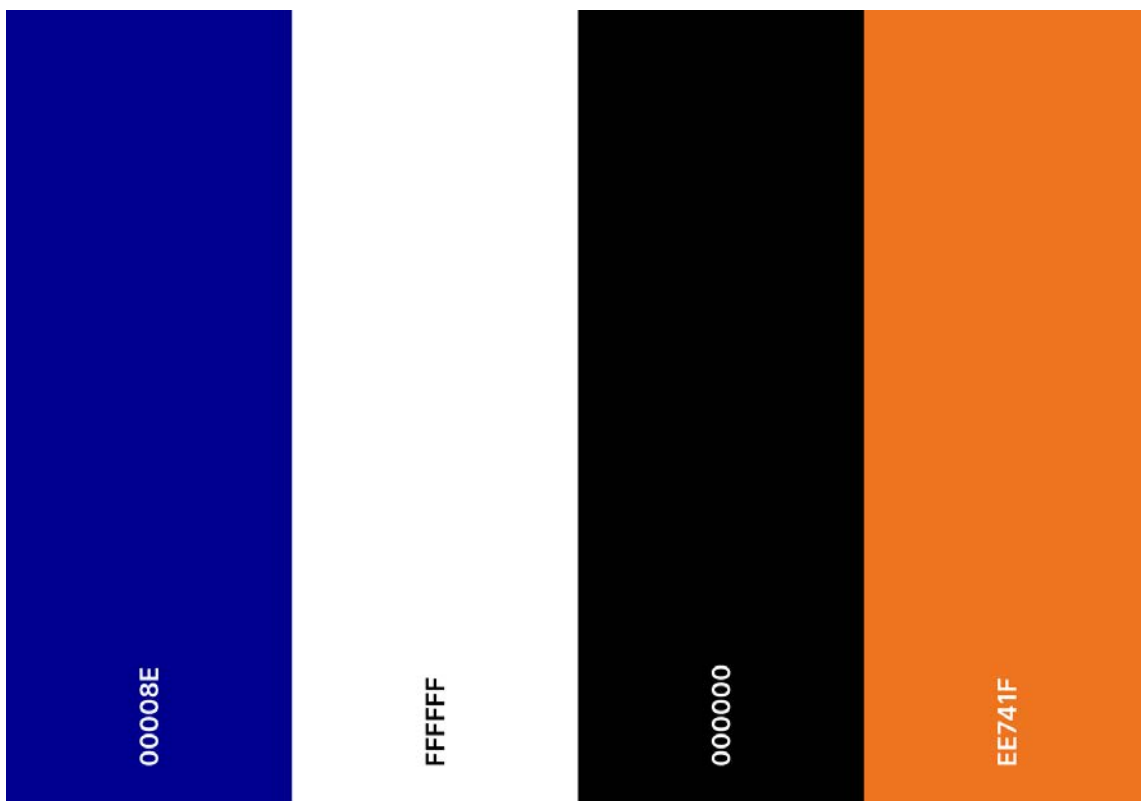
Serce projektu stanowiło stworzenie nowego logo, proces, który wymagał licznych iteracji – począwszy od wstępnych szkiców, przez zaawansowane projekty cyfrowe, aż po ostateczną realizację.



W tym procesie kreatywnym autorka postawiła na nawiązanie do bogatej kultury i tradycji, z której wywodzi się Simongo, oraz na podkreślenie globalnego zasięgu jej działania. Inspiracją dla nowego logo stała się kaligrafia arabska oraz symbolika odcisku palca, akcentująca indywidualne podejście organizacji do niesionej pomocy. Autorka udokumentowała cały proces twórczy, prezentując szereg grafik obrazujących ewolucję logo – od pierwszej koncepcji, poprzez różne etapy projektowania, aż po finalny design. To pokazuje jej głębokie zaangażowanie w tworzenie nie tylko estetycznie spójnej, ale i przemyślanej tożsamości wizualnej, która komunikuje kluczowe wartości Simongo.



Wybór palety kolorów i typografii był kolejnym krokiem w procesie kształtowania nowej identyfikacji wizualnej Simongo. Autorka, kierując się chęcią stworzenia ciepłego, zaufania budzącego wizerunku, zdecydowała się na odcień niebieskiego oraz wprowadzenie akcentu pomarańczowego, które razem tworzyły zapadającą w pamięć kompozycję. Wizualizacje tych elementów, prezentujące ich zastosowanie w różnych nośnikach komunikacji, wyraźnie pokazywały, w jaki sposób współgrają one ze sobą, tworząc spójny i rozpoznawalny wizerunek marki.



Nieodzownym elementem projektu było opracowanie szczegółowego brandbooka oraz szeregu materiałów promocyjnych, które były kluczowe dla zapewnienia spójności i rozpoznawalności nowej identyfikacji wizualnej. Brandbook, zawierający precyzyjne wytyczne dotyczące stosowania logo, palety kolorystycznej, typografii, a także zaleceń odnośnie fotografii i grafik, stał się podstawowym narzędziem dla utrzymania integralności wizualnej marki.

Autorka zaprojektowała także mockupy materiałów promocyjnych, takich jak wizytówki, materiały online oraz gadżety, które ilustrowały praktyczne zastosowanie nowej tożsamości wizualnej. To pokazuje, jak praca nad projektem przekształciła pierwotną wizję w kompleksową, spójną i nowoczesną identyfikację wizualną, przygotowaną do wdrożenia i zastosowania w różnych aspektach działalności Simongo, podnosząc jej widoczność i wpływ na społeczeństwo.

3. Produkt końcowy

Produkt końcowy opracowany przez autorkę dla fundacji Simongo to kompleksowe odświeżenie wizerunku, które przekształca sposób, w jaki organizacja komunikuje się ze światem. Przez stworzenie nowej identyfikacji wizualnej, projekt ten otwiera przed Simongo nowe horyzonty w zakresie komunikacji i promocji. Elementy wizualne, takie jak nowe logo, współgrają z dopracowanym brandbookiem i materiałami promocyjnymi, tworząc jednolity i nowoczesny obraz marki.

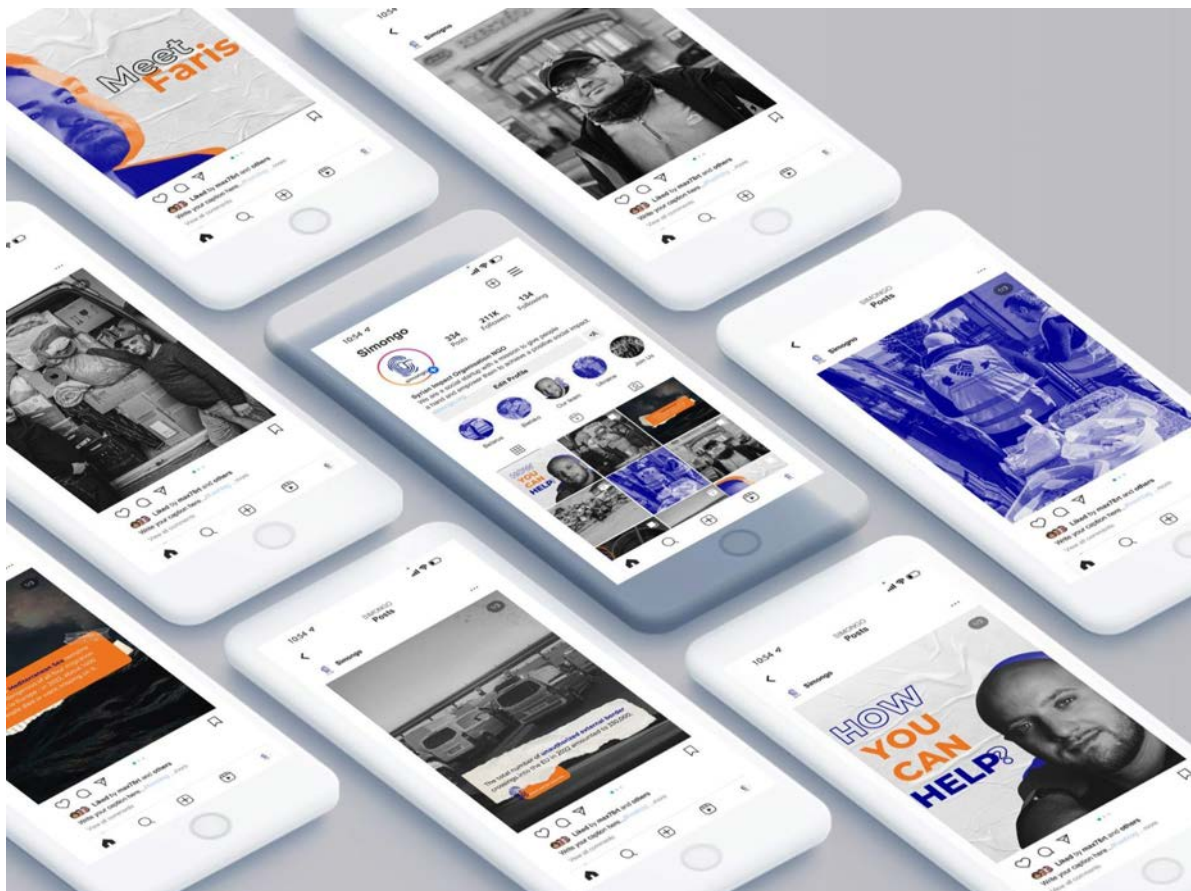


Nowe logo, będące kluczowym punktem całej identyfikacji, symbolizuje zarówno misję, jak i wartości, na których opiera się działalność Simongo.

Brandbook, będący kompleksowym przewodnikiem po nowej identyfikacji wizualnej, określa zasady i wytyczne dotyczące stosowania logo, kolorystyki, typografii oraz fotografii. Zawiera on także także inspiracje dla twórców materiałów promocyjnych. Prezentacja brandbooka, ubogacona o wizualizacje, demonstruje, jak poszczególne elementy powinny być stosowane w praktyce, by zachować spójność i profesjonalizm w komunikacji marki.



Materiały promocyjne takie jak wizytówki, identyfikatory, gadżety, czy grafiki do mediów społecznościowych, są kluczowe dla budowania rozpoznawalności i obecności marki w przestrzeni publicznej. Prezentacja tych materiałów, przygotowana przez autorkę, obrazuje, w jaki sposób nowa identyfikacja wizualna może być efektywnie wykorzystana w różnorodnych kontekstach. Zilustrowane przykłady pokazują możliwości adaptacji i zastosowania nowego designu, co jest istotne dla dynamicznej i efektywnej komunikacji.



Możliwość wykorzystania nowej identyfikacji wizualnej w działaniach marketingowych, kampaniach społecznych oraz w działaniach na rzecz budowania i utrzymywania relacji z wolontariuszami i społecznością, otwiera przed Simongo nowe możliwości dla dalszego rozwoju i rozpoznawalności.

4. Informacje o możliwości wykorzystania

Nowa identyfikacja wizualna Simongo, oferuje organizacji nie tylko odświeżony i nowoczesny wizerunek, ale także otwiera nowe możliwości w zakresie komunikacji i promocji. Może być wykorzystywana we wszystkich działaniach marketingowych, kampaniach społecznych, a także w działaniach na rzecz budowania i utrzymywania relacji z wolontariuszami, darczyńcami oraz społecznością, którą organizacja wspiera.

Wdrożenie nowej identyfikacji ma kluczowe znaczenie dla dalszego rozwoju i rozpoznawalności Simongo. Praca autorki pokazuje, jak strategicznie przemyślany rebranding może wpłynąć na postrzeganie organizacji i zwiększyć jej wpływ na społeczne dobro. Kontynuacja współpracy z organizacją umożliwi dalsze dostosowywanie i rozwijanie tożsamości wizualnej, zapewniając jej aktualność i skuteczność w dynamicznie zmieniającym się świecie.