

Наша задача

Нашей основной задачей является разработка логотипа, фирменного стиля и платформы бренда курьерских и почтовых направлений YUBOR.

Основу философии бренда YUBOR составляет такие ценности, как надежность, скорость, доверие, внимание, защита. YUBOR ориентирован на тех клиентов, которые ценят надежность и безопасность своих отправлений, конфиденциальность и качественный сервис. При этом стоимость услуг не играет решающую роль при их выборе.

Учитывая данную информацию, нами была разработана платформа нового бренда.

С чем ассоциируется слово YUBOR

Слово YUBOR (отправь) — повелительное наклонение, образованное от слова YUBORMOQ (отправить). Данное слово побуждает к действию, мотивирует человека к отправке чего-либо.

Слово YUBOR ассоциируется со словами отправка, отправление, телеграмма, письмо, заказ, сообщение, конверт, посылка, гонец, открытка, почта, послание, адрес, письмо, файл.

Согласно ассоциативному словарю, созданному на основе опроса респондентов, слово ОТПРАВИТЬ является стимулом, которое вызывает следующие реакции:

Ассоциация	Частота использования
Письмо	21
Посылка	8
Дом	5
Подальше	4
Груз	3
Телеграмма	3
Бандероль	2
Отослать	2
Почта	2

Таким образом, слово вызывает прочные ассоциации с основным видом деятельности компании — курьерские и почтовые отправки.:

- XAT YUBOR
- PUL YUBOR
- HUJJAT YUBOR
- TELEFON YUBOR
- TEXNIKA YUBOR
- CHET ELDAN YUBOR

Логотипология

Логотип — это то, на что потенциальный клиент обращает внимание в первую очередь, поэтому он должен быть максимально запоминающимся и отражать главную идею бизнеса. Люди сначала оценят лого, а уже потом обратят внимание на сервис, интересные промо и другие преимущества.

Успешный логотип складывается из правильно выбранной формы, глубокого смысла и четко поставленной цели.

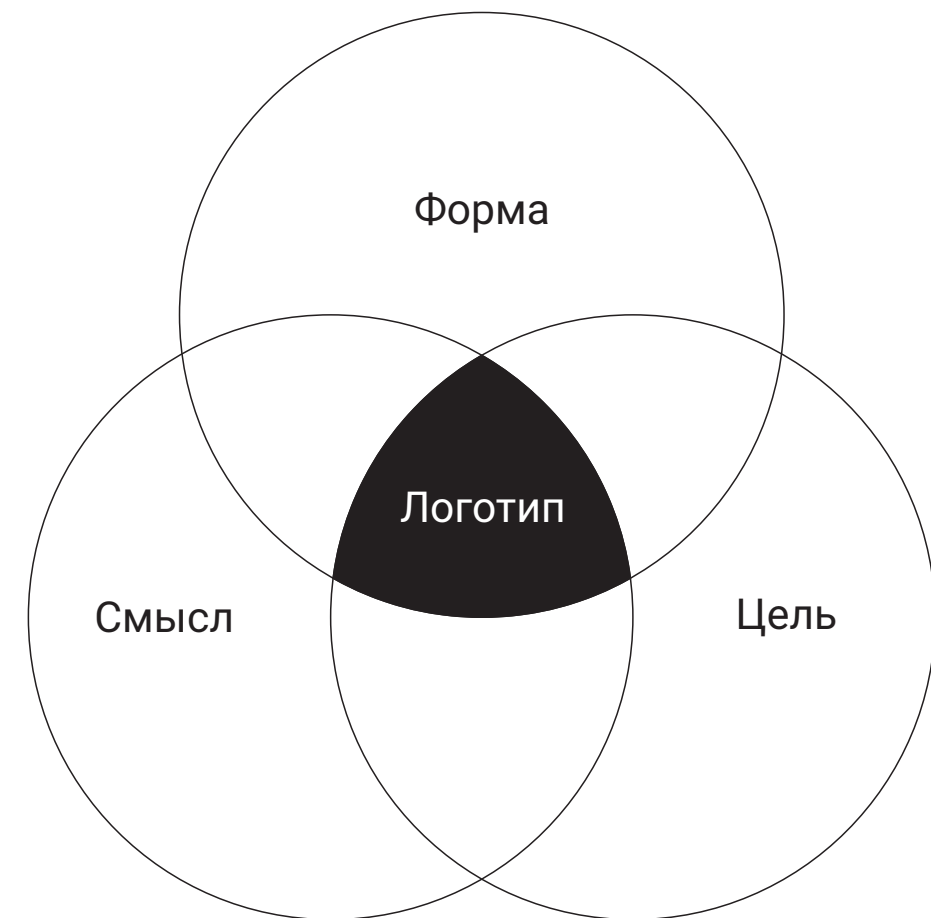
Каждый из этих компонентов призван в полной мере отразить философию бренда и его позиционирование.

Форма логотипа отражает стремление компании к надежности и стабильности, показывает серьезность бренда и его нацеленность на максимальный результат.

Графическую часть логотипа следует рассматривать вместе с написанием. Они должны объединяться в цельную композицию.

Существует понятие так называемых основных фигур. Вот они:

- Квадрат, прямоугольник, ромб.
- Круг, овал.
- Треугольник.



Логотипология

Отличный логотип является уникальным, подходящим, практичным, графическим, простым по структуре и передает послание бренда.

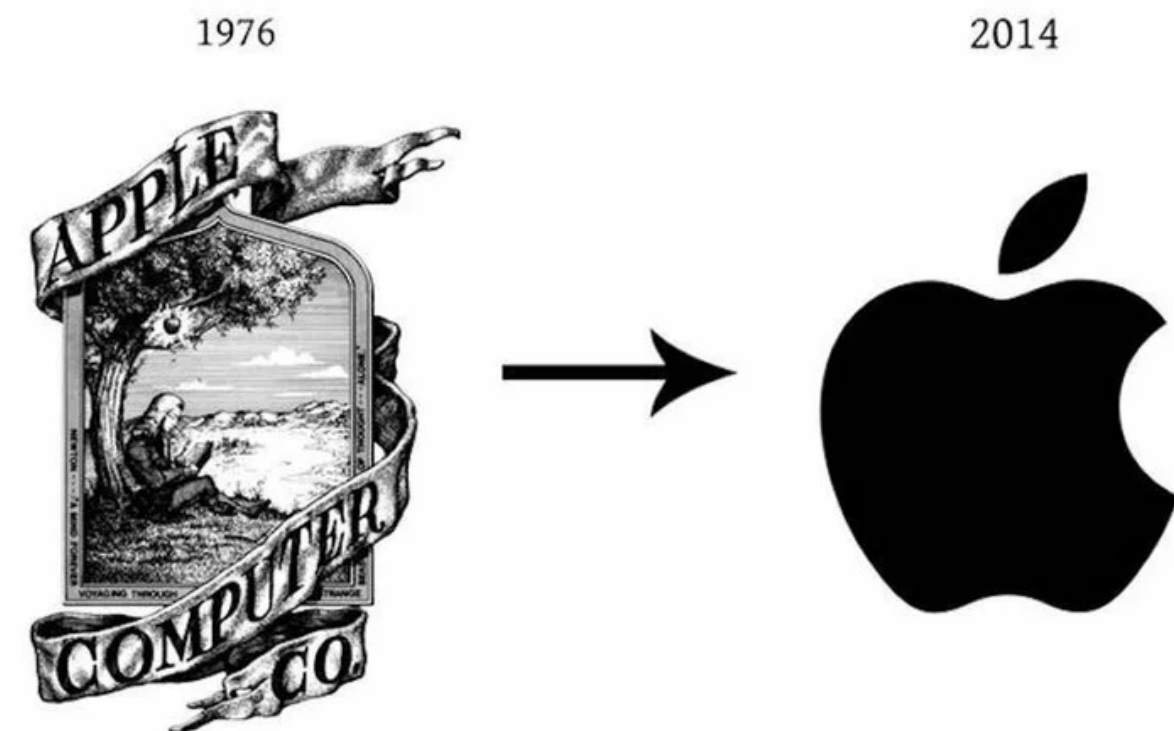
Почему логотип должен быть простым?

Логотип прост, когда он запоминается, узнается и является универсальным.

«Сила в простоте»

Каким должен быть хороший логотип?

1. Его легко нарисовать по памяти
2. Логотип должен выглядеть как надёжная конструкция
3. Логотип должен нравиться потребителю и основателю проекта
4. Логотип должен выделяться



Платформа бренда

Платформа бренда — это документ, в котором запечатлены характеристики, отличающие бренд от конкурентов. Сюда включают брендинг, фирменный стиль, конкурентные преимущества, позиционирование, язык бренда, описание целевой аудитории, а также миссию и ценности бренда.

Предназначение
бренда.

Обеспечение высокого уровня обслуживания клиентов, гарантия безопасности и конфиденциальности их отправок, обеспечение спокойствия клиентов, облегчение жизни клиентов.

Роль
бренда.

Помогает людям быстро и надежно совершать отправки, предлагая при этом лучший сервис.

Фокусные
ценности.

Надежность, стабильность, безопасность, конфиденциальность, скорость, доверие

Миссия
бренда.

Миссией YUBOR является предоставление качественного сервиса и надежной отправки любых писем и посылок клиентов. YUBOR гарантирует безопасность и конфиденциальность отправок, берет на себя ответственность за быструю и надежную отправку на любое расстояние. YUBOR стремится сделать жизнь клиентов проще и лучше благодаря своему сервису.



Психотип Аудитории

Общество всей планеты можно условно поделить на четыре психотипа:

**Гедонисты,
Независимые,
Традиционалисты
Эстеты**

Каждый из этих психотипов отличается от другого своими базовыми ценностями и потребностями, которые, в сущности, и влияют на выбор того или иного бренда в модели потребления



Независимые

Ценности знания, власть, индивидуальность, признание.

Потребности познавательные.

В модели диффузии инноваций ранние освоители, раннее большинство.

Главный вопрос что этот бренд делает для меня?

Как говорим?

- Чётко, логично, убедительно, с упоминанием цели;
- Сдержанно, с достоинством, ненавязчиво;
- На «Вы», но не услужливо, а с уважением, индивидуально.

Как визуализируем?

- Сдержанные цвета, малая контрастность, минимализм;
- Нюансы, детали, акценты; никакого хаоса;
- Премиальность, изысканность, актуальность;
- Образы, подчеркивающие образ жизни клиента;

Как размещаем?

- Постоянно, с привлечением группы каналов;
- Сосредоточенность на городских точках контакта и в местах присутствия аудитории;
- Индивидуализация сообщений; программа лояльности.



Вывод

ЯДРОМ АУДИТОРИИ БРЕНДА YUBOR ЯВЛЯЮТСЯ НЕЗАВИСИМЫЕ

Независимые люди имеют собственное мнение, понимание через внутренний мир, принимают решения взвешенно, осмысленно и последовательно. При выборе продукта руководствуются логикой и пониманием.

Как говорим?

Четко, логично, убедительно, с упоминанием цели

Как визуализируем?

Сдержанные цвета, малая контрастность, минимализм, строгий современный премиальный стиль, использование образов, подчеркивающих образ жизни клиента

Как размещаем?

С привлечением различных рекламных инструментов, сосредоточенность на городских точках контакта (LED-экраны, наружная реклама) и традиционных медиа, внедрение индивидуального подхода и программ лояльности.

Аналитика

Основные игроки на рынке почтовой и курьерской доставки



Элементы в дизайне

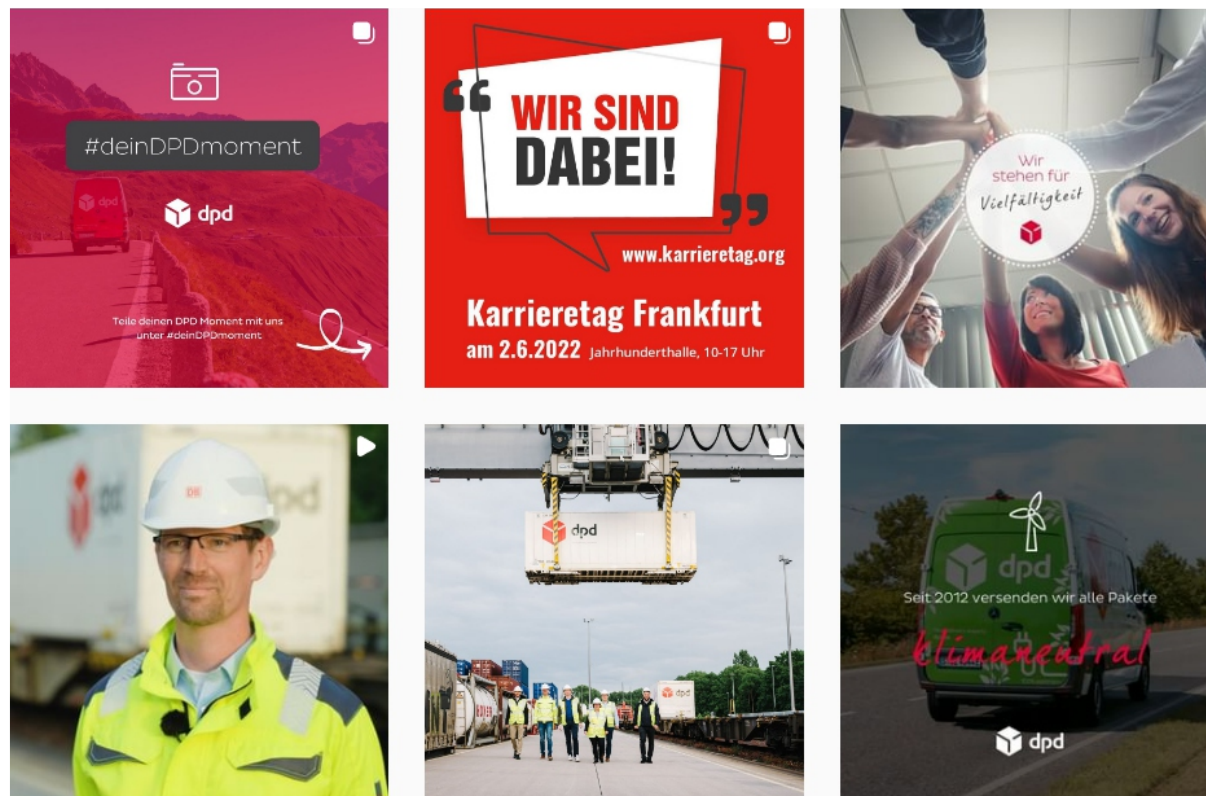
- Коробка
- Самолёт
- Птица (страус с почтовой сумкой)
- Динамика шрифтов
- Птица хумо
- Стрелка направления
- Щит

Цвета в дизайне

- Оттенки красного
- Оттенки оранжевого
- Оттенки синего
- Фиолетовый
- Черный
- Белый

Анализ дизайн системы

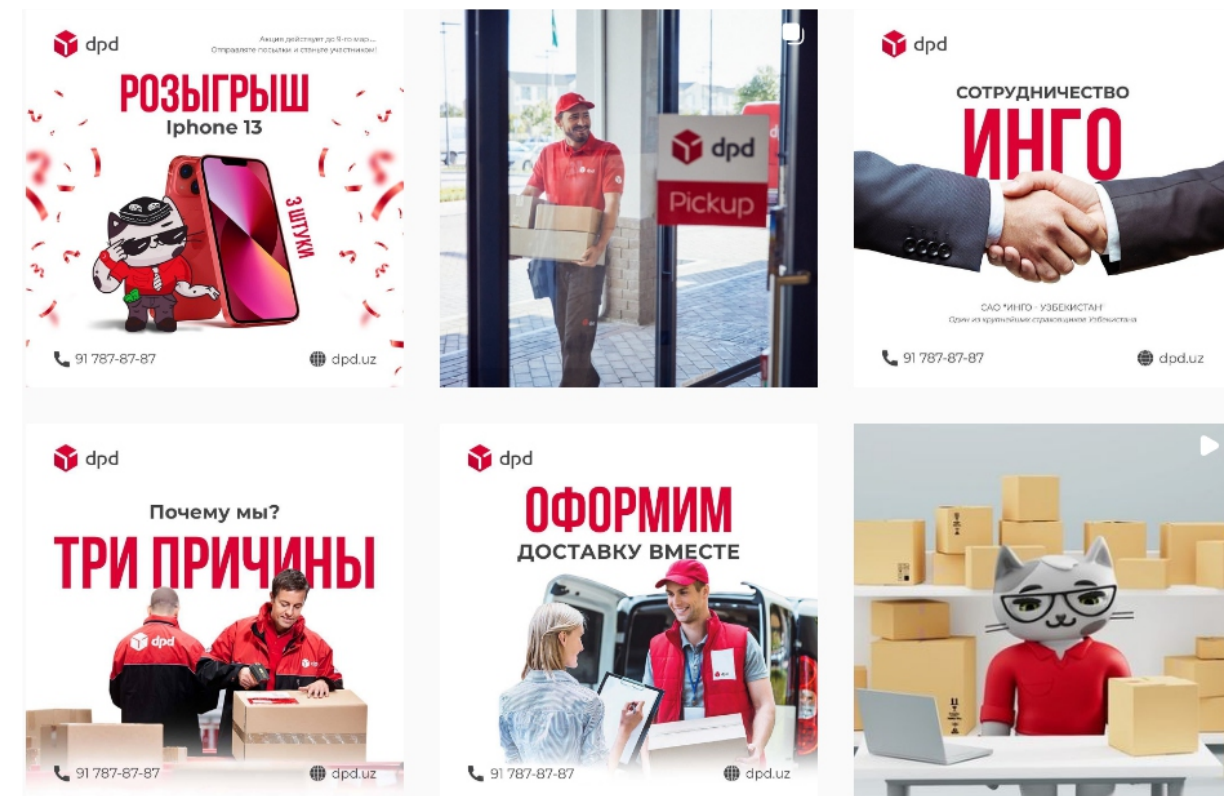
DPD.DE



<https://www.dpd.com/de/de/>

Фирменный стиль присутствует

DPD_UZBEKISTAN



<https://dpd.uz/>

Фирменный стиль отсутствует

Вывод

В качестве логотипа используется графический элемент и шрифтовое начертание. Графический элемент — иконка коробки в красном цвете.

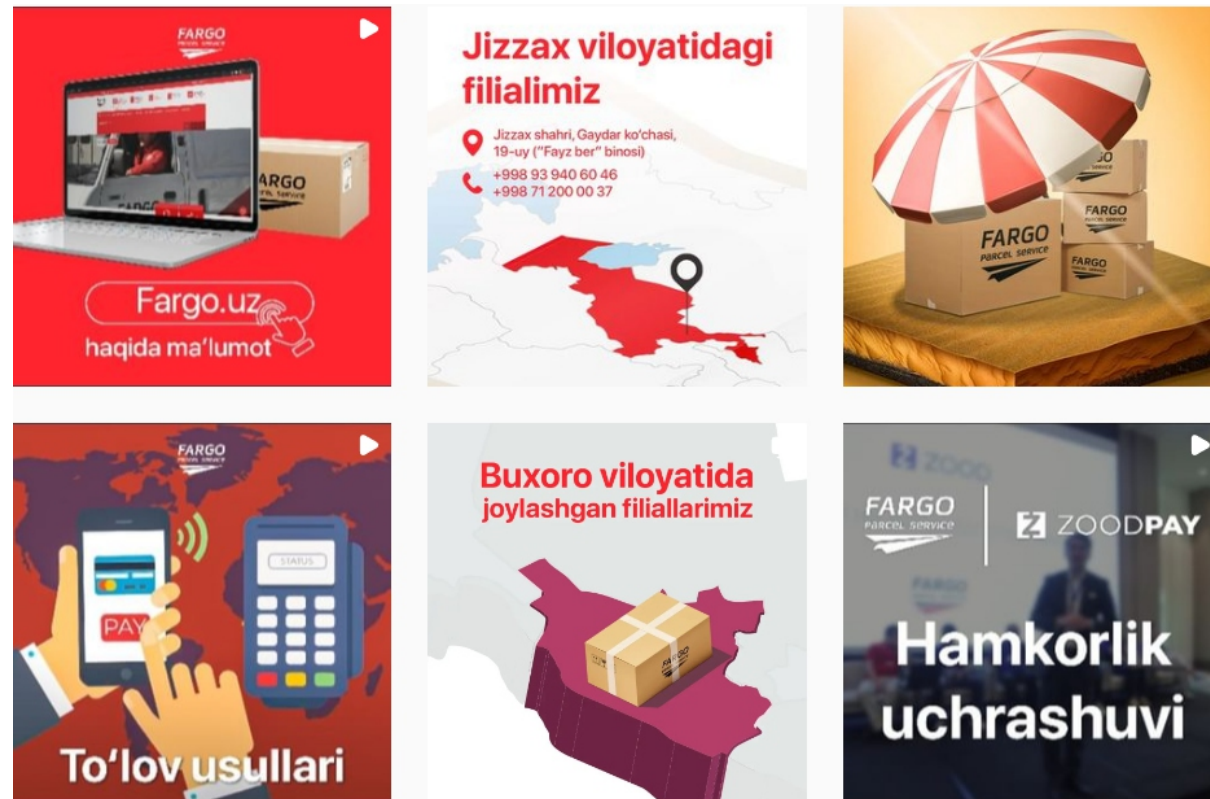
Основное значение красного цвета – стимулировать и возбуждать. Красный цвет хорошо выражает такие эмоции, как страсть, сила, иногда гнев. Он может быть использован для передачи следующих коммуникаций: сила, решительность, смелость.

В качестве фирменного стиля в социальных сетях используются стоковые изображения на белом фоне, оформленные различными геометрическими фигурами.

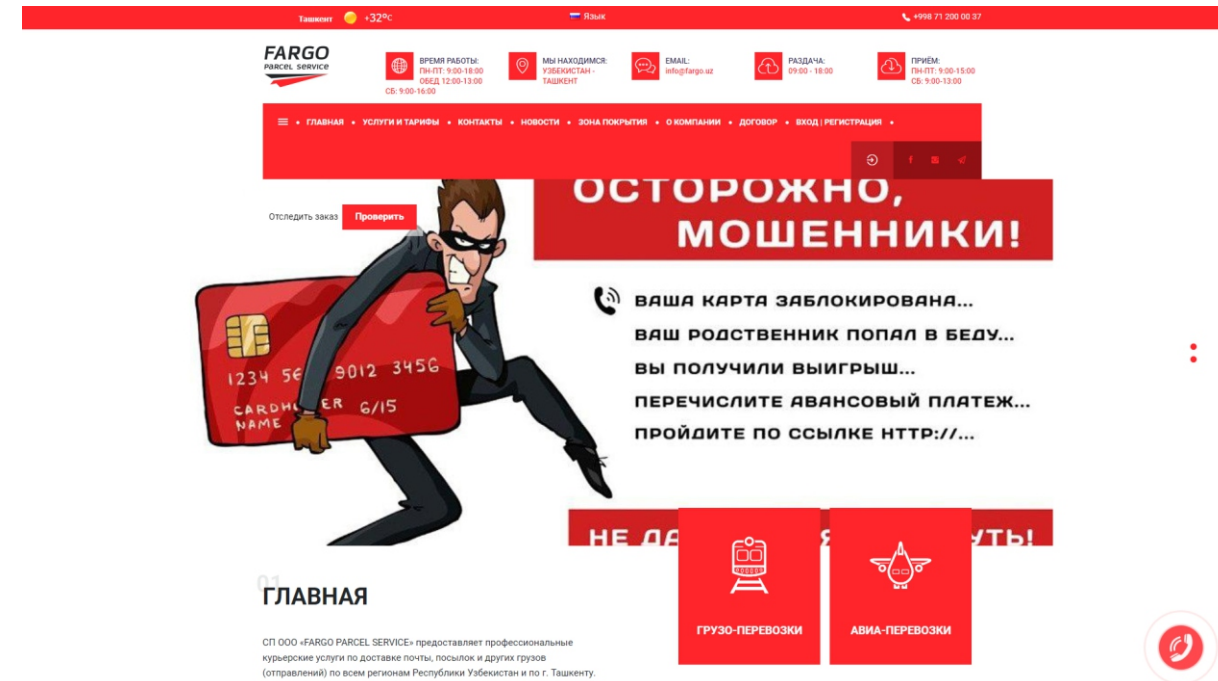
Надписи оформлены различными шрифтами, нет единства на нашем рынке

Анализ дизайн системы

FARGO_DELIVERY



<https://fargo.uz/>



Вывод

В качестве логотипа используется графический элемент и шрифтовое начертание. Графический элемент — самолетик в красно-черном цвете. Основное значение красного цвета — стимулировать и возбуждать. Красный цвет хорошо выражает такие эмоции, как страсть, сила, иногда гнев. Он может быть использован для передачи следующих коммуникаций: сила, решительность, смелость.

В качестве фирменного стиля в социальных сетях используются вперемешку стоковые изображения, векторные иллюстрации.

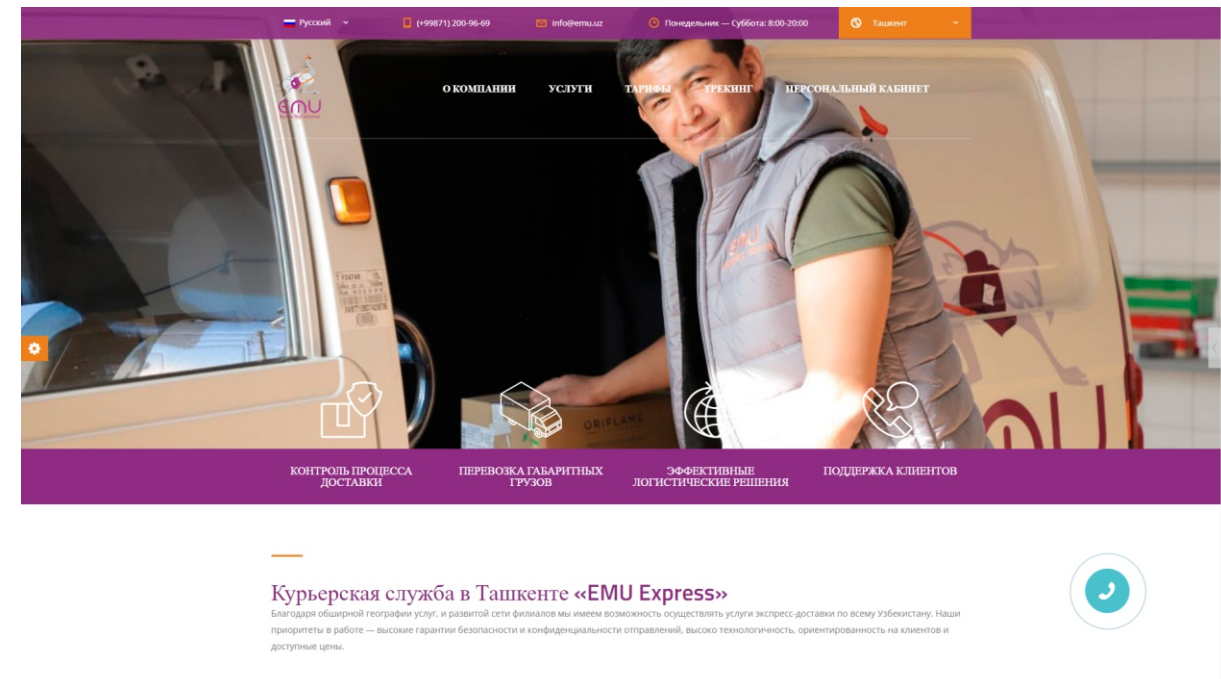
Надписи оформлены различными шрифтами, в различных цветовых сочетаниях, нет единства.

Анализ дизайн системы

EMU



<https://emu.uz/>



Вывод

В качестве логотипа используется графический элемент и шрифтовое начертание. Графический элемент — изображение страуса ЭМУ (вероятно отсылка к сокращению названию Express Mail Universal).

Изображение птицы достаточно трудно использовать из-за наличия мелких деталей. К тому же использование страуса эму не выглядит на первый взгляд логичным, поскольку данная птица незнакома основной массе клиентов.

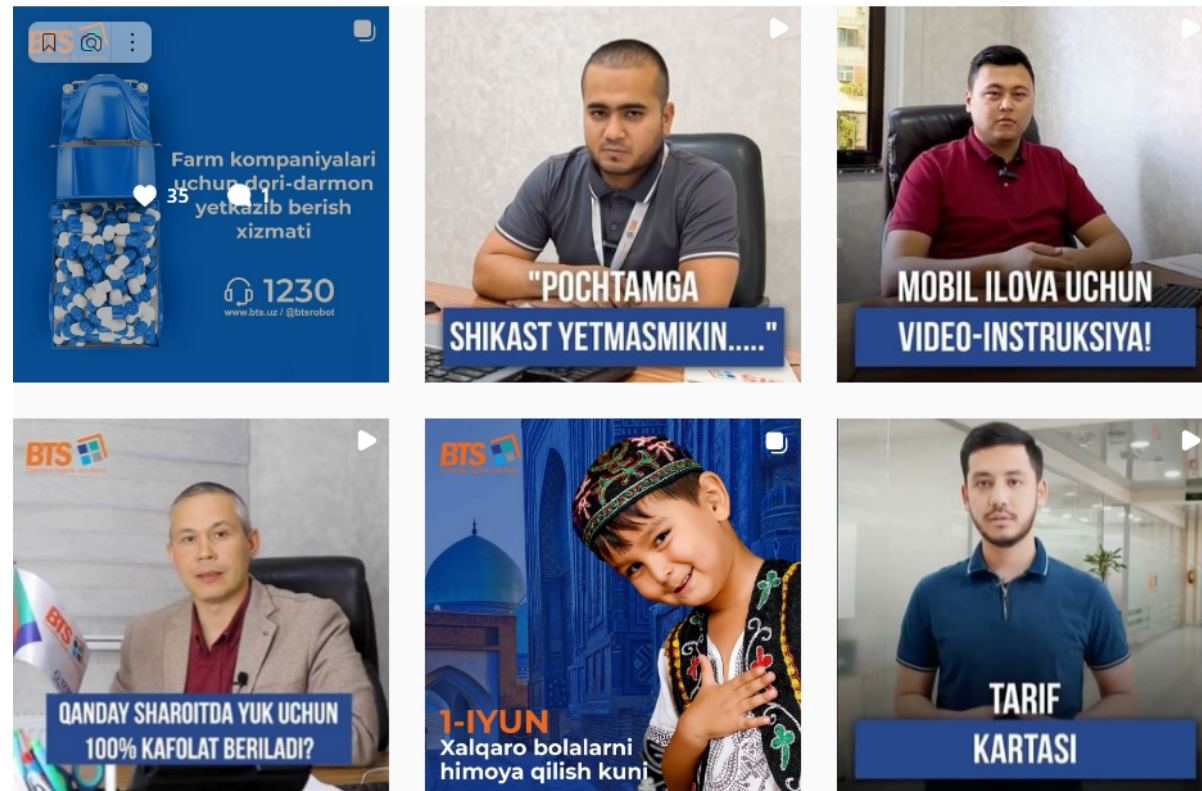
В качестве основного цвета используется синий. Однако в рекламных коммуникациях и на сайте компании используются также и другие цвета и градиенты.

При оформлении соцсетей бренда используется определенный фирменный стиль. Живые фотографии помещаются в круглый контейнер. Надписи используются на градиентном фоне.

Анализ дизайн системы

BTS

<https://bts.uz/>



Вывод

В качестве логотипа используется графический элемент и шрифтовое начертание. Графический элемент — разноцветный квадрат в виде коробки, обрамленный с одной стороны оранжевой рамкой.

Оранжевый цвет используется для создания атмосферы тепла и дружелюбности. Кроме того, оранжевый несет уверенность и энергичность. Его используют для товаров и услуг, которые рассчитаны на широкую аудиторию, так как он создает впечатление низких цен.

В социальных сетях компания старается придерживаться единого стиля, однако это не всегда получается. Используются вперемешку стоковые изображения, векторные иллюстрации.

Из очевидных плюсов — коммуникация от лица сотрудников компании, благодаря чему создается ощущение доверия к компании.

Надписи оформлены различными шрифтами, в различных цветовых сочетания, нет единства.

Вывод

YUBOR EXPRESS

Проведя анализ логотипов и фирменного стиля конкурентов, мы решили создать новую дизайн-систему для бренда YUBOR, которая сможет выделить бренд на фоне конкурентов, а также передать характер и позиционирование нашего бренда.

Символ

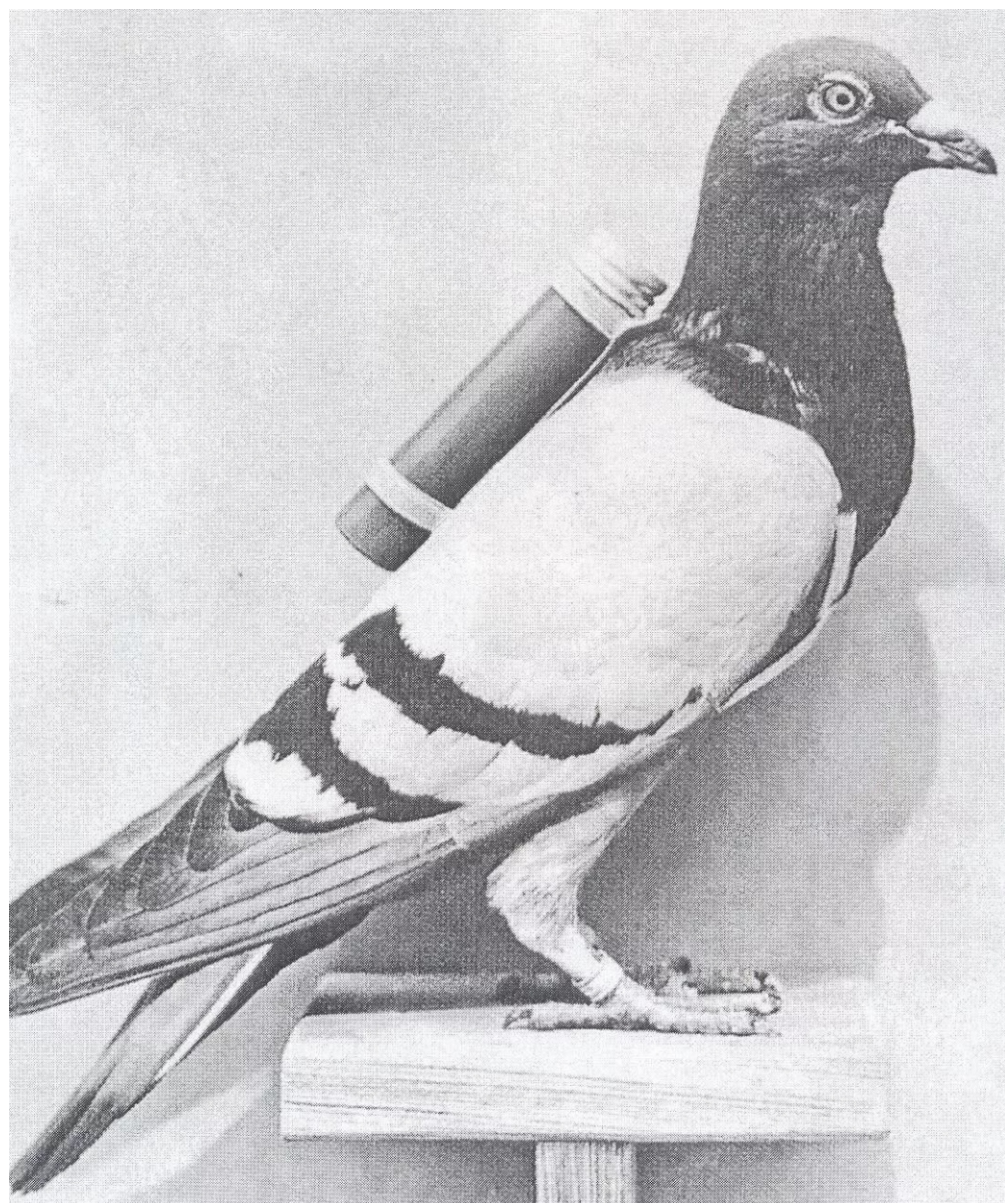
В качестве ключевого образа, передающего характер бренда YUBOR, был выбран почтовый голубь.

Голубь является символом мира, надежности, стабильности и доверия. Данные образы в полной мере соответствуют позиционированию бренда и являются базовыми ценностями YUBOR EXPRESS.



Голубиная почта

Голубиная почта — один из способов почтовой связи, при котором доставка письменных сообщений производится с помощью почтовых голубей. Наиболее древний из используемых человеком видов воздушной почты.



Использование голубиной почты

Удивительной способностью голубей возвращаться издалека домой, к родному гнезду, пользовались ещё в глубокой древности.

В Древнем Египте с помощью голубей доставляли сообщения о разливе Нила.

В Древней Греции с помощью голубей передавали имена победителей на Олимпийских играх.

Финикийцы, римляне, персы, евреи, а позднее галлы и германцы оставили обильные письменные источники об употреблении голубей для военных, коммерческих и других целей.

Также есть сведения о использовании голубиной почты индейцами (инками, майя и ацтеками).

Особое развитие получила голубиная почта в Египте при Нур ад-Дине (1146–1173); тогда за пару хороших голубей платили по тысяче динариев.

В более поздние эпохи голуби оказали большие услуги в 1572 году при осаде Харлема, в 1574 году — при осаде Лейдена.



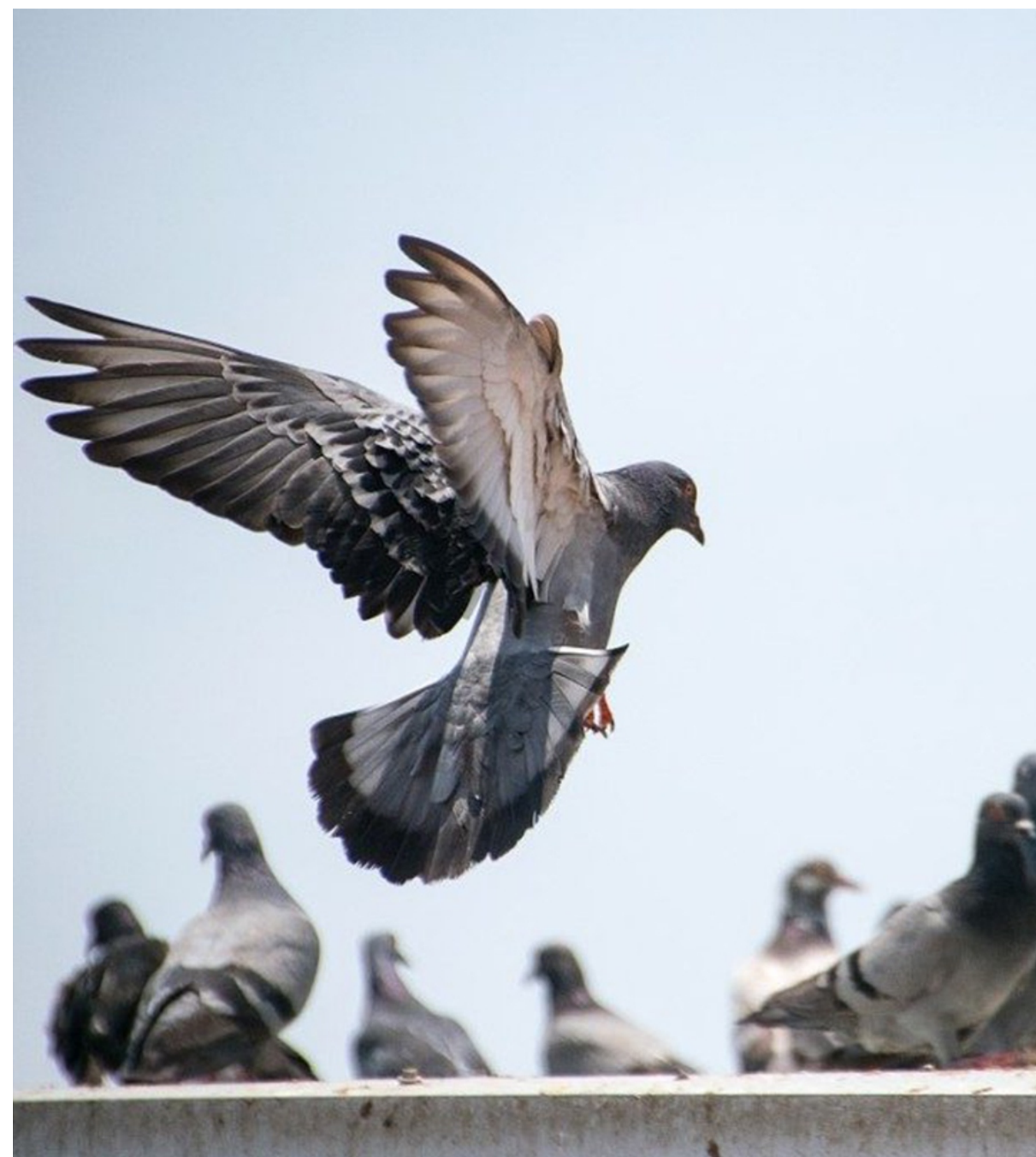
Образ голубя в Узбекистане

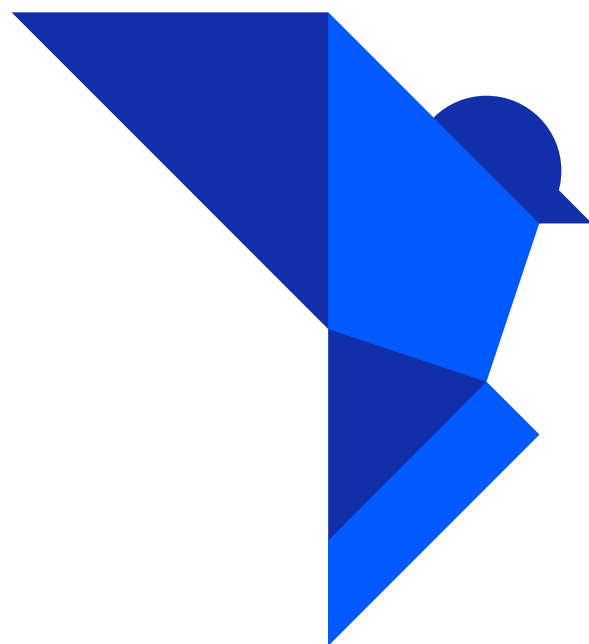
Голуби пользуются исключительно позитивной репутацией в народе, вызывают позитивные эмоции. Также голубь является одной из самых распространенных птиц в городах Узбекистана. В Ташкенте есть ряд улиц, базаров и площадей, куда слетается большое количество голубей, которых подкармливают, разводят и фотографируют местные жители.



ВЫВОД

Учитывая вышеизложенные тезисы, характер потенциальной аудитории и характер самого бренда, мы пришли к выводу, что наиболее оптимальным решением при разработке логотипа станет использование строгих прямых и динамичных форм, подчеркивающих статус YUBOR Express как надежного партнера в сфере курьерских и почтовых отправок. Предлагаемый вариант логотипа с прямыми линиями, напоминающими птицу в полете в полной мере отражает характер бренда и соответствует взглядам и ожиданиям целевой аудитории.





Yubor
express



