

DESIGNGUIDE

INDHOLD

LOGO

Nyt logo
Minimumsstørrelser

side 2
side 3

TOV

Tone of voice

side 5

FARVER

Farvepalette

side 7

TYPOGRAFI

Skrifttyper

side 9

GRAFIK

Grafiske elementer
Ikoner
Supergrafik

side 11
side 12
side 13

BILLEDSTIL

SoMe
Web

side 15
side 16

IPLEMENTERING

Visitkort
Stempelkort
Skilt
Gavekort
Instagram
Instagram
Webside
Klistermærker

side 18
side 19
side 20
side 21
side 22
side 23
side 24
side 25

LOGO

OM LOGOET

Enomis Beautys logo er et wordmark logo som er designet ud fra en serif skrifttype. Fonten er designet med fokus på at skulle udstråle femininitet, kreativitet, og modernitet. Disse egenskaber kommer til udtryk gennem de legene former, den fængende farve og de feminine træk i skrifttypen.

LOGOVARIATIONER

Enomis Beauty logo ses her i to forskellige variationer. Det primære logo bruges de fleste steder her i blandt på markedsføringsmateriale, visitkort, gavekort og lign. Det sekundære logo er designet med henblik på at kunne fungere som logo i situationer hvor der er mindre plads til logo eller i små størrelser for at beholde læsbarheden af logoet.

enomnis
BEAUTY

eno
mis
BEAUTY

MINDST TILLADTE
STØRRELSE

WEB: 30 px
PRINT: 6 mm

enomis
BEAUTY

WEB: 60 px
PRINT: 10 mm

enomis
BEAUTY

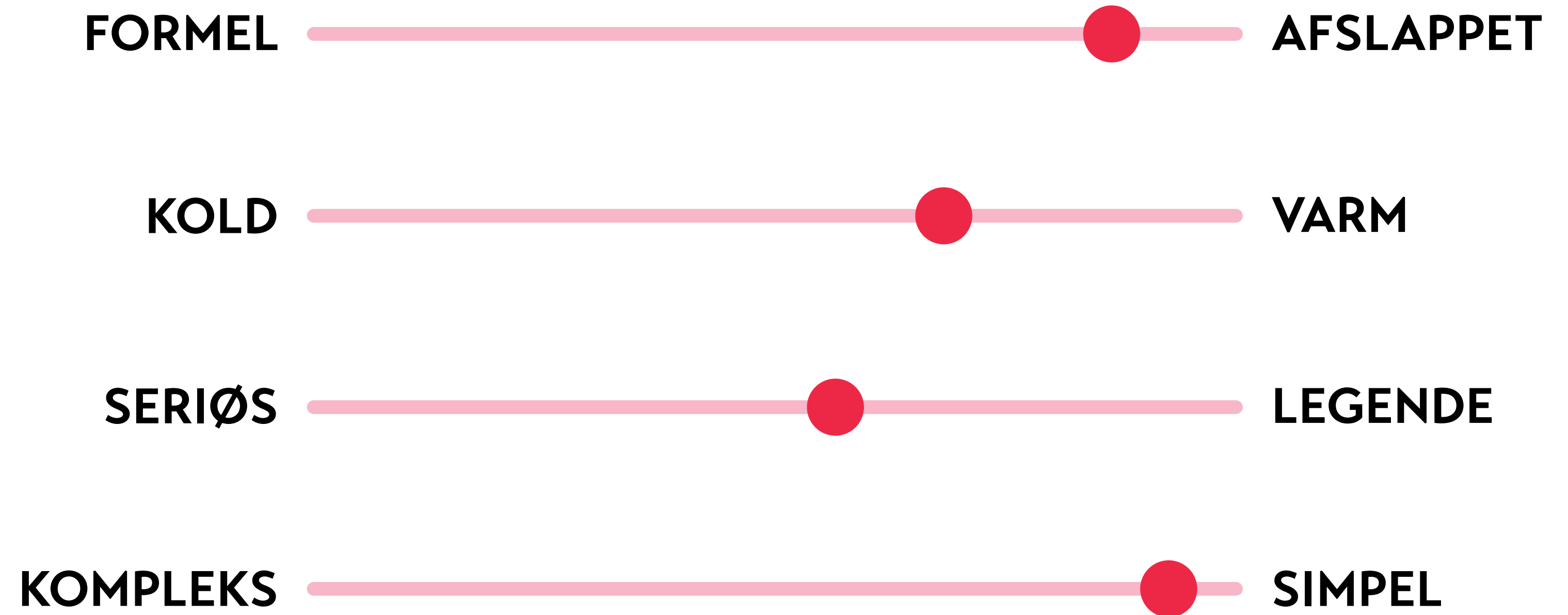
TOV

STEMNINGEN

Enomis Beauty skal kommunikere afslappet og simpelt til kunderne. Stemningen skal være indbydende og det skal føles mere personligt sammenlignet med større virksomheder, for at kunne skabe en mere personlig og autentisk forbindelse til kunderne. Stemningen skal ikke udelukkende være seriøs men må derimod gerne være legende til tider. Dog er det vigtigt at opretholde en vis professionalisme når der omtales emner som betingelser, kurser og lign. for at sikre troværdighed og tillid.

BRUG AF TOV

Der skal skrives personlige beskrivelser til de forskellige instagram posts, og der skal snakkes til kunderne på en uofficiel måde. Tonen i opslagene skal være indbydende og få modtageren til at føle sig afslappet. I highlights som booking, FAQ og kurser skal TOV fremstå mere professionel for at understrege seriøsitet og professionalisme hos virksomheden.



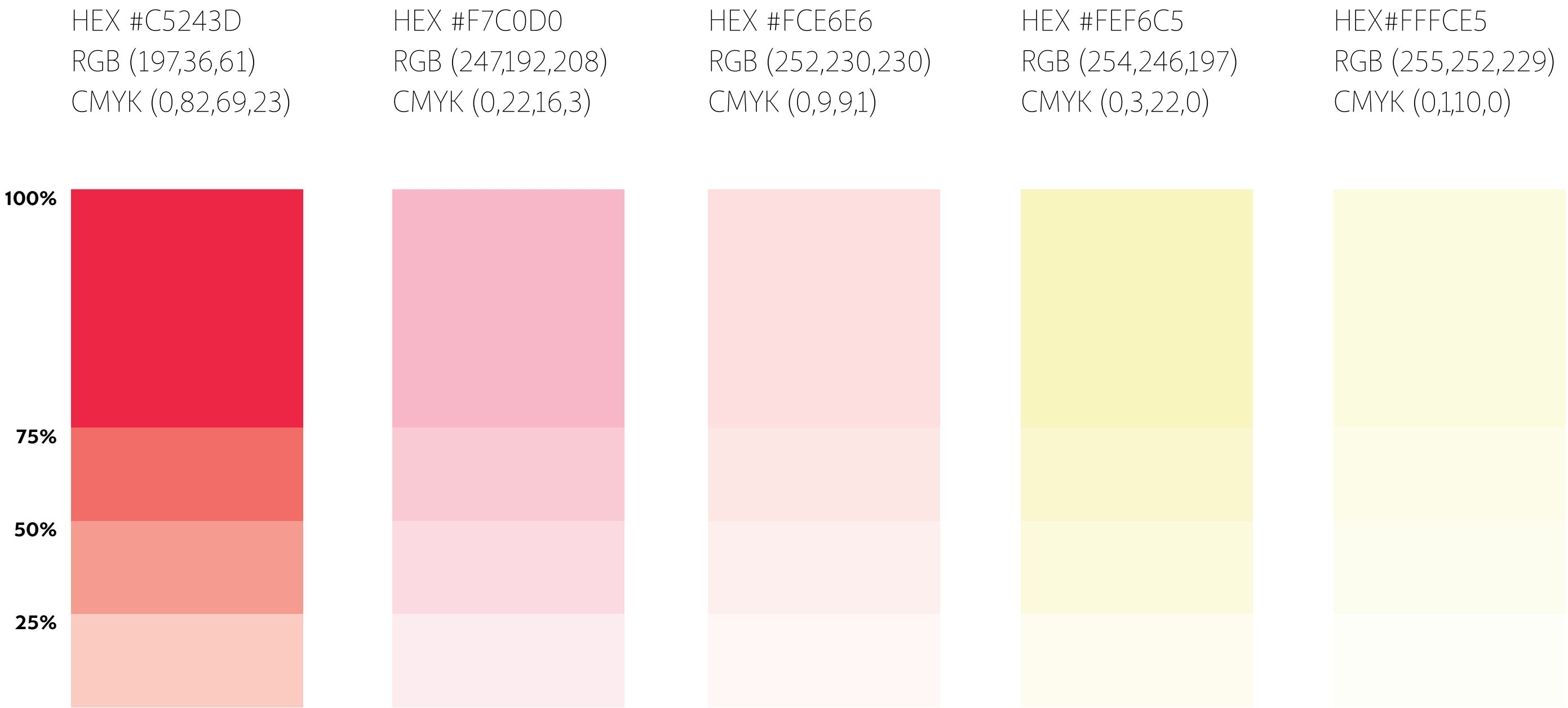
FARVER

FARVERNE

Enomis Beauty’s farvepalette består af to sæt monokromatiske farveskemaer og fremstår behageligt for øjet. Den røde farve er kærlighedens farve, den fanger øjet og sammen med de underliggende nuancer danner de et moderne of feminint fundament for den visuelle identitet. Den gule farve og dens nuancer skaber harmoni i farvepaletten, den er opløftende og positiv og står ikke i for meget kontrast til de primære farver.

BRUG AF FARVER

Den røde farve er den farve som primært skal bruges til logoet hvor den lyseste af de to lyserøde nuancer primært bruges som baggrund til både print og SoMe. Den mørke af de lyserøde nuancer anvendes i Enomis supergrafikken og de to gule nuancer bruges til de bølgende grafikker.



TYPOGRAFI

TYPOGRAFIEN

Som en del af Enomis Beautys nye visuelle identitet er der valgt 3 nye skrifttyper til brug på tværs af platforme. Den første font er en grotesk sans serif skrifttype. Denne fontklassifikation er alsidig og kan derfor bruges til alle typer af tekst. Georgia Pro er den anden font, som er en del af den nye visuelle identitet. Fonten Er en transitional serif skrifttype. Denne font er klassisk, tidløs og de organiske former i bogstaverne gør det behageligt, at læse tekster i denne font. Den sidste skrifttype er endnu en grotesk font. Da denne skrifttype er af samme klas-sifikation som førstnævnte, gælder samme fordele ved denne.

REGLER

Den første skrifttype som er Neue Haas Grotesk, skal bruges til al displaytekst samt knapper eller lign (infotekst), som man kan interagere med. Derudover skal denne font bruges til lodrette overskrifter på tryksager og SoMe indhold. Skrifttype 2 skal benyttes til underoverskrifter og kan bruges varieret med skrifttype 1 på SoMe inhold. Font 3 er Acumin Pro og denne skal benyttes til al brødtekst.

¹ **Neue Haas Grotesk Text, 75 Bold**

Aa

**Bb Cc Dd Ee Ff Gg
Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn
Oo Pp Qq Rr Ss Tt
Uu Vv Ww Xx Yy Zz
Ææ Øø Åå**

² ***Georgia pro, Bold Italic***

Aa

***Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh
Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo
Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv
Ww Xx Yy Zz Ææ Øø
Åå***

³ **Acumin Pro, Light**

Aa

Bb Cc Dd Ee Ff Gg
Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn
Oo Pp Qq Rr Ss Tt
Uu Vv Ww Xx Yy Zz
Ææ Øø Åå

GRAFIK

GRAFISKE ELEMENTER

Formerne der er designet til Enomis Beautys visuelle identitet er gule strokes eller bølger. Disse er designet ud fra ideen om den form som neglelak eller hudplejeprodukter tager når man benytter dem. Formerne er organiske og bløde og er med til at skabe ro for øjet. Samtidig afspejler formerne også liv, åbenhed og kreativitet.

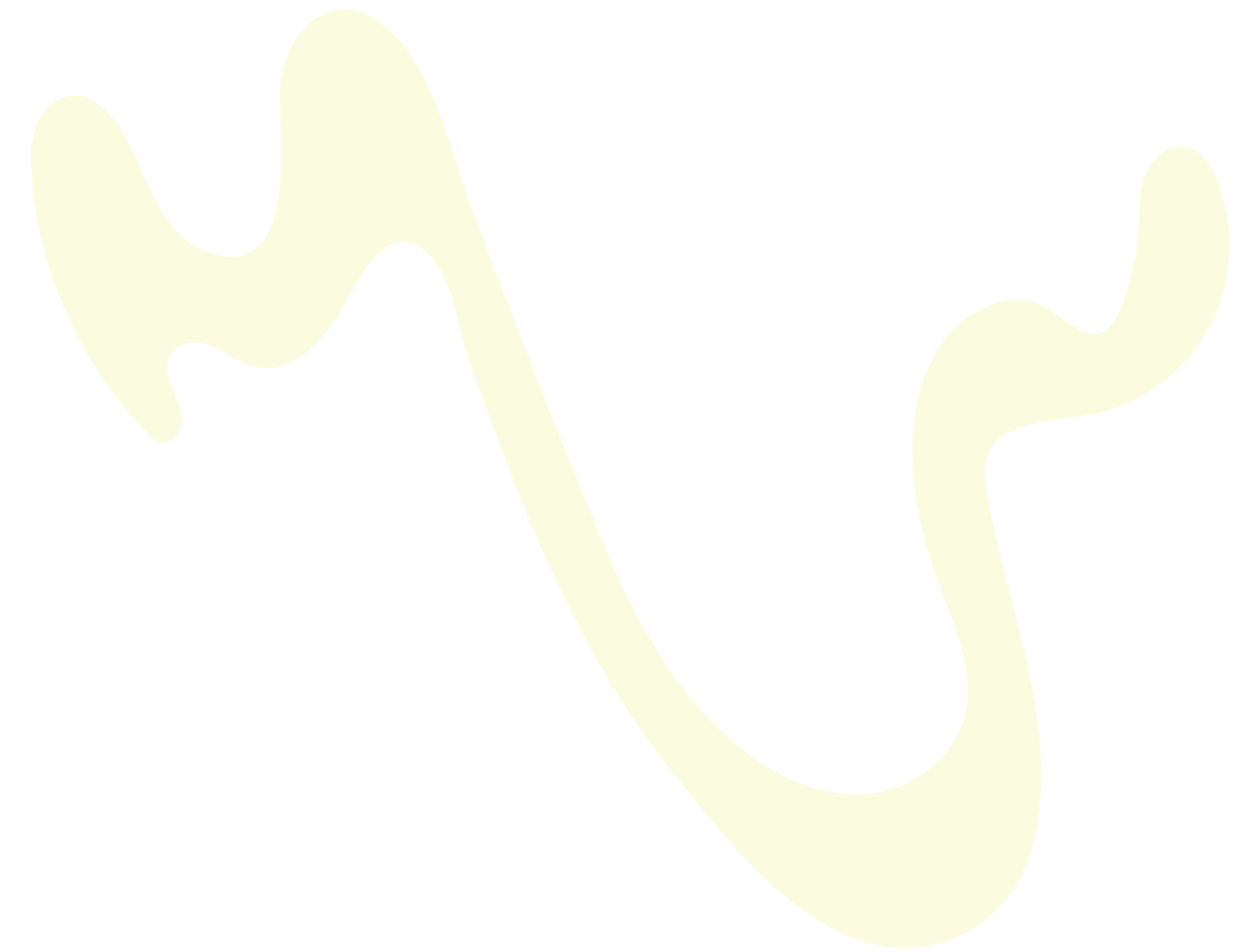
BRUG AF GRAFIK

Grafik 1 og 2 er dem som oftest bliver brugt i de forskellige produkter. Grafik 1 bruges på alle printede produkters bagside, ovenpå en lyserød baggrund, hvis produktet er dobbeltsidet. Grafik 1 og 2 bruges enkeltvist på en lyserød baggrund i webdesignet. På SoMe indhold samt større printede produkter kan der bruges en blanding af grafik 1, 3 og 4, både i kombination med hinanden og separat. Grafik 3 og 4 kan bruges til at fylde eventuelle huller efter brug af grafik 1. Grafik 1 og 2 er altså de primære grafiske elementer og bruges på flest produkter og grafik 3 og 4 bruges kun i sammenhæng med disse.

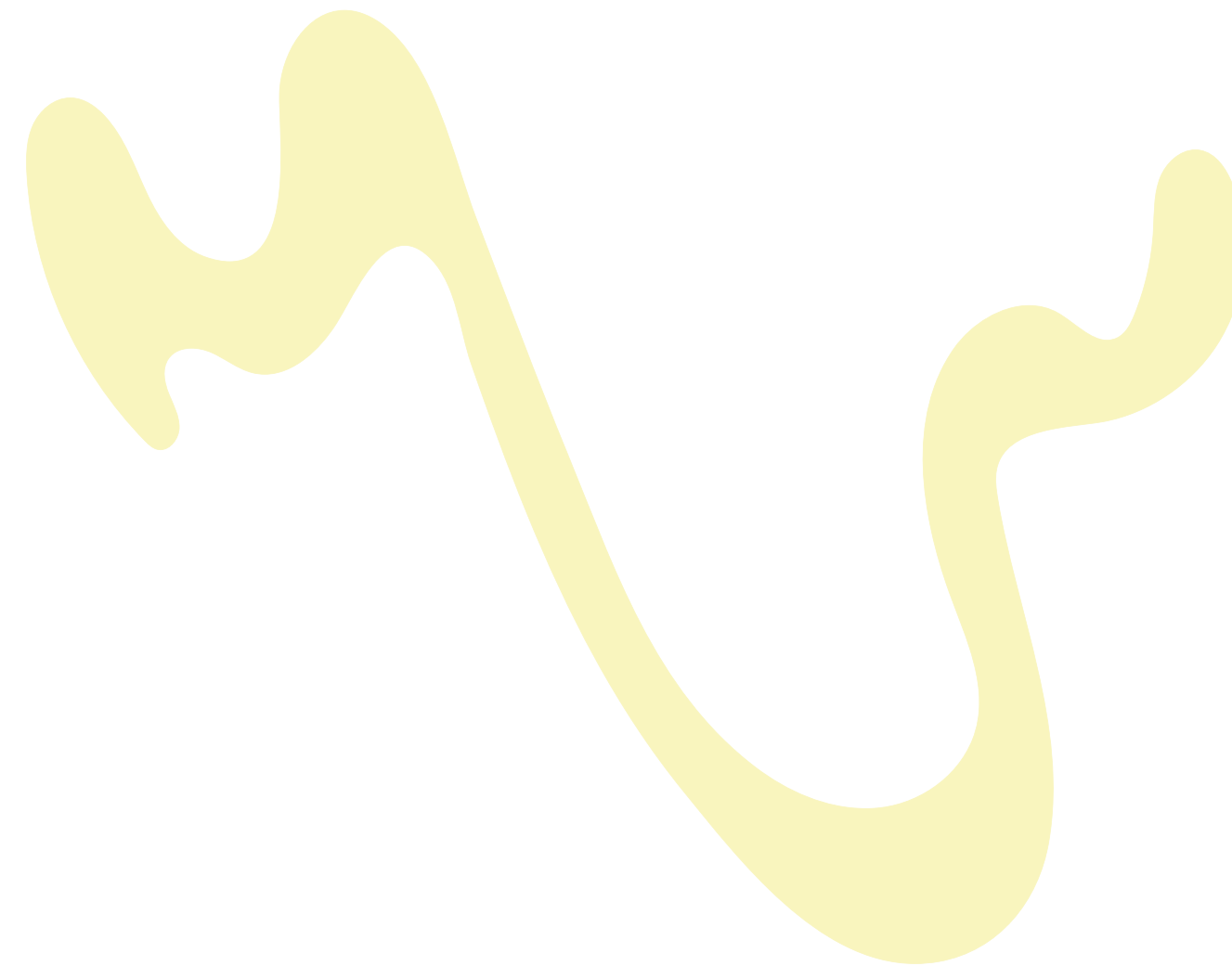
1



2



3



4



IKONER

Disse ikoner er designet til brug på instagram. Simple ikoner gør det nemt for modtageren at navigere rundt i de forskellige highlights og finde den information, som de leder efter. Ikonerne er simple og følger den tidligere definerede farvepalette. Ikonerne illustrerer ting som modtageren kan forbinde med det emne, som de leder efter. Disse ikoner er med til yderligere at styrke sammenhængen på tværs af platforme og giver Enomis Beautys instagram profil et mere professionelt og overskueligt udseende.



SUPERGRAFIK

Denne grafik designet ud fra Enomis Beauty's nye logo. Logoet er hjørnestenen i en hver visuel identitet og den er derfor blevet en del af denne supergrafik som har til formål at integrere logoet på en anden måde, på tværs af markedsføringsmateriale og digitale platforme. Grafikken skal bruges på SoMe, tryksager og web.

BRUG AF GRAFIK

Denne grafik skal anvendes på forsiden af alle printede produkter med EB's logo i forgrunden. Grafikken anvendes såvel også som baggrund til instagram highlights kombineret med en kort tekst i forgrunden. Dette er ens for instagram og facebook opslag. Derudover skal denne grafik også anvendes i bunden af alle webpages som baggrunden for tekst og logo i kontakt-feltet.



BILLEDSTIL

SOCIALE MEDIER

Billedstilen på Enomis Beautys SoMe indhold skal være klientbilleder uden speciel form for redigering. Billederne skal dog være skarpe og have god belysning. Der skal være variation i de billeder som bliver postet, specielt på instagram, så EB's feed ikke ser alt for ensartet ud. Dette kan opnåes ved at lave forskellige poseringer af kundernes resultater, eller ved at få kunderne til at tage nogle situationsbilleder af eksempelvis deres negle. Der skal såvel også være variation mellem både de behandlinger der postets, samt opstillingen af disse. Det er disse billeder som kommer til, at være en del af EB's instagram profil, i kombination med de designede opslag.



WEB

Billedstilen for en potentiel website, skal være mere professionel. Billederne der bruges til stemningsbilleder og fylder mest på websitet, skal afspejle skønhed uden at være konkret. Billeder der er i sammenhæng med et emne, som eksempelvis neglebehandlinger eller voksbehandlinger skal afspejle den pågældende behandling men de behøver nødvendigvis ikke at være af selve behandlingen - det kan eventuelt blot bare være udstyret. Billederne skal være nærbilleder og ikke af hele personer. Der skal selvfølgelig ikke bruges billeder der repræsenterer andre behandlinger end dem EB tilbyder. Billederne skal være i neutrale eller naturlige farver og nedtones efter behov, så alle billederne får det samme udtryk. Billederne skal ikke være redigeret til det urealistiske og skal gerne afspejle en 'naturlig' skønhed.



IMPLEMENTERING









