

# Разработка фирменного стиля для коворкинг-пространства

Коворкинг - в переводе дословно означает совместную работу - новый тип офисного пространства, который активно набирает популярность в России. Современный коворкинг – это сообщество единомышленников, среди которых можно найти новых бизнес-партнеров, заказчиков, исполнителей и клиентов. Именно эта атмосфера свободного предпринимательства и привлекает все новых людей, позволяя им расширить свою сеть необходимых контактов.

## Цели и задачи

---

Целью выпускной квалификационной работы является разработка фирменного стиля для коворкинг-пространства Smart Place и выделение его из уже существующих коворкингов.

Smart Place - универсальный коворкинг, который может быть организован в пространствах любого типа - как в современном офисном центре, так и в зданиях старого фонда.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

1. Определение целевой аудитории;
2. Анализ зарубежных и российских аналогов;
3. Реализация проекта - разработка наиболее подходящей концепции фирменного стиля, выбор цветовой гаммы и шрифтовых гарнитур;
4. Разработка носителей фирменного стиля.

## Определение целевой аудитории

---

Представители творческих профессий, фриланс-разработчики, представители стартапов и небольшие команды до 7-10 человек. А также иностранцы, кому постоянно необходимо оставаться в рабочем процессе. Люди, увлеченные работой, стремящиеся к профессиональному росту, открытые для новых схем организации рабочего процесса. Способные работать в условиях отсутствия тишины и приватности, стремящиеся к расширению сети профессиональных контактов.

## Реализация проекта

---

При разработке логотипа в качестве основы послужили такие ключевые ассоциации, как «конструктор лего», «пазл». Оба понятия очень хорошо отражают идею коворкинг-пространства. Форма графического знака - гексагон, как символ гармонии и свободы.

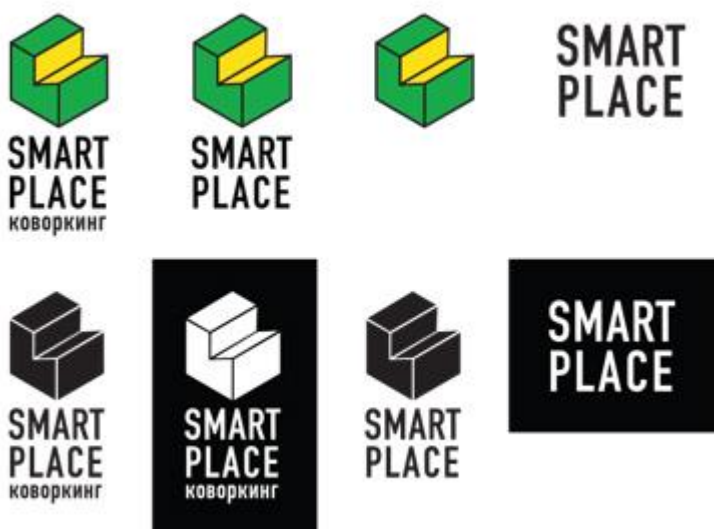


После нескольких эскизов было решено отказаться от сложной формы классического пазла, а работать с простыми формами, придерживаясь концепции «простой шрифт - простая форма», в результате чего возникла идея работать с формой гексагона как с объемной формой - кубом.

Финальный вариант логотипа:



Варианты компоновки логотипа



Фирменные шрифты. Для названия был выбран простой гротеск DIN Condensed Bold. Он применяется для набора заголовков, слоганов и тому подобных коротких и емких фраз, которые должны всячески привлекать внимание. Дополнительный фирменный шрифт - PF Din Text Cond Pro Regular - используется для набора основного массива текста. Также в качестве альтернативы используется системный шрифт Arial Narrow.

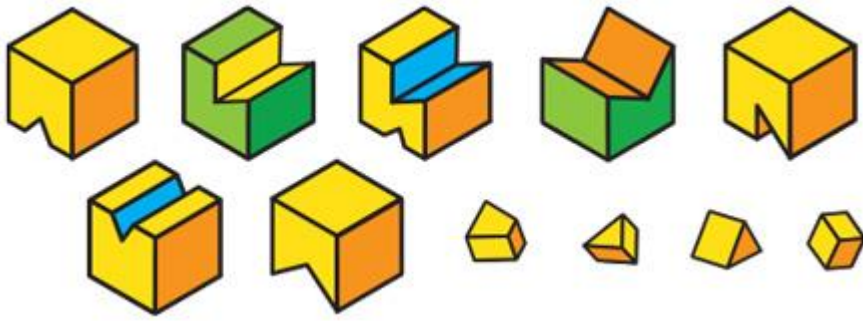
Фирменные цвета. Для ассоциации с чем-то «энергичным, позитивным» были выбраны сочные цвета на основании палитры цветов конструктора лего. Основными цветами являются желтый, зеленый, черный.



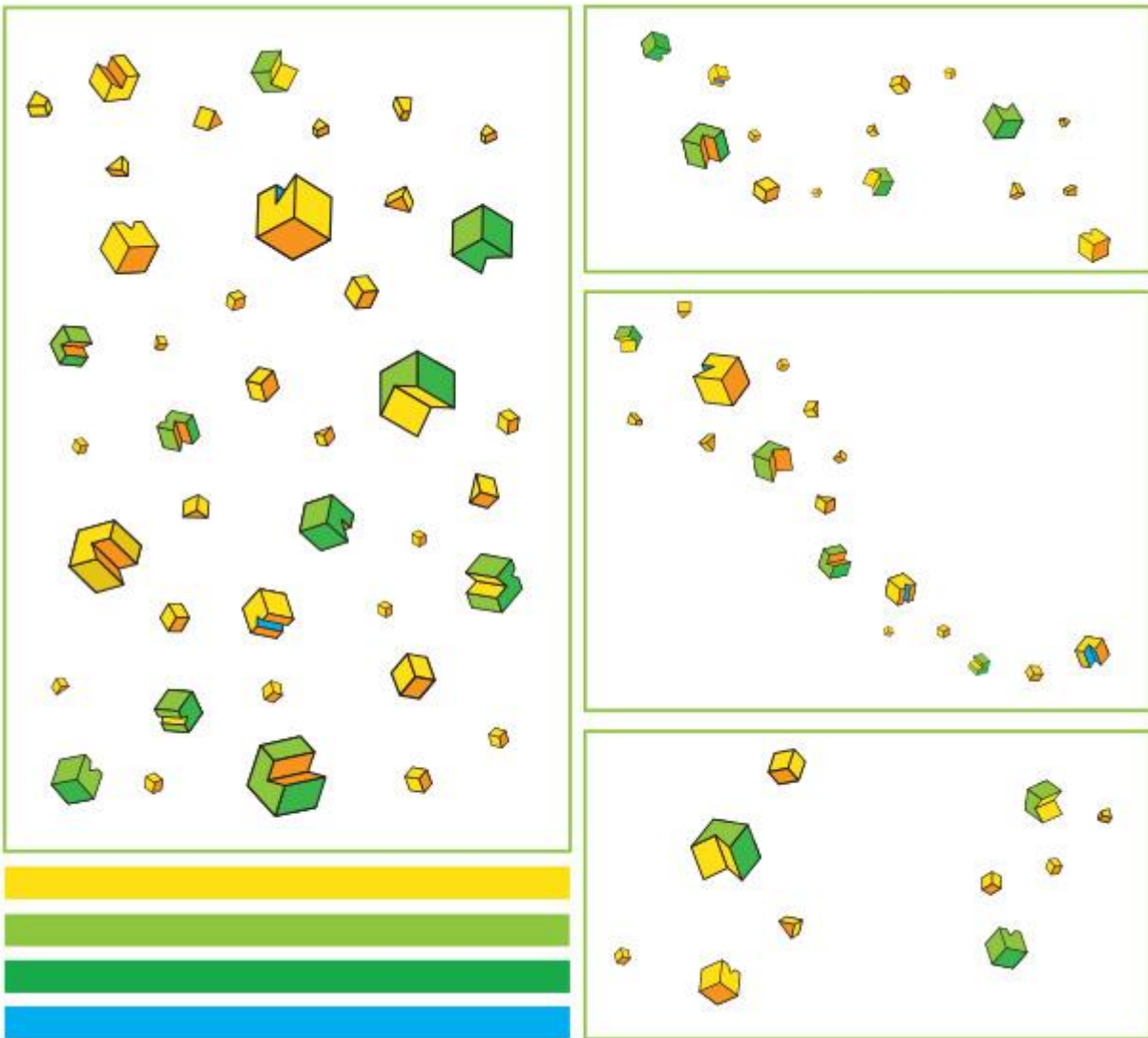
Дополнительными - голубой, оранжевый, салатовый.



На основании полученного знака были отрисованы несколько дополнительных стилеобразующих элементов, которые послужили основой для создания паттернов.



Разработаны 3 типа паттернов, которые могут наноситься на 5 цветов - белый, зеленый, салатовый, голубой, желтый.



Следующий этап - разработка носителей фирменного стиля, к которым относятся:

1) Официальная документация (бланк, конверт, визитка);



2) Оформление пространства (паттерн для оформления стен, подушки, стаканчики для воды, указатели для зон);





3) Футболки для сотрудников.



## Применение фирменного стиля в пространстве



Реклама



**Автор:**

Качалкова Екатерина Андреевна

**Руководитель:**

Елисеенко Анастасия Александровна