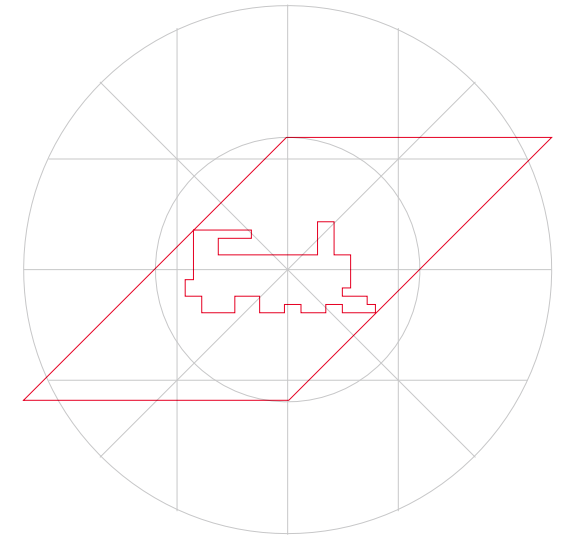




Logomotiv

Дизайн-студия
2003–2015

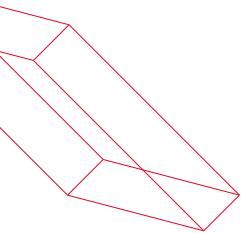
§1. Студия



Миссия

Дизайн-студия Logomotiv

была создана для того, чтобы помогать компаниям эффективно использовать дизайн в своем развитии.

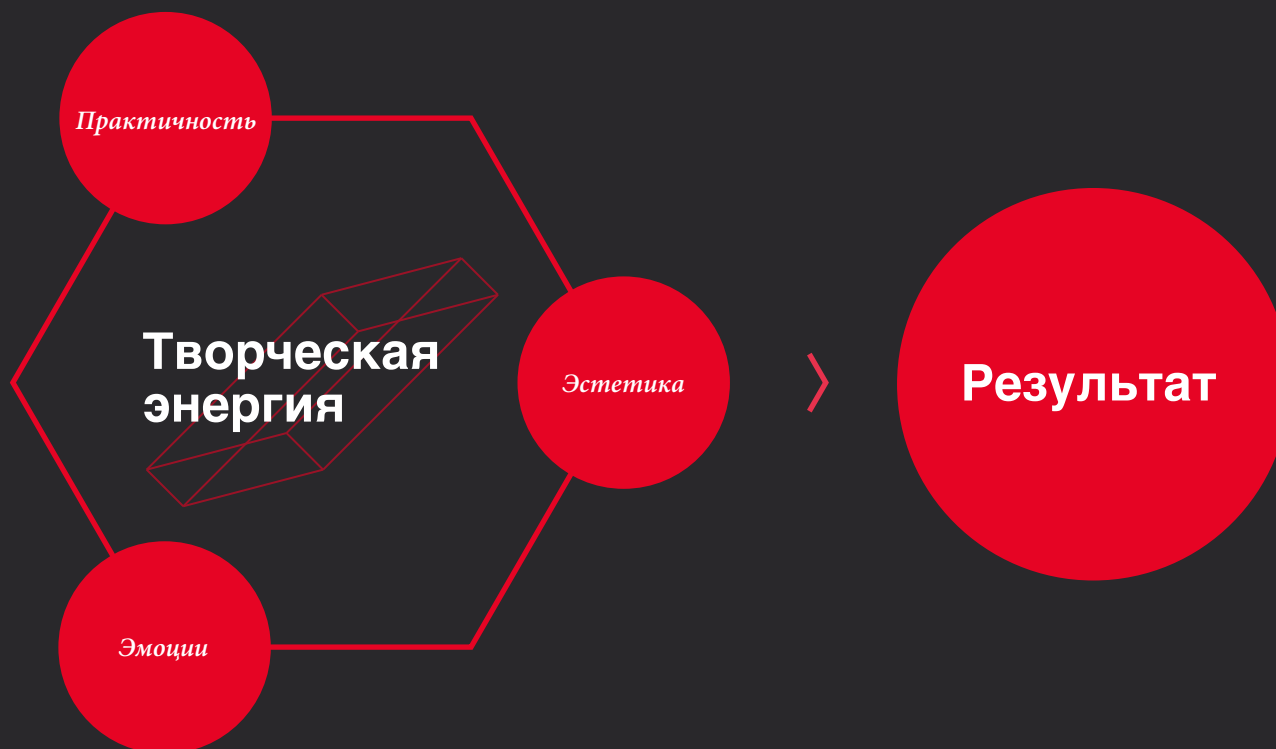


§2. История

2003–2015

Дизайн-студия Logomotiv создана в 2003 году. Основные направления деятельности — разработка визуальной айдентики, графический и интерактивный дизайн.

В своей работе мы полагаемся на здравый смысл. Для нас дизайн — это не рисование картинок или написание кода, а инструмент решения коммуникативных и бизнес-задач. **Принцип эффективного дизайна — основополагающий в студии со дня основания.**

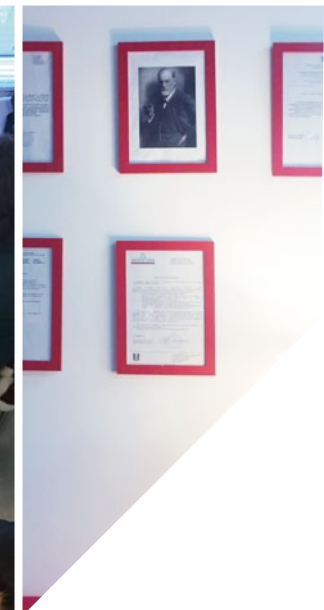
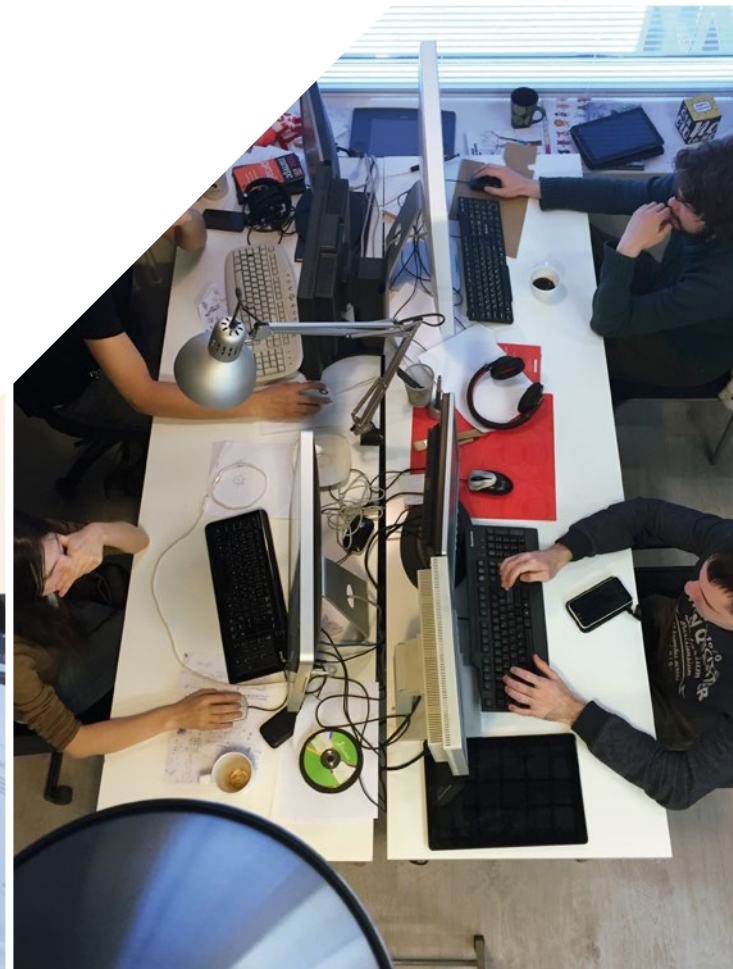


МЫ ЦЕНИМ

Простоту, понятность
Выразительность
Стиль
Яркость
Эффективность
Удобство

§3. Команда

Студия состоит из коммерческого, творческого и технического отделов. Среди наших специалистов: дизайнеры, иллюстраторы, художники-аниматоры, программисты, SEO-оптимизаторы, копирайтеры и менеджеры проектов.



§4. Что мы делаем

Основное направления нашей деятельности —

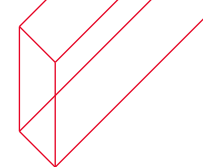
корпоративный и товарный брендинг.

Благодаря собственной производственной базе, мы осуществляем полную дизайн-поддержку брендов в следующих направлениях:



- Стратегия и позиционирование брендов
- Полиграфические проекты любой сложности
- Мультимедийные и web-проекты
- 3D моделирование и визуализация
- Упаковка
- Мобильные приложения
- Комплексная дизайн-поддержка

IDENTITY
PACKAGE DESIGN
MULTIMEDIA WEB
Apps



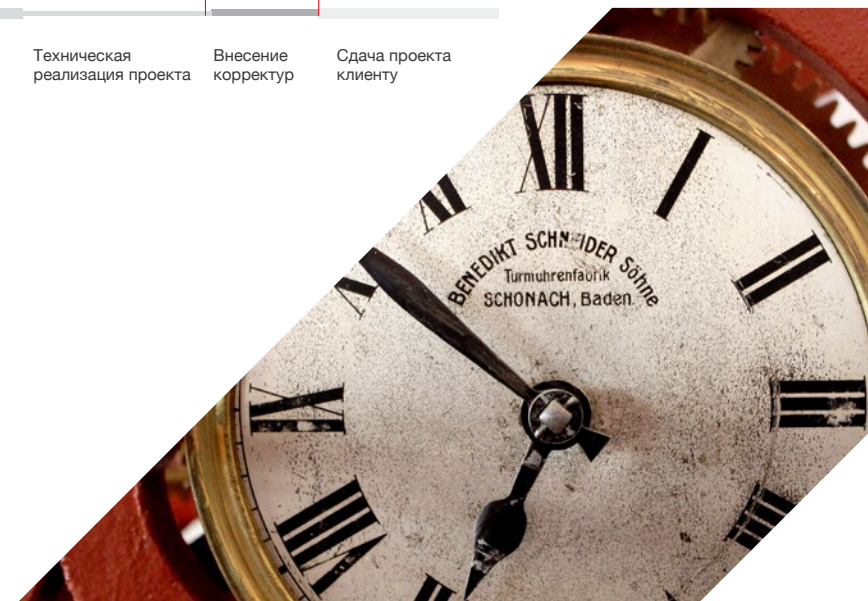
§5. Процесс

Организация рабочего процесса студии



↑ Точки контроля качества

Наши ресурсы позволяют нам разрабатывать полиграфические проекты, печатную рекламу, информационную графику, создавать сайты и мультимедийные проекты в срок и на качественно высоком уровне.



§6. Кейсы

Ребрендинг компании Технотек



Задача

ГК «Технотек» более 10 лет занимается монтажом и эксплуатацией слаботочных и инженерных систем. В 2014 году компания решила изменить приоритеты и ориентироваться больше на коммерческие организации. В итоге был преобразован отдел продаж.

Перед нами стояла задача сформировать графический язык компании, который бы соответствовал стилю вербального общения с клиентами. Гармонично вписать нововведения в бизнес-процесс с целью облегчения адаптации новых сотрудников.

Решение

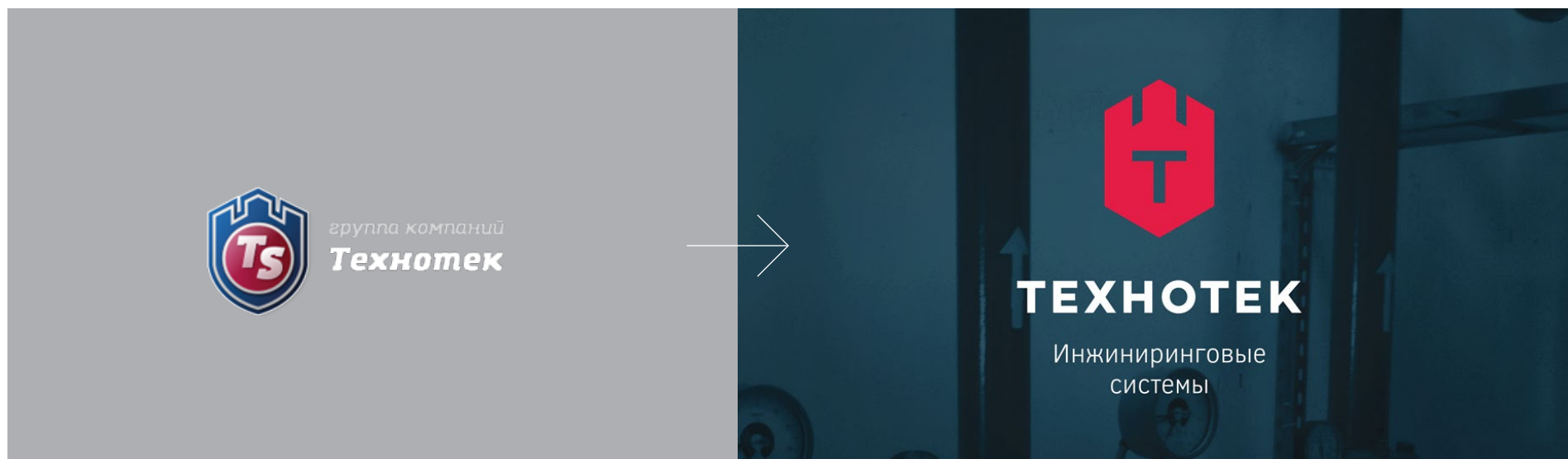
Основной сложностью было выделить среди сотрудников компании негласных лидеров, на 100% лояльных и болеющих за качество услуг, которые они оказывают. Так же мы поступили с клиентами. В анализ вошли компании Санкт-Петербурга (80%), центрального и сибирского регионов РФ. В результате интервью мы получили портрет компании изнутри и ключевые моменты, которые помогают Технотек быть конкурентоспособными. Появилась концепция «Спокойствие. Уверенность. Результат.»

Визуальная концепция призвана усилить ощущение защищенности, твердости позиции компании на рынке и быть авангардной с точки зрения стандартов рынка.

При тестировании на целевой аудитории контрастное решение оправдало наши надежды.

§6. Кейсы. Ребрендинг компании Технотек

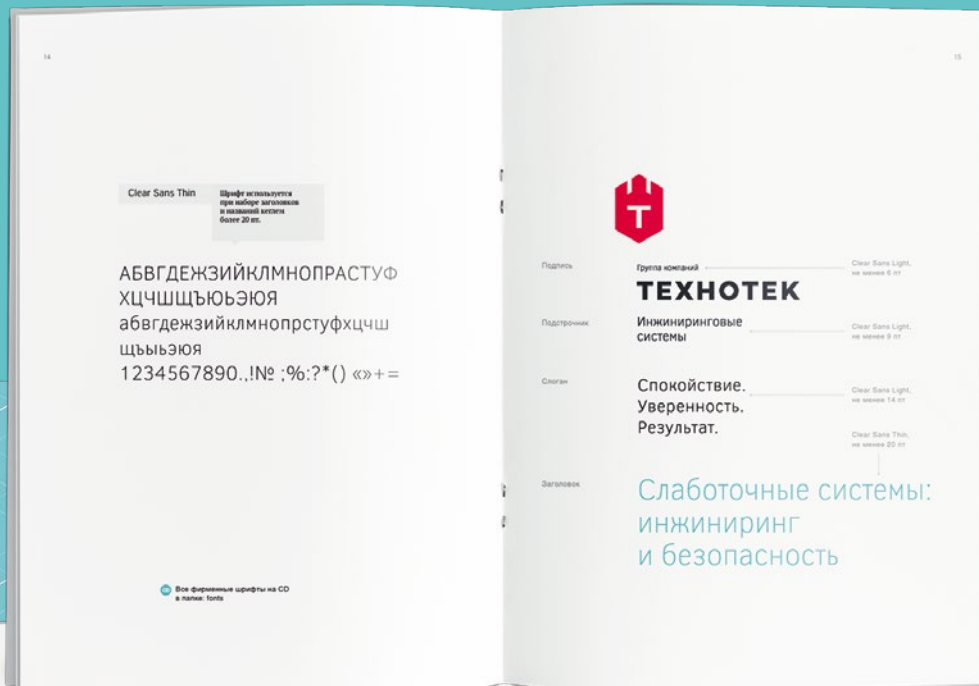
Концептуальное решение



Дизайн носителей бренда



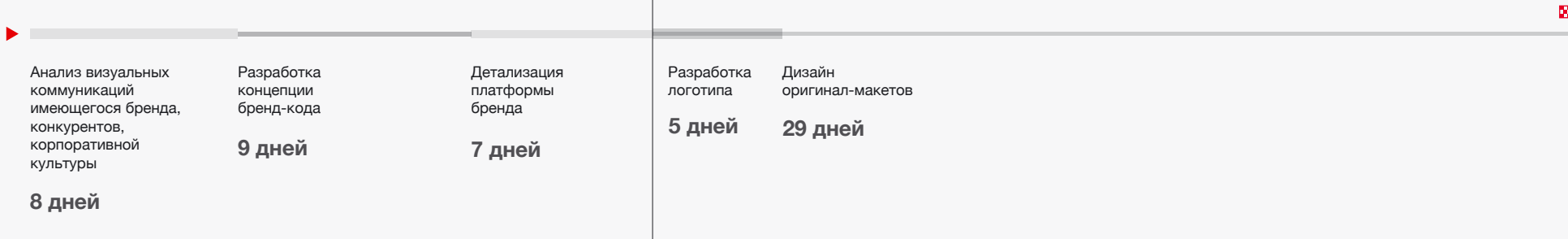
Паспорт стандартов



Статистика проекта

Начало
27 августа

Презентация проекта
сотрудникам клиента
29 октября



9 


встреч
с руководством

28 

часов общей
продолжительности
встреч

32 

минуты телефонных
переговоров

27 

оригинал-макетов

§6. Кейсы

Ребрендинг компании Правовест



Задача

В 2012 году компания «Правовест», интегратор справочных правовых систем, стала партнером информационной системы «Гарант».

Смена продукта компании, 15 лет продававшей на рынке Консультант+, была подобна сдвигу парадигмы. Возникла острая необходимость изменить корпоративный стиль и найти решение, которое позволило бы быстро адаптироваться сотрудникам компании. Поверить в себя и полюбить новый продукт.

Решение

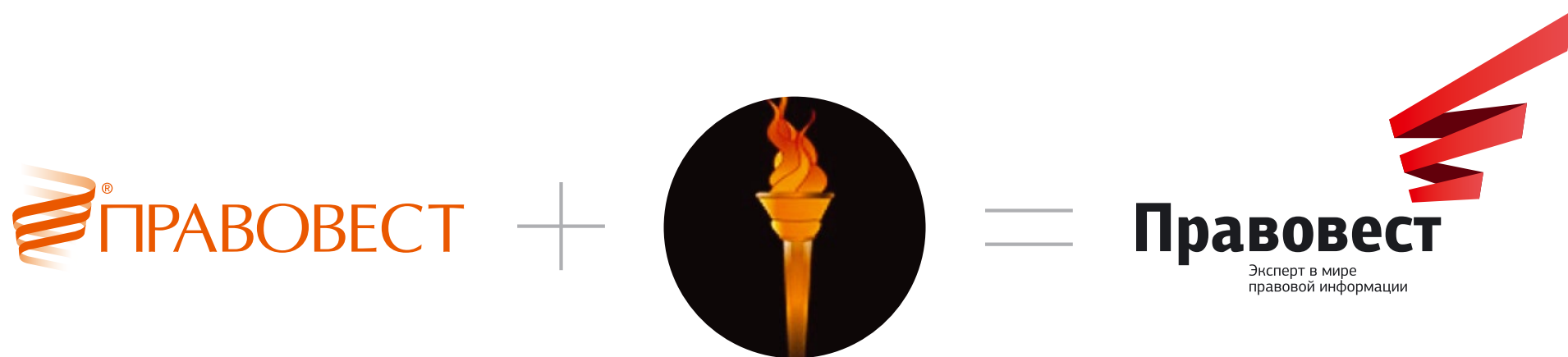
В предложенной системе мы вновь использовали принцип «изнутри-наружу», выявив наиболее сильные стороны компании и объединив их с последними веяниями. Мотивы олимпийского движения, использованные для создания образа, отражают стремление компании покорять новые вершины, не останавливаясь на достигнутом, совершенствовать уровень услуг.

Идея лидерства была перенесена

и на внутреннюю культуру компании.

В рамках проекта изменениям подверглись все сферы применения системы: документация, реклама, представительство в интернет, интерьер, клиентский сервис.

Концептуальное решение



Дизайн носителей бренда



Статистика проекта

Начало
28 июня

Презентация проекта
сотрудникам клиента
29 сентября




12 

встреч с руководством

1 100 

минут телефонных переговоров

127 

оригинал-макетов

3 

видеоконференции

1 

общекорпоративная презентация

18 

консультаций по внедрению

§6. Кейсы

Торговая марка Terijoki

Задача

В 2012 году в студию обратилась молодая компания только открывающая для себя рынок безалкогольных напитков. Бизнес-план предусматривал разработку скважины питьевой воды высшей категории и постановку линии на розлив воды в бутылки от 0,5 до 19 литров. Дальнейшее развитие предполагало расширение марки на воду и морсы для детей.

Решение

Визуальный анализ выявил, что ниша для воды премиум качества по средней цене может быть занята. Для нового бренда была принята концепция марки европейского типа. Изначально поставка воды была осуществлена через маленькие магазины местного значения. Следующий шаг — размещение в сетевых магазинах. В ходе реализации проекта был так же организован сервис поставки воды на дом / в офис по Санкт-Петербургу.



Знак

**В основе графемы знака
лежит образ камня-гальки.**

В форме знака и шрифтовом начертании
выражены ассоциации, которые вызывают
европейские бренды у российских
потребителей:

*мелодичность, рациональность,
гармоничность.*



Terijoki



Терийоки

§6. Кейсы. Торговая марка Terijoki

Упаковка



§6. Кейсы. Торговая марка Terijoki

Пятилитровая серия



Статистика проекта



71

встреч с руководством

20

часов общей продолжительности встреч

1

видеоконференция

1080

минут телефонных переговоров

16

оригинал-макетов

23

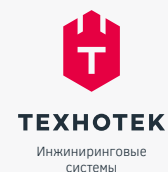
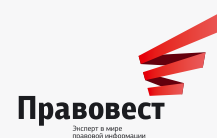
эскиза бутылки

8 : 1

образцов бутылки

3 3D-печать 4 отлито изготавителем

§7. Наши клиенты



§8. Мобильная разработка

С 2013 года в студии работает отдел мобильной разработки.

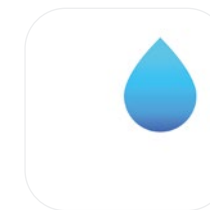
За год работы нами запущено 8 собственных и 3 клиентских приложения для устройств на iOS, Android и Windows Mobile.

Совокупная аудитория приложений превышает 140 000 пользователей. Приложения для iOS были выбраны Apple для подборки «Будь в форме».

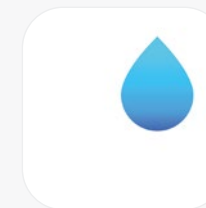


** Данные актуальны на июль 2015 года*

Трекер выпитой воды «WaterCheck»



Статистика проекта



24 000 

Пользователей



**Трижды участвовало
в подборках редакции
Apple**

В Великобритании, России,
в специальной подборке
Apple Watch

Создание YourWater

Мы запустили клон приложения с другим оформлением для А/Б тестирования.

РЕЗУЛЬТАТ

Количество установок YourWater приблизительно равно WaterChek. YourWater стал самостоятельным коммерческим приложением, которое выходило на первые места категории «Здоровье и фитнес» и участвовало в подборках редакции Apple.

Внутренние покупки

В приложении был разработан дополнительный платный функционал.

РЕЗУЛЬТАТ

Около 20% пользователей совершили встроенную покупку.

Бесплатная версия

Мы выпустили бесплатную версию YourWater с ограничением функционала и рекламой платной версии.

РЕЗУЛЬТАТ

Аудитория приложения увеличилась в 6 раз.

Как нас найти

196247, Санкт-Петербург,
Ленинский проспект, дом 153, офис 1016,
бизнес-центр Setl Center

+7 (812) 339-34-26

design@logomotiv.ru

