



2019

# Voom

# Brandbook

Filozofia Brandu

# One app to ride the City

## Misja

Voom to dynamiczna spółka z branży nowych technologii, której misją jest poprawa wygody korzystania z transportu publicznego. Chcemy przekonywać ludzi do pozostawienia własnych samochodów w garażu, oferując im wygodny, multimodalny transport publiczny. Nasza platforma łączy operatorów pojazdów na minuty (np. samochodów, skuterów, hulajnóg, rowerów miejskich) z komunikacją publiczną organizowaną przez samorządy. Naszym celem jest stworzyć łańcuch usług - od wyjścia z domu poprzez skorzystanie z węzłów przesiadkowych, aż do ostatniej mili przy dotarciu do celu. Informacje i usługi zgromadzone w jednym miejscu to większa efektywność transportu i większa wygoda dla mieszkańców. Aplikacja będąca częścią platformy może być także niezależnym kanałem dostępu do usług komunikacyjnych oferowanych przez miasta - np. rowerów miejskich.



Filozofia Brandu

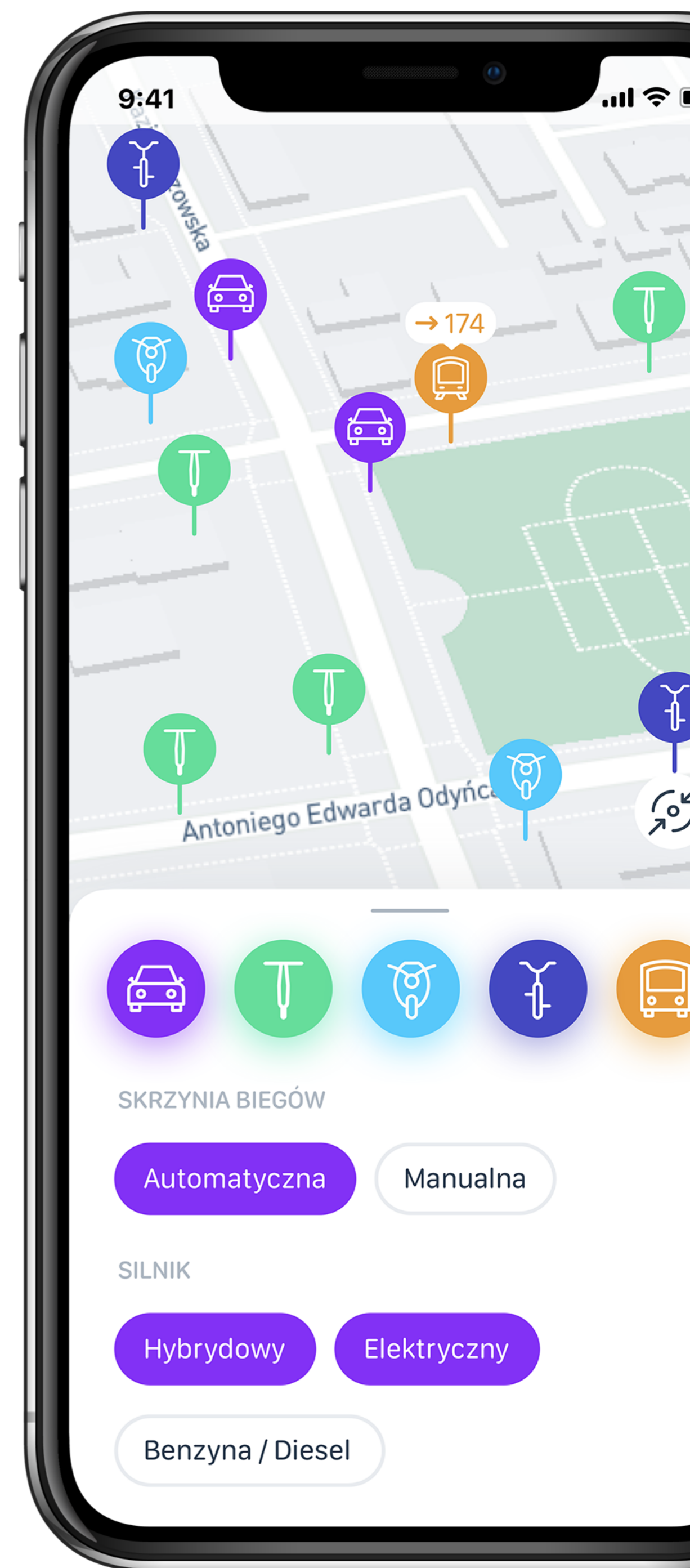
# Voom

## Statment

Voom to aplikacja mobilna, dzięki której szybko znajdziesz i wynajmiesz pojazdy na minuty. Wszystkie samochody, skutery, hulajnogi, rowery i komunikacja miejska - na jednej mapie. Zawsze blisko, kiedy ich potrzebujesz. Możesz dotrzeć do celu bez przeklikiwania pomiędzy wieloma aplikacjami. Voom daje Ci wybór.

## Wyzwania

Efektywny kosztowo i wygodny dla mieszkańców transport publiczny jest jednym z największych wyzwań stojących przed współczesnymi miastami. Zmniejszenie liczby prywatnych samochodów w miastach to niższe koszty inwestycji w infrastrukturę drogową, ograniczenie smogu, więcej miejsca w przestrzeni publicznej dla zieleni i mniejsze korki. To także zdrowsi i szczęśliwsi mieszkańcy. Wierzimy, że najskuteczniejszym środkiem realizacji tego celu jest połączenie wysiłków samorządów i firm prywatnych.



Nasze wartości

# Nasze wartości

## Culture

Niezawodni    Lokalni    Przyjaźni

## Feeling

Zakochani    "Jak mogłem bez tego żyć?"    Zrozumiany

## Customer

Otwarty umysł, otwarty na nowości    Ceniący wygodę    Mobilni

## Voice

Lokalny patriotyzm    Pozytywni    Ekologia

## Value

Intuicyjność    Wygoda    Wybór

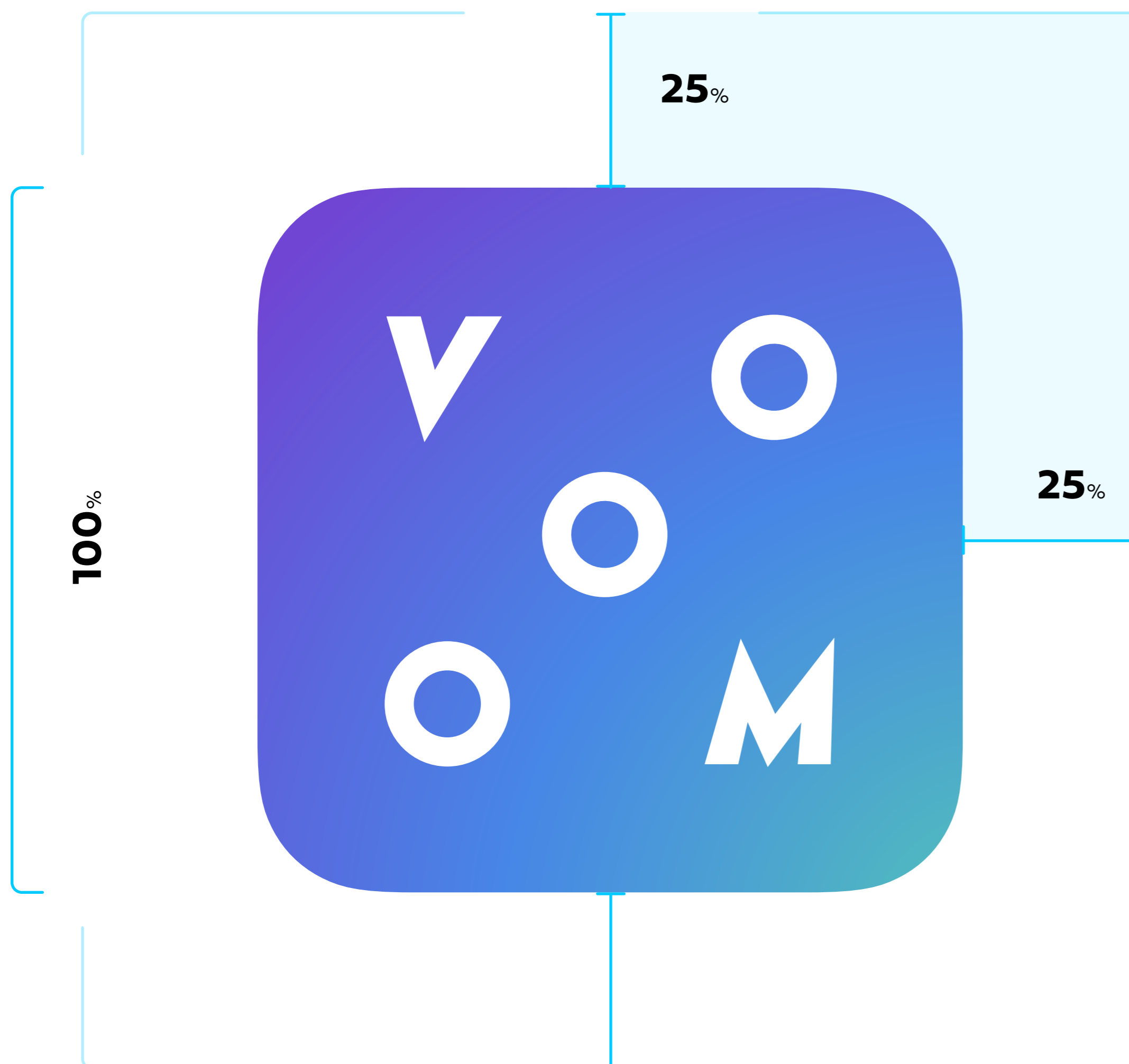
# Logo - pole ochronne

Pole ochronne definiuje minimalną odległość loga od pozostałych elementów, zdjęć, tekstu lub innych grafik. W obszarze tego pola nie może znaleźć się żaden inny obiekt. Pole ochronne określone jest procentem wysokości loga.



# Logo - pole ochronne

Pole ochronne definiuje minimalną odległość loga od pozostałych elementów, zdjęć, tekstu lub innych grafik. W obszarze tego pola nie może znaleźć się żaden inny obiekt. Pole ochronne określone jest procentem wysokości loga.



Minimalna  
wysokość

**50**<sub>px</sub>

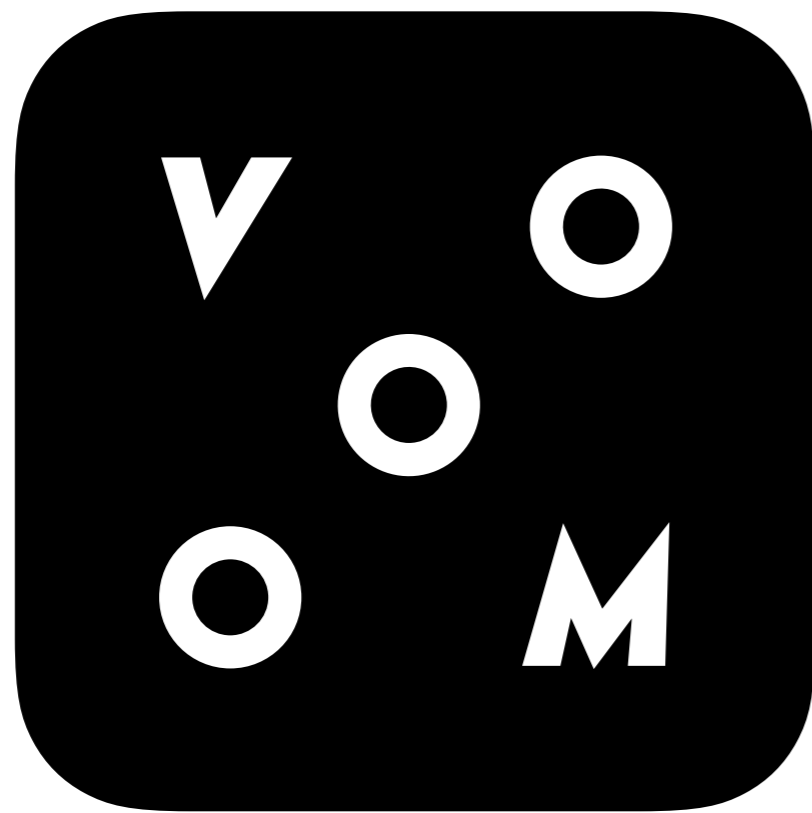
# Logo - pole ochronne

Pole ochronne definiuje minimalną odległość loga od pozostałych elementów, zdjęć, tekstu lub innych grafik. W obszarze tego pola nie może znaleźć się żaden inny obiekt. Pole ochronne określone jest procentem wysokości loga.

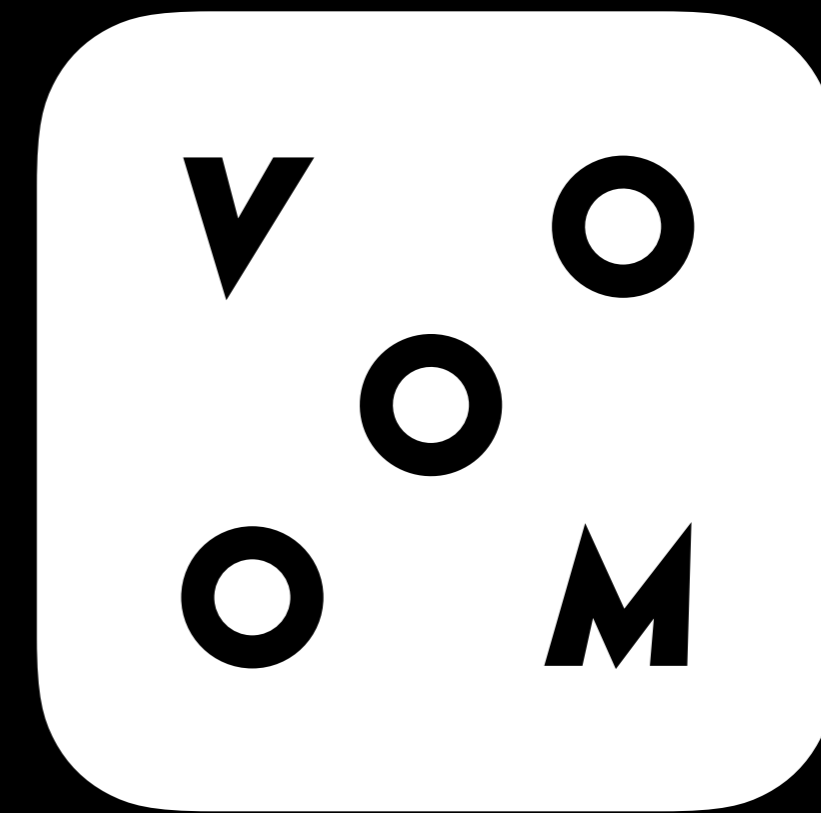


Minimalna  
wysokość  
**50<sub>px</sub>**

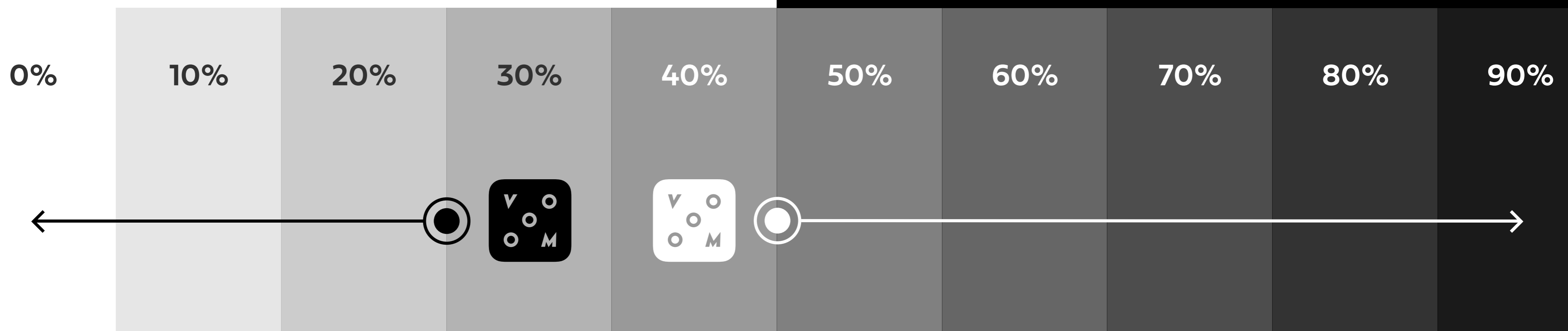
# Logo - monochrom



Logo czarne monochrom  
używamy na tle o średniej  
szarości poniżej 30%.

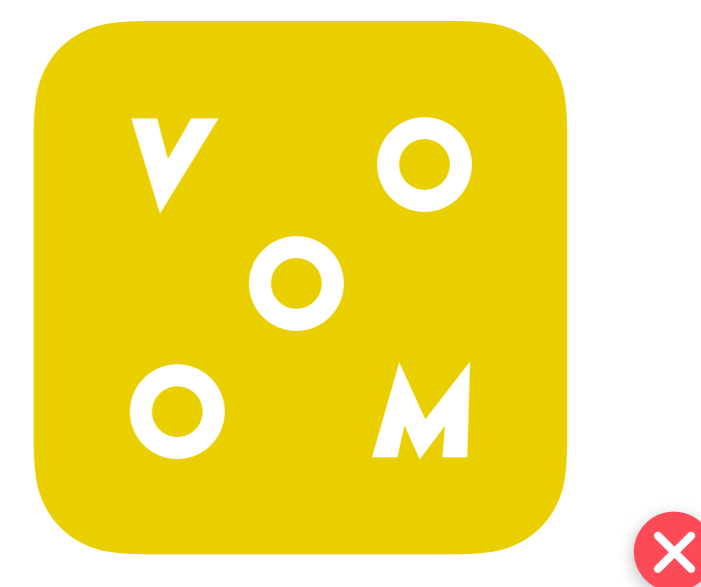
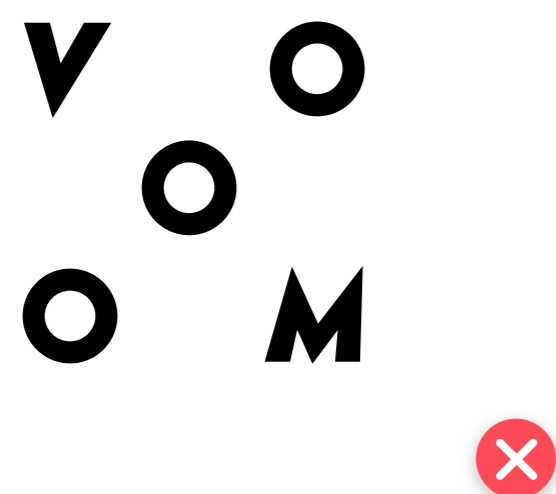
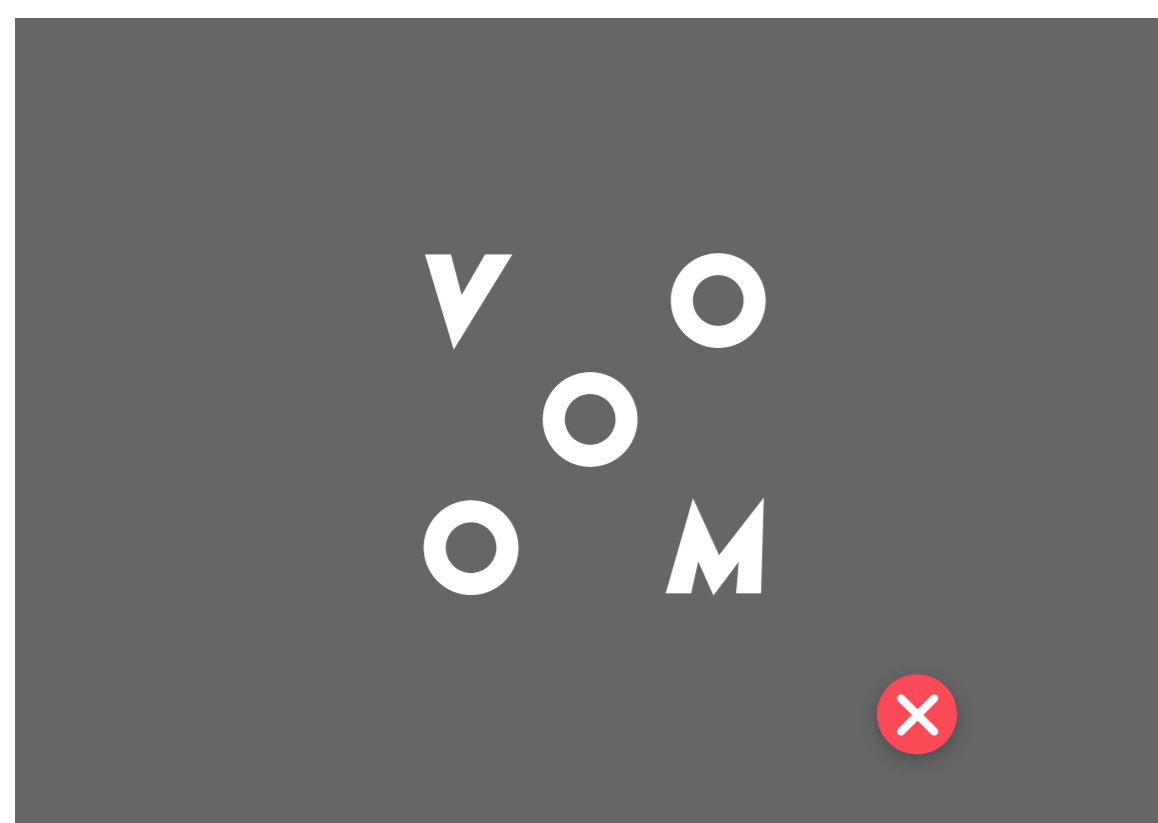


Logo białe monochrom  
używamy na tle o średniej  
szarości powyżej 40%.





# Logo - zakazane użycia



## Same litery

Logo Voom zawsze występuje w zaokrąglonym kwadracie

## Inne zaokrąglenia lub ich brak

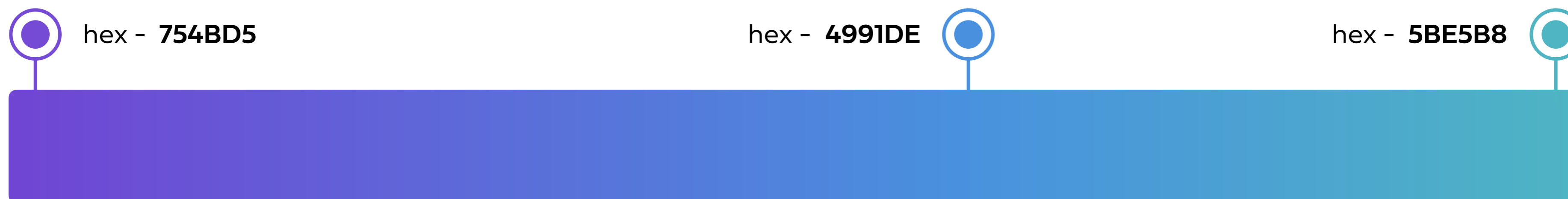
Wyjątek to media społecznościowe wymagające zaokrąglonego avataru

## Kolory spoza palety

Kolory inne niż brand gradient, czarny lub biały

# Kolory

**Gradient** Główne kolory, używamy jako gradient, a nie osobne kolory. Fiolet zawsze trzymamy w lewej, górnej części strony



**Monochrom** Używamy do typografii, biały w 90% służy jako tło.



**Akcenty/Ikony** Kolory drugorzędowe, używamy do wykresów, akcentów, ikon ect. zachowujemy kod kolorystyczny.

hex - 8F20FF

hex - 00E195

hex - 00CAFF

hex - 4646C8

hex - F29718



# Typografia - Font

Aa

Hum Light

---

ABCDEFGHIJKLM  
NOPRSTUVWXYZ  
abcdefghijklm  
nopqrstuvwxyz  
1234567890

Aa

Geo Light

---

ABCDEFGHIJKLM  
NOPRSTUVWXYZ  
abcdefghijklm  
nopqrstuvwxyz  
1234567890

Aa

Geo Demi

---

ABCDEFGHIJKLM  
NOPRSTUVWXYZ  
abcdefghijklm  
nopqrstuvwxyz  
1234567890

Aa

Geo Bold

---

ABCDEFGHIJKLM  
NOPRSTUVWXYZ  
abcdefghijklm  
nopqrstuvwxyz  
1234567890

Fieldwork

# Typografia - Style

1 Metatag (Geo Light) 1-1.5 x

2 **Tytuł (Geo Bold)** 3-5 x

3 **Podtytuł (Geo Demi-Bold)** 1.5-2 x

4 Paragraf (Hum Light) Samochody, skutery, hulajnogi, rowery,  
transport publiczny do Twojej dyspozycji w jednym miejscu.  
Zawsze blisko kiedy ich potrzebujesz. 1 x

## 1 Metatag

Do dzielenia sekcji lub w formie podpisu. Używamy aby zachować kontekst

## 2 Tytuł

To jest najważniejszy komunikat. Starajmy się nie przekraczać 10 słów.

## 3 Podtytuł

Używamy tylko kiedy jest potrzebny, np. długość tytułu wychodzi poza limit.

## 4 Paragraf

Rozmiar paragrafu wyznacza nam "x". Minimalne rozmiary to 8pt w druku oraz 10px w digital.

# Media społecznościowe

## Rodzaje postów



### Sam text

Tekst do lewej, dostosowujemy rozmiar fontu, aby zajmował podobny procent grafiki w przypadku dłuższych zdań. Przy cytatach dajemy pojedynczy, graficzny symbol cudzysłowia - " na początku cytatu, zamiast używać fontu.



### Samo zdjęcie

Na same zdjęcia nie wrzucamy logotypu. Staramy się korzystać ze zdjęć z ludźmi, korzystającymi ze środków komunikacji, uśmiechniętych, cieszących się życiem i miastem. Zdjęcia jaskrawe, żywe, dodatkowym plusem byłby telefon w ręku.

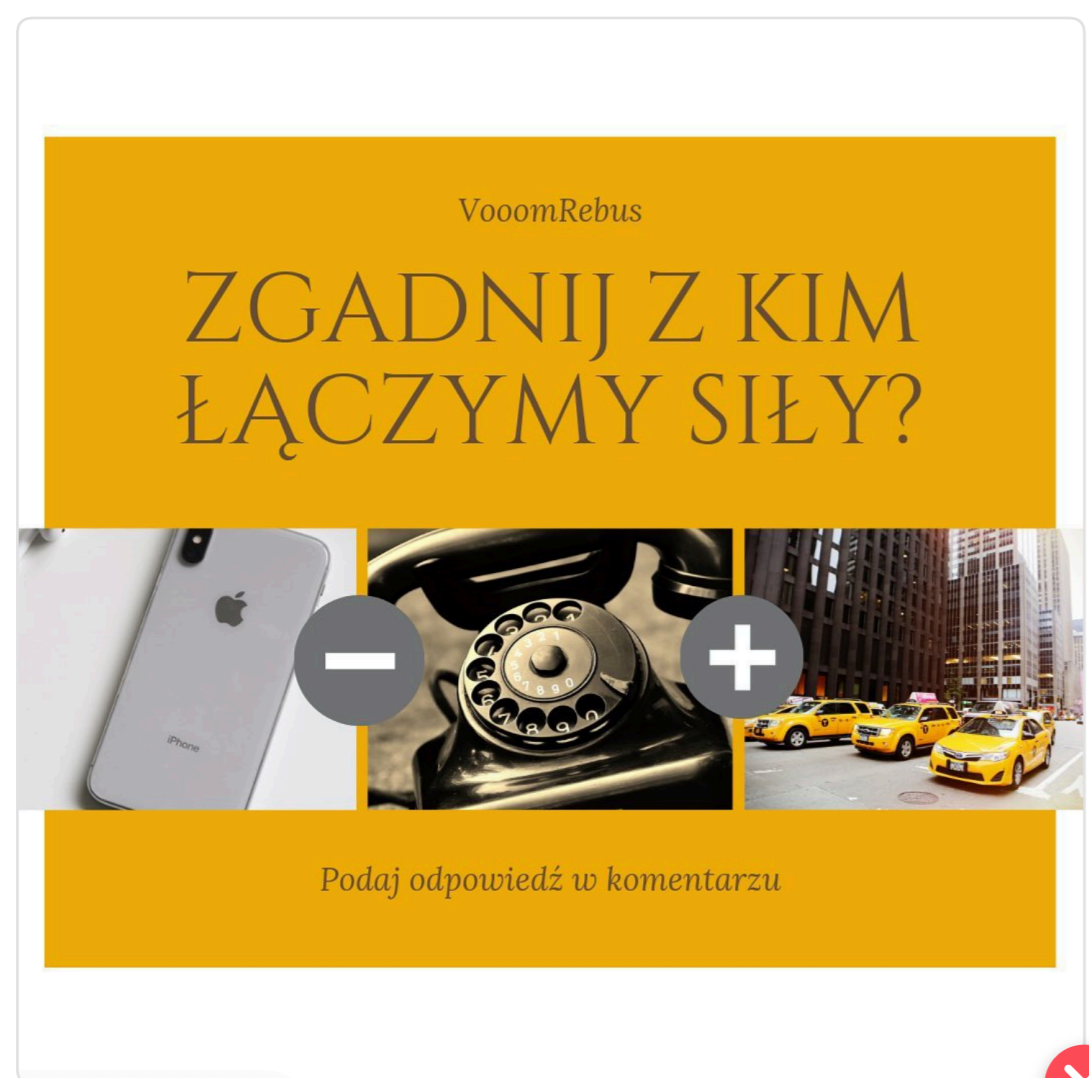


### Text + zdjęcie

Kiedy łączymy zdjęcie z tekstem powinno ono mieć naturalne rozmycie z obniżonym kontrastem i jasnością podbitą poniżej 30% szarości (wtedy używamy czarnego tekstu) lub powyżej 40% wtedy używamy białego tekstu. Z filtrem z naszego gradientu na "soft light". Nie duplikujemy logo Voom na zdjęciu.

# Media społecznościowe

## Zakazane praktyki



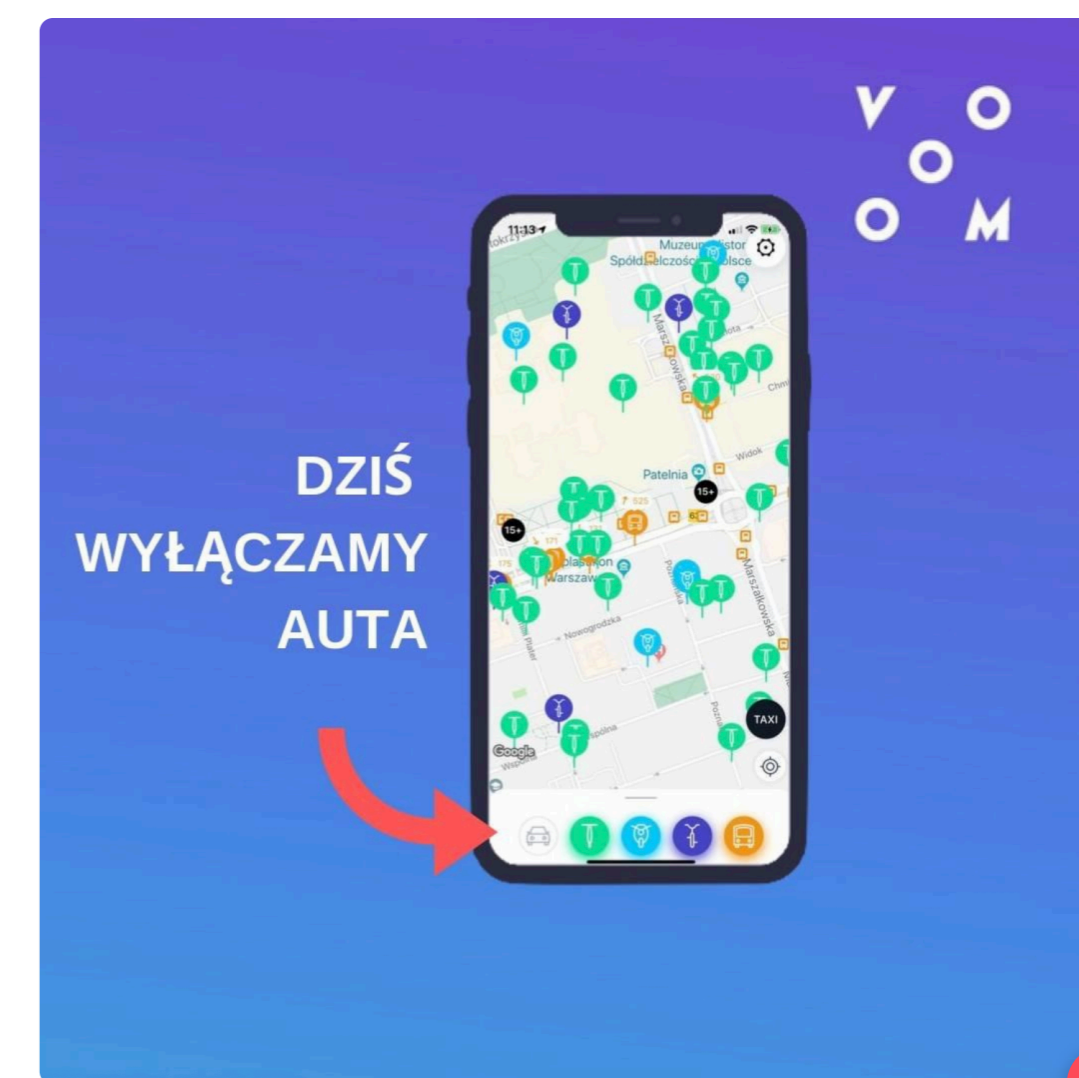
### Off brand fonty/kolory

Aby nasze wpisy były rozpoznawalne jako Voom, nawet bez użycia logotypu. Nie używamy kolorów i typografii niezdefiniowanej w tym dokumencie.



### Nieczytelne fonty

Za mały rozmiar typografii lub przeświecone zdjęcie w tle może powodować brak czytelności. W tym dokumencie znajdziesz dobre praktyki aby uniknąć tego problemu.

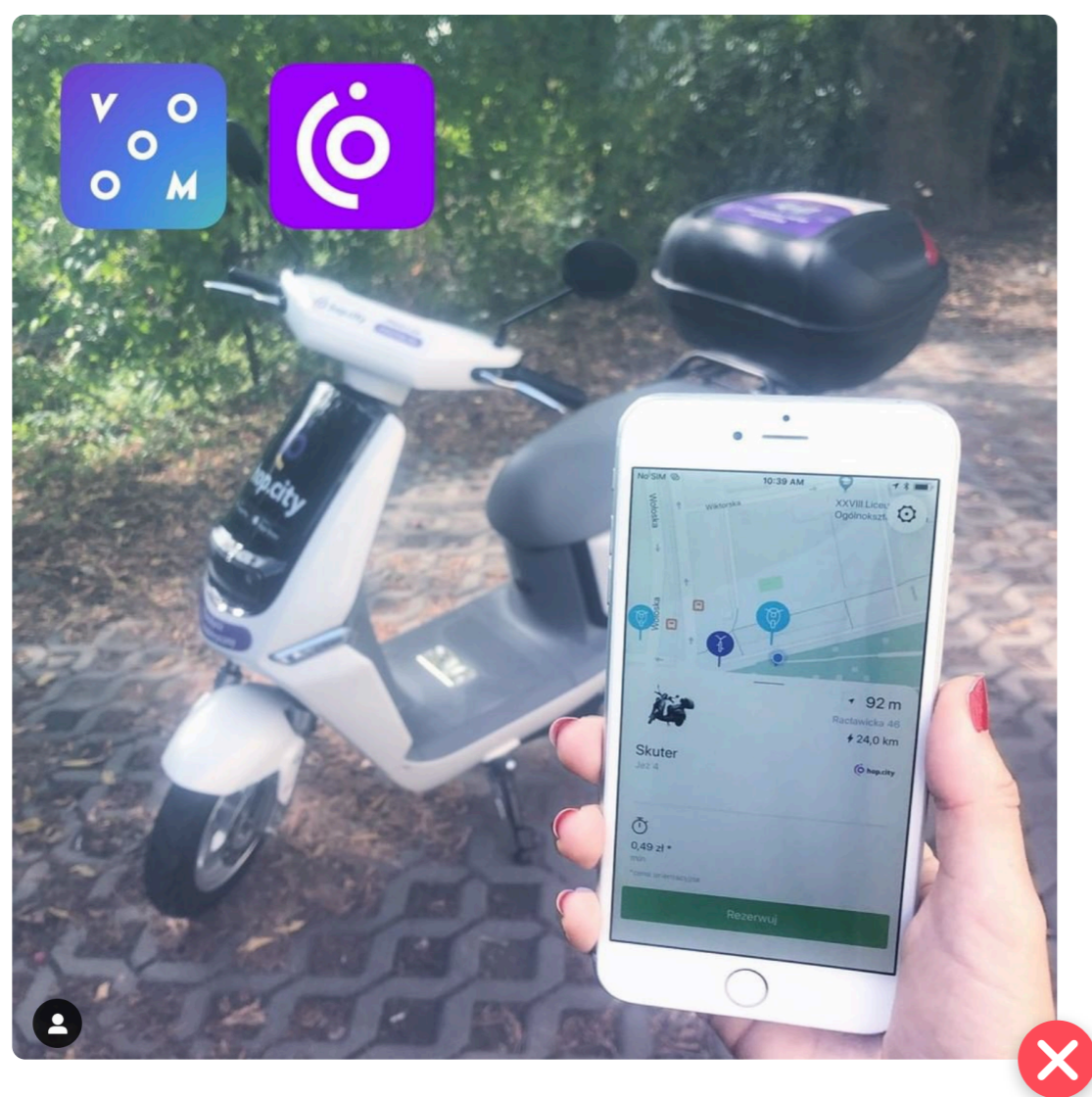


### Elementy graficzne

Voom posiada swój "język wizualny". Używanie elementów graficznych z nim niezgodnych wpływa negatywnie na wizerunek firmy. Wygląda nieprofesjonalnie, co może obniżyć poziom zaufania klienta.

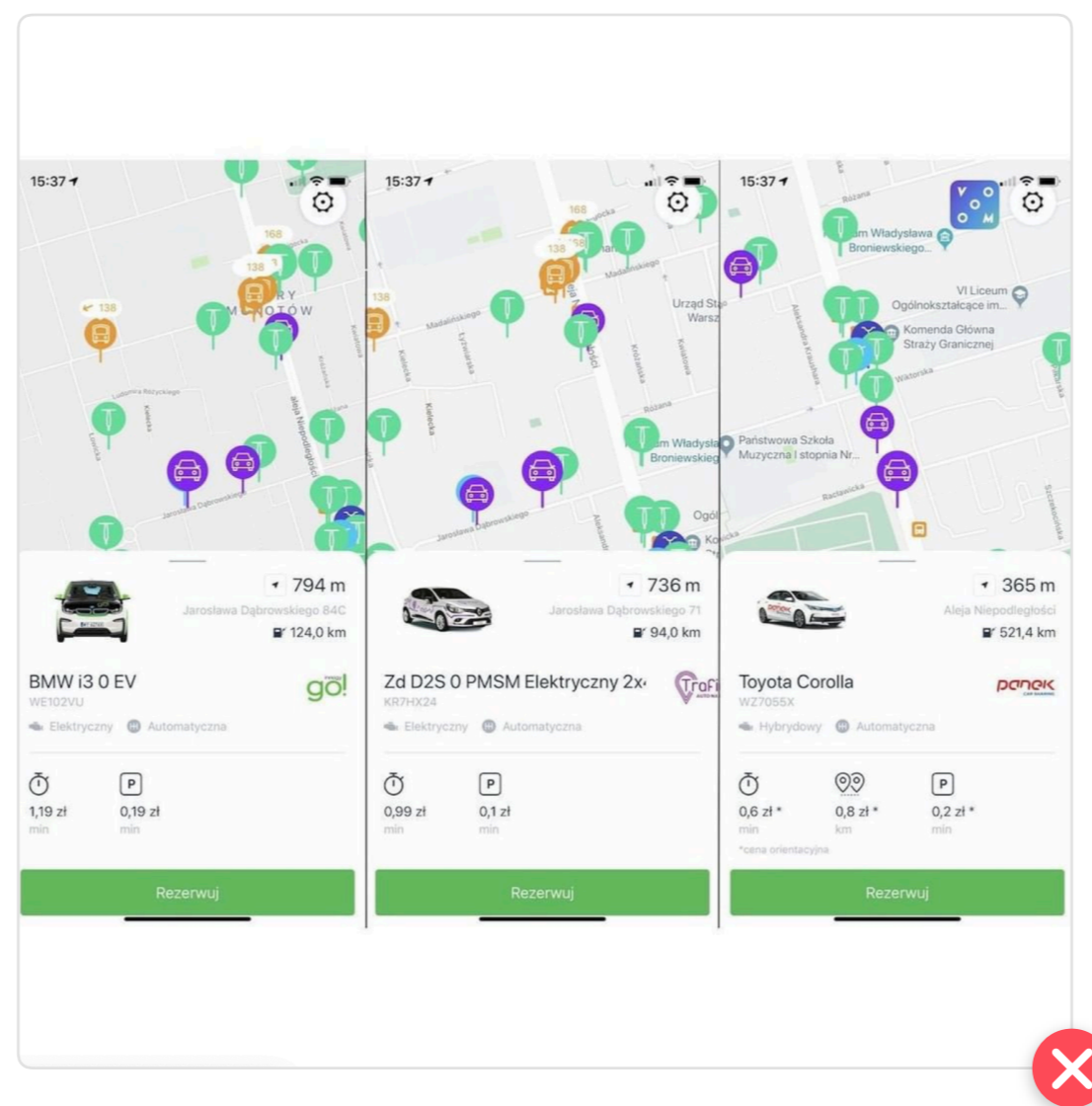
# Media społecznościowe

## Zakazane praktyki



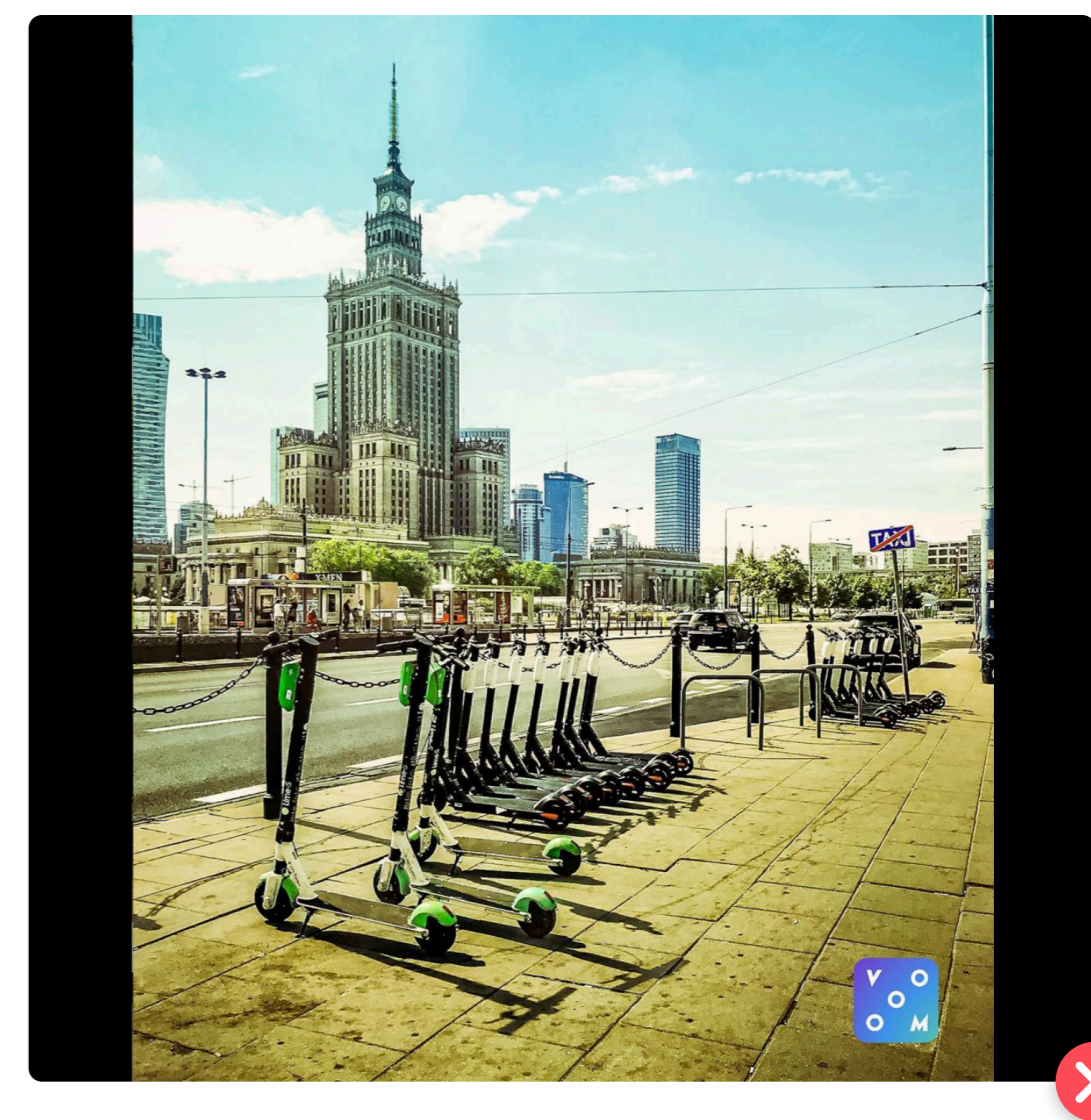
### Niekonsekwentny rozmiar logo

Nie każde użycie logotypu jest do przewidzenia, jednak te, które wiemy, że istnieją powinny mieć swój zdefiniowany rozmiar i umieszczenie.



### Za dużo elementów

Każda grafika ma swój cel, marketingowy, społeczny etc. Aby zachować czystość tego przekazu należy zadbać o ułożenie i liczbę użytych elementów. Kiedy chcemy pokazać więcej używajmy karuzeli lub animacji, są one oferowane przez większość platform.



### Nieprawidłowy format/rozmiar

Media społecznościowe mają swoje optymalne formaty. Pozwalają jednak czasem je ignorować. W naszym interesie jest aby być świadomym tego, jak zamieszczona grafika będzie wyświetlać się użytkownikowi, aby zapewnić mu czysty przekaz.