

iDenta

KLINIKA STOMATOLOGICZNA

iDenta

Розділ 1. Про компанію	2
Місія бренду	3
Позиціонування бренду	3
Цінності бренду	4
Цільова аудиторія	5
Символіка назви бренду	6
Розділ 2. Графічний стиль	7
Основна версія логотипу	8
Конструкція логотипу	11
Охоронне поле логотипу	12
Додаткові версії логотипу	13
Мінімальний розмір логотипу	14
Неприпустиме використання логотипу	15
Розділ 3. Фірмові кольори	16
Розділ 4. Фірмові шрифти	23

Розділ 5. Фірмовий персонаж	28
Розділ 6. Фірмові патерни	30
Розділ 7. Фірмові фотографії	36
Загальні рекомендації до фотографій	37
Розділ 8. Дизайн та візуалізація носіїв фірмового стилю	41
Загальні рекомендації до поліграфії	42
Візитна картка - термінаж	43
Брошура	44
Календар	45
Навігація	46
Вивіска	47
Уніформа	48
Інтер'єр (ресепшен)	49
Інтер'єр (зона очікування)	50
Інтер'єр (кабінет)	52



ПРО КОМПАНІЮ

РОЗДІЛ 1

МІСІЯ БРЕНДУ

Місія Identa полягає у створенні сучасної, людяної та доступної стоматологічної системи, яка забезпечує високоякісне, естетичне та комфортне обслуговування.

Бренд прагне сприяти не лише здоров'ю порожнини рота пацієнтів, а й їхній ідентичності через усмішку, яка відображає їхню індивідуальність. Водночас, він підтримує іноземних лікарів, особливо з України та Білорусі, допомагаючи їм адаптуватися до польської системи, визнавати дипломи і реалізовувати свої професійні амбіції з гідністю та довірою.

Таким чином, Identa створює систему, що зосереджена на людяності, чесності та розвитку як для пацієнтів, так і для лікарів.

ПОЗИЦІОНУВАННЯ БРЕНДУ

Identa позиціонує себе як сучасна, людяна і гнучка стоматологічна мережа, що знаходиться у Варшаві. Це клініка, яка надає високоякісні послуги у теплій і довірливій атмосфері, орієнтована на клієнтів, що цінують естетику, комфорт і високий рівень обслуговування. Відрізняючись увагою до індивідуальних потреб і прозорістю процесів, бренд створює сильний імідж сучасного і доступного сервісу, здатного конкурувати з великими мережами. Крім цього, Identa виконує важливу соціальну функцію — допомагає іноземним лікарям з України й Білорусі знайти швидке, зручне і гідне місце для роботи й розвитку у Польщі.

Її ціль — бути не лише стоматологією, а системою, яка поєднає високий професіоналізм з людяністю та щирістю.

ЦІННОСТІ БРЕНДУ

Раціональні цінності

- Висока якість лікування і безпеки за рахунок сучасного обладнання і високих стандартів.
- Прозорість у цінах, процесах і комунікації, щоб клієнти та лікарі мали чітке уявлення про сервіс.
- Доступність та зручність у записі і отриманні допомоги.
- Надання підтримки іноземним лікарям через легалізацію, визнання дипломів і адаптаційні програми, щоб сприяти їхньому професійному росту і стабільності.

Емоційні цінності

- Будівання довірливих відносин на засадах щирості, відкритості і людяності.
- Створення комфортної і дружньої атмосфери для пацієнтів і співробітників.
- Індивідуальний підхід до кожного, при якому враховуються особливості та потреби клієнта.
- Допомога у досягненні високої естетики і впевненості через турботу про ідентичність та красу усмішки.

ЦІЛЬОВА АУДИТОРІЯ

Пацієнти

Пацієнти, які цінують естетику, комфорт та високий рівень медичних послуг. Це сім'ї, іммігранти з України й Білорусі, працівники офісів та молоді професіонали у пошуках сучасної та довгострокової стоматологічної допомоги. Вони прагнуть отримати якісне обслуговування у теплій атмосфері, говорити рідною мовою та мати довіру до свого стоматолога. Це особи, які цінують прозору ціну, комфорт і сучасні технології.

Іноземні лікарі

Іноземні лікарі з України та Білорусі, що переїхали до Польщі. Це фахівці, які стикаються з труднощами адаптації у новому середовищі через мовний бар'єр, незнайомство з польською системою медичного ліцензування і процедурою визнання дипломів. Вони прагнуть знайти підтримку у підготовці до роботи в Польщі, отримати допомогу з легалізацією документів, пройти адаптаційні програми та знайти можливість працювати у сучасних клініках. Для них важливо мати місце, де цінують їхній досвід і допомагають почати нову кар'єру гідно і з довірою.

СИМВОЛІКА НАЗВИ БРЕНДУ

Назва бренду Identa має глибоку символіку, яка відображає філософію і цінності компанії. Вона поєднує корені слів "identity" (особистість, ідентичність) та "dental" (стоматологія), підкреслюючи, що усмішка є частиною індивідуальності кожної людини.

Назва символізує людяність і персоналізований підхід, наголошуючи, що підтримка і збереження унікальної усмішки — головна місія бренду. Вона також відображає прозорість та системність у підході до обслуговування та роботи з лікарями.

Загалом, Identa символізує індивідуальність, довіру і людяність, а також наголошує на тому, що кожна усмішка є унікальною, а бренд прагне її зберігати та підкреслювати, сприяючи формуванню позитивного образу кожної особистості та довіри до компанії.



ГРАФІЧНИЙ СТИЛЬ

РОЗДІЛ 2

ГОЛОВНА ВЕРСІЯ ЛОГОТИПУ

Логотип бренду iDenta є сучасним і мінімалістичним виявом професіоналізму та естетики.

Він складається з унікального графічного знаку та текстової частини, що підкреслює ключові цінності компанії — людяність, прозорість і системність.

Графічний символ поєднує силует зуба, який символізує стоматологічну спрямованість, з елементом серця, що відображає турботу, людяність та комфорт. Водночас, у дизайні закладена інтеграція літер назви, що підкреслює єдність і сучасність бренду.

Заокруглені форми логотипу викликають відчуття затишку, довіри й зручності, сприяючи формуванню позитивного досвіду та впевненості у високій якості послуг.





iDenta

KLINIKA STOMATOLOGICZNA



iDenta

KLINIKA STOMATOLOGICZNA

КОНСТРУКЦІЯ ЛОГОТИПУ

Логотип побудований по сітці та має пропорційність всіх елементів. Це робить його гармонійним та візуально правильним.



КОНСТРУКЦІЯ ЛОГОТИПУ

Щоб забезпечити впізнаваність і правильне сприйняття логотипу, при його розміщенні на будь-яких типах носіїв слід керуватися правилом охоронного поля.

Охоронне поле – це зона навколо логотипу, яка завжди повинна залишатися вільною від будь-якої графіки та тексту.

Висота та ширина охоронного поля логотипа дорівнює літері е з назви бренду.

Розмір охоронного поля змінюється пропорційно знаку, згідно з заданим розміром.



ВСІ ВЕРСІЇ ЛОГОТИПУ

Головна



Текстова

iDenta

Горизонтальна



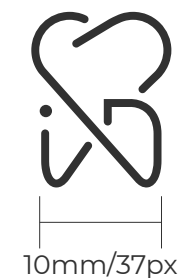
Графічний знак



МІНІМАЛЬНИЙ РОЗМІР ЛОГОТИПУ

Наведені мінімальні розміри логотипу обрані з міркувань зручності його читання і є допустимими мінімумами, при яких окремі елементи ще залишаються помітними.

Вказані розміри можуть змінюватись у більшу сторону залежно від способу відтворення логотипа та властивостей поверхні носія.



НЕПРИПУСТИМЕ ВИКОРИСТАННЯ ЛОГОТИПА

Логотип є завершеним графічним елементом. Будь-які зміни зовнішнього вигляду, які не передбачені у цьому брендбуці аборошені.

Наведені приклади надають уявлення про типові помилки:

1. Зміна кольорів на довільні.
2. Зміна пропорцій логотипу.
3. Довільне компонування елементів логотипу.
4. Нахил.
5. Відтворення на тлі, подібному з відтінком елементів логотипу.
6. Використання в низькій якості.

1)



2)



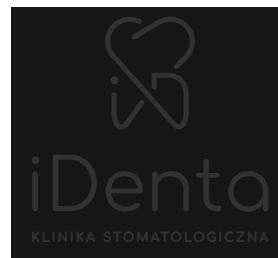
3)



4)



5)



6)



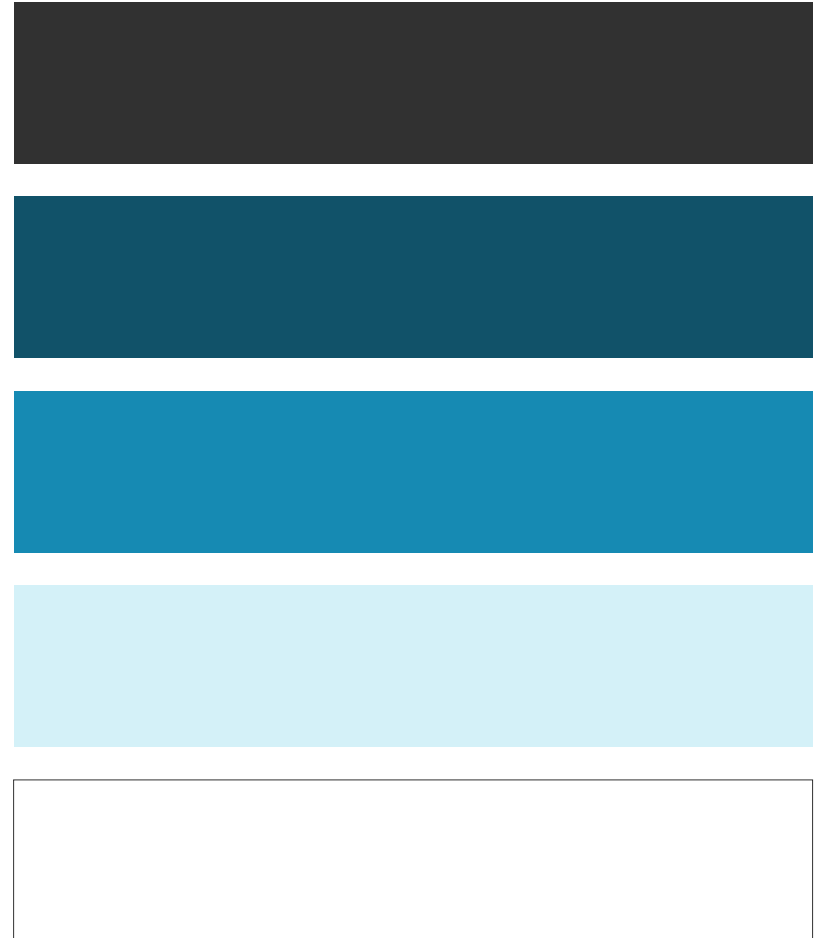


ФІРМОВІ КОЛЬОРИ

РОЗДІЛ 3

ФІРМОВІ КОЛЬОРИ

Бренд поєднує відтінки синього, що символізують довіру, професіоналізм і стабільність, а також доповнюється білим і чорним кольорами. Це створює образ чистоти, прозорості, системності та сучасності. Таке поєднання кольорів символізує єдність і цілісність, підкреслюючи людяність, відкритість та високий стандарт обслуговування. Водночас, контрасти між кольорами додають зручності та впевненості, створюючи затишну і привабливу атмосферу для кожного пацієнта.



ФІРМОВІ КОЛЬОРИ БРЕНДУ

CMYK: 0 0 0 95 RGB: 49 49 49 HEX: 313131 PANTONE: NEUTRAL BLACK C	75%	50%	25%
CMYK: 70 0 0 69 RGB: 17 82 105 HEX: 115269 PANTONE: 5473 C	75%	50%	25%
CMYK: 80 30 20 0 RGB: 22 138 179 HEX: 168AB3 PANTONE: P 117-6 C	75%	50%	25%
CMYK: 20 0 5 0 RGB: 212 241 248 HEX: D4F1F8 PANTONE: P 115-3 U	75%	50%	25%
CMYK: 0 0 0 0 RGB: 255 255 255 HEX: FFFFFFFF PANTONE: WHITE	75%	50%	25%



iDenta







ФІРМОВІ ШРИФТИ

РОЗДІЛ 4

ФІРМОВІ ШРИФТИ

Загальні рекомендації:

Geologica – для заголовків та ключових елементів.

Montserrat – для основного тексту.

Comfortaa – для акцентів і декоративних елементів.

Комбінація шрифтів має бути гармонійною. Geologica і Montserrat у поєднанні створюють сучасний і професійний образ. Comfortaa — додає емоційності і людяності.

Контрасти: використовувати Geologica для найважливіших слів у заголовках, Montserrat — для основного тексту, Comfortaa — для особливих акцентів.

Рівень деталей: уникати перевантаження — кожен шрифт у своїй ролі.

ШРИФТИ

Geologica – для заголовків та ключових елементів.

Рекомендації:

Використовуйте для великих і виразних заголовків (H1, H2), назви акцій, слоганів або важливих слів у брендбуці.

Розмір: від 36 пікселів і вище для основних заголовків, щоб привертати увагу.

Стиль: напівжирний або жирний варіант для підвищення впливовості.

Колір: рекомендовано використання в фірмових кольорах, щоб зберегти сучасний і строгий вигляд.

Стилістика:

Виглядає сучасно, міцно та солідно, підкріплює ідеї сучасності і високої якості.

Geologica

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

Аа, Бб, Вв, Гг, Ёё, Дд, Ее, Єе, Жж, Зз, Ии, Іі, Її, Йй, Кк, Лл, Мм, Нн, Оо, Пп, Рр, Сс, Тт, Уу, Фф, Хх, Цц, Чч, Шш, Щщ, Ъь, Юю, Яя

1234567890

Regular

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

Аа, Бб, Вв, Гг, Ёё, Дд, Ее, Єе, Жж, Зз, Ии, Іі, Її, Йй, Кк, Лл, Мм, Нн, Оо, Пп, Рр, Сс, Тт, Уу, Фф, Хх, Цц, Чч, Шш, Щщ, Ъь, Юю, Яя

1234567890

ШРИФТИ

Montserrat – для основного тексту

Рекомендації:

Використовувати для всього основного контенту: описів послуг, інформаційних блоків, текстів на сайті та у документації.

Розмір: 14-16 пікселів — комфортне читання для більшості документів.

Стиль: Regular або Medium для основного тексту, SemiBold або Bold — для підзаголовків або важливих слів.

Колір: рекомендується використовувати в фірмових кольорах, для тексту темно-сірий (#313131), або чорний (#000000), залежно від фону.

Стилістика:

Чіткий, сучасний без зайвих деталей шрифт із високою читабельністю.

Його нейтральність дає змогу не відволікати увагу, водночас підкреслює сучасну і людяну атмосферу.

Montserrat

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

Аа, Бб, Вв, Гг, Її, Дд, Ее, Єе, Жж, Зз, Ии, Іі, Її, Йй, Кк, Лл, Мм, Нн, Оо, Пп, Рр, Сс, Тт, Уу, Фф, Хх, Цц, Чч, Шш, Щщ, Ъь, Юю, Яя

1234567890

Regular

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

Аа, Бб, Вв, Гг, Її, Дд, Ее, Єе, Жж, Зз, Ии, Іі, Її, Йй, Кк, Лл, Мм, Нн, Оо, Пп, Рр, Сс, Тт, Уу, Фф, Хх, Цц, Чч, Шш, Щщ, Ъь, Юю, Яя

1234567890

ШРИФТИ

Comfortaa – для акцентів і декоративних елементів

Рекомендації:

Використовувати для деяких заголовків, коротких слоганів, цитат, підписів або елементів дизайну, що додають теплоти і дружності.

Розмір: залежить від задачі — зазвичай від 16 до 24 пікселів.

Стиль: Light або Regular, без зайвих жирностей.

Колір: можна використовувати яскраві теплі або м'які пастельні відтінки для створення акценту.

Стилістика:

М'який, теплий і дружній шрифт, що додає бренду людяності і людського дотику.

Ідеально підходить для елементів, що хотіти зробити більш “живими” і теплими (наприклад, слогани, заклички).

Comfortaa

Regular

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

Аа, Бб, Вв, Гг, Ѓѓ, Дд, Ее, Єе, Жж, Зз, Ии, Іі, Її, Йй, Кк, Лл, Мм, Нн, Оо, Пп, Рр, Сс, Тт, Уу, Фф, Хх, Цц, Чч, Шш, Щщ, Ъь, Юю, Яя

1234567890



ФІРМОВИЙ ПЕРСОНАЖ

РОЗДІЛ 5

ФІРМОВИЙ ПЕРСОНАЖ

Опис персонажа:

Ім'я: Denti

Роль: Дружній стоматолог-експерт, наставник і гід у світі сучасної стоматології.

Зовнішність: Мультяшний стиль із яскравим і дружелюбним виглядом. Одягнений у білий медичний халат із синіми акцентами. Має темне волосся, зібране у хвіст, і тримає в руках символ-зуб.

Вираз обличчя: Привітна усмішка, що випромінює тепло і довіру.

Кольорова палітра: Основні відтінки — білий і синій, що відповідають фірмовому стилю бренду iDenta.

Характеристика:

Людяний і доброзичливий: Символізує відкритість і турботу про кожного пацієнта.

Професійний і сучасний: Втілює високі стандарти і сучасність бренду.

Інноваційний: Відображає інноваційний підхід компанії до стоматології.

Призначення:

На сайті та в соціальних мережах: Використовується в ілюстраціях та анімаціях для взаємодії з клієнтами і створення позитивного іміджу.

Рекламні та інформаційні матеріали: Брошури, флаєри, документи для пацієнтів, що підкреслюють турботу і професійність.



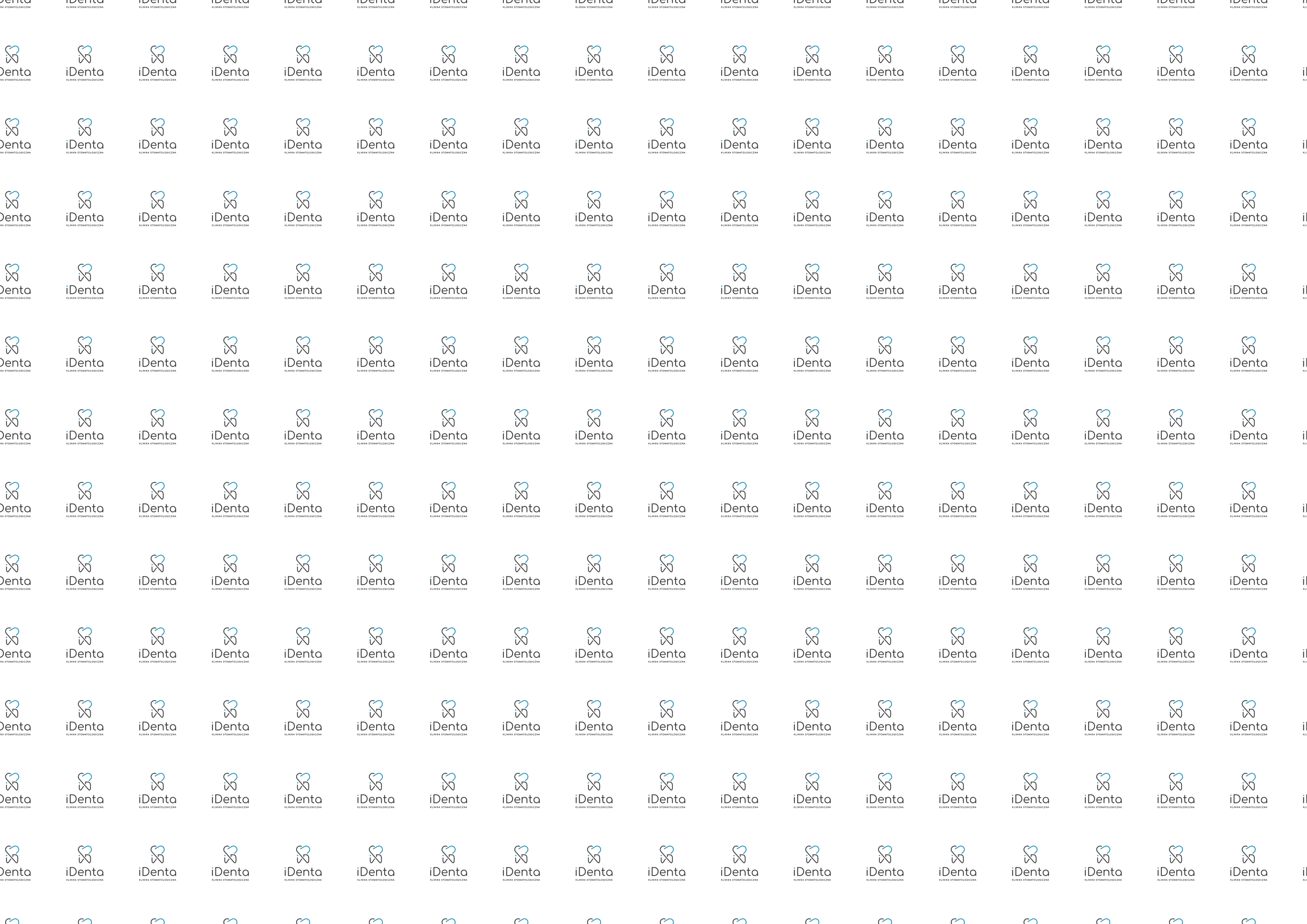


ФІРМОВІ ПАТТЕРНИ

РОЗДІЛ 6

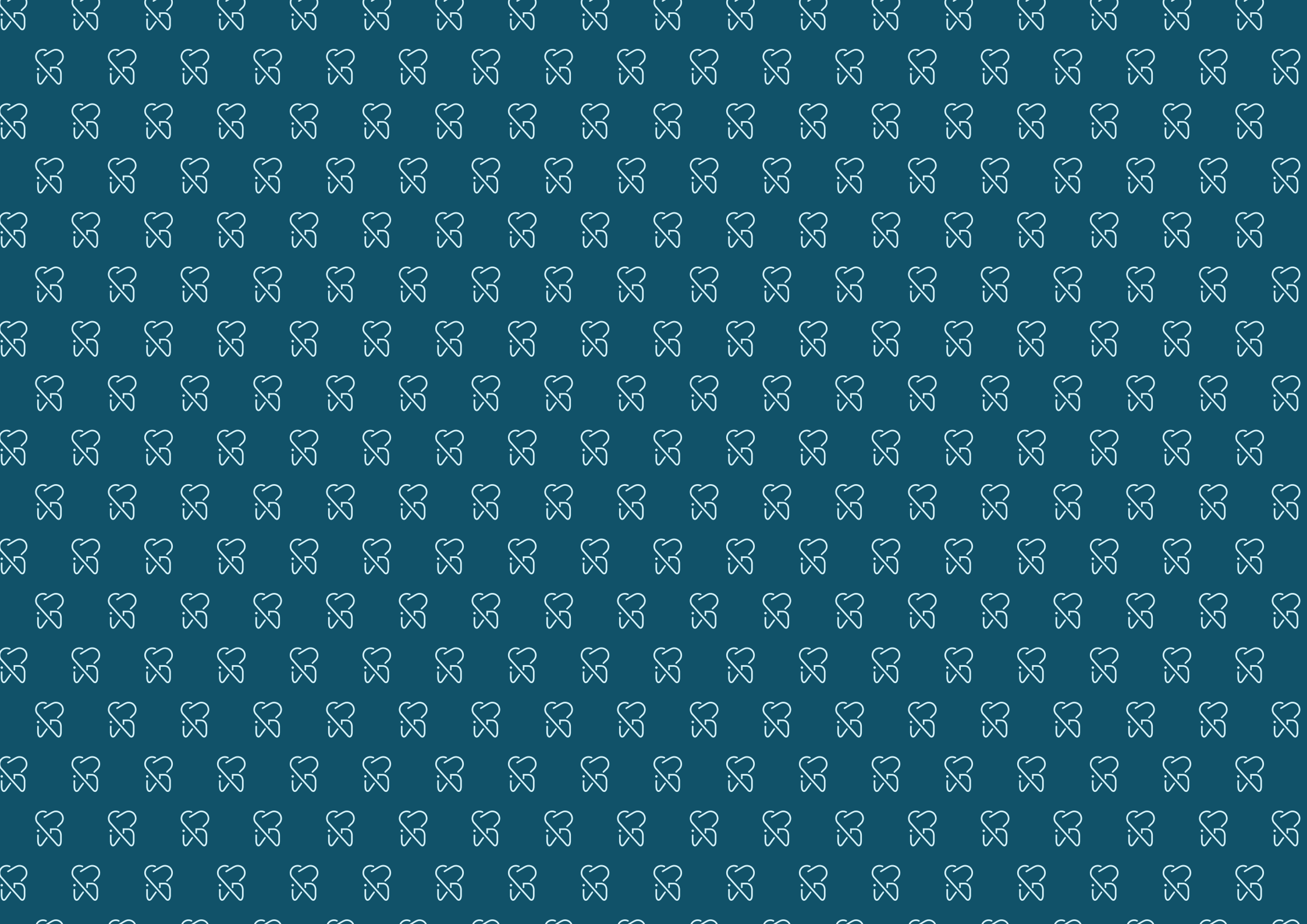
ФІРМОВІ ПАТТЕРНИ

Існують різні кольорові та композиційні варіанти побудови фірмового патерну. Його використання можливе у будь якому масштабі.











ФІРМОВІ ФОТОГРАФІЇ

РОЗДІЛ 7

ЗАГАЛЬНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ДО ФОТОГРАФІЙ

Стиль і атмосфера

Яскравий і сучасний стиль: Використовуйте природне та штучне освітлення, щоб передати чистоту та сучасність.

Теплі та людяні емоції: Фотографії повинні викликати довіру і комфорт — усміхнені пацієнти і дружелюбний персонал.

Чисті і мінімалістичні фони: Уникайте зайвих елементів, що відволікають увагу, щоб зосередитися на обличчі, посмішці або деталях інтер'єру.

Образ і тон

Натуральність: Фото повинні виглядати природньо, без надміру постановочності.

Різноманітність: Відображайте різні вікові категорії, етнічні групи і ситуації — щоб підкреслити інклюзивність і довіру.

Позитив і впевненість: Пацієнти і лікарі повинні виглядати спокійно, впевнено і щасливо.

Підходящі сцени

Процедури: Фото з пацієнтами під час консультацій та процедур (з або без масок, з урахуванням безпеки і приватності).

Інтер'єр: Відкриті, сучасні та чисті приміщення клініки — рецепція, кабінети, зони очікування.

Персонал: Лікарі і медичний персонал у професійному одязі, що займаються лікуванням і спілкуються з пацієнтами.

Усмішки і гарний настрій: Всі на фото мають бути веселими, доброзичливими, підкреслюючи людяність бренду.

Техніка зйомки

Використовуйте високу роздільну здатність: якість фото має бути максимально чіткою.

Злегка розмитий фон: для більшої уваги до об'єкта, використовуйте розмивання заднього плану.

Яскраві кольори: підкреслюйте фірмову палітру — білі, сині, легкі пастельні кольори.

Етичність і конфіденційність

Не знімайте пацієнтів без їхньої згоди.

Заздалегідь отримуйте дозволи для використання знімків в маркетингу та на сайті.









ДИЗАЙН ТА ВІЗУАЛІЗАЦІЯ НОСІЇВ ФІРМОВОГО СТИЛЮ

РОЗДІЛ 8

ЗАГАЛЬНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ДО ПОЛІГРАФІЇ

Загальний стиль і оформлення

Використовуйте чистий і мінімалістичний дизайн із великою кількістю білого простору для створення відчуття чистоти і сучасності.

Відоображайте фірмову палітру: основні кольори — білий, синій, пастельні відтінки, а також чорний і сірий для тексту.

Враховуйте стиль шрифтів: головним шрифтом для заголовків — Geologica, для основного тексту — Montserrat, для акцентів — Comfortaa.

Макет і структура

Застосовуйте сіткову структуру для рівномірного розподілу інформації.

Використовуйте великі заголовки, підзаголовки, короткі абзаци і списки для легкості сприйняття.

Включайте іконки або графічні елементи у стилі мінімалізму для уточнення інформації і візуальної привабливості.

Візуальні елементи

Фотографії та ілюстрації мають бути високої якості, з м'яким світлом і теплим тоном.

Застосовуйте графіку у корпоративній кольоровій палітрі, щоб підкреслити унікальність бренду.

Уникайте перевантаження дизайну — кожна сторінка повинна мати "дихання" і легкість.

Додаткові рекомендації

Включайте до поліграфії логотип у верхньому або нижньому куті, щоб підсилити впізнаваність.

Завжди залишайте достатньо вільного простору для візуального балансу.

Враховуйте цільову аудиторію і відповідний стиль — дружній, сучасний і професійний.

ВІЗИТНА КАРТКА - ТЕРМІНАЖ



БРОШУРА



КАЛЕНДАР



НАВІГАЦІЯ



ВИБІСКА



УНИФОРМА



ІНТЕР'ЄР (РЕСЕПШЕН)



ІНТЕР'ЄР (ЗОНА ОЧІКУВАННЯ)

ІНТЕР'ЄР (ЗОНА ОЧІКУВАННЯ)



ІНТЕР'ЄР (КАБІНЕТ)





ДЯКУЮ ЗА УВАГУ!