



MARCHIO

Gli elementi che compongono il marchio sono:

- l'aereo di carta, un'origami piuttosto semplice da fare ma solo chi sa farlo bene è in grado di farlo volare, proprio come i siti web: oggi la rete, le riviste e libri specializzati danno a chiunque nozioni basilari e la possibilità di costruire il proprio sito senza troppo sforzo ma a volte questi risultano semplici, poco chiari e leggibili, forse anche troppo standardizzati. I web designer creano soluzioni sempre nuove, chiare e capaci di sorprendere e riescono, metaforicamente, a far volare l'aereo planino;

- il cielo di sfondo è un azzurro "sporco", "contaminato" di idee, un'espressione quasi romantica per rappresentare l'impegno e il lavoro. La sua forma tondeggiante lo rende perfetto per il web in quanto il cerchio è una delle forme più usate per marchi e loghi che necessitano di stare in spazi ridotti.

Il marchio è "fatto a mano" in modo da renderlo unico, irripetibile questo a voler comunicare l'essere "artigiani del web", un ossimoro che però trova forza nel lavoro del web designer. L'aereo inoltre, a differenza del precedente è rivolto verso destra che in una chiave di lettura occidentale (abituata a leggere da sinistra verso destra) ha un maggior impatto e comunica meglio il volo.

WEBEING.NET

LOGOGRAMMA

Il logogramma associato al marchio riporta il nome dello studio webeing.net. Il font utilizzato è l'Ostrich Sans Rounded Medium, creato da Tyler Finck nel 2011, che con le sue linee slanciate si abbina bene con le forme dell'aeroplanino di carta; lavorando sulla crenatura del carattere la leggibilità della "l" e del "punto" è migliorata.

Ci sono sei posizioni ufficiali del logo: tre verticali e tre orizzontali. Su le versioni orizzontali che le verticali sono disponibili in tre combinazioni:

- marchio e logogramma;
- marchio, logogramma e dicitura delle attività svolte; queste ultime riportate utilizzando l'Ostrich Sans Black;
- marchio, logogramma e la dicitura studio-creativo in Ostrich Sans Rounded Medium.

Nelle versioni verticali il marchio può essere ridotto fino a 20mm, calcolati rispetto alla sua altezza, affinché le diciture siano leggibili; invece le versioni verticali possono essere rimpicciolite fino a 15mm.

MARCHIO E LOGOGRAMMA



MARCHIO, LOGOGRAMMA E DICTURA ATTIVITA'



MARCHIO, LOGOGRAMMA E DICTURA STUDIO CREATIVO



LE FONT

OSTRICH SANS RAOUNDED MEDIUM

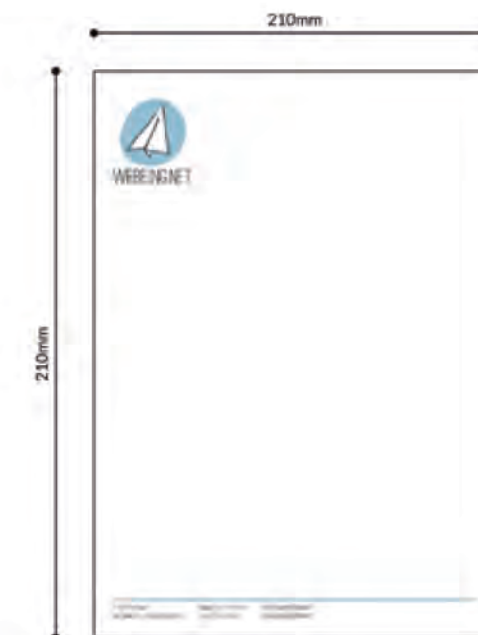
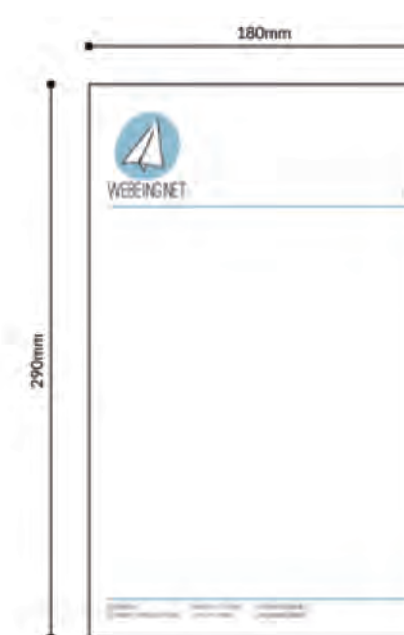
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
vwxyz
0123456789!@#%&\$(/|\
) , : ; - _ * +

OSTRICH SANS BLACK

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
QRSTUVWXYZ
0123456789!@#%&
\$(/|\),:;-_*+

LATO

ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
Zabcdefghijklmnopqrstuvwxyz
pqrstuvwxyzàòèéà
ù0123456789!@#
%&\$(/|\),:;-_*+



CORREDO CARTACEO

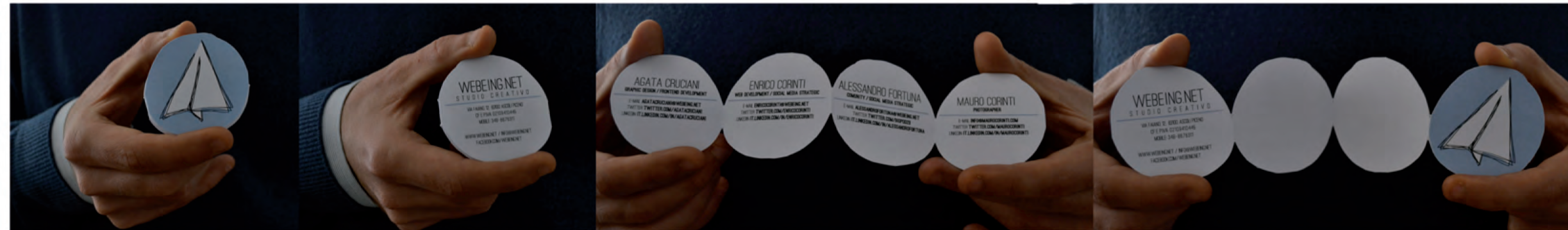
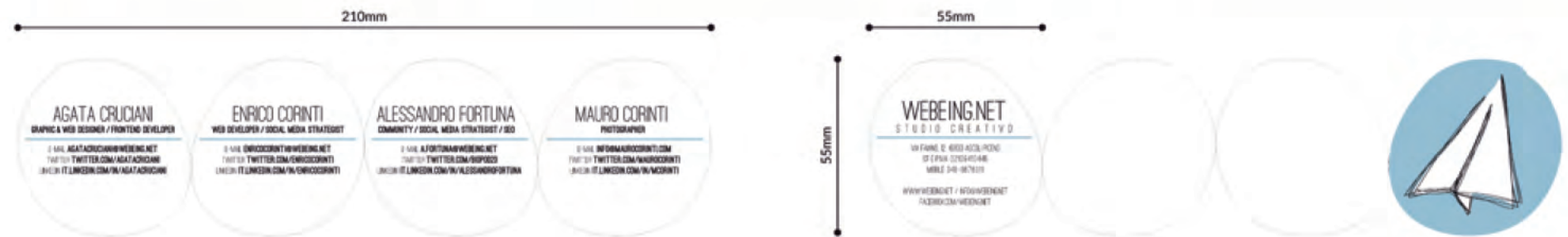
Tutto il corredo grafico è molto omogeneo, il logo composto da marchio e logogramma è sempre presente in alto a sinistra. Nella parte bassa della carta intestata e in quella dei preventivi, più piccola, vi sono le generalità dello studio, l'unica differenza è presente nella seconda che in alto ha una striscia azzurra che accompagna, in alto a destra, il numero della pagina. All'interno di esse la font da utilizzare il Lato (disegnato da Lukasz Dziedziec nel 2010), saranno i membri dello studio a decidere come a seconda dell'evenienza: il Lato è inoltre il font che caratterizza i testi nel sito dello studio; in questo modo si crea un collegamento tra quello che è la tipografia on-line e off-line. La cartellina per i preventivi ha un'unica e compatta intestazione in alto, al logo si aggiungono le diciture delle attività che lo studio svolge e sotto di esse le generalità.





BDV PERSONALE

Il "biglietto da visita personale" si compone di una parte quadrata, di dimensione 60x55mm, e una parte triangolare che ne aumenta la lunghezza fino a 103 mm. Nella parte frontale è riportato il nominativo, il ruolo e i contatti. Nella parte posteriore è riportato il logo dell'azienda (marchio, logogramma e dicitura studio creativo). Grazie a delle guide la parte triangolare può essere staccata e diventare un aeroplanino di carta. I font utilizzati sono l'Ostrich Sans Rounded Medium per i nominativi e l'Ostrich Sans Black per le diciture.



BDV AZIENDALE

Questo tipo di biglietto si presenta nella parte frontale con il marchio e nella parte posteriore con il logogramma e la dicitura studio creativo sotto il quale sono riportate le generalità dello studio. Le dimensioni del biglietto sono 55x55 mm quando è chiuso e 55x210 mm quando è aperto. Il biglietto si apre a fisarmonica e permette di leggere i nominativi, i ruoli e i contatti dei membri dello studio. I font utilizzati sono l'Ostrich Sans Rounded Medium per i nominativi e l'Ostrich Sans Black per le diciture dei ruoli e dei contatti.





HOME

Nella Home è presente una foto dei professionisti che lavorano nello studio e il menù che al suo interno presenta le varie voci sulla destra e il logo (marchio e logogramma) sulla sinistra. Grazie a questo menù, sempre presente nella schermata, si può navigare il sito che è stato realizzato con uno schema parallax cioè che sviluppa la sua struttura verticalmente o orizzontalmente in una sola pagina. Questa soluzione è stata pensata tenendo conto delle nuove tecnologie, come smartphone o tablet nei quali è comodo avere più informazioni in una sola pagina e poterle visualizzare con lo scroll, cioè muovendo il documento su o giù.



SERVIZI

Nei Servizi sono presenti tre icone descritte nello spazio dove si sviluppa il logo, che rappresentano i tre principali campi di attività dello studio: Design, Sviluppo e Promozione. Sotto le icone e le didascalie vi è una breve spiegazione.

VISUALIZZAZIONE DEL PORTFOLIO

Cliccando su una delle immagini del portfolio si apre un pop up che ingrandisce la foto e al fianco di quest'ultima è presente il nome, la lista delle tag, ossia le etichette tematiche che descrivono il tipo di progetto, relative al lavoro e la descrizione del cliente. Ai lati dell'immagine due icone a forma di freccia permettono la navigazione degli altri lavori rimanendo sul pop up. Un pulsante a forma di aereo di carta con la scritta "vai al sito" conduce l'utente al sito in analisi. Per uscire da quest'ultimo si può premere un pulsante con un'icona a forma di X in alto a destra oppure cliccare fuori dall'immagine. Questo procedimento diminuisce la macchinosità e ne aumenta l'ergonomia facendo in modo che si resti sempre su una pagina.



PORTFOLIO

Il Portfolio è stato riorganizzato in modo tale che all'inizio siano visibili solo gli ultimi tre lavori realizzati e la loro descrizione. Sotto di essi un pulsante a forma di aeroplano con la scritta "visualizza altro" permette di accedere agli altri lavori. Sulla parte finale del Portfolio scorreranno le citazioni dei testimonial.



PORTFOLIO



ABOUT



ABOUT

In About sono riportate le foto, i nomi e i ruoli all'interno dello studio dei quattro professionisti che vi lavorano. Sotto le foto e le generalità, delle icone permettono di visualizzare i loro profili twitter e linked-in oppure di contattarli tramite e-mail. Nella parte inferiore della sezione About, come per la sezione Portfolio, ruotano i tweet correlati alla pagina di Twitter Webeing.net ed un tasto permette di diventare follower.

CONTATTI

Precedentemente ai Contatti tutte le voci erano accompagnate da un background bianco con linee azzurre che dividevano le voci. Ora il colore diventa azzurro in modo da dare maggior risalto. Qui si dà la possibilità all'utente di poter contattare lo studio tramite e-mail o compilando un modulo affiancato da una mappa che mostra dove si trova lo studio. Un aeroplano trasporta quattro icone che corrispondono alle pagine Twitter, Linked-in, Facebook e Instagram di webeing.net. Nella parte finale sono riportate le generalità dello studio.

CONTATTI



ICONE

Tutte le icone sono state pensate e disegnate in modo tale da mantenere lo stile e il messaggio trasmessi dal logo in modo tale da rendere unici e irripetibili anche i particolari.

