

Autokomentarz

Tematem mojej projektowej pracy dyplomowej jest „Projekt systemu identyfikacji wizualnej firmy transportowej”. Proces projektowy obejmował utworzenie nazwy, stworzenie logo wraz z księgą znaku oraz całej spójnej tożsamości wizualnej. Firma, dla której została utworzona identyfikacja specjalizuje się w transporcie towarów sypkich i objętościowych terenie całej Polski. Odbiorcami jej usług są zakłady produkcyjne oraz przedsiębiorstwa z różnych branż, np. drogowej, rolniczej czy spożywczej. Zbudowanie tożsamości miało na celu wyróżnienia się na rynku. Potrzeba wysokiej rozpoznawalności w tej branży transportu towarów jest bardzo duża, ze względu na występowanie konkurencji bezpośredniej w dużej ilości. Celem mojej pracy projektowej było utworzenie logo, które ma za zadanie budzić zaufanie, być kojarzone z etyką działania i bezpieczeństwem powierzanych towarów. Dodatkowo spójny wygląd marki miał pomóc w budowaniu nowych relacji biznesowych. Nazwa firmy została utworzona na bazie łacińskiego słowa „vitulus”, które w tłumaczeniu przypomina nazwisko właściciela. Wykorzystanie łacińskiego tłumaczenia wynikało z obiektywności, co do użycia samego nazwiska właściciela, czyli Ciołko, ze względu na jego niefortunna odmianę w języku polskim. Co ważne, tak brzmiąca nazwa może otwierać drzwi do ewentualnej ekspansji zagranicznej. Wygląd logo nawiązuje do wizerunku byka, ponieważ jedno ze znaczeń łacińskiego słowa to młody byk. Dodatkowo zwierzę to kojarzy się z czymś, co jest ogromne, silne, mocne – uznałam, że te skojarzenia pasują też do tej branży transportu, czyli wielkogabarytowe towary, potężne ciągniki i naczepy. Co więcej wizerunek młodego byka znajduje się na szlacheckim herbie o podobnie brzmiącej nazwie „Ciołek” (jednego z ważniejszych herbów rycerskich i szlacheckich Rzeczypospolitej). Sygnet to wynik połączenia litery „V” z graficznym przedstawieniem byka, który ma mocny, wyrazisty charakter. W połączeniu z nazwą „Vitulus” tworzą logo, które jest rozpoznawalne, kojarzy się z solidnością i profesjonalizmem. Znak ten jednocześnie oddaje filozofię firmy, czyli bezpieczeństwo, zaufanie oraz etyka działania. Projekt logo dał duże możliwości do opracowania spójnej tożsamości całej marki, a w szczególności do stworzenia materiałów widocznych na flocie transportowej firmy.