

איך לעצב רולאפ מיתוגי?

איילת כהן צדק, דמיון הפקות



מיקום

ליד דוכן בתערוכות / יריד חסויות
על הבמה בצדדים
בלובי / בצידי האולם

תפקיד

למתג את המוצר / השירות
להעביר מסרים תומכים
לפרסם את פרטי הקשר

צבעים ברולאפ

מעט צבעים – עדיף להתמקד בצבע אחד / שניים,
הרולאפ המיתוגי "צובע" את המיקום בו הוא נמצא, והחשיבות שלו הוא בנוכחות שהוא יוצר ע"י
הצבע. הצבע השולט בו יהיה כמובן מתוך הלוגו
ככל שיהיו יותר צבעים ברולאפ זה יחליש את האפקט, ואם חשוב הרבה, אז עדיף גוונים תומכים
של אותם צבעים מריבוי צבעים.

בחירת צבעים

כדאי לחשוב על בחירת צבע שיתאים למותג, לצבעים השפעה גדולה בתפיסה שלנו, ויש חשיבות לצבעים שונים בתרבויות שונות, בכל מקרה כדאי לנו לבחור בצבעים בולטים ולהיזהר מגוונים "יבשים".



קצת על צבעים

גווני כתום – להט, עליזות, חושניות	גווני הכחול – לכיוון המרגיע, קריר, רפואי
גווני סגול – הוליסטי, איזון, מלכות	גווני אדום – עצמה, כוח, תשוקה, אזהרה
גווני חום – יציבות, אמינות	גווני ירוק – רעננות, בריאות, צמיחה
גווני ורוד – רומנטי, נשי, אופטימי	גווני צהוב – חמימות, זוהר, שמחה, עושר

סה"כ זו תורה שלמה, וכדאי קצת להבין יותר כשבחרים צבע מיתוג, כמובן שלא נכנסתי כאן לשילוב של צבעים שיוצר משמעויות נוספות ולמשמעויות שליליות שיש לכל צבע אבל זה על קצה המזלג.

בכוונה שחור, לבן ואפור לא נמצאים ברשימה

אלו צבעים שאין בעיה להשתמש בהם, בד"כ לא כצבע המיתוג עצמו, אלא כחלק מהעיצוב, אפילו כרקע לכל הרולאפ, רק בזהירות, רולאפ לבן נותן תחושה של סדר וניקיון ונוח לשים אותו כבסיס רקע, שחור לעומת זאת דרמטי ומתאים יותר לערב, לבחירתכם.

ריבוי רולאפים

כדי לייצר הפגנת כוח של מותג, כדאי להכין כמה רולאפים בגרפיקה אחידה, ולפזר אותם בלובי / באולם / בשני צידי הבמה, כך הרולאפים מקבלים יותר ויותר כוח, הצבע והלוגו נחקק, ויש תחושה של מותג.

אפשר לייצר כמה וכמה רולאפים עם שפה גראפית אחידה ובכל אחד לשים תמונה ומשפט שמחזק את המוצר / השירות

לדוגמא: כנס בנושא מוצרי תזונה: יכולים להיות מפוזרים 6 רולאפים בלובי, כולם עם עיצוב ירוק (כיוון של בריאות, צמיחה), ובכל רולאפ תהיה תמונה אחרת של אנשים אוכלים בריא, מתאמנים, יורדים במשקל, ובכל אחד משפט מחץ בנושא: "גם אני הופתעתי כשכאבי הראש הפסיקו..." "לאכול בריא כמו שתמיד רציתי..."

כל המשפטים, התמונות והצבע הירוק תומכים במוצרי התזונה שאני רוצה למכור ועוזרים לייצר את התחושה שאני מכוונת אליה.

מיקומים ואובייקטים

כדאי לכתוב מעט עם תמונה גדולה – ברולאפ מיתוגי, אנחנו לא מפרטים הרבה, כדאי להתמקד בשורה שתיים בפונט גדול ובולט, משפט מחץ, סלוגן. את הפרטים אפשר להוסיף בקטן, אבל כדאי שלא יהיה כמעט כיתוב, אלא בעיקר ויזואלס: אלמנט עיצובי אחד בולט שמעביר את התחושה של המוצר / שירות. אנשים לא נעצרים לקרוא מלל על רולאפ, התפקיד שלו הוא ויזואלי, וחשוב לזכור את זה.

כדאי לדמיין ששני אנשים עומדים ומצטלמים ליד הרולאפ, הם יסתירו את רובו, אבל משהו יציץ מלמעלה? ביניהם? ואלו המקומות שחייבים להיות בהם אובייקטים, חשוב לזכור שכל מה שיהיה בתחתית הרולאפ יהיה ליד הקרסוליים ואלו אזורים שבד"כ גם לא יופיעו בתמונות.

