

CÉGES ARCULAT

Szorre Szandra

PTE MK

Tervezőgrafika, 3. Évfolyam

Gerendy Jenő egyetemi docens

A Flagstones cég számára terveztem arculatot. A vállalat kereskedelmi tevékenységet folytat, természetes köveket importál a következő ázsiai országokból: India, Kambodzsza, Kína, Malajzia, illetve a következő európai országokból: Horvátország, Olaszország, Románia. Exportál a környező szomszédos országokba.

A logótervezést kutatómunka előzte meg. Azt szerettem volna feltérképezni, hogy ebben a témában milyen különböző logókat, webes felületeket alkalmaznak. Találtam olyan megoldásokat, ahol a logó túl volt díszítve, amatőr érzetet keltett. A kőburkolatok elegáns enteriőrökben mutatnak jól, az ár-érték arányt tekintve egy túlbonyolított logó nem illeszkedik kellőképpen a termékekhez. A másik példa, amivel sokszor találkoztam, hogy nem utalt semmi sem a kőburkolatokra, sem a kereskedelemre. Sokszor csak felírták a cég nevét, ugyan lehetséges, hogy egyedi betűtípussal, de semmi tipográfiai játékot nem alkalmaztak. Én szerettem volna belevinni valami olyan betűs játékot, ami tartalmilag is kifejezi azt, amit kíván reprezentálni.

A logóban célom volt, hogy megjelenítsem, a cég importálással, valamint exportálással foglalkozik. A szögletes betűket azért terveztem, hogy visszahozza a burkoló kövek négyzetes formavilágát és illeszkedjen geometrikus formájával a referenciák-, belső és külső épületrészek megjelenítéséhez. A tervezés alatt több módon próbáltam elhelyezni a logóban valami közérthető szimbólumot, ami a kereskedelemre utal. A nyíl kezdetben túl egyértelműnek, szokványosnak tűnt számomra, mégis foglalkoztatott, hogy miként rejthetnék nyíl formát a logóba, hisz lehet, hogy sokat alkalmazzák, de egyértelműen tudná mutatni a cég tevékenységét. A logótervezés egyik fázisát tehát az jelentette, hogy a nyilat mi módon helyezzem el a logóban, míg végül két egymástól ellentétes irányba mutató nyilat használtam, ezzel utalva az export-importra. A kialakult formát pedig a feliratban lévő "n" betűbe építettem bele.

Az ellentétes irányú nyilak jól alkalmazhatóak raszterhálónak, mely szerepel az arculati elemeken. A logóval egy modern, elegáns, leegyszerűsített irányvonalat szerettem volna képviselni, amihez jól illeszthető ez a dekoratívabb minta. Úgy éreztem, hogy az arculatnak magába kell foglalnia a letisztultságot, minimál hozzáállást és egyfajta aprólékosabb megközelítést is, hisz az építkezés, felújítás céljából kőburkolatokat kereső emberek számára meghatározó lehet mindkét irány. A referenciefotók között is előfordul teljesen

minimál, illetve dekoráltabb beltér és kültér. Ezért gondoltam, hogy valamelyest vegyítem a kettőt, megmaradva az egyszerű alakzatoknál.

A weboldal készítésénél sok akadályba ütköztem, a kivitelezés, programozás során többször át kellett gondolnom az eredeti tervet és változtatnom kellett rajta, hogy működőképes, minden szempontból funkcionális weboldal jöhessen létre. A főoldal tervezésénél merült fel a legtöbb probléma. Először nem kifutó-, teljes képernyő szélességű képeket szerettem volna a főoldalon látni, hanem a referenciaoldalon található legnagyobb képek méretét tartottam volna a főoldalon is. A képernyő két szélén pedig az egymástól ellentétes irányba mutató nyilakból kialakított hálót helyeztem volna el. A programozás során viszont kiderült, hogy ezt csupán akkor lehet megvalósítani, ha hajlandó vagyok eltekinteni attól, hogy a középen lévő nagy kép és a minta nem fog pontosan találkozni egymással. A fluidizált layout nagy előnye, hogy mikor a megnyitott internetes ablak méretén változtatunk, automatikusan rendez mindent újra. Fontos ez a mai világban, ahol már a mobilon is internetezünk. Az általam tervezett weboldal fluidizált layouttal készült és emiatt és a különböző monitorméretek miatt beláttam, hogy nem tud illeszkedni a főoldalon lévő rászterháló a középső referenciatérrel. Azért okozott ez gondot, mert így nem tudtam hova helyezni a hálót a főoldalon és már az összes arculati elemet elkészítettem, amiken szerepelt a minta, ebből adódóan következetesnek kellett lennem és valahogy meg kellett oldanom, hogy a weblap nyitóoldalán is szerepeljen. Az alsó sávba nem tehettem, mert túl sötét lett volna az oldal, hiányzott volna róla a fehér felület. Úgy oldottam ezt meg, hogy készítettem a főoldal elé még egy nyitóoldalt, ahol egyet kattintva tovább léphetünk a főoldalra és ezen az új nyitóoldalon helyeztem el a hálót. Így az emberek össze tudják kötni a weboldal megjelenését a katalóguson lévő grafikával, illetve az arculat többi elemével. A főoldalon a fejlécen-, kifutó képek kívül pedig megjelennek még a kiemelt és akciós termékek. Olyan magasságot hagytam a főoldalon lévő fotónak, hogy a különböző monitorokon is látszon a "kiemelt termékek" felirat és a termékek fotóinak teteje, hogy a weblap nézői számára egyértelmű legyen, lefele is lehet görgetni. Ezen kívül még megemlíteném a főoldalról, hogy a középső képek átúszással váltakoznak.

A referenciaoldal kialakításával foglalkoztam még sokat, hisz a főoldalon kívül még ez az oldal tudja meggyőzni a vásárlókat látványvilágával. Igyekeztem a képeket izgalmasan elhelyezni, ezért játszottam a képméretekkal, jól átgondoltam, hogy melyik képeket teszem

egymás alá és mellé. Fontos volt az egymáshoz közel lévő képek tónusa, többször világosabb kép után sötétet helyeztem. A „referenciák” menüpontban a képek lefele görgetéssel megtekinthetők.

A „termékek” menüpont még egy lényeges része a weblapnak. Itt különböző kategóriákban mutatom meg a köveket. Van „mészkö”, „gránit”, „pala” és „kockakő” kategória. Ha egy köves fotóra rákattintunk, felnyílik egy ablak, ahol megjelenik a kő nagyobb méretben és hozzá egy referencia. A referencia alatt pedig a kőhöz tartozó adatok vannak, valamint a megrendeléshez szükséges „kosárba” gomb foglal helyet. A weboldal webshopként is funkcionál, hogy a vásárlók interneten is tudjanak megrendelni.

A kisarculaton a logót a raszterhálóval kombinálom. A háló a névjegykártya- és a levélpapír hátulján szerepel.

A katalógus mérete: 15 cmx15 cm. Ez a formátum teljesen alkalmasnak bizonyult a termékek bemutatására, hisz az utazó érdeklődők számára ez egy kényelmesen szállítható méret. A borítón szintén látható a raszterháló és a logó. Nem helyeztem fotót a borítóra, nem éreztem szükségesnek. Belül a termékek vannak bemutatva a hozzájuk tartozó referenciaképpel. A burkolókövekről készített fotók mindegyike egy teljes oldalt elfoglal, a mellette lévő oldalon látható a referenciakép és a leírások, adatok a termékekről. Ezek az ismertetőik a kövek kódszámát tartalmazzák, itt felsorolom a különböző megmunkálási típusokat, felhasználási területet és az árat.

A képeknek van a legnagyobb meggyőző ereje a vásárló felé, fontos, hogy első számú szerep jusson a fotóknak az arculatban. Ezért kiindulópontnak a képeket tekintettem, az arculat többi részét hozzájuk igazítottam. Célom egy olyan arculat létrehozása volt, amely elegánsan háttérben marad, érvényesülni hagyja a termékfotókat és a referenciaképeket.