|  |  |
| --- | --- |
| **[Битрикс24 — Перезагрузка24](https://dab.by/works/bitrix-restart24-identy/)****Айдентика и сайт мероприятий для Битрикс24** Перезагрузка24 — цикл обучающих семинаров от компании Битрикс24, на которых участники получают много полезной информации, разбирают реальные кейсы, участвуют в продуктивном нетворкинге. Приглашаемые спикеры — признанные профессионалы своего дела, они делятся уникальным опытом с участниками семинаров.  Айдентика мероприятия предлагает буквально «встряхнуть» себя и открыться новым знаниям. **Лендинг мероприятия** Узнать больше о программе мероприятий и записаться на обучающие семинары можно на удобном и современном лендинге.  Расписание предстоящих семинаров организованно в виде удобных карточек. При помощи цвета и формы они разделяются на онлайн и офлайн формат. Слайдер позволяет быстро переключатся между карточками и получить всю необходимую информацию о теме семинара, формате, дате проведения и наличии свобожных мест. **Адаптивы** Сайт адаптирован под различные виды устройств, при этом каждая его версия сохраняет функции и возможности ресурса. | **Bitriks 24 – Reaktywacja24 Identyfikacja wizualna i strona internetowa dla Bitriks24**  Reaktywacja24 – cykl seminariów edukacyjnych od Bitriks24 dzięki którym otrzymują wiele przydatnych informacji, omawiają prawdziwe kejsy, biorą udział w produktywnym networkingu. Zaproszeni speakerzy to uznani w swojej branży profesjonaliści, którzy dzielą się unikatowym doświadczeniem z uczestnikami seminariów.  Identyfikacja wizualna wydarzenia sugeruje dosłownie „wstrząs” i otwarcie na nową wiedzę.  **Landing page wydarzenia**  Dowiedzieć się więcej na temat harmonogramu oraz zapisać się na seminaria edukacyjne można na specjalnie utworzonej stronie.  Harmonogram nadchodzących seminariów stworzony został w kształcie karteczek. Za pomocą koloru i kształtu można rozróżnić format online i offline. Slajder pozwala szybko przełączyć się pomiędzy karteczkami i otrzymać niezbędne informacje na temat seminarium, jego formacie, dacie i dostępności wolnych miejsc.  **Responsywność**  Strona Internetowa jest dostosowana do każdego rodzaju urządzeń mobilnych, zachowując wszystkie swoje funkcje i możliwości zasobu. |
| **[Треви — Фабрика мягкой мебели](https://dab.by/works/corpovideo-trevi/)****Видеоролик-экскурсия по производству мягкой мебели «Треви»** Фабрика мягкой мебели «Треви» с 1998 года выпускает продукцию, которая способна удовлетворить самые взыскательные требования.  Фабрика оснащена современным оборудованием и использует новейшие передовые технологии. В производстве мебели применяют высококачественные и экологически чистые материалы и комплектующие лучших отечественных и зарубежных производителей.  Ролик наглядно показывает каждый этап производства мягкой мебели, делает визуальные акценты на то, с каким особым вниманием и тщательностью подходят на фабрике к изготовлению каждой детали. | **Trewi – Fabryka mebli tapicerowanych   Wirtualna wycieczka po fabryce mebli tapicerowanych „Trewi”** Począwszy od 1998 roku fabryka „Trewi” produkuje meble, które sprostają najbardziej wygórowanym wymaganiom.  Fabryka jest zaopatrzona w nowoczesny sprzęt i stosuje najbardziej zaawansowane technologie. W produkcji mebli wykorzystuje się wysokiej jakości ekomateriały oraz podzespoły najlepszych producentów krajowych i zagranicznych.  Filmik wyraźnie pokazuje każdy etap produkcji mebli. Wizualne akcenty są postawione na to, aby pokazać, z jak szczególną dokładnością fabryka wykonuje najdrobniejsze detale. |
| **[Адреналин — Худеем по науке](https://dab.by/works/adrenalin-key-visuals/)****Концепция ключевых визуалов для сети фитнес-центров «Адреналин»** Проект «Худеем по науке» проводит сеть фитнес-клубов «Адреналин» при поддержке Формула здоровья «Синэво». Программа совмещает в себе с одной стороны кардио- и силовые тренировки, с другой индивидуальные программы питания и интерактивы с тренерами и диетологом.  Образы, используемые в ключевых визуалах, призывают подходить с умом похудению и доверить свое здоровье профессионалам. | **Adrenalina – Schudnij z głową  Koncepcja key visual dla sieci fitness klubów „Adrenalina”**  Projekt „Schudnij z głową” jest prowadzony przez sieć fitness klubów „Adrenalina” przy patronacie Formuły zdrowia „Synevo”. Program łączy w sobie z jednej strony ćwiczenia kardio i siłowe, z drugiej zaś - indywidualne plany żywieniowe i interaktywne spotkania z trenerami i dietetykami.   Obrazy użyte do motywu graficznego wzywają do rozsądnego podejścia do zmniejszania masy ciała i powierzenia swojego zdrowia profesjonalistom. |
| Jardin — Стикерпак **Стикерпак для кофе Jardin** Jardin — сравнительно молодой премиальный кофейный бренд, представляющий широкую коллекцию изысканных сортов кофе. Поэтому для него особенно важно качественно отстроится от конкурентов, оказаться в нужном инфополе и заявить о себе.  Но более важная задача — заговорить со свой целевой аудиторий на ее языке, собрать все лайки, добраться до самой последней модели айфона.  Кофеманы-инстаграммеры (неожиданно) любят постить фотографии с кофе. Напиток для них неотъемлемая часть жизни, они с удовольствием генерируют контент с любимым латте и даже без упоминания бренда.  Теперь все это можно украшать классными стикерами.  Легкая и непринужденная стилистика иллюстраций в стикерах прекрасно подходит как любителям крепкого американо, так и тем, кто не представляет кофе без сиропа и маршмеллоу. | Jardin – Sticker pack  **Sticker pack dla kawy marki Jardin** Jardin jest stosunkowo młodym kawowym brandem z półki premium, oferujący bogatą kolekcję wykwintnych kaw. Dlatego dość istotnym jest wyróżnić się na tle konkurencji, znaleźć się we właściwym polu informacyjnym, a następnie zaprezentować siebie.  Jednak najważniejsze - to komunikacja z odbiorcami swojej grupy docelowej w jej języku: zebrać wszystkie lajki w mediach społecznościowych, dotrzeć do posiadacza najnowszego iPhona.  Kawosze z instragramowego świata uwielbiają wrzucać posty z kawą. Ten napój jest dla nich nieodłączonym elementem życia. Z wielką satysfakcją generują kontent z ulubionym latte nawet bez wspomnienia w poście marki.  Teraz to wszystko można przyozdobić fajnymi naklejkami.  Lekka i niezobowiązująca stylistyka stickerów przypadnie do gustu zarówno miłośnikom mocnego Americano, jak i tym, którzy nie wyobrażają sobie kubka kawy bez smakowego syropu i pianki marshmallow. |
| Принцесса Ява — Просто полезно  Серия видеороликов для чая Принцесса Ява  ЗОЖ в головах людей прочно ассоциируется с активностями, которые требуют много времени и сил. При этом люди понимают, что они получат пользу. Правда, для этого им придется напрягаться.  Но есть другой способ получать пользу. Более приятный, спокойный, без лишних напряжений. Такой путь еще называют СОЖ (счастливый образ жизни). Идея такого образа жизни легла в основу серии роликов чая Принцесса Ява.  Мы подобрали идеальную локацию с библиотекой, сауной и тренажерным залом, собрали команду мечты и отсняли все четыре сюжета всего за полторы смены. Сделали монтаж и цветокоррекцию, подготовили озвучку и необходимые адаптации.  В результате, в несколько раз уменьшили затраты на производство четырех полноценных рекламных роликов.  Как это было смотрите в бэкстейдже со съемок. | Princess Java – po prostu zdrowo  Seria filmików dla herbat marki Princess Java  Z reguły zdrowy tryb życia jest mocno kojarzony z uprawianiem aktywności, wymagających poświecenia zarówno dużo sił, jak i czasu. Jednocześnie, ludzie zdają sobie sprawę, iż poświęcając się, odniosą z tego korzyści.  Jest też inny sposób na czerpanie korzyści. Bardziej przyjemny, spokojny, bez zbędnego stresu. Taki styl jest też nazywany szczęśliwym trybem życia. Właśnie ta idea stanowi podstawę serii filmików dla herbat marki Princess Java.  Znaleźliśmy idealną lokalizację z biblioteką, sauną i siłownią, zebraliśmy wymarzony zespół i nakręciliśmy wszystkie cztery odcinki jedynie w półtorej zmiany. Zrobiliśmy montaż, korektę kolorową, nałożyliśmy głos i niezbędne adaptacje.  W wyniku takich działań kilkakrotnie ucięliśmy wydatki na produkcję czterech pełnowartościowych filmików reklamowych.  Jak to wszystko wyglądało można zobaczyć w zakulisowych nagraniach. |
| [Primum — Оставайся по любви](http://new.dab.by/works/creative-visual-pr-primum/) Ключевой визуал для HR-кампании Primum И выгодно, и приятно  Работа — это как отношения: так же важно выбрать правильного партнера, вы проводите вместе кучу времени и влияете один на другого.  Обыграем эту параллель в лаконичном текстовом кивижуале.  Слоган подчеркивает, что Primum выигрывает у конкурентов по атмосфере и материальным критериям. | Premium – zostań z miłości  Key visual dla kampanii HR Premium.  Zarówno opłacalne, jak i przyjemne.  Praca to jak ludzkie relacje. Tutaj równie ważny jest wybór odpowiedniego partnera, z którym spędzacie razem dużo czasu i wpływacie na siebie nawzajem.  Nawiązujemy do danego skojarzenia przez lakoniczny tekstowy key visual.  Slogan reklamowy podkreśla, iż Premium wyprzedza konkurencję pod względem klimatu, jaki tworzą i kryteriów materialistycznych. |
| DZIЧКА – Сидр Название и этикетка линейки сидров DZIЧКА «Первая Дистилярня» готовилась выйти на рынок с новым сидром, произведенным по единственно правильной технологии: естественное сбраживание свежевыжатого яблочного сока и никаких химических добавок.  Продукт сам по себе классный, оставалось только дать ему хорошее имя, которое бы легко запоминалось и отражало его главное преимущество — натуральность.  Тут на помощь пришло наше агентство и предложило несколько названий. Клиент остановился на «DZIЧКЕ», и мы этому очень рады. Кажется, сидру очень идет этот нейминг. «Дзічкай» называют дикие яблоки и груши. Они редко встречаются, поэтому вызывают интерес и желание попробовать их на вкус. Согласитесь, отличное начало для нового напитка! Сидр готов, имя дали, следующим этапом нашей работы стала разработка этикетки. Чтобы не затеряться на полках магазинов среди других слабоалкогольных напитков, новому сидру было важно стать не только заметным, но и привлекательным для потребителя.  Учитывая все пожелания клиента, на свет появилась стильная этикетка, отражающая весь характер нового бренда — «DZIЧКА». | DZICZKА – Cydr  Nazwa i etykieta cydrów marki DZICZKА.  „Pierwsza Destylarnia” szykowała się do wejścia na rynek z nowym cydrem, wyprodukowanym wedle jedynej poprawnej metody - naturalnej fermentacji świeżo wyciskanego soku jabłkowego bez żadnych sztucznych dodatków.  Produkt sam w sobie jest obiecujący. Jedyne, co pozostawało to nadać mu dobrą nazwę, która byłaby łatwa do zapamiętania i odzwierciedlała główną zaletę produktu – naturalność.  Z pomocą przyszła nasza agencja i zaproponowała kilka nazw. Klient zatrzymał się na „DZICZKА”, z czego bardzo się cieszymy. Uważamy, że wspomniany naming bardzo tu pasuje.  W języku białoruskim dziczką nazywane są dziko rosnące jabłka i gruszki. Są rzadko spotykane, dlatego wzbudzają zainteresowanie i chęć spróbowania. Czyż nie jest to dobry początek dla nowego na rynku napoju?  Tak więc mamy produkt, mamy nazwę. Następnym etapem naszej pracy było opracowanie etykiety. Aby nie zgubić się na półkach sklepowych wśród innych napojów niskoalkoholowych, naszym zadaniem było nie tylko wyróżnić nowy produkt, lecz sprawić, by wzbudził on zainteresowanie wśród konsumentów.  Uwzględniając wszystkie życzenia Klienta, wydaliśmy stylową etykietę, odzwierciedlającą charakter i sedno nowego brandu – „DZICZKA”. |
| MTBankFx – 3 года первый банковский брокер Ключевой визуал для MTBankFxПлатформе MTBankFX исполнилось 3 года. Это первая банковская форекс платформа, которая отмечает такую дату в Беларуси. В честь этого события банк запустил промо кампанию, а мы разработали ключевые визуалы и баннеры.  В созданных нами 3D-объектах отразили самое важное качество для банка — прозрачность сделок, именно так работают настоящие финансовые инструменты MTBankFX. | MTBankFx – pierwszy broker bankowy świętuje swoje trzylecie.  Key visual dla MTBankFx.  Platforma MTBankFx świętuje swoją trzecią rocznicę.  Jest to pierwsza bankowa platforma forex na Białorusi, która świętuje ową datę. Z okazji tego wydarzenia bank uruchomił promocyjną akcję, a my opracowaliśmy klucz wizualny marki i banery.  W stworzonych przez nas obiektach 3D odzwierciedliliśmy najważniejszą cechę – transparentność transakcji. Dokładnie w taki sposób działają narzędzia finansowe MTBankFX. |
| ЕРИП – крупнейшая система платежей Айдентика ЕРИП — крупнейшей системы платежей в Беларуси Система была введена в эксплуатацию в 2008 году по инициативе Национального банка Республики Беларусь. В 2020 году компания провела ребрендинг и собрала все услуги под единым брендом. С системой сотрудничают 23 белорусских банка, а также сеть Белпочты. Во всех точках этих организаций можно совершить оплату наличными деньгами, электронными деньгами, платежными картами. Ассортимент платежей очень большой, к системе постоянно присоединяются новые поставщики услуг. В 2015 году к ЕРИП подключилась Яндекс.Касса.  Лаконичный знак содержит несколько слоев ассоциаций и смыслов. На визуальном уровне он отсылает к магнитной полосе на карте или открытому кошельку. На уровне смысла — стрелка предполагает движение вперед и развитие. При пользовании ЕРИП нужно пройти путь по разделам и стрелка указывает верное направление. | ERIP – największy system płatności  Identyfikacja wizualna ERIP - największego systemu płatności na Białorusi.  System został wprowadzony w 2008 roku z inicjatywy Narodowego Banku Republiki Białoruś. W 2020 roku został przeprowadzony rebranding, w wyniku czego wszystkie usługi znalazły się pod jednym szyldem. 23 białoruskie banki oraz sieć oddziałów białoruskiej poczty współpracują z systemem płatności ERIP, co oznacza, iż we wszystkich tych placówkach można zrealizować płatności za pomocą kart płatniczych oraz gotówkowe i elektroniczne. Wybór metod płatności jest dość szeroki. Do systemu ciągle dołączają się nowi dostawcy usług. W 2015 roku dołączyły się płatności z Yandex. Lakoniczny sygnet zawiera w sobie odpowiedni sens i skojarzenia. Na płaszczyźnie wizualnej odnosi się do paska magnetycznego karty płatniczej lub do otwartego portfela. Na poziome percepcji zmysłowej strzałka sugeruje ruch do przodu i rozwój. Podczas używania systemu ERIP trzeba wykonać kilka kroków, gdzie strzałka wskazuje właściwy kierunek. |
| Vokladki – Скретч-карта Беларуси  Фёдор — владелец бренда Vokladki, объездил почти каждый уголок Беларуси. Именно в своих путешествиях по нашей стране ему пришла идея создать собственную уникальную карту необычных и культовых мест.  Мы помогли реализовать задумку, разработали дизайн, нарисовали иллюстрации и подготовили карту к печати.  Карта разделена не на области и районы, а на условные зоны с достопримечательностями. Помимо эстетической стороны проекта и подарочной упаковки, карта имеет целевое промо-назначение: постоянно напоминает пользователям об основном продукте бренда Vokladki — рюкзаках и сумках, которые являются неотъемлемой частью путешествий. | Vokladki – mapa zdrapka Białorusi  Fiodor jest założycielem marki Vokladki. Zwiedził prawie każdy zakątek Białorusi. Właśnie podczas podróży po ojczystym kraju wpadł na pomysł stworzenia własnej mapy unikatowych i kultowych miejsc kraju.  Pomogliśmy mu zrealizować ten pomysł: stworzyliśmy design, narysowaliśmy animację i przygotowaliśmy mapę do druku.  Mapa została podzielona według obszarów z atrakcjami, a nie według regionów i rejonów. Oprócz estetycznego aspektu projektu i specjalnego opakowania, pełni ona też funkcję o charakterze promocyjnym i ma za zadanie przypominać posiadaczom mapy o głównych produktach brandu, a mianowicie plecakach i torbach, które są integralną częścią każdej podróży. |
| Webmart Group – Корпоративный сайт Корпоративный сайт digital-агентства Webmart [www.webmart.by](http://www.webmart.by)  Рецепт идеального сайта для идеального digital-агентства: разработать уникальный дизайн, снабдить первоклассными авторскими иллюстрациями, сделать качественную, валидную и адаптивную вёрстку, сохранить позиции и не упасть в выдаче поиска, поставить всё на движок WordPress, поперчить, посолить, употреблять горячим. Мы создали дизайн, нарисовали уникальные иллюстрации, сверстали сайт. Специально для дизайна сайта разработали авторские иллюстрации. В сочетание к логотипу компании были созданы как ключевые иллюстрации для страниц и разделов услуг, так и небольшие вспомогательные визуалы для сервисных страниц. Отдельное внимание мы уделили иконкам и небольшим техническим объектам. Всего для проекта было создано более 100 авторских иллюстраций. | Webmart Group – strona internetowa korporacji  Strona internetowa digital agencji Webmart  [www.webmart.by](http://www.webmart.by)  Przepis na wymarzoną witrynę internetową dla wymarzonej digital agencji: opracować unikatowy design, ozdobić najwyższej klasy, niepowtarzalnymi ilustracjami, które będą chronione prawem autorskim, stworzyć poprawny, adaptacyjny, wysokiej jakości układ dla każdego rodzaju komputerów i urządzeń mobilnych, zachować wysoką pozycję w rankingu w wynikach wyszukiwania, umieścić wszystko na WordPress, dodać trochę pieprzu dla pikantności i podawać na gorąco.  Wymyśliliśmy design, narysowaliśmy unikatową animację, stworzyliśmy stronę internetową. Specjalnie na potrzeby designu rozpracowaliśmy ilustracje autorskie.  Oprócz logotypu zostały stworzone kluczowe ilustracje dla stron, rozdziałów usług oraz niewielkie dodatkowe ilustracje dla stron serwisowych. Szczególną uwagę zwróciliśmy na ikonki i drobne obiekty techniczne. W sumie na potrzeby projektu zostało zrobionych ponad 100 autorskich ilustracji. |
| Минский завод гражданской авиации №407 Логотип Минского завода гражданской авиации №407Первым делом самолёты На сегодняшний день Минский завод гражданской авиации №407 ведущее предприятие в СНГ и странах бывшего СССР по ремонту, модернизации и техническому обслуживанию самолетов Як-40, Як-42, Як-52, Ту-134 всех модификаций. Более чем 60-летний опыт ремонта, модернизации, совершенствования технологий, качества выполняемых работ позволяют уверенно предлагать продукцию и услуги во всем мире.  Номер завода гармонично вписан в фигуру, отсылающую к форме хвоста самолета. Наклон делает логотип динамичным и позитивно направленным. Современный гротеск, используемый в надписи, уравновешивает знак и добавляет логотипу устойчивости. | Miński zakład lotnictwa cywilnego №407  Logotyp Mińskiego zakładu lotnictwa cywilnego №407  Najpierw samoloty… **(предлагаю опустить данную фразу в польском переводе, так как читатель не поймет, в чем суть. Текст понятен только для жителей СНГ. В польской культуре, к сожалению нету, подобной фразы).**  Obecnie Miński zakład lotnictwa cywilnego №407 jest wiodącym zakładem wśród wszystkich krajów byłego ZSRR w zakresie napraw, modernizacji i konserwacji takich samolotów, jak Jak-40, Jak-42, Jak-52, Tu-134 każdej modyfikacji. Ponad 60-letnie doświadczenie w naprawach, modernizacji, ulepszania technologii i jakości wykonywanych usług pozwala z pewnością oferować swoje usługi na całym świecie.  Numer zakładu ładnie wpisuje się w kształt, przypominający ogon samolotu. Nachylenie sprawia, iż logotyp jest dynamiczny i pozytywnie ukierunkowane. Współczesna groteska, użyta w napisie, dodaje całemu logotypowi równowagi. |
| Onliner – Не купился, а купил Cерия ключевых визуалов Каталога Onliner В продвижении своего сервиса Каталог Onliner, медиапортал часто использует различные виды наружной рекламы: билборды, плакаты в метро, торговых и бизнес центрах. Чтобы быть заметными и не сливаться, было принято совместное решение разработать иллюстраций, которые будут пародировать популярные в сети мемы.  Крутые фишки Каталога Onliner получили свои заслуженные мемы и призывы пользователям воспользоваться ими. Видео для продвижения на YouTube и в InstagramМега-баннер для главной станицы сайта и баннер в разделы сайта. | Onliner – nie tylko kupujesz, a zyskujesz  Key visual dla Katalogu Onliner.  W promowaniu swojego serwisu Katalog Onliner, portal medialny często wykorzystuje różnego rodzaju reklamy zewnętrzne: bilbordy, plakaty w przejściach podziemnych, w metrze, centrach handlowych i biznesowych. Aby się wyróżniać i być widocznym, podjęto wspólną decyzję o opracowaniu ilustracji, które będą naśladować popularne memy internetowe.  Te fajne ilustracje otrzymały swoje memy i mają w sobie przekaz skierowany do użytkowników, aby korzystali z nich.  Wideo dla promowania na YouTube i w Instagram  Megabaner dla strony głównej i baner do rozdziałów witryny. |
| Onliner – Деньги в хорошие руки Ключевой визуал рекламной игры Onliner В октябре 2020 года Onliner cовместно с Visa провел рекламную игру с призовым фондом более 80 тыс. рублей и главным призом в 25 тыс. рублей. Каждую неделю 5 счастливчиков выигрывали по 2,5 тысячи рублей. А в конце игры один из всех участников получил суперприз — 25 000 белорусских рублей.  Для продвижения рекламной игры мы подготовили ключевой визуал, который отлично передает дух борьбы за главный приз. Ну и как же Onliner без котиков 😻Видео для продвижения на YouTube и в InstagramМега-баннер для главной станицы сайта | Onliner – Pieniądze w dobre ręce  Key visual gry reklamowej Onlinera  W październiku 2020 roku Onliner wraz z Visa przeprowadzili grę reklamową z funduszem nagród ponad 80 tysięcy rubli oraz nagrodą główną w wysokości 25 tysięcy rubli. Co tydzień 5 szczęściarzy wygrywało po 2 500 rubli. Na koniec gry jeden z uczestników otrzymał supernagrodę – 25 000 białoruskich rubli.  Dla promowania gry reklamowej przygotowaliśmy key visual, który oddaje duch walki o nagrodę główną.  No i jakże Onliner bez kotków?  Wideo dla promowania na YouTube i w Instagram  Megabaner dla strony głównej |
| Restauto – Авторемонт и реставрация Айдентика Restauto, компании, занимающейся реставрацией запчастей Ребята сами работали на СТО. Колдовали над сколами и вмятинами. А потом решили открыть свое небольшое дело по реставрации автомобилей ― так родился Restauto.  Когда в мире случилась пандемия и стало как-то непонятно, ребята поступили неожиданно (на самом деле нет). Они обратились к нам за фирменным стилем. Справедливо решив, что в любой ситуации надо идти навстречу своей аудитории, быть заметными и релевантными.  Мы поколдовали с символами: смешали крест скорой помощи, блеск новой вещи и немного магии ― и создали фирменный знак, говорящий сам за себя. Потом подобрали свежие незаюзанные цвета и современный лаконичный шрифт. | Restauto – naprawa i renowacja samochodowa  Identyfikacja wizualna Restauto – firmy, zajmującej się renowacją i konserwacją części zamiennych  Najpierw chłopaki byli zatrudnieni w warsztacie samochodowym, gdzie pracowali nad zarysowaniami, odpryskami i wgnieceniami, aż pewnego dnia zdecydowali się otworzyć swój własny. Tak narodził się Restauto.  W czasie, gdy na całym świecie panowała pandemia i nic nie było pewne, chłopaki zrobili coś dość nieoczywistego (chociaż wcale nie). Zwrócili się do nas abyśmy stworzyli dla nich wizualny styl, słusznie odnotowując, iż w każdej sytuacji trzeba iść naprzeciw oczekiwaniom swojej grupy docelowej, być zauważalnym i wyjątkowym.  Pokombinowaliśmy z symbolami: połączyliśmy znak pogotowia z blaskiem nowego przedmiotu, dodaliśmy odrobinę magii i tak oto powstało firmowy sygnet, mówiący sam za siebie. Następnie dobraliśmy nieszablonowe kolory i nowoczesną lakoniczną czcionkę. |
| ФК «Динамо-Минск» - Айдентика Концепция фирменного стиля футбольного клуба «Динамо Минск» Шрифтовое решение, используемое в заголовках, отсылает к архитектуре стадиона клуба. Арки исторической части стадиона легко узнаются в надписях. Шрифт устойчивый и лаконичный отлично смотрится на носителях.  Эффект дублирования и смещения контура добавляет надписям динамики и служит мостом к [концепции](http://new.dab.by/works/kommunikaczionnoe-soobshhenie-i-ajdentika-sezona-2019-goda-dlya-fk-dinamo-minsk/" \t "_blank)энергетического поля. Надписи приобретают уникальную форму — крепкую и нерушимую с одной стороны и резкую, и импульсивную с другой. Символизируют работу команды в защите и нападении.  Эффект волны развивается в новой айдентике и приобретает новые формы. Повторяющиеся волны создают шлейф от движения, позволяющий акцентировать внимание на важных моментах. Этот эффект можно без труда найти в геометрии и архитектуре стадиона. Решения, применяемые в диджитале не полностью применимы в корпо айдентике. При всем при этом чувствуется общий стиль вне зависимости от сферы применения.  Поэтому решения в этой области опираются в первую очередь на четкость, лаконичность и геометрическую точность построения носителей. В первую очередь это связано с различной ЦА этих направлений. В диджитале это болельщики, и поэтому там есть место эмоциям, драйву, вызову и риску.  Когда речь заходит о корпоративных носителях (визитки, бланки, конверты) требуется выдержать определенный уровень солидности и премиальности. Особый акцент делается на полиграфические решения. Использование дизайнерских бумаг и современных способов печати.  Особое место занимает типографика. Ключевые слоганы и факты о клубе и используются как стилеобразующие элементы. | Klub piłkarski Dynamo Mińsk – identyfikacja wizualna  Koncepcja wizualnego stylu klubu piłkarskiego Dynamo Mińsk.  Rodzaj czcionki, zastosowany w nagłówkach, nawiązuje do architektury stadionu klubu. W napisach łatwo jest rozpoznać łuki zabytkowej części stadionu. Czcionka jest stabilna i lakoniczna. Znakomicie prezentuje się na nośnikach.  Efekt dublowania i przesunięcia konturu dodaje napisom dynamiczności i pełni funkcję łącznika z koncepcją pola energetycznego. Napisy nabywają unikatowych kształtów – z jednej strony o charakterze mocnym i niezniszczalnym, z drugiej zaś – gwałtownym i impulsywnym. Symbolizują pracę zespołu podczas obrony i ofensywy.  W nowej identyfikacji rozwija się i nabiera nowych kształtów efekt fali. Powtarzające się fale tworzą ślady ruchów, pozwalające zatrzymać swoją uwagę na ważnych momentach. Efekt ten można bez trudu znaleźć w geometrii i architekturze stadionu. Rozwiązania cyfrowe nie mają pełnego zastosowania w identyfikacji wizualnej korporacji. Przy tym wszystkim jest wyczuwalny ogólny styl niezależnie od zakresu zastosowania.  W związku z tym rozwiązania z tego zakresu są oparte przede wszystkim na przejrzystości, spójności i geometrycznej dokładności konstrukcji nośników. Przede wszystkim jest to związane z różnego rodzaju grupą docelową. W cyfryzacji są to kibice, właśnie dlatego jest tam miejsce na emocje, popęd, wyzwania i ryzyko.  W przypadku nośników firmowych (wizytówki, formularze, koperty) należy zachować pewien poziom solidności i klasy. Na rozwiązaniach poligraficznych robi się szczególny akcent. Wykorzystuje się designerski papier i współczesne metody druku.  Szczególne miejsce zajmuje typografia. Elementami stylotwórczymi są tu kluczowe hasła i fakty o klubie. |
| Family Nest – семейное кафе Логотип семейного кафе Family NestМое со-о-олныфко. Мамина радость, папина гордость. А кто это у нас такой сладенький? Не обращайте внимания. Когда мы делали этот кейс, в офисе резко поднялся уровень окситоцина — гормона, который отвечает за любовь к детям. А все почему? Потому что Family Nest — супердоброе, уютное и развивающее место для детей и родителей. Как дом, милый дом, только на аутсорсе. Пока детки играют в безопасном креативном пространстве, мамы и папы могут выпить кофе и порелаксировать. Мы разработали для ребят логотип, который (нескромно) идеально выглядит на носителях. Знак имеет ровно столько деталей, чтобы передавать смысл и эмоцию, и при этом не рассеивать внимание. Гротескная шрифтовая часть транслирует надежность и естественность. А рифмующиеся детали связывают логотип воедино. От природных цветов просто веет спокойствием. | Family Nest – rodzinna kawiarnia  Logo dla rodzinnej kawiarni Family Nest  Moje słoneeeczko kochane. Radości mamy, duma taty. A kto tu u nas taki słodziak?  Proszę nie zwracać uwagi. Kiedy tworzyliśmy ten projekt, w biurze gwałtownie skoczył poziom oksytocyny – hormonu, który odpowiada za miłość do dzieci. A dlaczego to wszystko? Dlatego, że Family Nest to supermiłe, przytulne i rozwijające się miejsce dla dzieci i ich rodziców. Jak „home sweet home”, tylko poza domem. Podczas, gdy dzieciaczki bezpiecznie się bawią w kreatywnej przestrzeni, mamy i tatowie mogą się zrelaksować przy filiżance kawy.  Opracowaliśmy dla kawiarni logo, które (nieskromnie powiemy) idealnie wygląda na nośnikach. Ma dokładnie tyle elementów, ile potrzeba, aby przekazać sens i emocje, jednocześnie nie rozpraszając uwagi. Groteskowa czcionka przekazuje niezawodność i naturalność. Z kolei korelujące ze sobą detale łączą logo w jedną spójną całość, a od naturalnych kolorów wieje spokojem. |
| IIHF – Еж СпайкиИдея и дизайн персонажа-талисмана для чемпионата мира по хоккею 2021 года IIHF — международная федерация хоккея с шайбой (International Ice Hockey Federation, IIHF) — международная организация, курирующая вопросы хоккея с шайбой и инлайн-хоккея во всём мире.  В сентябре 2019 года, федерация хоккея Беларуси объявила конкурс на создание талисмана чемпионата мира по хоккею 2021 года. На звание главного символа предстоящего турнира претендовало более 100 работ от представителей Беларуси и Латвии.  Итоговая оценка работ проводилась по нескольким параметрам: графическое исполнение, соответствие тематике, креативность идеи, совместимость персонажа с традициями и культурой Беларуси и Латвии. Победителем стал Ёж Спайки. Дружелюбный, умный и смекалистый. Он такой замечательный, что стал одним из самых популярных положительных персонажей в народных сказках Беларуси и Латвии. Благодаря своему острому уму и острым иголкам, Вострых легко может решить любую задачу и обыграть соперника. | IIHF – Jeż Spiky  Pomysł i design postaci i symbolu dla Mistrzostw Świata w hokeju na lodzie 2021  IIHF to Międzynarodowa Federacja Hokeja na Lodzie, która nadzoruje sprawy związane z hokejem na lodzie oraz z hokejem in-line (na rolkach) na całym świecie.  We wrześniu 2019 roku Białoruska Federacja Hokeja ogłosiła konkurs na stworzenie symbolu mistrzostw świata w hokeju 2021. Ponad 100 projektów od przedstawicieli Białorusi i Łotwy ubiegało się o tytuł głównego symbolu nadchodzącego turnieju.  Ocenę końcową prac przeprowadzono według kilku parametrów: graficzne wykonanie, związek z tematyką, kreatywność pomysłu, zgodność postaci z tradycjami i kulturą Białorusi i Łotwy.  Zwycięzcą został Jeż Spiky.  Przyjazny, inteligentny i bystry. Jest tak uroczy, iż został jednym z najpopularniejszych postaci w bajkach ludowych Białorusi i Łotwy. Dzięki ostremu umysłowi i ostrym igłom, Spiky z łatwością rozwiąże każdy problem i pokona przeciwnika. |
| Чемпионат Беларуси по футболу Айдентика Высшей лиги чемпионата Беларуси по футболуОбраз бренда: узнаваемость, типологичность, индивидуальность Символ Высшей лиги должен был сохранить традиционную футбольную тематику и решительно обрести свой характер. Проанализировав фирменные стили и отличительные знаки мировых футбольных чемпионатов, мы остановились на универсальном атрибуте футбола и подобных организаций. Ключевым элементом нового логотипа стал футбольный мяч в кинетике игры. Движение, развитие, аутентичность Мяч запечатлён в рельефной динамике. В траектории его полета линии движения представляют футбольное поле с одиннадцатью точками-игроками. В основе колористики — традиционное для Беларуси сочетание белого, зеленого и красного акцентирует национальную принадлежность.  В монохромном виде логотип не теряет своей динамики и легко узнаваем на любых носителях. Шрифтовая часть выполнена с использованием точечных элементов в унисон графическому знаку.  Развитие концепции в айдентике — динамичные и ритмичные линии, образующие пятиугольник. Фигура является символом футбольного мяча и сетки ворот, повторяет составляющий элемент из точек логотипа Высшей лиги.  Линии образуют гибкий и индивидуальный для каждого носителя паттерн, что позволяет оформлять большое количество фирменных носителей, иметь свободу для дизайна, сохраняя узнаваемость образа.  Гибкость и динамичность айдентики Высшей лиги находит прямое отражения в логотипах Первой лиги, Второй лиги, Женской лиги и Кубка Беларуси. Каждый из них обладает своим уникальным цветовым кодом и символом, но в тоже время все вместе являются частью единой концепции. | Rozgrywki ligowe o mistrzostwo Białorusi w piłce nożnej  Identyfikacja wizualna dla piłkarskich rozgrywek ligowych na Białorusi  Wizerunek brandu: rozpoznawalność, typologia, indywidualność  Symbol rozgrywek ligowych miał zachować tradycyjną piłkarską tematykę i zdecydowanie nabyć autentycznego charakteru. Po przeanalizowaniu firmowych stylów i znaków wyróżniających światowe piłkarskie mistrzostwa, zatrzymaliśmy się na uniwersalnym atrybucie piłki nożnej i podobnych organizacji. Kluczowym elementem nowego logotypu została piłka w ruchu.  Ruch, rozwój, autentyczność  Piłka jest uchwycona w kształtnej dynamice. W trajektorii jej lotu linie ruchu odzwierciedlają boisko piłkarskie z jedenastoma punktami – graczami. Kolorystyka opiera się na tradycyjnym dla Białorusi zestawieniu bieli, zieleni i czerwieni, co kładzie nacisk na przynależność narodową.  W monochromatycznej odsłonie logo nie traci swojego dynamicznego charakteru i jest łatwo rozpoznawalne na każdym nośniku. Część z czcionką jest wykonana z wykorzystaniem elementów punktowych zgodnych ze znakiem graficznym.  Rozwój koncepcji w identyfikacji graficznej to dynamiczne i rytmiczne linie, tworzące pięciokąt. Kształt ten jest symbolem piłki i bramkarskiej siatki i za pomocą punktów loga powtarza składowy element rozgrywek ligowych.  Linie tworzą elastyczny i indywidualny dla każdego nośnika wzór, co pozwala na zaprojektowanie dużej ilości nośników firmowych, mieć swobodę projektowania, jednocześnie zachowując rozpoznawalność wizerunku.  Elastyczność i dynamika identyfikacji wizualnej rozgrywek ligowych odnajduje swoje odbicie w logotypach Pierwszej i Drugiej Ligi, a także Ligi Kobiet i Pucharu Białorusi. Każdy z wyżej wymienionych posiada swój unikatowy symbol i kolorystykę, a jednocześnie z tym wszystkie razem tworzą integralną część jednej, tej samej koncepcji. |
| Приорбанк – вложись в удачу Рекламная кампания Приорбанка «Вложись в удачу» Если у вас есть определенная сумма — достаточно просто оформить депозит, при этом заработать и выиграть одновременно. В фокусе всей кампании должен быть главный приз — автомобиль, остальные бенефиты от участия в игре будут очевидны при ознакомлении с условиями. В коммуникации необходимо придерживаться сочетания оригинальности и простоты. Рекламное сообщение должно считываться легко: мы приглашаем к участию в игре. Вложись в удачу Каждый, кто хочет эффективно вложить средства знает: чтобы что-то «пожинать» — сначала нужно что-то «посеять». Поэтому слоган коммуникации читается как «Вложись в удачу» и является существенной частью композиции.  Тизер подогревает интерес к предстоящей игре. Интернет-баннеры Для продвижения рекламной игры в онлайне мы разработали большое количество [баннеров](https://bannermaker.by/portfolio/priorbank_depositsadvgamekia/" \t "_blank) различных размеров и форматов. Аудиоролик | Priorbank – zainwestuj w sukces  Kampania reklamowa Priorbanku „Zainwestuj w sukces” Jeśli posiadają państwo określoną kwotę, to wystarczy po prostu wpłacić depozyt, zarabiając przy tym i jednocześnie wygrywając.  W centrum uwagi kampanii znajduje się nagroda główna – samochód. Pozostałe korzyści płynące z wzięcia udziału w grze będą ujawnione po przeczytaniu regulaminu. W komunikacie należy zachować połączenie oryginalności z prostotą. Przekaz reklamowy powinien być czytelny: zapraszamy do wzięcia udziału w grze.  Zainwestuj w sukces  Każdy, kto chce efektywnie zainwestować środki wie: aby coś „zbierać”, najpierw trzeba coś „zasiać”. Dlatego hasło przekazu brzmi „Zainwestuj w sukces” i jest istotną częścią całej kompozycji.  Zwiastun wzbudza zainteresowanie nadchodzącą grą.  Banery internetowe  Dla promowania gry reklamowej w Internecie stworzyliśmy dużą ilość banerów w różnych rozmiarach i formatach.  Plik audio |
| [Atevi Systems — Внедрение CRM Битрикс 24](http://new.dab.by/works/atevi-key-visual-ads/) Ключевой визуал Atevi SystemsAtevi Systems — золотой сертифицированный партнер Битрикс24, один из лидеров по внедрению Битрикс24 в Беларуси. Пакетное внедрение CRM системы, предлагаемое компанией, позволяет быстро и с минимальными инвестициями автоматизировать отдел продаж любой компании используя стандартный функционал CRM системы Битрикс24. Диджитал прежде всего Основной канал коммуникации рекламной компании — интернет. Поэтому мы подготовили различные размеры [баннеров](https://bannermaker.by/portfolio/atevi_bitrix24/" \t "_blank). Все они яркие и стильные выгодно выделяются страницах сайтов. | Atevi Systems – Wdrożenie CRM dla Bitrix 24  Key Visual Atevi Systems  Atevi Systems – certyfikowany partner Bitrix24, jeden z liderów we wdrożeniach platformy Bitrix24 na Białorusi. Kompleksowe wdrożenie systemu CRM, oferowane przez firmę, pozwala szybko i przy minimalnych wydatkach zautomatyzować dział sprzedaży dowolnej firmy, wykorzystując standardowe funkcje systemu CRM platformy Bitrix24. Cyfryzacja ponad wszystko.  Główny kanał komunikacyjny kampanii reklamowej – Internet. Dlatego przygotowaliśmy banery w różnych rozmiarach. Wszystkie są żywe, stylowe i korzystnie wyróżniają się na stronach serwisu. |
| Банк Дабрабыт – Онлайн-кредит «НаЛичное» Серия ключевых визуалов для продвижения кредита «НаЛичное» Современный человек уже не представляет свою жизнь без гаджетов. Смартфоны стали своеобразными порталами, куда миллионы «погружаются» за покупками. Совершать такие онлайн покупки проще и удобнее с онлайн кредитом от банка Дабрабыт.  Это какая-то магия  Онлайн шоппинг продолжает оставаться, чем-то волшебным, ведь, не вставая с любимого кресла, можно приобрести все что угодно. Все, о чем вы мечтали, попадет к вам прямо «через телефон». Главное иметь желание, ну и деньги, конечно. С последним прекрасно поможет онлайн кредит. | Bank Dabrabyt – kredyt online “Osobisty”  Seria key visual’i dla promowania kredytu “Osobisty”  Nowoczesny człowiek już nie wyobraża sobie swojego życia bez gadżetów. Smartfony zostały swego rodzaju portalami, gdzie miliony osób „zanurzają się” po zakupy. Dokonywanie online zakupów jest łatwiejsze i wygodniejsze dzięki kredytom online z bankiem Dabrabyt.  To jakaś magia  Zakupy online nadal są czymś magicznym. Przecież bez podnoszenia się z ulubionej kanapy można nabyć dosłownie wszystko. Wszystko, o czym marzyliście, trafia do was prosto „przez komórkę”. Najważniejsze to mieć chęci, no i środki na koncie, oczywiście. W tym ostatnim doskonale was wesprze kredyt online. |
| Wooder – Инновационные окна Видеоролик-экскурсия по производству окон Wooder Сегодня Wooder — передовое и динамично развивающееся предприятие, которое в состоянии успешно выполнить заказ любого объема и сложности. Компания занимает лидирующие позиции на территории СНГ в производстве высокотехнологичных светопрозрачных конструкций из дерева и дерево-алюминия.  В основе процесса производства лежат современные технологии, новации и принципы «бережливого производства». Используется только передовое немецкое оборудование, комплектующие ведущих мировых производителей позволяют создавать продукцию высочайшего уровня качества.  Технологами компании разработано 14 эксклюзивных оконных профилей и 7 типов дверных. Кроме того, компания проектирует и изготавливает несколько типов зимних садов, безрамного остекления, стоечно-ригельных систем и многое другое. | Wooder – Innowacyjne okna  Wirtualna wycieczka po fabryce produkcyjnej okien Wooder  Dzisiaj Wooder to zaawansowany i dynamicznie rozwijający się zakład, który jest w stanie pomyślnie zrealizować zamówienie o dowolnej wielkości i złożoności. Firma zajmuje wiodącą pozycję wśród krajów Wspólnoty Niepodległych Państw w produkcji zaawansowanych technologicznie przezroczystych konstrukcji z drewna oraz konstrukcji drewniano-aluminiowych.  Proces produkcyjny oparty jest na nowoczesnych technologiach, innowacjach i zasadach lean manufacturing, tak zwanej „szczupłej produkcji”. Wykorzystuje się tylko i wyłącznie zaawansowany niemiecki sprzęt. Komponenty od wiodących światowych producentów pozwalają na stworzenie produkcji najwyższej jakości.  Technolodzy firmy opracowali 14 ekskluzywnych profili okiennych i 7 typów drzwiowych. Oprócz tego, firma projektuje i produkuje kilka rodzajów ogrodów zimowych, oferuje systemy bezramowych przeszkleń, systemy słupowo-ryglowe oraz inne. |
| ФК «Динамо-Минск» - Форма сезона 2020 Дизайн формы ФК «Динамо Минск» сезона 2020Футбольный стадион — это место концентрации невероятного количества энергии. Энергии матча, игроков и главное – болельщиков, чья поддержка ощущается на стадионе сильнее всего. Именно поэтому энергия «Динамо Минск» стала основным посылом, который нашел отражение в дизайне новой формы, а также во всей [визуальной концепции](https://dabagency.by/dinamo-minsk-corporate-identity/" \t "_blank), разработанной специально к сезону 2020. Готовы к игре? | Piłkarski klub Dynamo Mińsk – Strój sezonu 2020  Design stroju piłkarskiego klubu Dynamo Mińsk w sezonie 2020.  Stadion piłkarski to miejsce, gdzie koncentruje się niesamowita ilość energii. Energia meczu, graczy i najważniejsze – kibiców. Ich wsparcie odczuwa się na stadionie najbardziej.  Właśnie dlatego energia Dynamo Mińsk odnalazła odzwierciedlenie w designerskim projekcie zarówno nowego stroju, jak i całej wizualnej koncepcji, opracowanej specjalnie na sezon 2020.  Jesteście gotowi do gry? |
| Wooder – календарь 2020 Календарь на 2020 год для Wooder В группу компаний Wooder входит несколько современных предприятий, изготавливающих продукцию высшего качества — двери из натуральной древесины, зимние сады, системы фасадного остекления и конечно же окна. Календарь наглядно показывает каждый этап производства окна от торцовки бруса и до установки стеклопакета и штапиков. Благодаря детальному моделированию всех частей изучать его хочется снова и снова. | Wooder – Kalendarz 2020  Kalendarz na rok 2020 dla Wooder  W skład firmy Wooder wchodzi kilka nowoczesnych fabryk, wytwarzających produkcję najwyższej jakości - drzwi z naturalnego drewna, ogrody zimowe, drzwi oraz systemy fasadowe dla przeszklonych elewacji budynków. Kalendarz w przejrzysty sposób przedstawia każdy etap produkcji okna, począwszy od przycięcia drewna aż po montaż okna i listew przyszybowych. Dzięki szczegółowemu modelowaniu wszystkich elementów chce się go badać znowu i znowu. |
| GeoResin – Айдентика  Айдентика Georesin  Цвета техничность и инновационность  Решение, используемое в логотипе, с одной стороны иллюстрирует землю (на древнегреческом – geo), c другой отсылает к теме строительства. Горизонтально расположенные блоки символизируют собой строительные конструкции и подчеркивают надежность и уверенность компании.  Основная версия логотипа выполнена в холодной сине-голубой цветовой гамме. Графическом элемент смотрится стильно и лаконично в том числе и при использовании его отдельно от текстовой части. Это позволяет легко брендировать носители форм-факторов с равными или близкими по размеру сторонами. | GeoResin – Identyfikacja wizualna  Identyfikacja wizualna Georesin  Kolory, technika i innowacja  Rozwiązanie zastosowane w logotypie z jednej strony ilustruje ziemię (z greckiego geo - „ziemia”), z drugiej nawiązuje do tematyki budowlanej. Ułożone poziomo klocki symbolizują konstrukcje budowlane oraz podkreślają rzetelność i pewność firmy.  Główna wersja logotypu wykonana jest w zimnej niebiesko-granatowej kolorystyce.  Grafika wygląda stylowo i zwięźle także gdy jest używana bez części tekstowej.  Pozwala to na łatwe oznakowanie nośników o takich samych lub podobnych rozmiarach bokach. |
| Yourholder – стикерпак Стикерпак для YourholderСтарки. Обама. Гипножаба. Криптовалютные брокеры и криптоинвесторы — особый тип людей, находящиеся в авангарде инноваций. Далеко не каждый сможет понять, что и как они делают. Хотелось бы нам сказать, что стикеры помогут вам стать ближе к загадочному миру криптовалют и токенов, но это не так.  Это веселые и даже, где-то криповые стикеры для тех, кто в теме. Что может быть приятнее, чем заклеить стикерами всю крышку своего айпэда? Печатная версия стикерпака — это отличный подарок и яркое украшение.блока: большой баннер, блок с преимуществами, форма заявки и малый баннер. | Yourholder – stickerpack  Naklejki dla Yuorholder  House Stark. Obama. Hipnotyzująca żaba.  Kryptobrokerzy i kryptoinwestorzy to szczególny typ ludzi, którzy stoją na czele awangardy i innowacji. Nie każdy potrafi zrozumieć, co i jak oni robią. Chcielibyśmy powiedzieć, iż naklejki pomogą zbliżyć się ku tajemniczemu światu kryptowalut i tokenów, ale tak nie jest.  Są to zabawne i nawet poniekąd przerażające stickery dla tych, którzy są w temacie.  Co może być przyjemniejszego, niż oklejenie stickerami całą pokrywę swojego iPada?  Wersja drukowana zestawu naklejek to doskonały prezent i żywa ozdoba: duży baner, blok z benefitami, formularz zgłoszeniowy i mały baner. |
| МТБанк – конструктор посадочных страниц Концепция конструктора посадочных страниц для продуктов МТБанкаПрототип Посадочная страница условно разделена на четыре основных блока: большой баннер, блок с преимуществами, форма заявки и малый баннер.  Малый баннер предназначен для усиления акцента на продукте, выделения его отдельных преимуществ, размещения дополнительной информации. Адаптивный дизайн Позволяет одинаково комфортно пользоваться сайтом с любого устройства и на любом экране. Одна концепция — разные продукты Благодаря гибкой системе настроек страница легко адаптируется под различные продукты банка. | MTBank – konstruktor stron docelowych  Koncepcja konstruktora stron typu landing page dla produktów MTBanku.  Prototyp  Landing page jest umownie podzielona na cztery główne bloki: duży baner, blok z benefitami, formularz zgłoszeniowy i mały baner.  Mały baner ma za zadanie zwiększyć akcent na produkcie, podkreślić jego zalety, zamieścić dodatkowe informacje.  Adaptacyjny design  Pozwala na równie wygodne korzystanie z serwisu z dowolnego urządzenia i na dowolnym ekranie.  Jedna koncepcja – różne produkty  Dzięki elastycznemu systemowi ustawień strona łatwo dopasowuje się pod różnego rodzaju produkty bankowe. |
| Франсабанк – календарь 2020  Концепция и дизайн календаря на 2020 год для Франсабанка  Франсабанк будет рядом с вами весь год! Просто и оперативно повышайте свое финансовое благополучие вместе с нами!  Эту мысль мы решили донести с помощью ламповой стилистики иллюстраций и милого сюжета.  Показываем бренд-чемпионов Франсабанка — молодых умных активных парня и девушку.  Каждый месяц они чередуются и общаются друг с другом с помощью визуалов. Например: девушка отправляет сообщение в январе, парень их получает в феврале, девушка сидит на лавочке в марте, лавочка продолжается в апреле, где сидит парень с цветами. В декабре они появляются вместе. | Fransabank – kalendarz 2020  Koncepcja i design kalendarza na rok 2020 dla Fransabanku.  Fransabank będzie z Tobą przez cały rok! Z nami łatwo i szybko poprawisz swój dostatek.  Postanowiliśmy przekazać tę myśl za pomocą ilustracji o lampowym stylu i uroczej fabuły.  Pokazujemy mistrzów marki Fransabank – młodą, inteligentną i aktywną parę.  Co miesiąc zmieniają się i komunikują się ze sobą za pomocą ilustracji. Na przykład: dziewczyna wysyła wiadomość w styczniu, chłopak otrzymuje ją w lutym, dziewczyna siedzi na ławce w marcu, drugi koniec której widzimy w kwietniu, a na nim siedzi chłopak z kwiatami. W grudniu widzimy ich razem. |
| ФК «Динамо-Минск» - корпоративный сайт  Концепция главной страницы сайта ФК «Динамо Минск»  Концепция  На главной странице размещается самая важная информация о клубе. Она условно разбита на акцентированные информационные блоки: новостной блок, расписание матчей, турнирная таблица, календарь матчей, видео архив, спонсорский блок.  Новостной блок  Представляет собой слайдер, состоящий из последних новостей о клубе. Новости делятся на различные категории: команда, контрольные матчи, трансферные новости и т.д. Превью последних новостей собраны в правой нижней части окна.  Расписание матчей  Сыгранные и будущие матчи представляют собой плитки, выстроенные в хронологическом порядке.  Для первых доступны видео обзоры, для вторых — покупка билетов. Турнирная таблица и календарь матчей На календаре логотипами отмечены команды противники. Выездные и домашние матчи маркируются различными цветами. Видео архив, спонсорский блок, футер На главной странице сайта располагается так же и видео архив, спонсорский блок и место для партнерского баннера. | Klub piłkarski Dynamo Mińsk – strona firmowa  Koncepcja internetowej strony głównej klubu piłkarskiego Dynamo Mińsk  Koncepcja  Na stronie głównej znajduje się najważniejsza informacja o klubie. Jest ona umownie podzielona na akcentowane bloki informacyjne: blok wiadomości, rozkład meczów, tabela turniejowa, kalendarz meczów, archiwum wideo, blok sponsorski.  Blok wiadomości  Prezentuje sobą slajder, zawierający najświeższe wiadomości o klubie. Wiadomości dzielą się na różne kategorie: drużyna piłkarska, kontrolne mecze, wiadomości transferowe itd. Zapowiedź ostatnich wiadomości jest zebrana w prawej dolnej części witryny.  Rozkład meczów  Rozegrane i nadchodzące mecze są w kształcie chronologicznie ułożonych kafelków.  Dla tych pierwszych są dostępne relacje wideo, dla tych drugich – zakup biletów.  Tabela turniejowa i kalendarz meczów  Na kalendarzu za pomocą logo są zaznaczone rywalizujące ze sobą drużyny. Mecze wyjazdowe i domowe są oznaczone różnymi kolorami.  Archiwum wideo, blok sponsorski, footer  Na stronie głównej strony znajduje się również archiwum wideo, blok sponsorski oraz miejsce na baner partnerski. |
| [Coral](http://new.dab.by/works/design-calendar-2020-fransabank/) Travel – одна нога тут, другая там Концепция и ключевой визуал для рекламной кампании туроператораПодготовка к отпуску — это ни разу не весело: выбери страну, отель, развлечения/экскурсии; построй самый удобный маршрут, забронируй и купи билеты на трансфер; поссорься несколько раз со своей второй половинкой… Чтобы избежать неприятных моментов в подготовке к отпуску и ничем его не испортить, существует Coral Travel. С его помощью вы сможете легко и быстро попасть на отдых. Буквально одна нога тут — другая там! | Coral Travel – jedną nogą tu, drugą tam  Koncepcja i key visual dla kampanii reklamowej operatora turystycznego  Przygotowanie do wakacji pozornie nigdy nie jest łatwe: wybierz kraj, hotel, rozrywki i wycieczki; zaplanuj najwygodniejszą trasę, zarezerwuj i kup bilety transferowe; pokłóć się kilka razy ze swoją drugą połówką…  Aby uniknąć nieprzyjemnych sytuacji podczas przygotowania się do wakacji i nie zepsuć urlopu, istnieje Coral Travel. Dzięki niemu w łatwy i szybki sposób znajdziesz się na wakacjach.  Dosłownie jedną nogą tu, a drugą już tam! |
| Дарида – разбавь новогодний микс Концепция и дизайн серии ключевых визуалов для новогодней рекламной кампании Дариды Новогодние праздники — период гастрономических изысков, традиционных блюд и проблем с пищеварением. Мясные, рыбные, овощные, фруктовые и мучные блюда смешиваются в наших желудках и заставляют нас чувствовать себя плохо. Чтобы избежать проблем, необходимо разбавить новогодний микс минеральной водой.  Мы подготовили серию визуалов, которая показывает, что попробовать можно всё, если на столе есть минеральная вода Дарида. | Darida – rozcieńcz świąteczną mieszankę  Koncepcja i wizualny design dla noworocznej kampanii reklamowej firmy Darida  Święta Bożego Narodzenia oraz noc sylwestrowa to okres kulinarnych rozkoszy, tradycyjnych potraw i problemów trawiennych. Mięsne, rybne, warzywne i owocowe dania oraz wypieki mieszają się w naszych żołądkach i sprawiają, iż czujemy się źle. Aby uniknąć problemów trawiennych, konieczne jest rozcieńczenie owej mieszanki wodą mineralną.  Przygotowaliśmy serię ilustracji, które pokazują, iż spróbować można wszystkiego, jeśli na stole stoi woda mineralna marki Darida. |
| Wessens – Знаем о еде все Платформа бренда, нейминг, слоган и айдентика WessensНаука, инновации и технологии — общемировой тренд настоящего и будущего Без науки жизнь современного человека выглядела бы по-другому. Каждый понимает, что с ростом населения планеты, растет производительность в пищевой промышленности, растут продажи еды и корма. Без науки это было бы невозможно.  Учитывая, что инновации присутствуют во всех сферах UNEX Holding GmbH от простого использования надежной техники, до научных разработок, компания станет представителем инновационной пищевой промышленности на рынке.  О том, что компания UNEX HoldingGmbH за научный подход к производству еды и корма, а значит против природных издержек в виде болезней растений и животных, клиенты узнают с помощью нового позиционирования: нейминга, слогана, айдентики. Чтобы получить звучное и уникальное название и передать нужный образ бренда, мы объединили немецкую лексику и английскую грамматику. Английское окончание «-s» означает множественность, большую численность. Таким образом, мы получаем неологизм, обозначающий большие знания о еде. das Wissen Знание +das Essen Еда =das Wessens Знания о еде  Слоган подчёркивает научный подход и генерируемые компанией знания для достижения прогресса в пищевой промышленности. Знаем о еде всё Expertise in food / Wissen über Essen Логотип является визуальным идентификатором, в котором заключена суть бренда. Двойная латинская буква «S» образует уникальный знак, который совмещает в себе два образа: научный — органическая структура зерновых культур и технологический — система сообщающихся элементов. Айдентика компании подчёркивает выбор платформы бренда на основе науки, инноваций и технологий Техничные элементы, такие как строгий паттерн и рамки, вместе с приятной глазу и запоминающейся цветовой гаммой на основе оливкового и абрикосового оттенков создают уникальный образ, выгодно выделяющий компанию на фоне конкурентов. | Wessens – wiemy o jedzeniu wszystko  Platforma marki, naming, hasło i identyfikacja wizualna dla Wessens  Nauka, innowacja i technologia to globalny trend teraźniejszości i przyszłości.  Bez nauki życie współczesnego człowieka wyglądałoby zupełnie inaczej. Każdy rozumie, iż wraz ze wzrostem ludności planety, wzrasta również wydajność w przemyśle spożywczym, rośnie też sprzedaż żywności i pasz. Bez nauki byłoby to niemożliwe.  Biorąc pod uwagę fakt, iż innowacyjność jest obecna we wszystkich obszarach UNEX Holding GmbH, zaczynając od prostego stosowania niezawodnej technologii aż po rozwój naukowy, firma stanie się przedstawicielem innowacyjnego przemysłu spożywczego na rynku.  O tym, iż UNEX HoldingGmbH opowiada się za naukowym podejściem do produkcji żywności i pasz, a więc jest przeciw powikłaniom w postaci chorób zwierząt i roślin, klienci dowiadują się za pomocą nowego pozycjonowania – nazewnictwa, hasła i identyfikacji wizualnej.  Aby uzyskać dźwięczną i niepowtarzalną nazwę i przekazać pożądany wizerunek brandu, połączyliśmy ze sobą niemieckie słownictwo i angielską gramatykę.  Angielska końcówka „s” oznacza mnogość, większą liczebność. W taki sposób otrzymujemy neologizm, oznaczający dużą wiedzę o jedzeniu.  das Wissen  Wiedza  + das Essen  Jedzenie  = das Wessens Wiedza o jedzeniu  Hasło podkreśla podejście naukowe i generowaną przez firmę wiedzę w celu osiągnięcia progresu w przemyśle spożywczym.  Wiemy o jedzeniu wszystko  Expertise in food / Wissen über Essen  Logo jest wizualnym identyfikatorem, które oddaje istotę marki.  Podwójna litera „s” tworzy niepowtarzalny znak, który łączy dwa wizerunki: naukowy – organiczna struktura zbóż i technologiczny – system komunikujących się elementów.  Identyfikacja wizualna podkreśla wybór platformy marki, bazując na nauce, innowacjach i technologii.  Elementy techniczne, takie jak surowy wzór i ramki w połączeniu z przyjemną dla oka i zapadającą w pamięć kolorystyką, opartą na odcieniach oliwki i moreli, tworzą unikatowy wizerunek, korzystnie wyróżniający firmę na tle konkurencji. |
| Приорбанк – финансовая грамотность Видеоролик о новой услуге Приорбанка — голосовой биометрииПонятные инновации В 2015 году Приорбанк первый в Беларуси запустил инновационный сервис подтверждения личности по голосу «Голосовая биометрия». А мы разработали видеоролик информирующий потребителей о внедрении технологии, показывающий простые этапы взаимодействия клиентов с новой системой, нивелировав уровень недоверия к инновации. Ролик предназначался для размещения на сайте, а также трансляции на телевизорах в отделениях банка.  Целевая аудитория — массовый сегмент частных лиц, поэтому в ролике избегаем сложных терминов и предложений. Предполагается ротация видеоролика в отделениях банка, следовательно, требуется особое внимание к тому, как видео смотрится без звука. Придерживаемся упрощенного делового стиля подачи, рассчитанного на массового зрителя. Позитивное и дружелюбное видео на понятном широкому потребителю языке При создании ролика мы ушли от введения дополнительной истории, которая могла бы запутать зрителя. А с первой минуты акцентируем внимание на актуальной проблематике и, непосредственно, на самом сервисе голосовой биометрии.  Специально разработанный визуальный ряд ассоциативно соответствует фабуле ролика, что упрощает восприятие информации. Минимализм ролика и соответствующая графика передает инновационность новой услуги, при этом простота образов делает услугу ближе к целевой аудитории.  Ролик выполнен в единой цветовой гамме с фирменным стилем банка. | Priorbank – dojrzałość finansowa  Filmik o nowej usłudze Priorbanku, czyli biometrii głosowej  Zrozumiałe innowacje  W 2015 roku Priorbank jako pierwszy na Białorusi uruchomił innowacyjną usługę weryfikacji tożsamości za pomocą głosu, tak zwana „biometria głosowa”. My z kolei stworzyliśmy filmik, informujący odbiorców o wdrożeniu technologii, która pokazuje etapy interakcji Klienta z nowym systemem, niwelując poziom nieufności do innowacji. Filmik miał być umieszczony na stronie internetowej, a także emitowany w telewizorach w oddziałach banku.  Grupa docelowa to masowi odbiorcy, dlatego w filmiku unikamy skomplikowanych definicji i zdań. Z założenia miał on być emitowany w oddziałach banku, stąd należy zwrócić szczególną uwagę na to, jak filmik będzie się prezentował bez dźwięku. Trzymamy się uproszczonego biznesowego stylu prezentacji, przeznaczonego dla masowego odbiorcy.  Pozytywne i przyjazne wideo w zrozumiałym języku dla ogółu konsumentów.  Tworząc dany filmik, chcieliśmy uniknąć wprowadzenia dodatkowej historii, która mogłaby zmylić widza. Od pierwszej minuty skupiliśmy się na aktualnej problematyce i bezpośrednio na samej usłudze biometrii głosowej.  Specjalnie opracowany rząd wizualny skojarzeniowo koresponduje z fabułą filmu, co ułatwia odbiór informacji. Minimalizm filmiku i odpowiednia grafika przekazują innowacyjny charakter nowej usługi, przy tym prostota obrazu przybliża usługę ku grupie docelowej.  Filmik został wykonany w spójnej ze stylem banku kolorystyce. |
| МЧС – Жизнь – это не кино Креативная идея и серия визуалов, способствующие популяризации профессии спасателяКто спасает cупергероев? Быть супергероем просто: надевай яркий плащ и лети в самое пекло. Немудрено, что супергерои частенько попадают в неприятности! Кто же спасет cупергероя, когда он в беде? Конечно, спасатели МЧС.  Мы разработали серия сюжетов иронически противопоставляет эффектных, но мало приспособленных к реальности иностранных супергероев опытным и ответственным отечественным спасателям, организовали фотосессию и постпродакшн. Что получилось в итоге смотрите в кейсе. | Ministerstwo Sytuacji Nadzwyczajnych – to nie kino  Kreatywna idea i seria ilustracji, przyczyniające się ku popularyzacji zawodu ratownika  Kto ratuje superbohaterów?  Być superbohaterem to proste: zakładaj płaszcz i leć do samego epicentrum wydarzeń. Nic dziwnego, że superbohaterowie często wpadają w tarapaty! Kto uratuje superbohatera, gdy ma kłopot? Ratownicy MSN, oczywiście.  Opracowaliśmy cykl ilustracji, w fabule których w sposób ironiczny przeciwstawia się efektownych, lecz mało dostosowanych do realiów zagranicznych bohaterów z odpowiedzialnymi i doświadczonymi krajowymi ratownikami. Również zorganizowaliśmy sesję zdjęciową i postprodukcję. Efekt końcowy zobaczcie w kejsach poniżej. |
| ФСЗН – гарантия будущего Креативная идея и серия визуалов, способствующие повышению уровня доверия к фонду социальной защиты населения Чтобы сформировать позитивный образ вокруг ФСЗН, нам нужно побороть мнение: «Наши налоги уходят в никуда». Необходимо показать, что отчисление налогов — это наше с вами социальное страхование, это больничные, декретные, пенсия. Мы разработали линейку визуалов из нескольких основных жизненных ситуаций, в которых человек наиболее остро нуждается в финансовой помощи фонда. | Państwowy Fundusz Socjalnej Ochrony Ludności – gwarancja przyszłości  Kreatywny pomysł i seria ilustracji, skutkujący wzrostem zaufania do funduszu socjalnej ochrony ludności kraju.  Aby stworzyć pozytywny wizerunek wokół funduszu, musimy przełamać zakorzenioną wśród ludzi opinię pod tytułem „Nasze podatki idą donikąd”.  Niezbędne jest pokazanie, iż odliczenie podatków to nasze ubezpieczenie społeczne, w tym zwolnienia lekarskie, macierzyńskie, emerytura.  Opracowaliśmy szereg wizualizacji z kilku podstawowych życiowych sytuacji, w których człowiek najpilniej potrzebuje wsparcia finansowego od funduszu. |
| Tez Tour – Ностальгия по отпуску? Концепция и ключевой визуал для рекламной кампании туроператораЛюди искренне скучают по отпуску. Обычно это светлая тоска по летнему теплу и солнцу. И это означает, что пора снова отдыхать! В этой идее мы вызываем у целевой аудитории эту светлую ностальгию по отпуску с помощью ностальгических видео игр 90-ых. Предлагаем стать участником занимательной игры, отправится в увлекательное путешествие. | Tez Tour – nostalgia za wakacjami?  Koncepcja i key visual dla kampanii reklamowej operatora turystycznego  Ludzie tęsknią za wakacjami. Zwykle jest to lekka tęsknota za letnim ciepłem i słońcem. A to oznacza, iż pora na odpoczynek!  Tym pomysłem wzbudzamy u grupy odbiorców docelowych tę lekką nostalgię za pomocą nostalgicznych gier wideo z lat 90-tych. Proponujemy Ci zostać uczestnikiem tej zabawy i udać się w ekscytującą podróż. |
| ФК «Динамо-Минск» - Динамо’92 Фирменный знак и айдентика к 92-летию ФК «Динамо Минск» В 2019 году Динамо Минск празднует свое 92-летие. Основанный в 1927 году клуб имеет за плечами огромную историю и болельщиков разных возрастов.  Отразить историю и очередной раз вызвать гордость за свой клуб призван разработанный нами знак и фирменный стиль.  Фирменный знак представляет собой стилизованный год основания клуба. Начертания цифр близки к заглавной букву «Д» в логотипе клуба, а цифры «9» и «2» имеют больший акцент, являясь как частью года основания, так и возрастом клуба.  Фирменный знак и название клуба лекго вписывается в пятиугольник или шестиугольник. Фигуры напрямую отсылают к геометрии ячеек мяча или сетки ворот. Полученные в результате гербы помогают развиться фирменному стилю. | Klub piłkarski Dynamo Mińsk – Dynamo ‘92  Logo firmowe i wizerunek z okazji 92-lecia klubu piłkarskiego Dynamo Mińsk  W 2019 roku Dynamo Mińsk obchodzi swoje 92-lecie. Założony w 1927 r. klub posiada ogromną historię i kibiców w różnym wieku.  Opracowane przez nas sygnet i styl firmowy mają na celu odzwierciedlenie historii klubu i po raz kolejny wzbudzić poczucie dumy.  Sygnet prezentuje sobą rok założenia klubu. Kształty cyfr są stylistycznie bliskie do pierwszej litery „D” w logo klubu, a cyfry 9 i 2 są bardziej zaakcentowane, będąc zarówno częścią roku założenia, jak i wiekiem klubu.  Symbol graficzny i nazwa klubu łatwo wpasowują się w pięciokąt lub sześciokąt. Kształty bezpośrednio nawiązują do geometrii oczek piłki lub siatki bramkowej. Powstałe herby pomagają w rozwoju tożsamości klubu. |
| Петруха –путь к сердцу мужчины Креативная концепция и ключевой визуал для рекламной кампании Петрух МастерПуть к сердцу мужчины лежит через желудок И об этом как никто лучше знает «Петруха Мастер».  С продуктами из этой линейки не нужно беспокоится о результате кулинарных подвигов, потому что эти блюда всегда получаются безумно вкусными. Устоять перед ними не сможет ни один мужчина.  Именно это желание не недвусмысленно отражено в ключевом визуале.  Есть страстное желание  Чтобы вы не приготовили из продуктов «Петруха Мастер» будьте уверены — перед этим невозможно устоять. | Pietrucha – droga do serca mężczyzny  Kreatywna koncepcja i wizualizacja kampanii reklamowej dla firmy Pietrucha Mistrz  Droga do serca mężczyzny wiedzie przez żołądek  A Mistrz Pietrucha wie o tym lepiej niż ktokolwiek inny. Z produktami tej serii nie musisz się martwić o rezultat swoich kulinarnych wyczynów, ponieważ dania zawsze Ci wyjdą obłędnie pyszne. Żaden mężczyzna im się nie oprze.  Właśnie dokładnie to pragnienie posiada niedwuznaczny sens w opracowanej wizualizacji.  Istnieje pragnienie  Cokolwiek byście nie przyrządzili z produktów „Pietrucha Mistrz”, macie tę pewność, iż nie sposób się temu oprzeć. |
| ФК «Динамо-Минск» - Энергия Динамо Коммуникационное сообщение и айдентика сезона 2019 года для ФК «Динамо Минск» Футбольный стадион — место концентрации невероятного количества энергии. И только придя на матч, можно в полной мере ее ощутить. Получить уникальный опыт, испытать новые эмоции или просто отлично провести время всей семьей — реальная возможность для каждого, кто окажется с Динамо Минск в новом сезоне.  Энергия Динамо притягивает и даёт невероятный заряд новых эмоций. Твой клуб. Твои эмоции. Твоя энергия. Энергия Динамо.Динамо Минск — твоя команда. А стадион Динамо — твоё энергетическое поле. Продолжить и развить коммуникационное сообщение призвана айдентика сезона. В ее основе лежит геометрия расходящихся волнами линий. Эти линии, объединяясь, образуют уникальное энергетическое поле.  Этот прием прекрасно адаптируется на абсолютно любые носители. Разнообразие образующих форм позволяет создавать бесконечные вариации полей.  Визуализация всех событий происходящий на поле — от забитого мяча и до удаления продолжает концепцию фирменного стиля сезона. | Klub piłkarski Dynamo Mińsk – Energia Dynamo  Przekaz i identyfikacja wizualna sezonu 2019 dla klubu piłkarskiego Dynamo Mińsk  Stadion piłkarski to miejsce koncentracji niesamowitej energii. Dopiero gdy tu jesteś na meczu, możesz ją w pełni doświadczyć. Doświadczyć wyjątkowych wrażeń i nowych emocji lub po prostu dobrze spędzić czas z całą rodziną - to wszystko jest realne dla każdego, kto będzie z Dynamo Mińsk w nowym sezonie.  Energia Dynamo przyciąga i daje niesamowitą dawkę nowych emocji.  Twój klub. Twoje emocje. Twoja energia. Energia Dynamo.  Dynamo Mińsk to twoja drużyna. A stadion Dynamo – twoje pole energetyczne.  Identyfikacja wizualna jest stworzona, aby kontynuować i rozwijać ten przekaz. Jest oparta na geometrii linii, które się rozchodzą niczym fale. Gdy się łączą, tworzą unikatowe pole energetyczne.  Ta technika doskonale dostosowuje się do absolutnie każdego rodzaju nośnika. Różnorodność kształtów pozwala na stworzenie nieskończonej ilości wariacji pól.  Wizualizacja wszystkich wydarzeń rozgrywających się na boisku, począwszy od strzelonego gola aż po usunięcie piłkarza z boiska kontynuuje koncepcję identyfikacji wizualnej sezonu. |
| DEEX – обмен криптовалюты Видеоролик о криптовалютной бирже DEEXДецентрализованная биржа DEX, decentralized exchange — это биржа, которая работает на основе распределенного реестра, не хранит средства и персональные данные пользователей на своих серверах и выступает только платформой для поиска совпадений по заявкам на покупку или продажу активов пользователей. | DEEX – wymiana kryptowaluty  Filmik o giełdzie kryptowalut DEEX  Decentralizowana giełda  DEX, decentralized exchange to giełda, która działa w oparciu o rozproszony rejestr, nie przechowuje środków ani danych personalnych użytkowników na swoich serwerach i występuję tylko i wyłącznie jako wyszukiwarka dopasowań zleceń na zakup bądź sprzedaż aktywów użytkowników. |
| Банк Дабрабыт – Айдентика  Система идентификации банка Дабрабыт  Банк Дабрабыт — это новое имя Банка Москва-Минск. Ребрендинг призван осовременить восприятие банка, привести его в соответствии с текущей ситуацией. Сформировать новое позиционирование: Банк Дабрабыт — это белорусский банк, который видит своей главной задачей помощь клиентам в росте их благосостояния.  Использую за основу название и логотип, разработанные клиентом мы создали константы фирменного стиля, способствующие позитивному восприятию обновления банка потребителями. | Bank Dabrabyt – Identyfikacja wizualna  System identyfikacji wizualnej banku Dabrabyt  Bank Dabrabyt to nowa nazwa banku Moskwa-Mińsk. Rebranding został przeprowadzony celem unowocześnienia postrzegania banku i dostosowania go do aktualnej sytuacji. Stworzyć nowe pozycjonowanie, a mianowicie: Bank Dabrabyt to białoruski bank, którego zadaniem numer jeden jest pomoc swoim Klientom w powiększeniu ich dobrobytu.  Bazując na już opracowanej przez Klienta nazwie i logo, stworzyliśmy elementy stałe firmowego stylu, które przyczyniają się do pozytywnego postrzegania przez konsumentów odświeżenia banku. |
| НПО «Пассат» - Готовы быть первым Концепция и дизайн календаря на 2019 год для НПО «Пассат»Готовы быть первыми Идея календаря — заглянуть в будущее, где реализуются самые смелые мечты НПО Пассат. Развиваясь, осваивая новые технологии — мы ускоряем движение времени. И если сегодня мы реализуем сложные проекты для самых разных условий и технологических задач в различных регионах Земли, то завтра нам вполне под силу освоение и обогащение полезных ископаемых на других планетах.  Идея, кажущаяся пока фантастической, не так уж далека от реальности: современные учёные всерьёз рассматривают вопросы ресурсного использования наших планетарных соседей. Быть в этом деле первым — удел смелых и уверенных в себе.  Календарь рассказывает о 12-ти перспективных объектах добычи и освоения полезных ископаемых в Солнечной системе (планеты и их крупнейшие спутники: Юпитер, Сатурн, Уран, Марс, Венера, Меркурий, Плутон, Луна, Ио, Европа, Ганимед, Калисто, Деймос, Фобос и др).  Каждая страница календаря содержит информация о планете, её климатических особенностях и её ресурсной ценности. А также познавательные факты о ценных ресурсах этих планет от цены до истории его первооткрывателя. | Badawczo-Produkcyjne Stowarzyszenie “Passat” – Gotowi na bycie pierwszymi  Koncepcja i design kalendarza na rok 2019 dla BPS „Passat”.  Gotowi na bycie pierwszymi  Idea kalendarza – zajrzeć do przyszłości, gdzie są realizowane najbardziej odważne marzenia BPS „Passat”.  Rozwijając się, opanowując nowe technologie przyspieszamy upływ czasu. I jeśli dzisiaj realizujemy złożone projekty dla bardzo zróżnicowanych warunków i zadań technologicznych w różnych zakątkach świata, to jutro jak najbardziej jesteśmy w stanie opanować i wzbogacić surowce i minerały na innych planetach.  Pomysł, który na razie wydaje się być czymś w rodzaju science fiction, nie jest tak daleki od rzeczywistości: współcześni naukowcy na poważnie zastanawiają się nad możliwością wykorzystywania naturalnych zasobów naszych planetarnych sąsiadów. Bycie pierwszym w tej dziedzinie to cecha odważnych i pewnych siebie.  Kalendarz opowiada o dwunastu perspektywicznych obiektach wydobycia i opanowania naturalnych surowców i minerałów w Układzie Słonecznym (planety i ich największe księżyce: Jowisz, Saturn, Uran, Mars, Wenus, Merkury, Pluton, Księżyc, Io, Europa, Ganimedes, Kallisto, Deimos, Fobos i inne).  Każda strona kalendarza zawiera informację o planecie, jej cechach klimatycznych i wartości jej zasobów, a także ciekawostki na temat cennych zasobów tych planet, począwszy od ceny aż po historię ich odkrywcy. |
| Anytime – автомобиль в твоем телефоне  Ключевой визуал для каршеринга Anytime  Это просто магия какая то  Anitime Carsharing — первый в Беларуси каршеринг. И для многих его появление стало чем-то с родни волшебства. Ведь теперь не имея собственного, автомобиль можно арендовать используя всего лишь приложение. И вам не придется задумываться о мойке, страховке, парковке, техобслуживании, бензине, аптечке и запаске.  С Anytime Carsharing проблемы решаются, ведь личный авто теперь у вас в телефоне. | Anytime – samochód w twojej komórce  Key visual dla carsharingu Anytime  To po prostu jakaś magia  Anytime Carsharing to pierwszy na Białorusi carsharing. Dla wielu jego wprowadzenie na rynek stało się czymś w rodzaju magii, bowiem nie mając auta, możesz go wynająć za pomocą samej aplikacji w komórce. I nie będziesz musiał zamartwiać się myciem, ubezpieczeniem, parkowaniem, utrzymaniem, przeglądami, paliwem, apteczką i kołem zapasowym.  Z Anytime Carsharing problemy same się rozwiązują, bo teraz samochód masz w komórce. |
| Такси135 – легкие решения Серия ключевых визуалов и видеоролик для рекламной кампании Такси 135Легко! Успевать везде и всегда приятно и легко, когда служба твоего такси работает как часы. До сеанса в кино осталось совсем мало времени? Успеть поможет такси 135.  Лёгкие и яркие иллюстрации как раз рассказывают именно такую историю.  Главные герои нового видеоролика — молодые люди, которые благодаря быстрой службе такси 135 успевают решить все свои проблемы. В кино или на праздник? Несколько кликов и ты уже в машине. | Taxi135 – proste rozwiązania  Seria key visual’i i filmik w ramach kampanii reklamowej dla Taxi135  Lekko!  Przyjemnie i łatwo być wszędzie i zawsze na czas, gdy serwis twojej taksówki działa jak w zegarku. Do rozpoczęcia seansu w kinie zostało niewiele czasu? Zdążysz z Taxi135.  Luźne i żywe ilustracje opowiadają właśnie o tym.  Główni bohaterowie nowego filmiku reklamowego to młodzi ludzie, którzy zdążyli załatwić wszystkie swoje sprawy dzięki szybkiemu serwisu Taxi135.  Do kina czy na imprezę? Kilka kliknięć i już jesteś w aucie. |
| Автокарта – посадочная страница Концепция посадочной страницы Автокарты МТБанка Автокарта от МТБанка — это уникальный банковский продукт, не имеющий аналогов в Беларуси.  Она создана специально для автовладельцев и членов их семей. Любая поездка, будь то дальнее путешествие или дорога на работу, станет приятнее, ведь с каждой обязательной траты при помощи Автокарты вам будет возвращаться мани-бэк.  Посадочная страница раскрывает уникальные особенности Автокарты, но так же объединяет карты банка.  Все карты банка доступны в дополнительном раскрывающемся меню. Модульная структура Позволяет удобно и эффективно структурировать информацию, верно расставить акценты.  Сайт выглядит чистым и современным.  Страницы «Партнеры карты» и «Как карта работает» доступны как на первом экране главной страницы, так и на последующих экранах. Хедер элегантно появляется при первом пролисте и сопровождает пользователя до конца страницы. Контент сайта разбавляет баннер, еще более акцентирующий внимание на основных преимуществах карты.  Компании-партнеры карты разделены на категории по виду деятельности. Каждая такая категория иллюстрарована стильной иконкой.Мобильная версия Большая часть трафика на страницу, приходится на мобильные устройства. Поэтому пользоваться ею должно быть так же просто и удобно, как и в десктопной версии. | Autokarta – landing page  Koncepcja strony docelowej Autokarty od MTBanku  Autokarta od MTBanku to unikatowy bankowy produkt, który nie ma na terytorium Białorusi odpowiedników.  Została stworzona specjalnie dla posiadaczy samochodów i członków ich rodziny. Każda podróż, czy to daleka wyprawa, czy dojazd do pracy, będzie przyjemniejsza, bowiem z każdej obowiązkowej transakcji płatniczej za pomocą Autokarty będzie robiony cashback.  Strona docelowa pokazuje unikatowe możliwości Autokarty, ale też łączy w sobie inne karty banku.  Wszystkie karty banku są dostępne w dodatkowym otwieranym menu.  Struktura modułowa  Pozwala wygodnie i efektywnie uporządkować informację oraz poprawnie umieścić akcenty.  Witryna wygląda schludnie i nowocześnie.  Strony „Partnerzy Karty” i „Jak działa Karta” są dostępne zarówno na pierwszym ekranie strony głównej, jak i na kolejnych ekranach.  Header (nagłówek) subtelnie pojawia się przy pierwszym przeciągnięciu strony w dół i zostaje z użytkownikiem do końca strony.  Treść witryny jest urozmaicona banerem, który jeszcze bardziej robi akcent na podstawowych korzyściach karty.  Firmy partnerskie Karty są podzielone na kategorie według rodzaju działalności.  Każda taka kategoria jest ilustrowana stylową ikonką.  Wersja dla urządzeń mobilnych  Urządzenia mobilne generują większa część ruchu na stronie internetowej. Dlatego korzystanie z niej z urządzeń mobilnych powinno być tak samo proste i łatwe, jak z wersji dla PC. |
| К «Динамо-Минск» - Динамо-машина Промо-ролик команды, видео визитки игроков клуба и видеографика для медиакуба XК «Динамо Минск»Безудержная энергия и спортивная мощь команды крепнут и увеличиваются с каждым матчем Хоккейный клуб «Динамо-Минск» по-прежнему является единственным в стране, который выступает в КХЛ. Также хоккеисты клуба входят в состав национальной сборной Республики Беларусь.  Поэтому все материалы должны отражать силу и устойчивую волю команды к победе.  Волевой настрой игроков нашел свое отражение в виде электрических зарядов и молний.  Энергия, которая генерируется в каждом участнике команды, постепенно пересекает все тело, с каждой минутой крепнет все быстрее и быстрее. В конце концов, ей уже не хватает места в пределах клуба, она распространяется на всю площадку, арену и далее город. Динамо-машина передает бесконечный запас энергии, которая заряжая фанатов верой в любимую команду на весь сезон.  Видео визитки игроков  При создании роликов использовалась динамическая съемка, которая сделала видео завораживающим и волнующим. А благодаря применению VFX (Visual Effects), мы смогли использовать заряды молний и электричества в максимально натуральном виде. Графика для медиакуба Сообщает о важных событиях матча и выполнена в том же визуальном стиле. | Klub Hokejowy Dynamo Mińsk – Dynamo-maszyna  Filmik promujący drużynę hokejową, wizytówki wideo zawodników klubu i grafika wideo dla telebimów Dynamo Mińsk.  Nieokiełznana energia i sportowa moc drużyny rosną z każdym meczem  Klub hokejowy Dynamo Mińsk jest nadal jedynym w kraju, który gra w KHL. Zawodnicy klubu są także w składzie reprezentacji narodowej Republiki Białoruś.  Dlatego wszystkie materiały muszą odzwierciedlać siłę i trwałą chęć drużyny do wygranej.  Waleczne nastawienie zawodników odbija się w postaci ładunków elektrycznych i piorunów.  Energia generowana w każdym z zawodników drużyny stopniowo przecina całe ciało i wzmacnia się z każdą minutą. W konsekwencji brakuje jej miejsca w klubie, rozprzestrzenia się zatem na terenie całej placówki, arenie i ostatecznie w całym mieście. Dynamo-maszyna przekazuje nieskończony zapas energii, która przez cały sezon ładuje kibiców wiarą w ulubioną drużynę.  Wizytówki wideo zawodników  Wizytówki tworzyliśmy za pomocą dynamicznego filmowania, co sprawiło, iż filmiki są hipnotyzujące i ekscytujące. A dzięki zastosowaniu VFX (Visual Effects), potrafiliśmy osiągnąć maksymalnie naturalny efekt błyskawic i ładunków elektrycznych.  Grafika dla telebimów  Informuje o ważnych wydarzeniach meczu i jest wykonana w tym samym wizualnym stylu. |
| Flo – какая ты сегодня? Ключевой визуал для приложения Flo Оказывается, эмоции тесно связаны с гормональным фоном. Благодаря Flo женщина может следить не только за своим циклом, но и за спектром эмоций, который она испытывает каждый месяц.  Используя приложение регулярно, женщина может выстроить закономерности в своем настроении.  Мы решили показать самые узнаваемые эмоции с помощью иллюстраций и подвести пользователя к тому, что Flo следит не только физическими изменениями, но и за внешними проявлениями цикла, такими как эмоции. | Flo – jaka jesteś dzisiaj?  Key visual dla aplikacji Flo  Okazuje się, iż emocje są ściśle związane z gospodarką hormonalną. Dzięki Flo kobiety mogą śledzić nie tylko swój cykl menstrualny, lecz też cały spektrum emocji, który doświadczają co miesiąc.  Korzystając z aplikacji regularnie, kobiety mogą znaleźć zależności w swoim nastroju.  Za pomocą ilustracji postanowiliśmy pokazać najbardziej rozpoznawalne emocje i doprowadzić użytkownika do świadomości, iż Flo pomaga śledzić nie tylko zmiany fizyczne, ale także zewnętrzne przejawy cyklu, takie jak emocje. |
| ПриорЛайф – страховая компания Логотип и концепция фирменного стиля страховой компании ПриорЛайфСтрахование может быть простым, а жизнь удобной «ПриорЛайф» является стопроцентным дочерним предприятием одного из ведущих банков страны – «Приорбанк» ОАО – участника крупнейшей в Центральной и Восточной Европе банковской группе Райффайзен Банк Интернешнл.  Стабильность такого учредителя не может вызывать сомнений, и является одним из главных преимуществ компании. Поэтому эту связь было решено подчеркнуть не только в названии, но и в айдентике. Страхование может быть простым, а жизнь удобной Геометрически точный принцип построения макетов позволяет им легко адаптироваться под любой продукт. А яркие визуалы счастливых представителей целевых аудиторий очеловечивают их. | PriorLife – firma ubezpieczeniowa  Logo i koncepcja identyfikacji wizualnej dla firmy ubezpieczeniowej PriorLife.  Ubezpieczenie może być proste, a życie komfortowe (wygodne?????)  PriorLife jest stuprocentową spółką-córką jednego z wiodących banków Białorusi – Priorbank S.A., który z kolei jest członkiem największej grupy bankowej w Europie Centralnej i Wschodniej Raiffeisen Bank International AG S.A.  Stabilność takiej spółki nie może budzić wątpliwości i jest jednym z głównych atutów firmy. Dlatego postanowiono podkreślić tę więź nie tylko w nazwie, ale też w identyfikacji wizualnej.  Ubezpieczenie może być proste, a życie wygodne  Precyzyjna pod względem geometrycznym zasada budowania szablonów i układów pozwala lekko dostosować się pod każdy oferowany przez nich produkt. Z kolei żywe ilustracje szczęśliwych przedstawicieli docelowych odbiorców nadają im ludzkie cechy. |
| Letpy – Курс программирования на Python Айдентика курса программирования Letpy Легкость, нескучность, дружелюбность Среда обучения letpy работает на компьютерах, телефонах и планшетах, а программы можно писать прямо в браузере. Позволяет организовать нескучную практику и мгновенную проверку заданий роботом или преподавателем, быстро в дружественной форме изучить минимум теории и закрепить все на практике.  Именно легкость, нескучность и дружелюбность отражены в логотипе курса. «P» — значит Python. Eё образуют два символа двоичной системы счисления — 0 и 1. Цветовая гамма логотипа с одной стороны близка к логотипу изучаемого языка программирования с другой дополняет и развивает ее. | Letpy – Kurs programowania na Python  Identyfikacja wizualna kursu programowania Letpy  Lekkość, nieszablonowość, przyjazność  Środowisko edukacyjne Letpy działa na komputerach, smartphonach, tabletach, a programy można pisać bezpośrednio w przeglądarce. Oferuje nieszablonową praktykę i błyskawiczny sprawdzian przez robota lub nauczyciela. Także dzięki niej w szybki i przyjazny sposób przyswoisz minimum teorii i utrwalisz wszystko w praktyce.  Właśnie to łatwość, nieszablonowość i przyjazność odzwierciedlają logo kursu. P jak Python. Tworzą go dwa symbole systemu binarnego – 0 i 1. Kolorystyka logo z jednej strony jest przybliżona do logo języka programowania, z drugiej – uzupełnia go i rozwija. |
| Приоркафе – ЛоготипЛоготип кофейни от Приорбанка В новом здании Приорбанка помимо отделения разместилась уютное кафе, в котором клиенты или сотрудники могут прекрасно провести время за чашкой латте макиато.  Логотип стилистически отсылает к логотипу самого банка и в тоже время передает теплоту и уют кафе. | Priorcafe – Logo  Logo kawiarni Priorbanku  W nowym budynku jednego z oddziałów Priorbanku znalazła się również przytulna kawiarnia, gdzie Klienci albo pracownicy mogą w miłej atmosferze spędzić czas przy filiżance z kawą latte macchiato.  Logo pod względem stylistycznym nawiązuje do logo banku, a jednocześnie z tym oddaje ciepło i przytulność kawiarni. |
| Onliner – мастер на все руки  Ключевой визуал для нового раздела сайта Onliner  В июне 2019 года onliner.by запустил новый раздел «Услуги», в котором каждый нуждающийся сможет разместить заказ, а каждый желающий стать его исполнителем.  Произвести ремонт высокотехнологической техники или помочь котику спуститься с дерева? Исполнитель найдется всегда! Мегабаннер Для продвижения в онлайне подготовили html-баннер, который занял всю новостную плитку на главной станице сайта. | Onliner – złota rączka  Key visual dla nowej sekcji witryny Onlinera  W czerwcu 2019 roku online.by uruchomił nowy rozdział pod tytulem „Usługi”, gdzie każdy potrzebujący może zamieścić swoje zlecenie, a każdy chętny zgłosić się jako zleceniobiorca.  Dokonać naprawy zaawansowanego technologicznie sprzętu albo pomóc małemu kotku zejść z drzewa? Wykonawca zawsze się znajdzie!  Megabaner  Do promowania w Internecie przygotowaliśmy baner html, który zajął cały kafelek „informacyjny” na głównej stronie serwisu. |
| Созвездие – Парикмахерская Айдентика парикмахерской «Созвездие» За долгое время своего существования парикмахерская сформировала лояльную базу клиентов и приняла решение обновить фирменный стиль. Сделать его актуальным и стильным Логотип получился строгим и аккуратным. Шрифт подчеркивает традиционность, а сочетания золотого и черного цветов подчеркивают премиальность оказываемых услуг.  Буква «О» в логотипе имеет небольшой ответвляющийся элемент, символизирующий выступ кольца в строении парикмахерских ножниц. | Gwiazdozbiór – salon fryzjerski  Identyfikacja wizualna salonu fryzjerskiego “Gwiazdozbiór”  Przez długi czas swojego istnienia salon zbudował lojalną kliencką bazę i postanowił odświeżyć swój styl.  Sprawić, aby był aktualny i stylowy  Logo wyszło powściągliwe i zgrabne. Czcionka podkreśla tradycje, a połączenie złotego z czernią - ekskluzywność serwisu.  Litera „O” w logo salonu ma drobny wystający element, symbolizujący kółko z charakterystycznym wystającym elementem w strukturze nożyczek fryzjerskich. |
| ForexClub – А мог бы лететь на Майорку Концепция рекламной кампании и серия ключевых визуалов Forex ClubКартинка смешная, ситуация страшная Люди часто становятся заложниками своего финансового положения. Долги по ипотеке и кредитам лишают их возможности жить полной жизнью. Эти ситуации в стилистике шутливых карикатур отражены в серии визуалов, объеденных общей идеей «Могли бы лететь на Майорку, а не вот это вот все».  Прикованный к авто кредитом, заточенный в доме ипотекой, скрывающийся от коллекторов персонажи призваны заставить задуматься даже тех, кто не никогда с такими ситуациями не сталкивался. Яркие и запоминающиеся визуалы легко цепляют взгляд и приковывают внимание. | ForexClub – a mogłeś lecieć na Majorkę  Koncepcja kampanii reklamowej i key visual dla Forex Club  Obrazek - śmieszny, sytuacja – straszna.  Ludzie często są zakładnikami swojej sytuacji finansowej. Długi z tytułu kredytów hipotecznych i pożyczek często pozbawiają możliwości życia pełną parą. Takie sytuacje w stylu karykatur znajdują odzwierciedlenie w cyklu wizualizacji, których łączy wspólna idea pod tytułem „A mogliśmy lecieć na Majorkę, a nie wszystko to”  Przykuty do auta pożyczką, zakotwiczony w domu przez kredyt hipoteczny, chowający się od komorników - postacie ilustracji są zaprojektowane tak, aby nakłonić do refleksji nawet tych, którzy nigdy nie doświadczyli takich sytuacji. Żywe i zapadające w pamięć ilustracje łatwo przykuwają uwagę. |
| Wowmaking – Разработчик приложений Логотип-маскот разработчика мобильных приложений WowmakingВау-как-круто! Само название кампании говорит, что Wowmaking — команда wow-разработчиков, создающая wow-продукты. Поэтому логотип обязательно должен передавать эту эмоцию.  В знаке используется веселый монстр, подчеркивающий развлекательную направленность кампании. Шрифтовая часть гармонично дополняет знак, и может использоваться отдельно, впрочем как и сам монстр из знака. | Wowmaking – kreator aplikacji  Logo w kształcie maskotki dla kreatora aplikacji mobilnych Wowmaking  Łał-jak-fajnie!  Jak sama nazwa wskazuje, wowmaking to zespół wow-twórców, którzy pracują nad wow-produktami. Dlatego logo koniecznie musi odzwierciedlać tę emocję.  W logo znalazł się wesoły potworek, który podkreśla rozrywkowy charakter działalności firmy. Logotyp (przekaz tekstowy, stanowiązy część logo) w sposób harmonijny uzupełnia sygnet i może być wykorzystywany bez maskotki, zresztą zarówno jak maskotka bez logotypu. |
| Лидкон – соль Упаковка линейки пищевой солиВот в чём соль! Сочетание соли и ароматных пряностей идеальны для придания насыщенного вкуса блюдам. А если эта соль еще и морская, то к несомненным вкусовым достоинствам смело можно добавлять и пользу для здоровья.  Специалисты предприятия разработали линейку пряной морской соли со вкусами «Паприка и базилик» и «Чеснок и черный перец» — универсальной приправа для множества блюд. А мы — яркую и запоминающуюся упаковку. | Lidkon – sól  Opakowanie serii soli spożywczej  Szczypta soli  Połączenie soli i aromatycznych przypraw jest idealne dla nadania potrawom bogatego smaku. A jeśli jest to w dodatku sól morska, to do walorów smakowych śmiało dochodzą korzyści prozdrowotne.  Specjaliści firmy opracowali serię pikantnej soli morskiej o smaku paprykowym z bazylią i czosnkowym z czarnym pieprzem. To doskonała uniwersalna przyprawa dla większości potraw. My z kolei opracowaliśmy dla nich żywe i zapadające w pamięć opakowanie. |
| Красный Мозырянин – Птичка- невеличка Упаковка конфет из птичьего молока «Птичка-невеличка» Конфеты «Птичка-невеличка» удачно сочетают в себе нежной легкое суфле и хрустящую шоколадную глазурь. Упаковку украшает яркая иллюстрация той самой птички-невелички, собирающей сладкий нектар с цветка.  Для различных вкусов (сливочный, шоколадный, вкус черной смородины) упаковка имеет различные цветовые решения. | Krasnyj Mozyrianin – ptasie mleczko „Ptaszek”  Opakowanie dla słodyczy typu „ptasie mleczko” – „Ptaszek”  Czekoladki „Ptaszek” z powodzeniem łączą w sobie delikatny suflet i chrupiącą polewę czekoladową. Opakowanie ozdobione jest żywymi ilustracjami tego samego „ptaszka”, zbierającego słodki nektar z kwiatka.  Każdy smak (śmietanowy, czekoladowy i czarnej porzeczki) posiada swój własny kolor opakowania. |
| Приорбанк – Голосовая биометрия Видеоролик о голосовой биометрии — новой услуге ПриорбанкаПонятные инновации В 2015 году Приорбанк первый в Беларуси запустил инновационный сервис подтверждения личности по голосу «Голосовая биометрия». А мы разработали видеоролик информирующий потребителей о внедрении технологии, показывающий простые этапы взаимодействия клиентов с новой системой, нивелировав уровень недоверия к инновации. Ролик предназначался для размещения на сайте, а также трансляции на телевизорах в отделениях банка.  Целевая аудитория — массовый сегмент частных лиц, поэтому в ролике избегаем сложных терминов и предложений. Предполагается ротация видеоролика в отделениях банка, следовательно, требуется особое внимание к тому, как видео смотрится без звука. Придерживаемся упрощенного делового стиля подачи, рассчитанного на массового зрителя. | Priorbank – Biometria głosowa  Filmik o biometrii głosowej, czyli nowej usłudze banku  Zrozumiałe innowacje  W 2015 roku Priorbank jako pierwszy na Białorusi uruchomił innowacyjną usługę weryfikacji tożsamości za pomocą głosu, tak zwana „biometria głosowa”. My z kolei stworzyliśmy filmik, informujący odbiorców o wdrożeniu technologii, która pokazuje etapy interakcji Klienta z nowym systemem, niwelując poziom nieufności do innowacji. Filmik miał być umieszczony na stronie internetowej, a także emitowany w telewizorach w oddziałach banku.  Grupa docelowa to masowi odbiorcy, dlatego w filmiku unikamy skomplikowanych definicji i zdań. Z założenia miał on być emitowany w oddziałach banku, stąd należy zwrócić szczególną uwagę na to, jak filmik będzie się prezentował bez dźwięku. Trzymamy się uproszczonego biznesowego stylu prezentacji, przeznaczonego dla masowego odbiorcy. |
| MTBankFx – самый крупный брокер  Креативная концепция и серия ключевых визуалов MTBankFx  Крупный зверь  За время существования на рынке MTBankFx занял существенную долю рынка и значительно превзошел своих конкурентов. Эту разницу мы и отразили в серии визуалов.  Крупный и уверенный шрифт помогает еще больше усилить мысль о том, что «MTBankFx — самый крупный брокер». | MTBankFx – największy brocker  Kreatywna koncepcja i key visual dla MTBankFx  Największy  W czasie swojego istnienia MTBankFx zajął istotną część rynku i znacząco wyprzedził konkurencję. Tę różnicę pokazaliśmy w szeregu ilustracji.  Duża i zdecydowana czcionka jeszcze bardziej przekonuje, iż MTBankFx jest największym brockerem. |
| Multi Radiance Medical – Технология Super Pulsed Laser Рекламный видеоролик технологии Super Pulsed LaserЛучше один раз увидеть Multi Radiance Cascade Energy Effect™ использует сложный программный алгоритм для синергизации нескольких длин волн, что позволяет проникать в ткани на разных уровнях. LaserSweep™ изменяет количество импульсов, испускаемых в секунду, для сканирования ткани, предотвращая адаптацию организма и появление устойчивости к эффектам лечения.  Думаем тут все предельно понятно. Если нет, мы подготовили ролик, который более подробно и понятно раскрывает эту тему.  Подробный сториборд максимально описывает все анимации и ракурсы в будущем ролике. Кадры из драфта и финальные кадры максимально близки. | Multi Radiance Medical – Technologia Super Pulsed Laser  Wideo promujące technologię Super Pulsed Laser  Lepiej jeden raz zobaczyć  Multi Radiance Cascade Energy Effect™ stosuje zaawansowany algorytm dla synergii długich fal w celu penetracji tkanek na różnych poziomach. LaserSweep™ modyfikuje ilość impulsów emitowanych na jedną sekundę celem skanowania tkanki, zapobiegając przyzwyczajaniu się organizmu i uodparnianiu się na efekty leczenia.  Wydaje nam się, iż wszystko tu jest jasne. Jeśli nie, przygotowaliśmy filmik, który bardziej szczegółowo i zrozumiale przedstawi temat.  Szczegółowy scenorys opisuje wszystkie animacje i kąty w przyszłym filmiku. Ujęcia z draftu i finalne są maksymalnie do siebie zbliżone. |
| НПО «Пассат» - Знание дела до самых глубин Концепция и дизайн календаря на 2018 год ПНО «Пассат»Знание дела до самых глубин В основе идеи календаря мы решили метафорично показать высочайший уровень специалистов научно-производственного объединения, отразить их полное погружение в горно-химическую отрасль.  Конструкция календаря состоит из 12 самостоятельных частей. Каждая часть олицетворяет собой один слой земной коры. Перелистывая календарь мы погружаемся все глубже в недра земной коры и раскрываем новые интересные факты о ископаемых там находящихся. | Badawczo-Produkcyjne Stowarzyszenie “Passat” – Gotowi na bycie pierwszymi  Koncepcja i design kalendarza na rok 2018 dla BPS „Passat”.  Dogłębna znajomość swego fachu  U podstaw idei kalendarza postanowiliśmy w sposób metaforyczny pokazać najwyższy poziom specjalistów naukowo-produkcyjnego stowarzyszenia, odzwierciedlić ich pełne zanurzenie do branży wydobywczej i chemicznej.  Struktura kalendarza składa się z 12 niezależnych części. Każda część reprezentuje jedną warstwę skorupy ziemskiej. Zmieniając kartki kalendarza, zanurzamy się coraz bardziej w głąb skorupy i odkrywamy nowe ciekawostki dotyczące znalezionych tam minerałów. |
| Новогоднее крафтовое пиво Этикетка и упаковка вкуснейшего крафтового пиваГубит людей вода Согласно китайскому гороскопу, животным – покровителем 2017 года будет Петух. Именно он гордо шагает на этикетки и упаковке нашего крафтового пива. Весь ноябрь и половину декабря мы не покладая рук варили пиво, что бы под новый год нашим дорогим клиентам было чем запивать многочисленные имбирные пряники и чайные наборы. | Sylwestrowe piwo kraftowe  Etykieta i opakowanie najsmaczniejszego piwa kraftowego  To nie piwo psuje ludzi  Według chińskiego horoskopu Kogut będzie symbolicznym zwierzęciem 2017 roku. To on dumnie kroczy na etykietach i opakowaniach naszego piwa kraftowego. Cały listopad i połowę grudnia nieustannie warzyliśmy piwo, aby w Sylwestra nasi drodzy Klienci mieli czym popijać liczne pierniczki i herbaty. |
| Шоколадово – Маковая асалода Этикетка шоколадных конфет с маковой начинкой «Макавая асалода» Что может быть лучше шоколадных конфет? Конечно же шоколадные конфеты с добавлением маковой начинки!  «Макавая асалода» именно такие конфеты. Вкус яркий и запоминающийся, как собственно и этикетка. | Czekoladowo – „Makowa asałoda”  Opakowanie czekoladek z makowym nadzieniem „Makowa asałoda”  Czy istnieje coś lepszego od słodyczy z czekolady? Chyba że czekoladki z makowym nadzieniem!  „Makowa asałoda” to właśnie to. Mają niezapomniany smak, zresztą jak i opakowanie. |
| STIHL – 20 лет в Беларуси Креативная концепция и ключевой визуал STIHL Belarus В 2017 коду Stihl отмечает особую дату — компания уже два десятка лет представлена на белорусском рынке.  Ключевой визуал изящно иллюстрирует это событие. | STIHL – 20 lat na Białorusi  Kreatywna koncepcja i key visual dla STIHL Belarus  W 2017 roku Stihl obchodzi szczególną datę. Firma jest obecna na białoruskim rynku od dwóch dekad.  Key visual wdzięcznie ilustruje to wydarzenie. |
| Белтелеком – Ясна Нейминг нового пакета услуг Белтелеком, рестайлинг логотипа и фирменного стиля В 2017 году в агентстве был разработан нейминг, логотип и фирменный стиль нового пакета услуг от Белтелеком. Сегодня мы решили освежить и осовременить их.  Логотип стал еще проще и аккуратнее. Теперь он еще более гармонично смотрится на любом носителе.  Пакеты услуг линейки «Ясна» включают три основные услуги, необходимые современному человеку для комфорта и полноценного общения: интернет, телефонную связь и телевидение. Эти направления легли в основу секционной концепции фирменного стиля.  Любой макет легко делиться на части, с четким соотношением друг к другу. Секции окрашиваются в фирменные цвета и в зависимости от значимости и ситуации заполняются контентом. | Beltelekom – Jasna  Naming nowego pakietu usług od Beltelekom, restyling logo i wizualnego stylu firmy.  W 2017 roku został opracowany naming, logo i wizualny styl dla nowego pakietu usług od firmy Beltelekom. Dzisiaj postanowiliśmy je odświeżyć i unowocześnić.  Logo stało się bardziej schludne i proste. Teraz jeszcze bardziej harmonijnie prezentuje się na nośnikach.  Pakiety usług serii „Jasna” zawierają trzy podstawowe usługi, których potrzebuje nowoczesny użytkownik dla komfortowej i pełnowartościowej komunikacji. Są to Internet, sieć komórkowa i telewizja. Powyższe kierunki leżą u podstaw sektorowej koncepcji wizualnego stylu marki.  Każdy można łatwo dzielić na części z wyraźnym powiązaniem ze sobą. Sekcje malowane są w kolory firmowe i w zależności od stopnia ważności i sytuacji są wypełniane treścią. |
| MTBankFx – первый во всем Серия ключевых визуалов для рекламной кампании MTBankFx Первый в космосе — Гагарин, первый на Луне — Армстронг, а первая банковская форекс-площадка в Беларуси — MTBankFX. Два из трёх этих утверждений точно не мистификация. МТБанк вывел на рынок форекса уникальный продукт — прозрачный и понятный банковский брокер с 0% комиссией и отличным спредом. MTBankFx — первый банковский форекс брокер | MTBankFx – pierwszy we wszystkim  Seria key visuali kampanii reklamowej dla MTBankFx  Gagarin – pierwszy w kosmosie, Armstrong – pierwszy na księżycu, MTBankFX – pierwsza na Białorusi bankowa placówka forex. Dwa z tych trzech stwierdzeń zdecydowanie nie są mistyfikacją. MTBank wprowadził na rynek forex unikatowy produkt, którym jest przejrzysty i zrozumiały brocker bankowy z prowizją 0% i doskonałym spreadem.  MTBankFx jest pierwszym brockerem bankowym forex. |
| VGI – Энергия. Слава. Талант. Айдентика холдинга VGI При работе такого сложного механизма как парусная яхта, важно, чтобы все части этого механизма работали без перебоя, в противном случае корабль и вся команда пойдут на дно.  Также и в VGI — успех холдинга состоит из компаний, которые в него входят. Все компании крепко связаны между собой едиными принципами и ценностями VGI. Связь компаний под одним именем (парусом) можно сравнить с силой морских узлов.  Основополагающей фирменного стиля стала морская тематика: волны, яхта, чистое небо и морские просторы. Холдинг как парус задает направление всем своим внутренним компаниям. Силуэт парусов яхты отразился в новом логотипе бренда. В фирменном стиле используются фотографии с морской тематикой. | VGI – Energia. Sława. Talent.  Identyfikacja wizualna dla VGI Holding  W pracy tak skomplikowanego mechanizmu jak jacht żaglowy ważne jest, aby wszystkie składowe tego mechanizmu działały bez zarzutów, w przeciwnym wypadku jacht z załogą okaże się na dnie.  Tak samo jest w VGI. Sukces holdingu leży w spółkach, które są w jego składzie. Wszystkie spółki są ściśle ze sobą powiązane jednakowymi zasadami i wartościami VGI. Połączenie spółek pod jedną nazwą (żaglem) można porównać do mocy węzłów morskich.  Temat morski stał się elementem podstawowym w wizualnym stylu marki. Fale, jacht, czyste niebo i morskie przestrzenie. Holding niczym żagiel zadaje kierunek wszystkim swoim spółkom. Sylwetka żagli jachtu została odzwierciedlona w nowym logo marki. Obrazy o morskiej tematyce zostały użyte do tworzenia wizualnego stylu marki. |
| Белорусская федерация авиационного спорта – Айдентика  Айдентика Белорусской федерации авиационного спорта  Основные цели деятельности ОО «БФАС» предусматривают содействие развитию массового авиационного спорта и авиационного спорта высших достижений в стране, привлечение к занятиям авиационными видами спорта молодежи, исполнение обязанностей активного члена Международной авиационной федерации (FAI) от Республики Беларусь. И теперь у федерации появился крутой логотип, олицетворяющий эти цели.  Логотип визуально разделен на три части. Верхняя часть — в виде размаха крыльев, как один из основных элементов, символизирующий авиационную направленность федерации.  Небольшая зелёная часть — символизирует работу федерации не только в воздухе, но и на земле — координация полётов, лицензирование, тренировочные процессы на базах, учебная подготовка специалистов.  Красная часть — яркая и динамичная, символ стремлений и характера самой федерации и её участников. Именно в этой части вписана текстовую часть логотипа, подчеркивая большое значение общего настроения БФАС. | Białoruska Federacja Sportów Lotniczych – Identyfikacja wizualna  Identyfikacja wizualna dla Białoruskiej Federacji Sportów Lotniczych  Do podstawowych celów działalności organizacji społecznej „BFSL” należy współpraca przy rozwoju masowych sportów lotniczych i sportów lotniczych o najwyższych osiągnięciach w kraju, przyciąganie młodych ludzi do zainteresowania dyscyplinami sportów lotniczych, pełnienie obowiązków aktywnego członka Międzynarodowej Federacji Lotniczej (FAI) jako reprezentanta Białorusi. Teraz BFSL ma świetne logo, odzwierciedlające wszystkie te cele.  Sygnet dzieli się na trzy części. Górna część jest w kształcie rozłożonych skrzydeł, jako jeden z podstawowych elementów, symbolizujących lotniczy kierunek federacji.  Niewielka zielona część symbolizuje pracę federacji nie tylko w niebie, ale też na lądzie, mianowicie koordynację lotów, licencje, szkolenia w bazach i przygotowanie specjalistów.  Czerwona część - żywa i dynamiczna. Jest symbolem determinacji i charakteru zarówno federacji, jak i jej członków. Dlatego to właśnie tu został umieszczony logotyp, podkreślając duże znaczenie ogólnego nastroju BFSL. |
| Белавиа – 20 лет Концепция и верстка юбилейной книги национального авиа перевозчика Белавиа20 лет в небе. 20 лет с вами. Пятого марта главный белорусский авиаперевозчик отметил свой юбилей. К этому празднику мы подготовили 98 страничную книгу, рассказывающую историю становления национального авиа перевозчика. Книга иллюстрирована уникальными архивными фотографиями и инфографикой об авиационной технике на службе компании. | Belavia – 20 lat  Koncepcja i tworzenie jubileuszowej książki dla państwowej linii lotniczej Belavia  20 lat w niebie. 20 lat z Wami.  5 marca główna białoruska linia lotnicza obchodziła swój kolejny jubileusz. Z okazji tego święta przygotowaliśmy 98 stronicową książkę, opowiadającą historię powstania państwowego przewoźnika lotniczego. Książka została ilustrowana unikatowymi archiwalnymi zdjęciami i infografikami dotyczącymi techniki lotniczej podczas służby. |
| Абсолютбанк – абсолютный результат Логотип и концепция фирменного стиля АбсолютбанкаАбсолютбанк — это математическая точность, логика и положительный результат. Чтобы показать это наглядно, мы обратились к математическому знаку — модулю. Значение между скобками всегда неотрицательно. Это Абсолютная величина. Абсолютный результат. Новое визуальное решение должно отражает современность и индивидуальность «Абсолютбанка», оно максимально лаконичное и эстетичное, но в тоже время яркое и функциональное. | Absolutbank – absolutny rezultat  Logot i koncepcja wizualnego stylu dla banku Absolut.  Absolutbank to matematyczna dokładność, logika i pozytywny rezultat.  Aby to pokazać, wzięliśmy jako przykład moduł matematyczny, inaczej wartość bezwzględną. Nigdy nie jest ujemna. Innymi słowy - wartość absolutna. Absolutny wynik. Nowe rozwiązanie wizualne powinno odzwierciedlać nowoczesność i indywidualność Absolutbanku. Jest lakoniczne i estetyczne, a zarazem żywe i funkcjonalne. |