

# Карпаратыўная айдэнтыка –

гэта менавіта тое, як мы прывыклі апісваць мэту брэнда, увасобленую ў жыццё з дапамогай вядомых, адметных вербальных і візуальных элементаў.

# З цягам часу

ў брэндаў з'явілася больш магчымасцяў для самавыяўлення – не толькі вербальнага і візуальнага, але і пачуццёвага і інтэрактыўнага.

Гэтыя кропкі скрыжавання фармуюць спектр 360 градусаў для самавыяўлення брэнда і яшчэ большай колькасці ўзаемадзеянняў паміж брэндам і спажыўцом.



# Сучасныя брэнды

выкарыстоўваюць усе магчымыя кропкі скрыжавання са сваёй мэтавай аўдыторыяй.



ON FOOT  
BRANDING STUDIO



# Айдэнтыка ≠ лого

Калі брэнд скарыстае ўвесь свой патэнцыял у кропках скрыжавання, робіцца магчымым ідэнтфікаваць яго па адной ці ўсяго некалькім такім кропкам.

onfoot.by

