

Identyfikacja wizualna od zera

twoja checklista

Strategia

- Kim jestem jako marka?
- Jakie wartości mnie prowadzą?
- Dla kogo tworzę?
- Kim są moje klientki, jakie mają potrzeby?
- Jaką zmianę obiecuję? Co poczują lub osiągną po współpracy ze mną?

💡 Napisz 1–2 zdania „obietnicy marki”. To będzie Twój filtr przy każdej decyzji wizualnej.

Moodboard

- 2–3 kolory bazowe + 1–2 akcenty
- zdjęcia (nastrój, światło, emocje)
- wzory i faktury
- inspiracje typograficzne,
- słowa-klucze (np. spokój, czułość, odwaga)

👉 Patrząc na moodboard, zadaj sobie pytanie: „Czy to jest moja energia?”.

Paleta kolorów

- bazowe: jasne na tło
- uzupełniające: neutralne, do tekstów i linii
- akcent: mocniejszy, do przycisków i wyróżników

💡 Zapisz paletę w HEX, RGB i CMYK. Sprawdź kontrast – tekst musi być czytelny.

Typografia

- 2 fonty: nagłówki + akapity
- prosta hierarchia (H1, H2, akapit, guziki)
- polskie znaki (ą, ę, ł, ś),
- interlinia 140–160%.

💡 Trzymaj się konsekwentnie wybranych grubości (np. regular i bold).

Logo

- wersja pozioma, pionowa/kwadratowa, kolorowa, jednokolorowa, monochromatyczna,
- favicon (ikona do www).

💡 Pliki trzymaj w jednym folderze: SVG (uniwersalny), PDF (druk), PNG (przezroczyste tło), JPG (banery), WEBP (ekrany)

Elementy dodatkowe

- styl zdjęć: światło, kadry, emocje
- ikonki: proste i spójne
- wzory/tekstury
- układy: siatka i marginesy
- key visual: motyw przewodni, który wraca w każdym materiale

Mini brand book

- logo i przykłady użycia,
- paleta kolorów z kodami,
- fonty i hierarchia,
- zdjęcia: TAK/NIE,
- ikonki i wzory,
- przykładowe szablony postów,
- 5 zasad „tak/nie”.

Pamiętaj: identyfikacja wizualna nie musi być idealna od pierwszego dnia. Liczy się spójność, autentyczność i to, by była Twoja.

Jeśli chcesz, żebym pomogła Ci ułożyć ten proces i przełożyć go na konkretne elementy (Twoje kolory, fonty, szablony).

Napisz do mnie lub umów się na bezpłatne konsultacje!

Zróbmy to razem – bez spiny i bez szablonów.

www.agnieszkaszpunar.pl

