




P R I R O Č N I K C E L O S T N E G R A F I Č N E P O D O B E

L O N d . d . . , K r a n j

A hand holding a smartphone against a background of snow-capped mountains. A bee is perched on the top edge of the phone. The phone screen displays a news article in Slovenian. The headline is in large, bold, black font, and the sub-headline is in a smaller font below it. A small graphic of a honeycomb is positioned to the right of the headline.

»Nova podoba nam omogoča več igrivosti«

Hranilnica LON se je drzno odločila za spremembo svoje četrstoletja stare podobe.

Celostna grafična podoba LONa vsebuje logotip, tipografijo, slogan in barve. Je obraz blagovne znamke LON, kateri tudi dopolnjuje in krepi obstoječi ugled. K sebi privablja nove stranke, obstoječim strankam pa daje občutek domačnosti. Doslednost je ključnega pomena identitete blagovne znamke LON. Ker predstavljajo in krepijo čustva blagovne znamke, mora biti sporočilo, ki ga predstavljajo komponente celostne grafične podobe LONa jasno in vedno enako, ne glede na to, kje je prikazano.

Uporaba predpisanih elementov in upoštevanje pravil celostne grafične podobe sta predpogoj in osnova za konsistentno vizualno podobo LONa:

1. Uporaba elementov napisanih v tem priročniku je obvezna za vse deležnike, ki uporabljajo logotip LONa.
2. Najbolj priporočljiva je uporaba osnovnega logotipa ali samo znaka v barvni različici. V kolikor to ni mogoče, je možna uporaba še ostalih različic.
3. Izjeme so dovoljene samo v posebnih primerih in jih mora potrditi Služba marketinga in komuniciranja.
4. Pred vsako objavo logotipa se mora prispevek z objavljenim logotipom poslati v predogled Službi marketinga in komuniciranja.
5. LON si pridržuje pravico kadarkoli spremeniti ali preoblikovati katerokoli stvar iz tega priročnika.

**logotip
barve
slogan
tipografija**

naša zgodba

25. januar 1992

LONova zgodba se je začela v soboto, 25. januarja 1992, na Brdu pri Kranju. Kranj je bil zasnežen, vreme je bilo oblačno. Na televiziji smo lahko ob 16. uri gledali Svetovni pokal v alpskem smučanju - smuk (prenos iz Wengna), zvečer pa smo se zabavali ob gledanju MacGyverja. V Ratečah in Planici se je ta dan odvijalo prvo državno prvenstvo Slovenije v smučarskih tekih. Poplesavali smo na Liziko, pesem Mikija Šarca in se jokali ob pesmi Erica Claptona Tears in Heaven. V kinodvoranah so predvajali Vrnitev v Plavo laguno, Čedno dekle, Indiana Jones - Zadnji križarski pohod in Hudson Hawk. Takratni slovenski predsednik je bil Milan Kučan.

V teh letih smo se razvili v uspešno in prepoznavno bančno institucijo, trenutno imamo 12 poslovalnic po vsej Sloveniji. Naše poslanstvo je zadovoljstvo naših strank, kar pomeni zagotavljanje hitrih in učinkovitih bančnih storitev. Pomeni izpolnjevanje želja strank ter njihovih sanj in vizij za prihodnost. Še več, pomeni dobrodošlico našim strankam, to je prebivalcem in malim podjetnikom, da postajajo del naše skupnosti in bodo svojim družinskim članom, prijateljem, sodelavcem in poslovnim partnerjem z navdušenjem pripovedovali o naših odličnih bančnih storitvah z Ljubeznivo Osebno Noto.





HRANILNICA **LON**



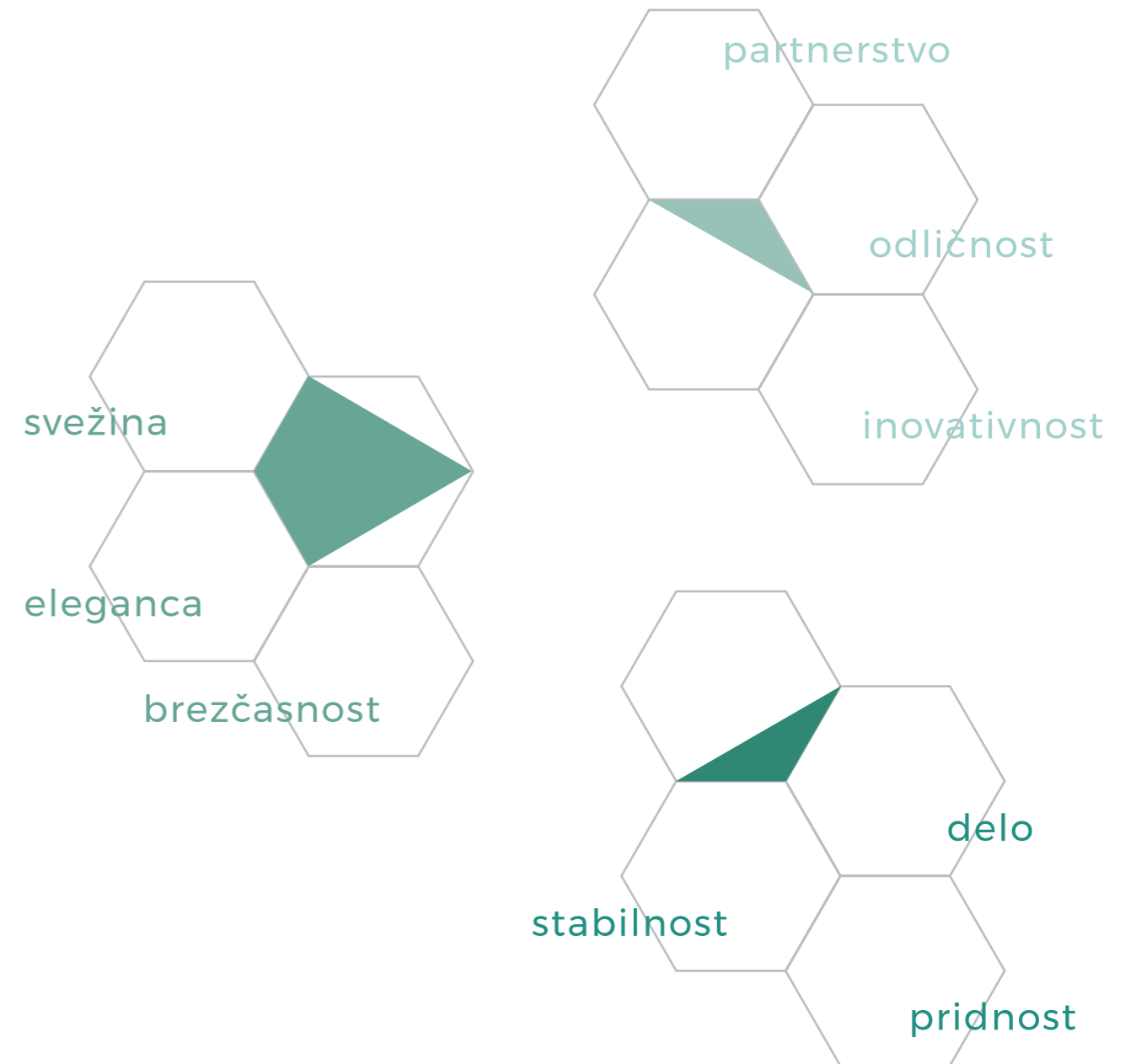
LON

idejna zasnova

Satovje je množica šesterokotnih prizmatičnih voščenih celic, zgrajenih s čebelami v gnezdih, ki vsebujejo ličinke, zaloge medu ter cvetnega prahu. V šesterokotni mreži je vsaka vrstica tako kratka, kot je mogoče, če se veliko območje napolni z najmanjšim številom šesterokotnikov. To pomeni, da za izdelavo in pridobivanje moči pod stiskanjem satovji potrebujejo manj voska.¹

Zaradi zastarelega logotipa in potrebe po pridobivanju pozornosti mlajše publike smo leta 2016 začeli s projektom rebrandinga in ga zaključili leta 2017.

Naš glavni cilj je bil ustvariti nov logotip, s tem da ohranimo tudi nekaj elementov starega. Lahko bi rekli, da smo star logotip LONa reciklirali in njegove elemente uporabili na bolj sodoben način. Za načrtovanje znaka smo izhajali iz zelene barve ter čebeljega satja. Trije različni deli iz satovja se nato združijo v eno ter skupaj tvorijo eno celico v mreži. Končni znak predstavlja tudi puščico, ki kaže v desno in nakazuje naš razvoj in pogled naprej.



logotip

Lógotíp je grafični element, ki označuje neki produkt ali podjetje in je sestavljen iz črk. Rečemo mu tudi besedni znak. Angleški izraz logo prevajamo z besedo znak, ne logotip. Znak je lahko slikovni, besedni ali kombinacija. Besedni znak poznamo tudi kot logotip. Namen logotipa je predvsem lažja prepoznavnost posameznega podjetja, programa, produkta, še posebej v današnjem času ko se imena pogosto ponavljajo. Logotip ima komunikativno in reklamno vrednost, saj podjetja pogosto uporabijo domiselne logotipe z namenom, da bi jih ali svoj produkt opazili, si ga zapomnili in ga obenem ločili od drugih podjetij, produktov,... Za ta namen pridejo v poštev predvsem slikovni ali kombinirani logotip. ²

Logotip je moderen, enostaven, brezčasen, zapomljiv in omogoča nadgraditve v prihodnosti. Prav tako je svež, mladosten in ga je v vseh okoliščinah lažje uporabiti.

Predstavlja stabilnost, povezljivost različnih področij in spoštovanje LONovih idealov.



znak

[Šestkótnik ali šesterokótnik ali s tujko heksagón (iz starogrške besede heksagōnos < heks - šest + gōnos - ki ima kote) je v ravninski geometriji mnogokotnik s šestimi stranicami, šestimi oglišči in šestimi notranjimi koti. Geometrijsko obliko šestkotnika narava zelo dobro pozna, ustvarjajo jo čebele v panjih. Njihova osnovna enota - satje - ki je po obliki heksagon ali šestkotnik. Tudi zgodovina v arhitekturi pozna to obliko pri gradnji hiš, saj omogoča praktičen razpored prostorov. ³

Znak je v obliki šestkotnika. Tvorijo ga tri različne oblike, ki skupaj tvorijo celoto. Znak sam se lahko uporablja kot samostojni element.



napis

star. plačilo, plača: gospodar ji je dajal majhen lon; koliko lona hočeš / dosti dobrega sem jim storil, za lon imam pa samo nehvaležnost v zahvalo, za nagrado • star. dela jim za božji lon zastonj, brezplačno / lónati -am dov. (o) star. dati plačilo, plačati: pomagal ti bom zastonj, saj vem, da me ne moreš lonati ⁴

Napis sestavljajo tri črke L, O, N. Uporabljena je neserifna pisava Futura. Napis sam se ne more uporabljati kot samostojni element. Prvotno je ime LON izhajalo iz že opisane starinske besede za plačilo, med leti pa se je uporabljala tudi besedna zveza bančništvo na Ljubezniv, Oseben Način, kasneje tudi bančništvo z Ljubeznivo Osebno Noto.

LON

slogan

Življenje je že preveč zapleteno, da bi ga zapletali še s kompliciranim bančnim poslovanjem. Zato v LONU verjamemo v enostavno, razumljivo in prijazno bančništvo. Takšno, ki ljudem ne prihrani le denarja, ampak tudi dragoceni čas in energijo za vse, kar jim je v življenju najbolj dragoceno. Zato razvijamo storitve, ki ljudem pomagajo do ugodnejših bančnih rešitev ter usposabljammo verodostojne strokovnjake, ki komitentom poenostavljajo vsakdanje bančne obveznosti.

Resnično cenjeni smo lahko samo, če naši komitenti na vseh točkah stika z nami občutijo, da je v LONU vse bolj lahko kot drugje. Da se pri nas "da", da se lahko ustaviš po nasvet, da so pogoji lahko razumljivi, storitve lahke za uporabo, prijazni referenti pa pripravljene pomagati in olajšati vsakdan.

Slogan lahko! je mogoče uporabljati pri logotipu kot dodatni element, pri oglasnih sporočilih pa uporabljamo zvezo LON. Lahko.

LON. Lahko.



barve

Celostna grafična podoba ali identiteta blagovne znamke so žive stvari. Naj bodo žive tudi njihove smernice. Pri LONu so. Splet LONovih osnovnih barv predstavlja Slovenijo, njene pokrajine in znamenitosti.

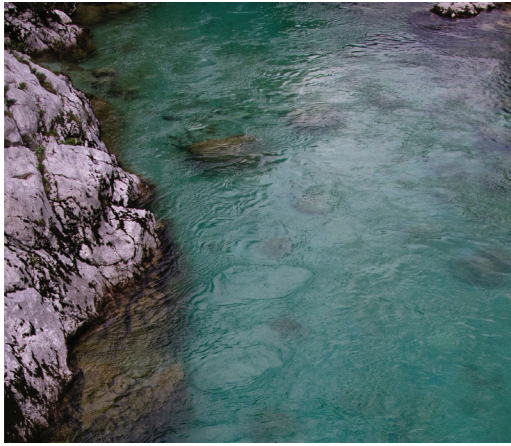
Nosilna zelena barva, najljubša barva narave, barva pomladi, obdobja, ko vse zaživi, je barva ravnovesja, miru in harmonije. Zelena se tradicionalno povezuje tudi z denarjem, financami, bančništvom in ambicioznostjo.

Slovenija, dežela gozdov, lepe, neokrnjene narave. Naša zelena inspiracija - Julijske Alpe, skozi katere teče turkizno modra reka Nadiža, hudourniškega značaja, smaragdna reka Soča, ki svoj divji a prijazni značaj ohranja v celotnem teku, v katerih se nahaja Triglav, naš državni simbol in ponos.

Kot kombinacija rumene in modre barve zajema zelena duševno jasnost in optimizem od rumene in čustveni mir modre barve. Zelena barva dobro presoja, ima močan občutek za to kar je prav in kaj narobe. Vidi obe strani enačbe, jih pretehta in se po navadi z moralnega stališča ustrezno odloči.

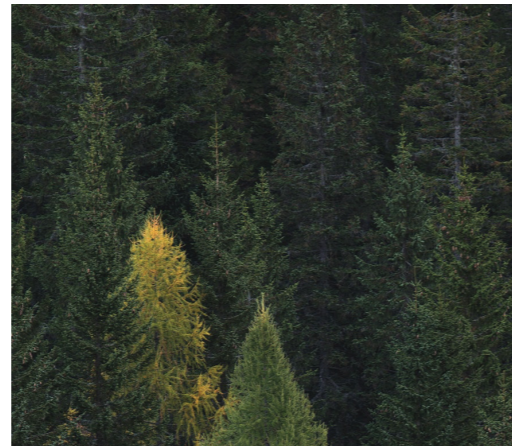


Reka Nadiža



PANTONE 569 U
 44 142 130
 87 8 55 6
 2C8F82

Iglasti gozd



PANTONE 7473 C
 94 162 154
 69 6 44 6
 5EA59A

Blejska kremšnita



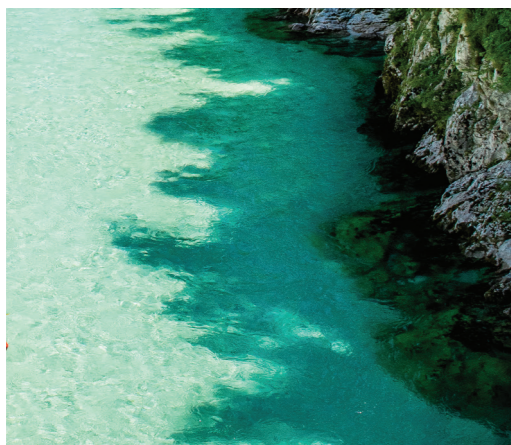
242 223 195
 0 7 20 5
 F1DFC3

Drežniška koza



0 0 0
 0 0 0 0
 000000

Reka Soča



PANTONE 7464 C
 160 209 202
 35 0 18 0
 A0D1CA

Triglav



PANTONE COOLGREY-8
 20 11 12 32
 147 149 152
 939598

Satje Kranjske sivke



216 168 79
 16 34 81 0
 D8A84E

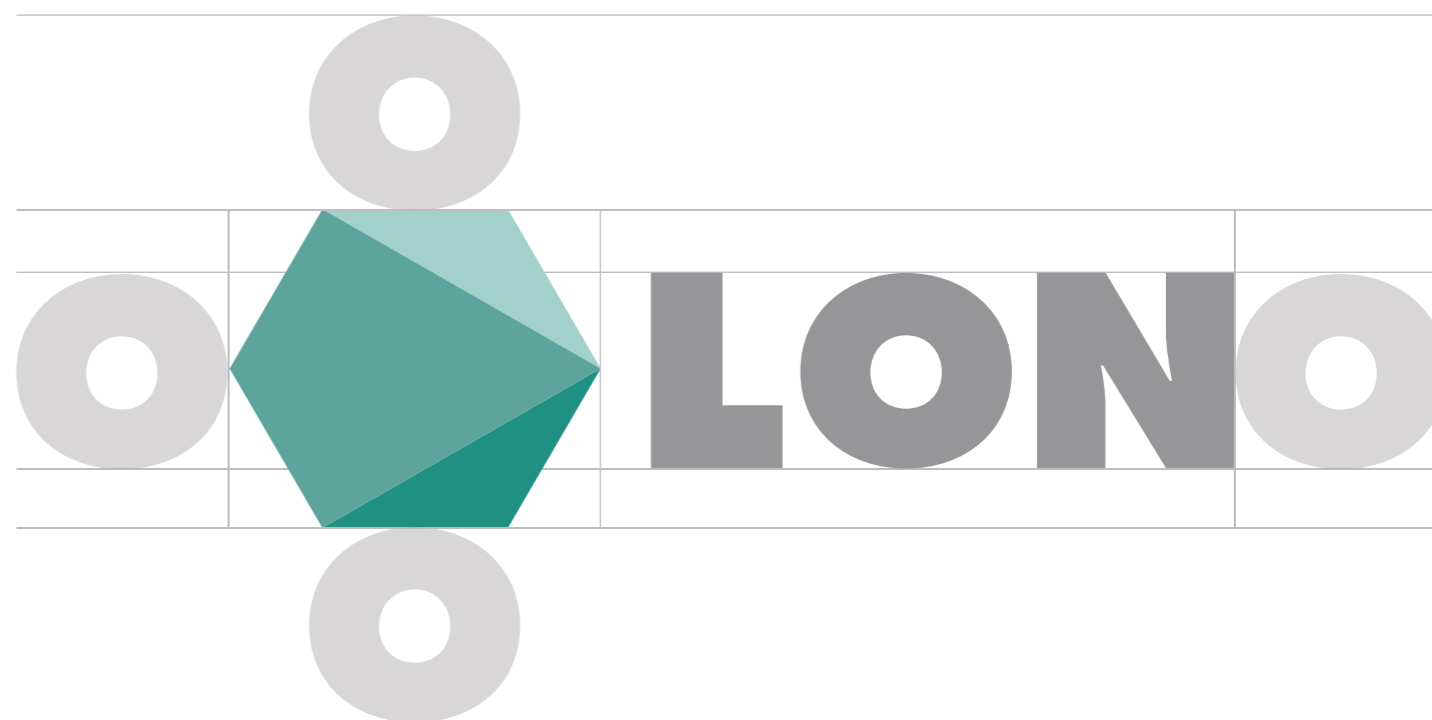
Ptujski česen



189 174 152
 27 28 40 0
 BDAD98

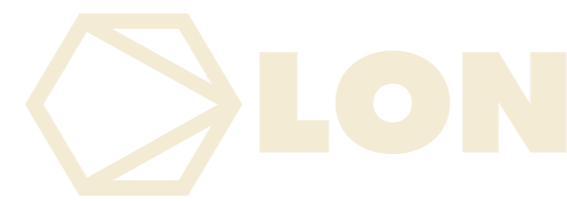
struktura in umestitev

Ko se logotip uporablja z drugimi logotipi, mora biti med njimi vedno nekaj praznega prostora. Prav tako se morajo pri povečavi in pomanjšavi vedno ohraniti razmerja. Najmanjša možna velikost v tiskovinah in na spletu je lahko najmanj 3 x 1 cm.



različice

Predstavljene so različice osnovnega logotipa, če se osnovni logotip na zeleni podlagi ne more uporabiti. Prav tako se lahko znak katerekoli različice upravlja samostojno.



nepravilna raba

Predstavljene so različice nepravilne rabe logotipa. Strogo prepovedano je deformiranje logotipa, sprememba barve v barvo, ki ni med različicami, sprememba postavitve ter nepravilna postavitvev slogana.



deformacija logotipa



sprememba barve



sprememba postavitve



nepravilna postavitvev slogana

tipografija

Primarna pisava je Arial, ki se upravlja v vseh dokumentih (*pravilniki, akti, dopisi, pogodbe, elektronska sporočila*). Za besedila se uporablja navadna različica, velikost 11 pt.

Sekundarna pisava je Montserrat, ki se uporablja v bolj kreativne namene tako na digitalu kot v tiskovinah (*oglasilni plakati, objave na družabnih omrežjih, promocijskih materialih*). Velikost pisave je odvisna od uporabe.

Tretja pisava je Futura, ki je uporabljena v napisu logotipa. Kot samo pisavo se jo v druge namene ne uporablja.

Aa

Arial
Navadno

Primarna pisava

Aa

Montserrat
Navadno

Sekundarna Pisava

Aa

Futura
Krepko

dopis

Dopisi se v LONU pošiljajo na vsakodnevni ravni, zato morajo biti vsebinsko in oblikovno dobro zasnovani. Poslovne tiskovine so velik element kulture podjetja s katero izražamo vrednote ter strategijo podjetja. Dopis je zasnovan enostavno in pregledno ter vsebuje vse glavne informacije.



Ime podjetja d.o.o.
Naslov podjetja

oznaka:
kraj, datum

Poštna številka in kraj
Kontaktna oseba (če je)

ZADEVA: NAPIŠE SE ZADEVA Z VELIKIMI TISKANIMI

Pozdravljeni,

"Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum."

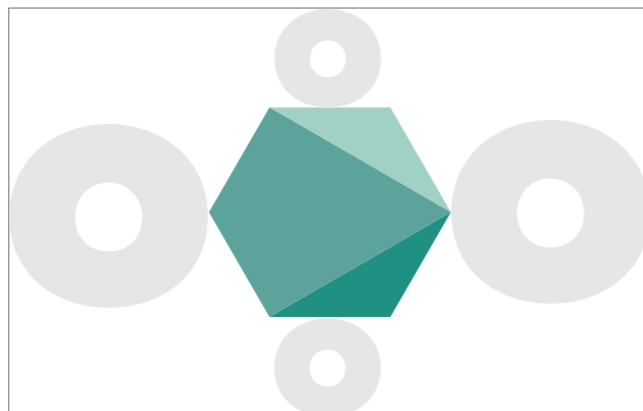
"Sed ut perspiciatis unde omnis iste natus error sit voluptatem accusantium doloremque laudantium, totam rem aperiam, eaque ipsa quae ab illo inventore veritatis et quasi architecto beatae vitae dicta sunt explicabo. Nemo enim ipsam voluptatem quia voluptas sit aspernatur aut odit aut fugit, sed quia consequuntur magni dolores eos qui ratione voluptatem sequi nesciunt. Neque porro quisquam est, qui dolorem ipsum quia dolor sit amet, consectetur, adipisci velit, sed quia non numquam eius modi tempora incidunt ut labore et dolore magnam aliquam quaerat voluptatem. Ut enim ad minima veniam, quis nostrum exercitationem ullam corporis suscipit laboriosam, nisi ut aliquid ex ea commodi consequatur? Quis autem vel eum iure reprehenderit qui in ea voluptate velit esse quam nihil molestiae consequatur, vel illum qui dolorem eum fugiat quo voluptas nulla pariatur?"

Ime in priimek
Delovno mesto

Priloga: se jo dopiše, če je drugače se ta del izbriše

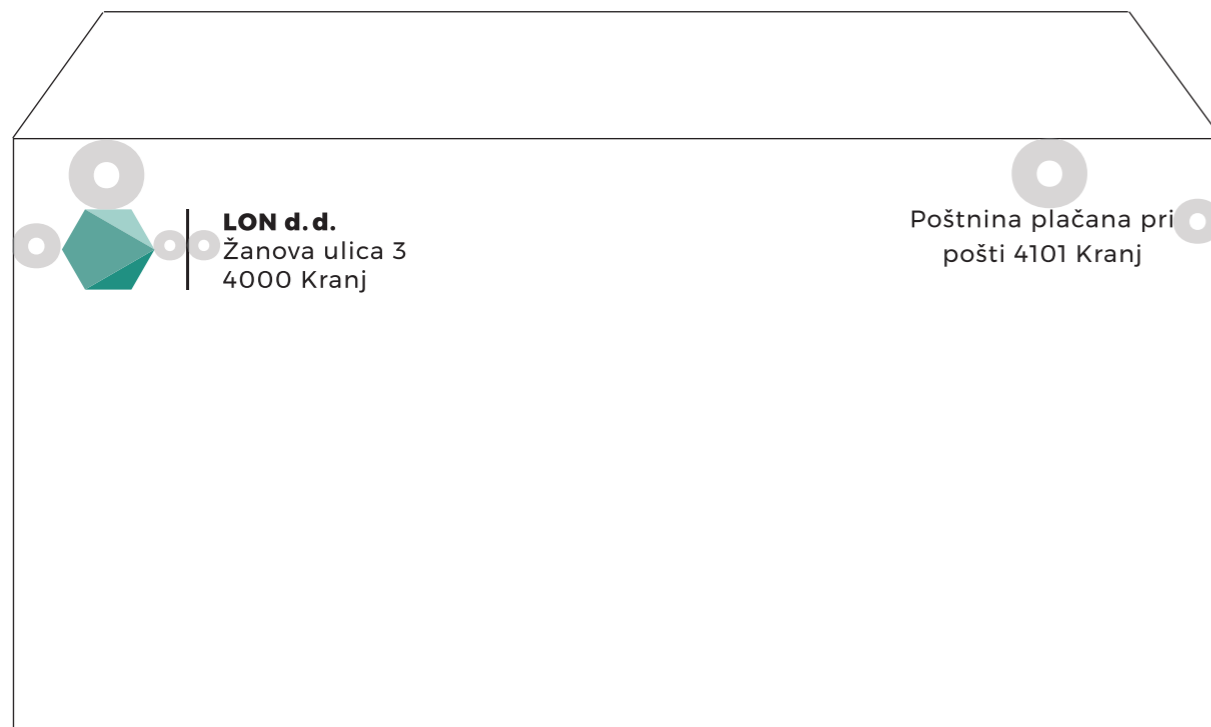
vizitka

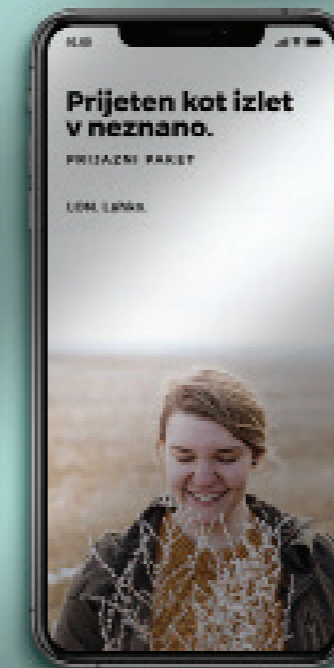
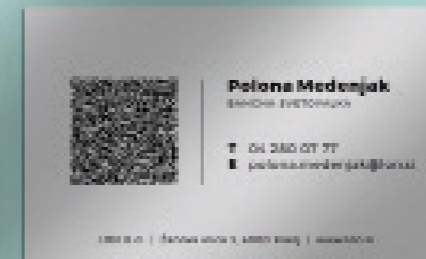
Tudi v digitalni dobi vizitke uspevajo. Ponujajo bolj oprijemljiv način za posredovanje informacij o tem, kdo ste in kaj počnete, zaradi česar so eno najbolj učinkovitih orodij za neposredno trženje. Da imate vizitko pripravljeno predstaviti drugim, ko jo potrebujete, kaže na višjo raven strokovnosti. V LONU smo na drugo stran vizitke dodali še QR kodo, s katero vam ob zajemu telefon avtomatsko shrani vse kontaktne podatke v imenik.



kuverta

Čeprav stremimo k čim večji digitalizaciji bančnega poslovanja, je pošiljanje preko navadne pošte včasih neizogibno. V ta namen smo oblikovali čist design za kuverte. Kuverte po meri so odličen način povečanja prepoznavnosti blagovne znamke LON.

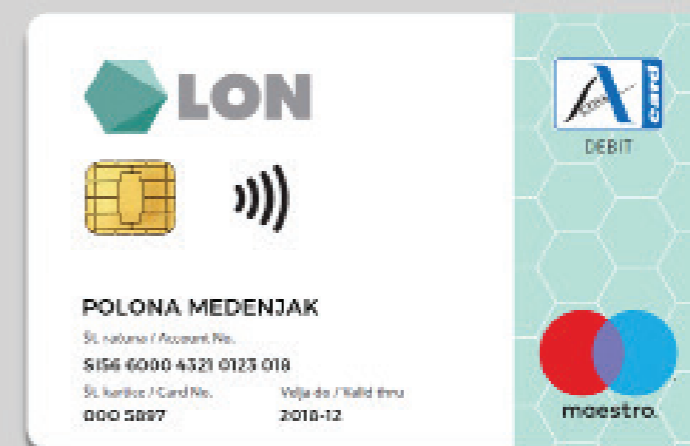




bančne kartice

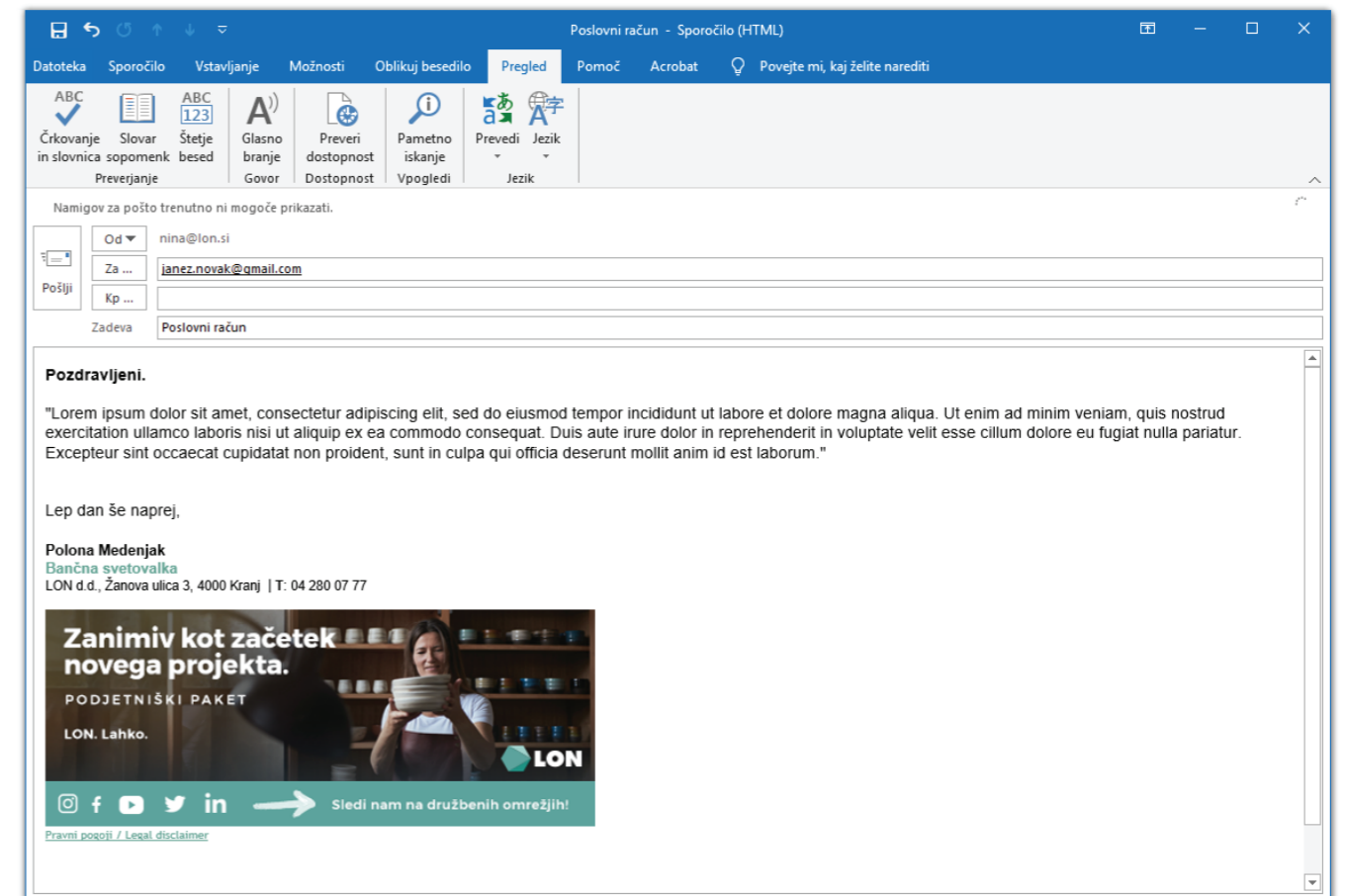
Bančno kartico prejme vsak naš komitent, in vsakič ko jo vzame iz denarnice in plača z njo, to predstavlja interakcijo z blagovno znamko LON. Zato je oblikovanje kartice še posebej pomembno, saj te ne vidi samo komitent temveč tudi trgovci in ljudje, ki čakajo za njim v vrsti ob nakupu.

Predstavljena je LONova najbolj pogosta bančna kartica kartica **Maestro**.



podpis v e-sporočilu

Vsako e-sporočilo, ki ga pošljemo, je priložnost za prejemnika, da se seznanijo z našo znamko. Brendirani podpisi v e-sporočilu ustvarjajo občutek zaupanja. V podpisu imamo navedeno ime in priimek zaposlenega, njegovo delovno mesto, kraj in naslov delovnega mesta ter telefonsko številko. Pod kontaktnimi podatki je vedno dodano tudi oglasno sporočilo za večjo prepoznavnost storitev in produktov, ki jih ponujamo.



oglasi

Slika pove tisoč besed. Rdeča nit naših oglasov so pristna čustva, pristnih ljudi, ki jih izpopolnimo s prijetnimi trditvami, produktom in sloganom LON. Lahko. Cilj LONovih oglasov je, da se naše obstoječe in potencialne stranke lahko poistovetijo z njimi -ljudmi in čustvi na oglasih.

LONovi oglasi se manj osredotočajo na ugodno ponudbo in bolj na osebno in prijazno izkušnjo, ki jo LON ponuja in katero prioritizira.



**Slasten kot prvi
sladoled poleti.**

LONIJEV RAČUN

LON. Lahko.



**Varno kot očkov
objem.**

HRANJENJE V SEFIH

LON. Lahko.



Hiter kot lovljenje valov.

TURBO KREDIT

LON. Lahko.



Zanesljivo kot tvoj najboljši prijatelj.

SMS OBVEŠČANJE

LON. Lahko.



Skrben kot priprava peciva za vnuke.

DRUŽINSKI PAKET

LON. Lahko.



Zanesljiva kot tvoj najljubši mehanik.

POSLOVNA MOBILNA BANKA mLON

LON. Lahko.



Enostavnejši kot učenje novih orodij.

PROTURBO KREDIT

LON. Lahko.



Nepozabna kot prvo samostojno potovanje.

PREDPLAČNIŠKA KARTICA

LON. Lahko.



Čudovit kot petdeseta obletnica.

SREBRNI PAKET

LON. Lahko.



Zabaven kot petkov večer s prijatelji.

RAČUN ZA MLADE pLONk

LON. Lahko.



Premišljen kot izbira stenske barve.

STANOVANJSKI KREDIT

LON. Lahko.



Hitra kot prenos najljubše pesmi.

MOBILNA BANKA mLON

LON. Lahko.



Donosni kot bogata letina.

DEPOZITI IN VARČEVANJA

LON. Lahko.

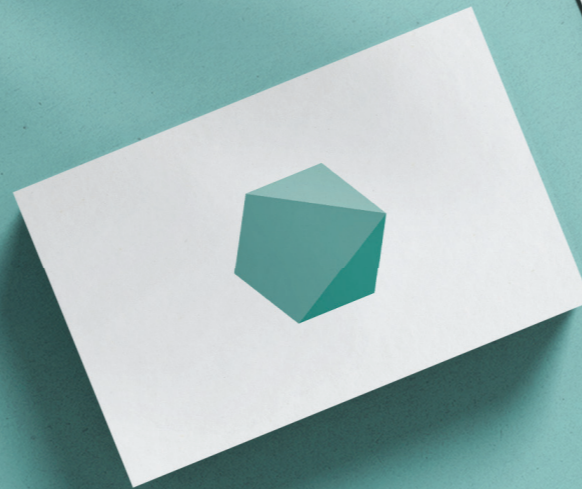


Učinkovit kot spremljanje kakovosti.

PODJETNIŠKI PAKET

LON. Lahko.

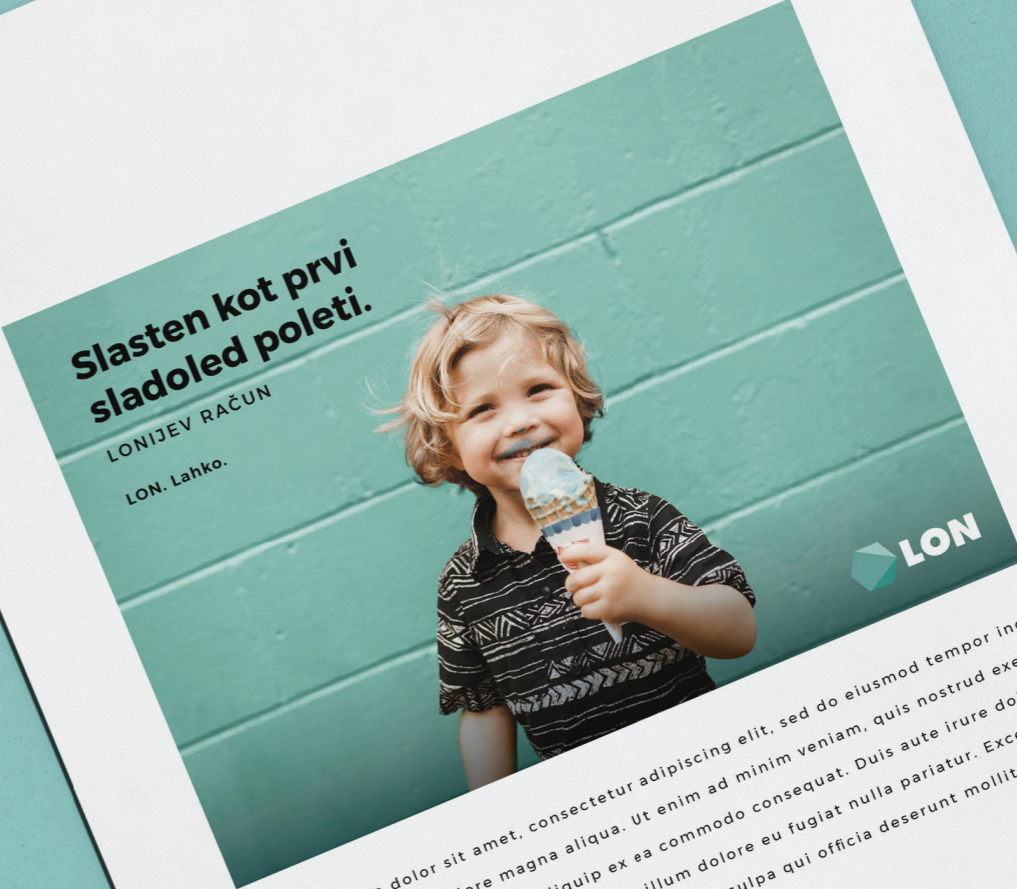




**Slasten kot prvi
sladoled poleti.**

LONIJEV RAČUN

LON. Lahko.



LON

"Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum."

komunikacija

Osnovni kontaktni podatki

LON d. d., Žanova ulica 3, 4000 Kranj, Slovenija

info@lon.si

www.lon.si

04 28 00 777

Družbena omrežja



lon_slovenija



LONslovenija



LON d. d.

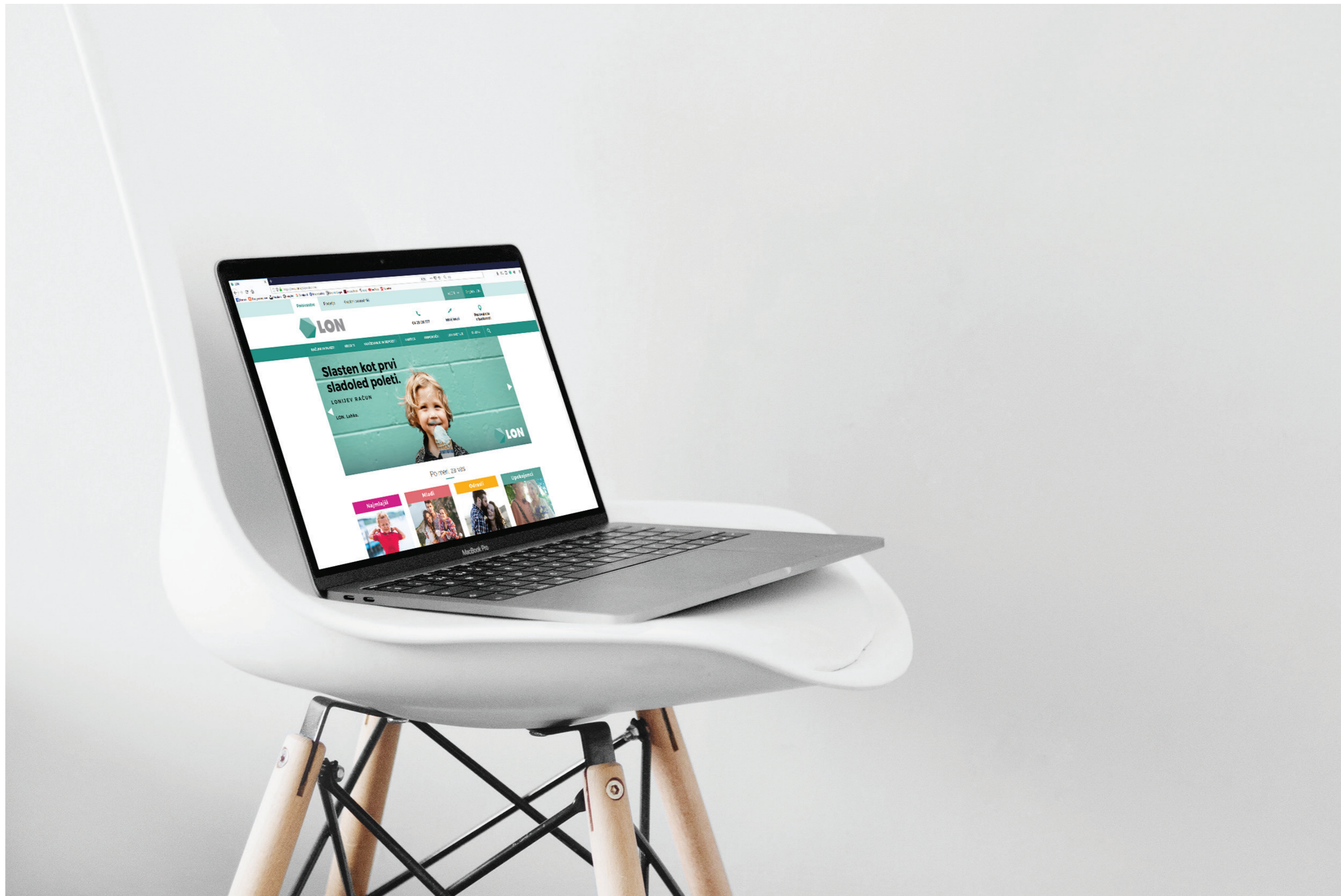


LONslovenija



LON d. d.





viri

1 <https://www.sciencefriday.com/educational-resources/why-do-bees-build-hexagonal-honeycomb-cells/>

2 <https://sl.wikipedia.org/wiki/Logotip>

3 <https://sl.wikipedia.org/wiki/%C5%A0estkotnik>

4 <https://fran.si/>

avtorji

Vodja projekta prenove logotipa: Petra Ambrožič

Idejna zasnova in oblikovanje logotipa: Ema Lotrič, Barbara Naglič

Vodja projekta Priročnik celostne grafične podobe: Petra Ambrožič

Izdelava in zasnova Priročnika celostne grafične podobe: Ema Lotrič, Barbara Naglič,
Nastja Bratuš

Izdelava in zasnova oglasov: Ema Lotrič, Barbara Naglič

Oktober 2019

