

MeN

Brand guidelines – Estratto

2020/02/17

Questo documento serve a spiegare come utilizziamo gli elementi di brand.

Potrebbe anche a non servirti a nulla, ma dacci comunque un'occhiata. Non dovrebbe portarti via più di qualche minuto.

Utilizzo del logo

NeN

NeN

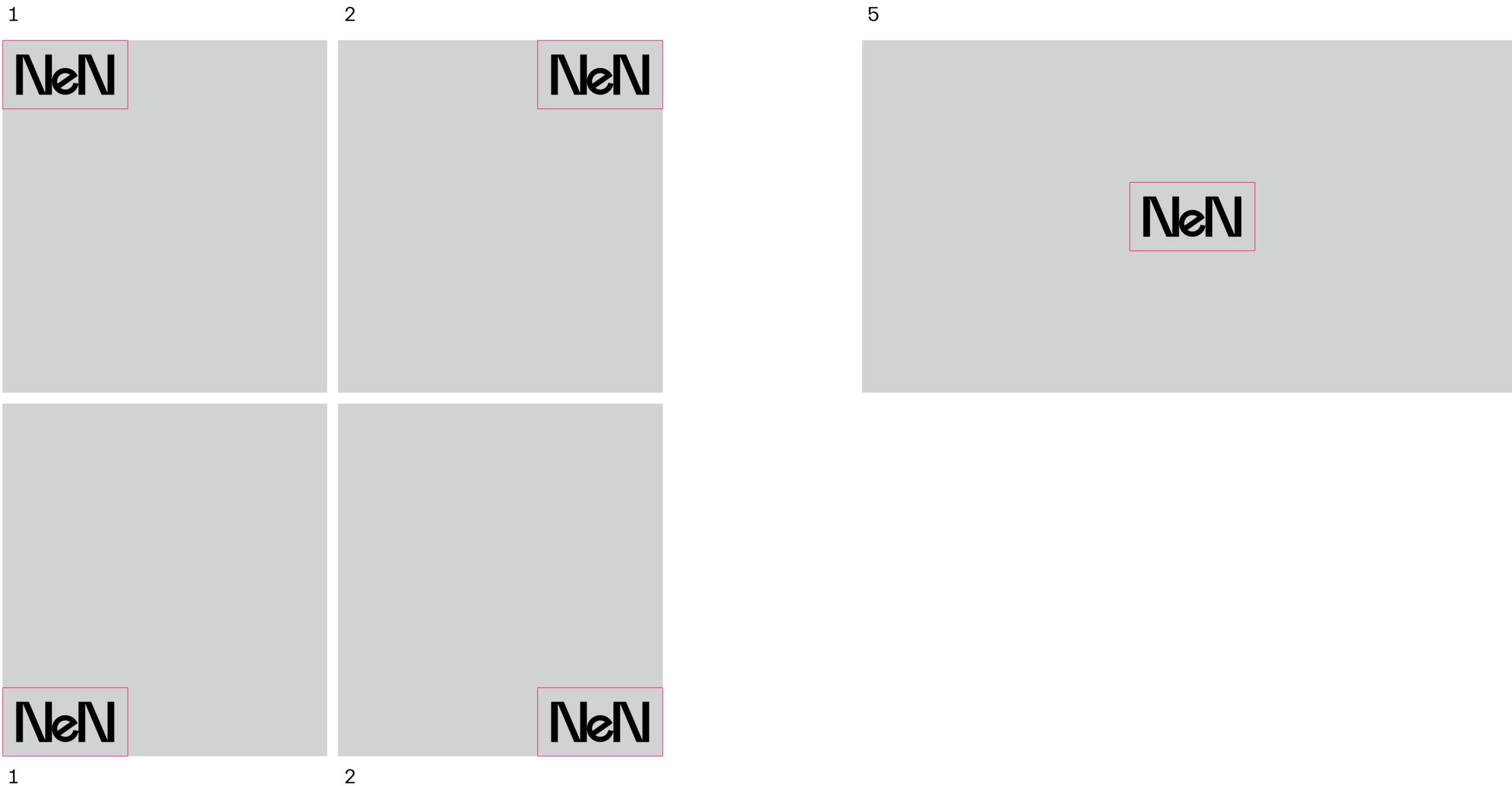
NeN

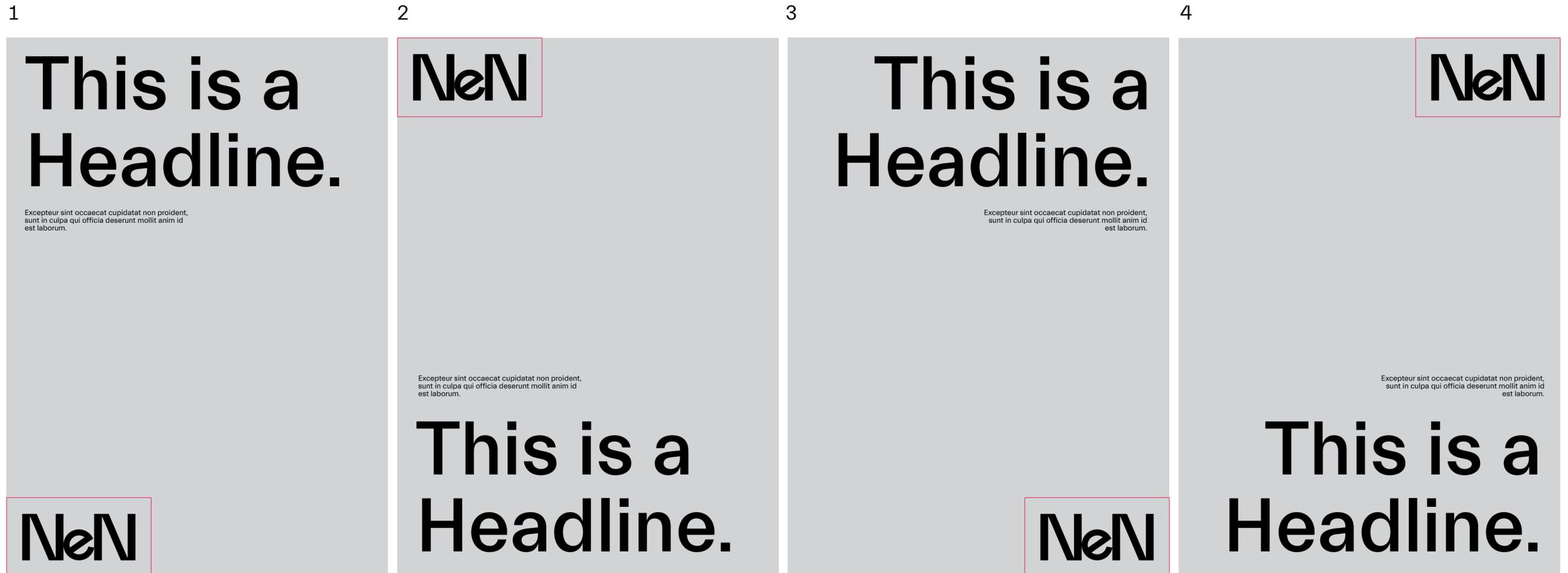
Il logo nero viene applicato su sfondi chiari, quello bianco su sfondi scuri.

NeN

I cinque possibili
posizionamenti sono:

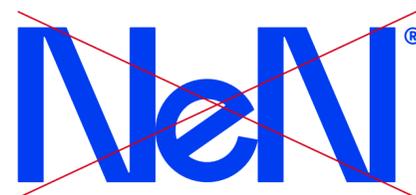
1. angolo in alto a sinistra;
2. angolo in alto a destra;
3. angolo in basso a sinistra;
4. angolo in basso a destra;
5. centrato.







NO



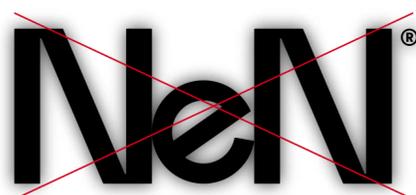
NO



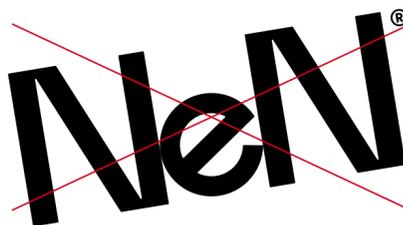
NO



NO



NO



NO



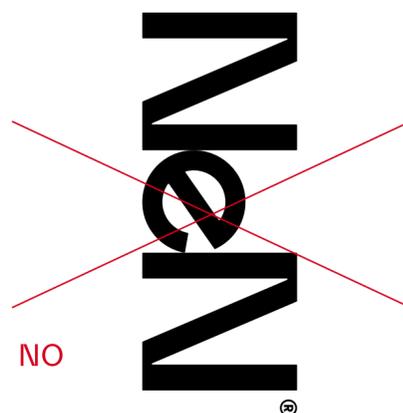
NO



NO



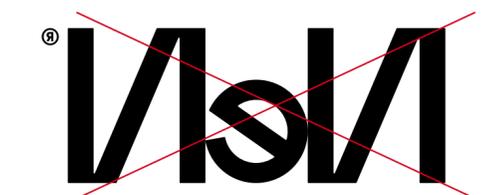
NO



NO



NO



NO

Tono di voce

"Chi sono quelli di NeN?"

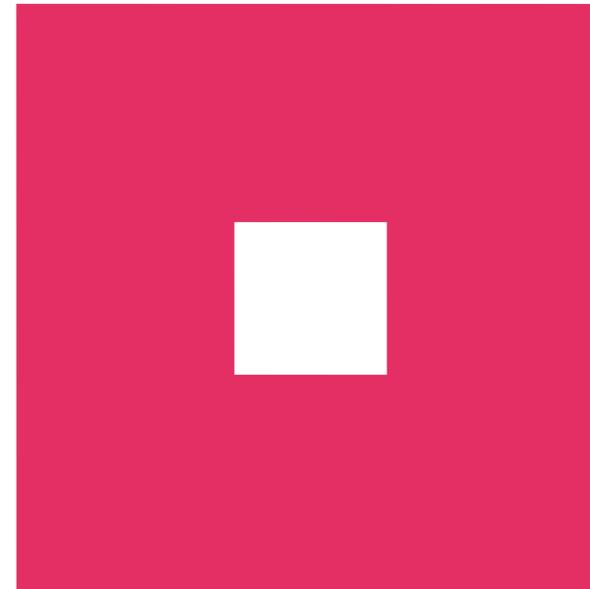
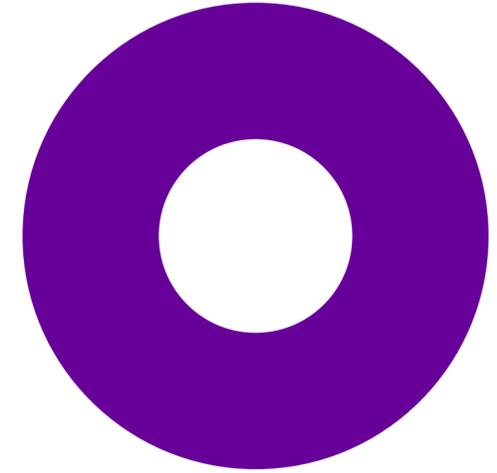
Sono quelli che non abbreviano mai le parole, ma riescono ad arrivare al punto prima di quelli che lo fanno.

Non suonano maschili o femminili: suonano appropriati. Non sono tuoi amici, ma sai che potrebbero diventarlo.

Ogni volta che ne hanno l'occasione, cercano di anticipare le tue esigenze: non hanno paura di darti un consiglio, o di girarti un link che pensano che potrebbe interessarti.

Quando hai bisogno di aiuto ti ascoltano: ci sono passati anche loro. Sanno trasformare un "momento No" in un "momento NeN", perché insieme si può risolvere tutto.

Non hanno bisogno di intasarti la posta per farti sapere che sei nei loro pensieri: lo sai già da te.



Ti controlleremo anche le virgole

Il modo in cui scriviamo è il simbolo di come vogliamo cambiare il mercato. In un mondo che ama rendersi incomprensibile, scegliamo di essere chiari e coerenti in ogni punto di contatto con il cliente. Potrà suonarti nuovo, ma un testo inefficace ci infastidisce molto più di un vaffanculo.

Il nostro tono di voce è:

Pragmatico

Empatico

Coraggioso

Questo significa che parliamo in modo:

Pragmatico	—————→	Chiaro, diretto, preciso, onesto.
Empatico	—————→	Amichevole, utile, istruttivo.
Coraggioso	—————→	Brillante, ironico, differente.

Pragmatico

Lascia perdere i giri di parole: scrivi in modo diretto e trova la soluzione più efficace per arrivare dal punto A al punto B.

- Quando ti rivolgi a un cliente, usa il Tu. Si può essere educati anche così.
- Quando fai le veci del brand, usa il Noi. Solo i presuntuosi parlano di sé in terza persona.
- Preferisci i verbi attivi ai passivi, il concreto all'astratto, lo specifico al generale.
- Non Appesantire La Lettura con Maiuscole non Necessarie: ogni volta che lo fai, un manuale di ortografia prende fuoco.
- Se non puoi evitare un tecnicismo, spiegalo con parole chiare. Lo stesso vale per gli acronimi.
- Non azzardarti a usare l'apostrofo per accentare una lettera maiuscola.
- Togli ogni parola che può essere tolta.

Empatico

Modula il tono di voce in base alla situazione in cui ti trovi e vesti sempre i panni dell'utente.

- Anticipa le domande e le preoccupazioni degli utenti.
- Se va tutto bene, fai emergere il lato brillante e ironico del brand.
- Se c'è un problema, non scherzarci sopra: renditi utile e cerca di risolverlo.
- Scrivi sempre gender-neutral. Due esempi: "ciao" invece di "benvenuto", "iniziamo?" invece di "sei pronto?".
- Preferisci l'italiano all'inglese, a meno che non esista una traduzione precisa della parola che ti serve.
- Prima di parlare ascolta.

Coraggioso

Non avere paura di suonare interessante:
essere noiosi è infinitamente peggio.

- Fai percepire la diversità di NeN ogni volta che puoi.
- Usa l'ironia, ma con intelligenza. Essere brillanti è diverso da essere volgari, boriosi o arroganti.
- Le emoji vanno bene. Le GIF anche, i meme pure.
- Metti la testa in tutto quello che scrivi, o avremo un problema.
- Aiutaci a creare un brand di cui ci si possa innamorare.



Ciao, non riesco ad accedere all'app da cellulare.
Mi dice che l'accesso è bloccato...

Certo. La mia mail è carolinacaputo2010@gmail.com

No, so come si fa. Grazie mille!

Non preoccuparti, ora la risolviamo 😊
Puoi darmi il tuo indirizzo email, così verifico?

NeN

Perfetto, dammi solo un secondo...

Okay, ecco cos'è successo: hai sbagliato troppe volte la password, quindi abbiamo bloccato temporaneamente il tuo account per essere sicuri che nessuno te l'abbia hackerato. Vuoi che ti spieghi come ripristinare la password?

Di nulla! Buon fine settimana 🎉

NeN

Vuoi la buona o la cattiva notizia?

La tua fattura luce di giugno è in leggero ritardo. Ma guarda il lato positivo: per qualche giorno avrai più soldi sul conto. Dal mese prossimo, comunque, tornerà tutto alla normalità.

A presto!

Scarica l'app NeN

**Più semplice di NeN
c'è solo NeN su app.**

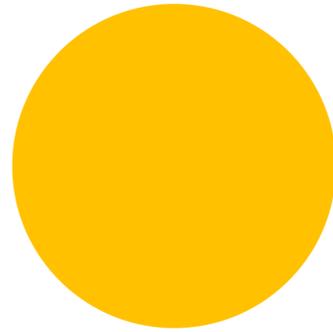


Hai qualcosa da dirci? Invia un'email a supporto@nen.it:
ti risponderemo il prima possibile.

Palette colori

Palette colori
Colori primari

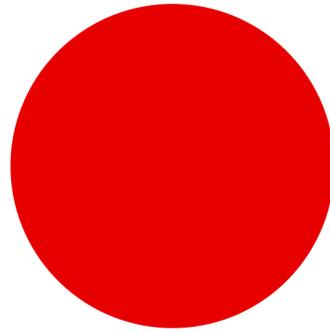
La tavolozza dei colori primari è coraggiosa, contemporanea e pensata per coprire l'intero spettro.



PANTONE®:
123 C - 115 U

RGB:
255.195.0

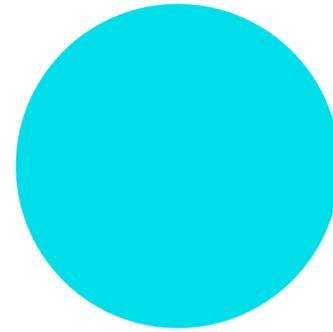
HEX:
FFC300



PANTONE®:
2035 C - 2035 U

RGB:
214.0.28

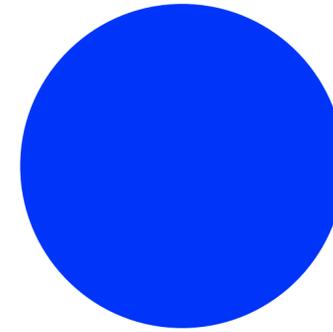
HEX:
D6001C



PANTONE®:
2197 C - 2197 U

RGB:
95.219.231

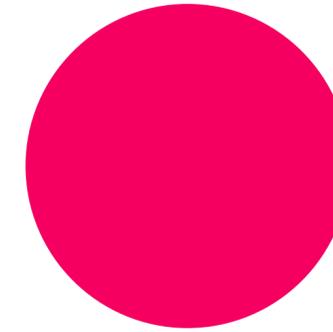
HEX:
5FDBE7



PANTONE®:
2728 C - 286 U

RGB:
0.60.240

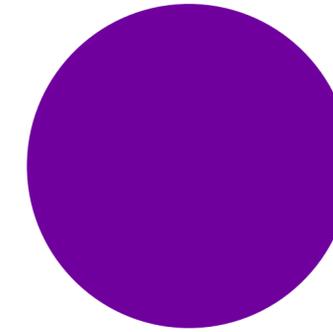
HEX:
003CF0



PANTONE®:
205 C - 2040 U

RGB:
227.47.99

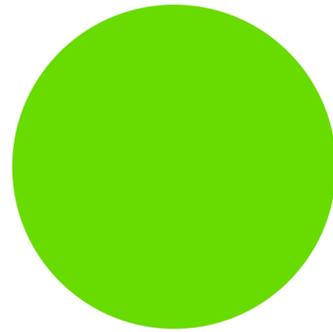
HEX:
E32F63



PANTONE®:
526 C - 526 U

RGB:
102.0.152

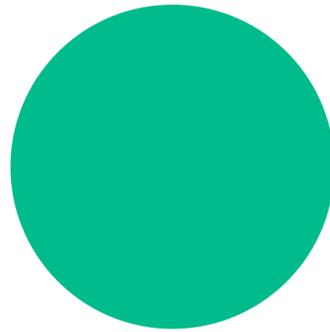
HEX:
660098



PANTONE®:
2293 C - 2299 U

RGB:
134.216.0

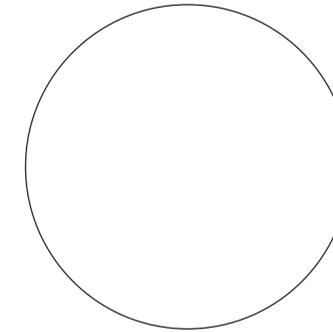
HEX:
86D800



PANTONE®:
2413 C - 2413 U

RGB:
52.183.143

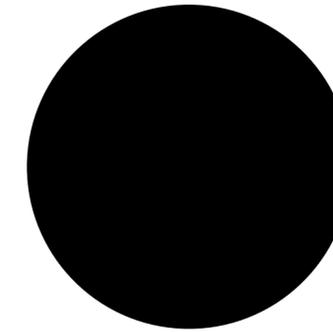
HEX:
34B78F



PANTONE®:
-

RGB:
255.255.255

HEX:
FFFFFF

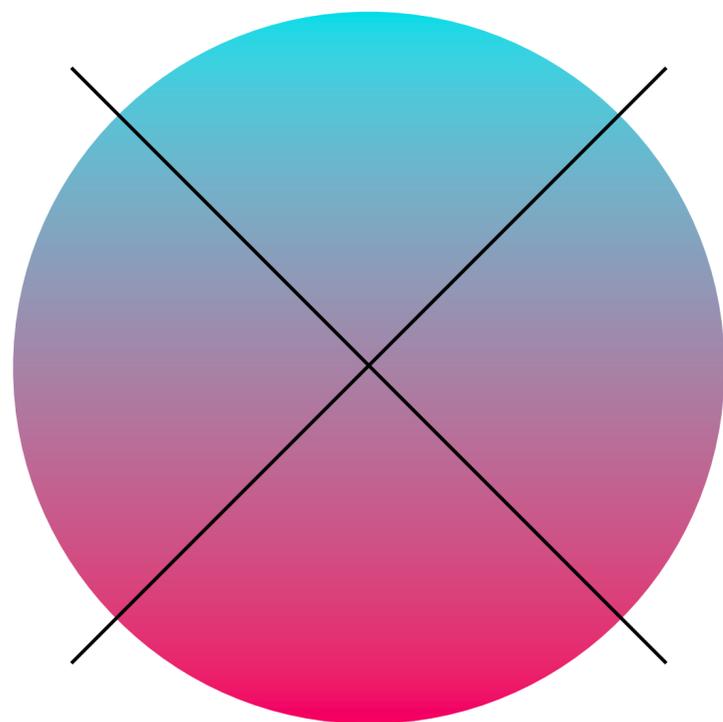


PANTONE®:
Process Black C
Process Black U

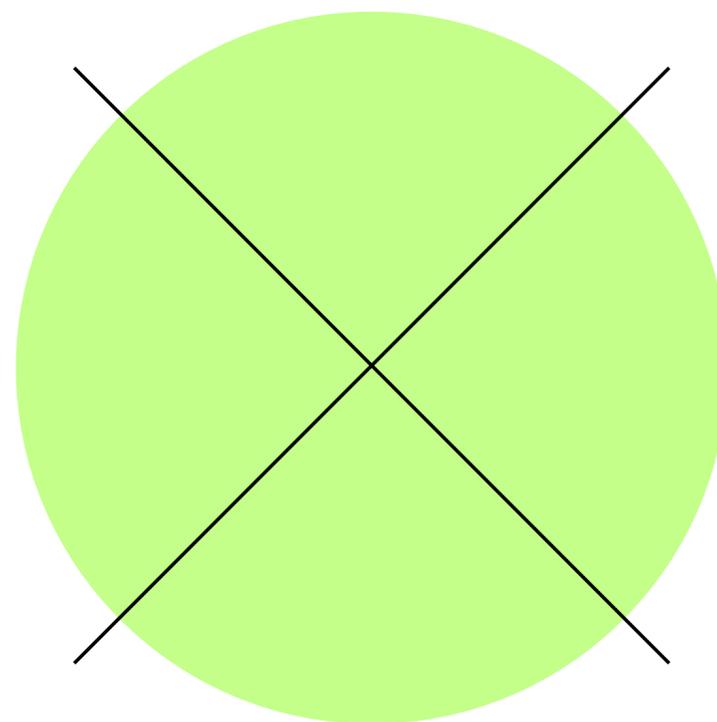
RGB:
0.0.0

HEX:
000000

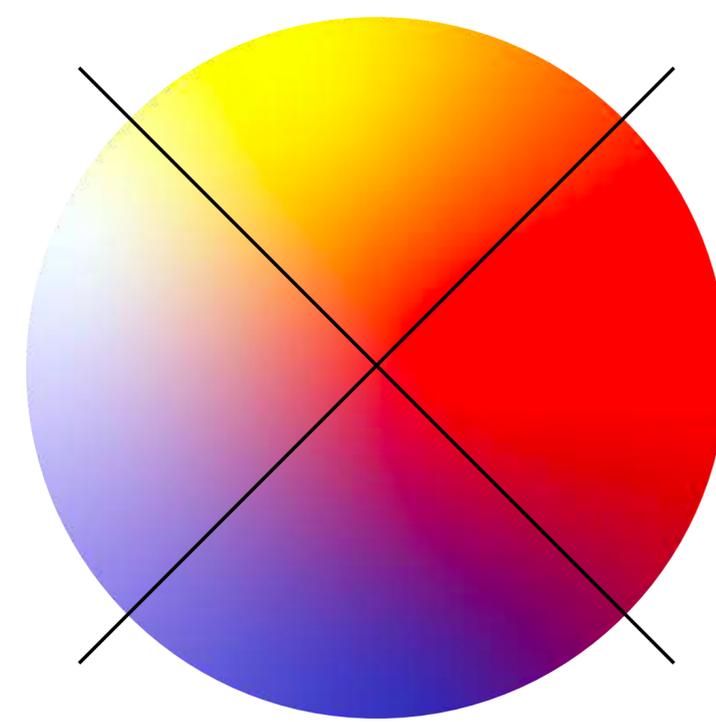
1.
Non usare i gradienti come
sfondo



2.
Non introdurre nuovi
colori



3.
Non mischiare i colori



Tipografia

Everett GT

EVERETT MEDIUM

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
01234567890@£\$%&#+*

EVERETT REGULAR

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
01234567890@£\$%&#+*

AVM14&wwah

Stile fotografico

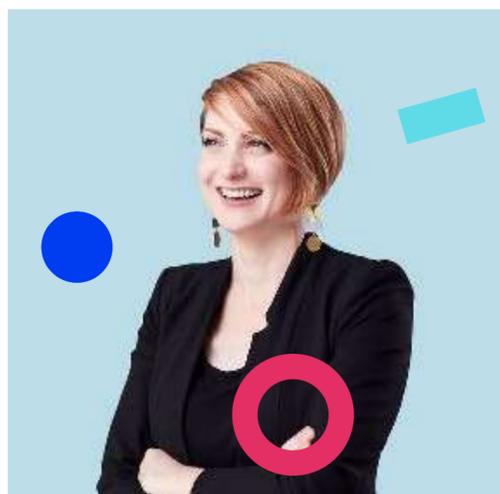
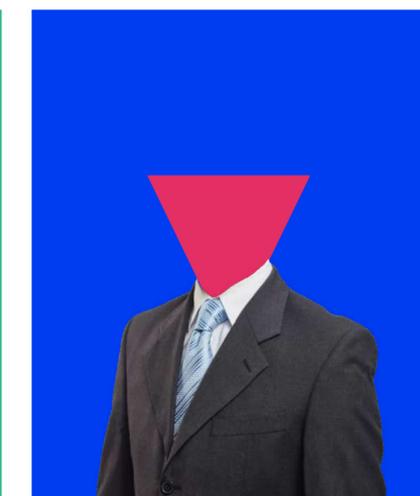
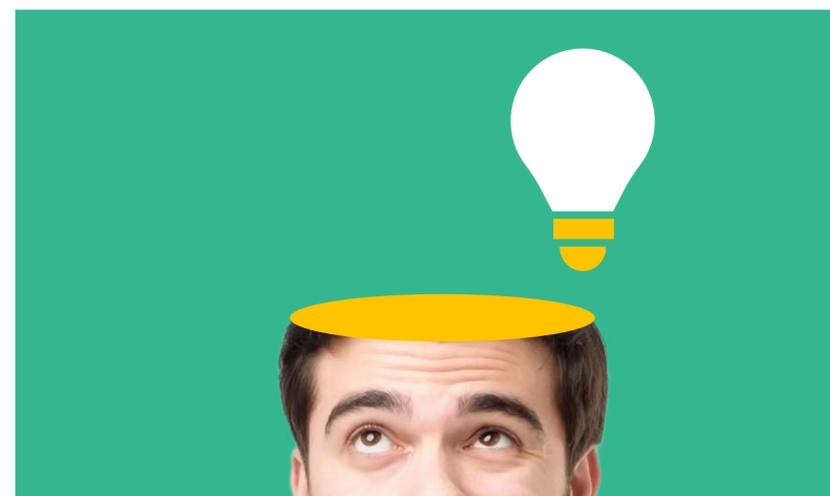
**Hai presente quelle foto calde
di persone perfette che interagiscono
con il prodotto come se fosse la cosa più
straordinaria del mondo?**

Ecco, no.

Stile fotografico

Principi

Per i ritratti preferiamo soggetti verosimili, spontanei e non-pubblicitari; a volte li integriamo con le forme del nostro Design System, altre volte utilizziamo un tono più caricaturale, giocando con i colori di sfondo e le forme geometriche, in stile collage.

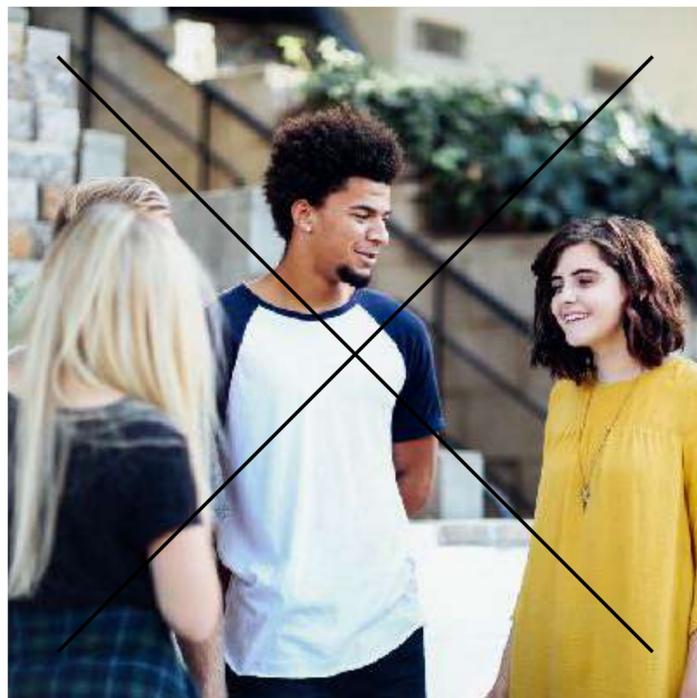
**1.
Persone****2.
Situazioni**

Stile fotografico

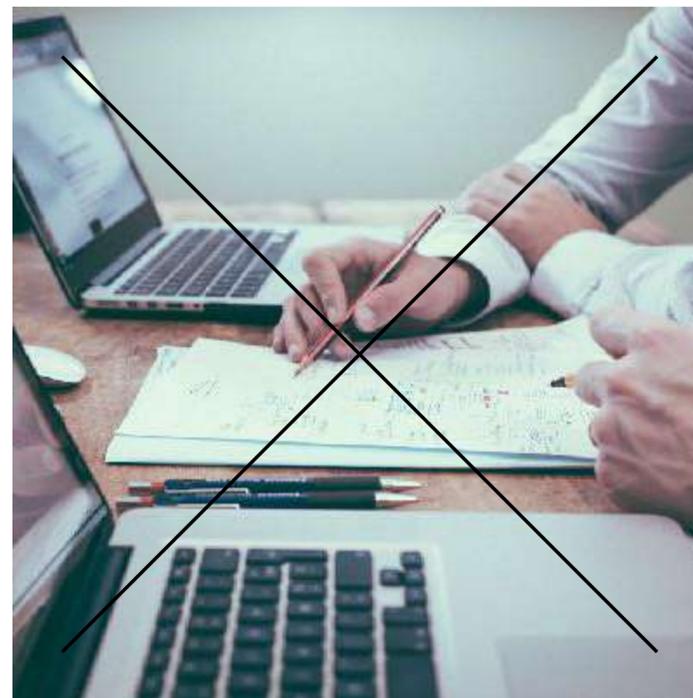
Don't

L'ultima cosa di cui il mondo ha bisogno sono nuove foto "evocative".

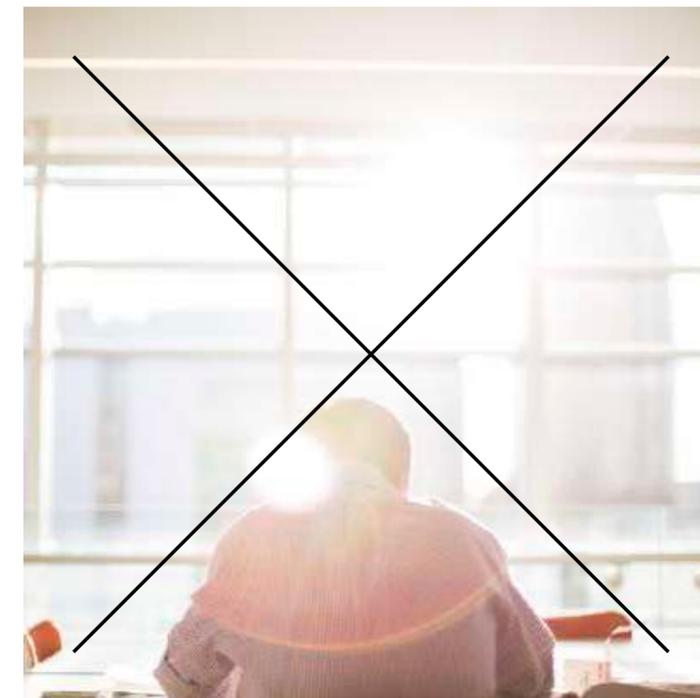
1.
Evita situazioni finte,
pubblicitarie e palesemente
"stock"



2.
Evita le inquadrature troppo
strette



3.
Non giocare in questo modo
con la luce



Grazie!

MeN