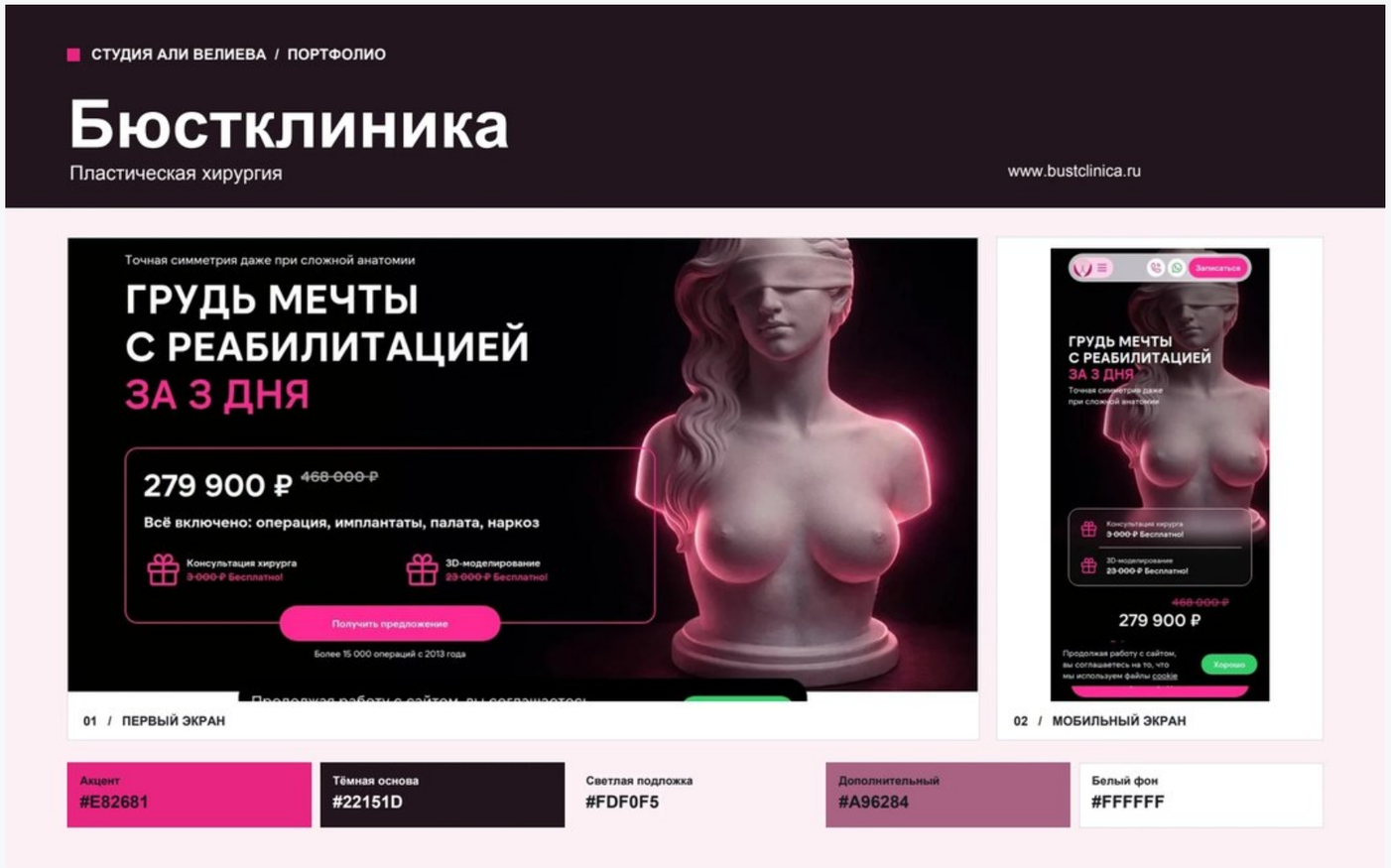
Цифровой брендбук

Пластическая хирургия



01 Стратегия бренда

02 Визуальный стиль

03 Голос бренда

04 Применение стиля

Подготовлено Студией Али Велиева по публичной версии сайта. Правила, тексты и макеты внутри предлагаются для дальнейшего применения.

www.bustclinica.ru

Стратегия бренда

Задачи аудитории, предложение и критерии выбора в категории.

01

Аудитория

Взрослые пациенты, которые изучают варианты маммопластики и выбирают врача

02

Продукт и услуги

Консультации и специализированные услуги пластической хирургии груди

03

Задача клиента

Разобраться в вариантах процедуры, подготовке и ходе консультации

04

Отличие в категории

Узкая специализация позволяет подробно показать методы, врачей и этапы обращения

ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ

Пластическая хирургия

ОБЕЩАНИЕ КЛИЕНТУ

Дать ясную информацию о консультации, на которой врач обсуждает индивидуальные варианты.

Пациент может начать с каталога врачей или клиники широкого профиля. В специализированном проекте важно объяснить, какие вопросы обсуждают на консультации и где посмотреть квалификацию врача.

ПРИМЕРЫ ПОИСКОВЫХ ФОРМУЛИРОВОК

«маммопластика Москва консультация»

«пластический хирург грудь Москва»

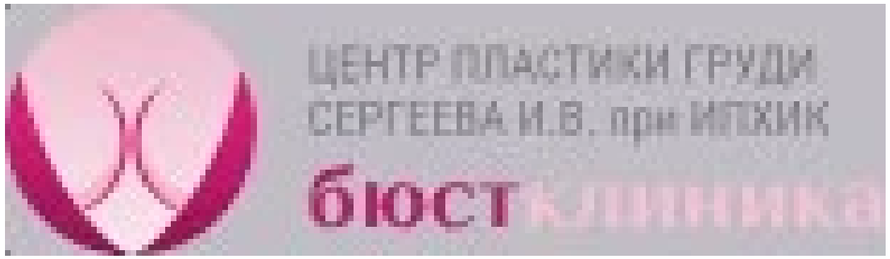
«Бюстклиника врачи»

Сайт проекта **Кейс студии**

Логотип и версии

Используйте исходные пропорции и проверяйте читаемость знака на каждом фоне.

01 / ВЕРСИЯ НА САЙТЕ



Фрагмент логотипа на сайте

02 / ТЁМНАЯ ВЕРСИЯ

Согласуйте отдельный файл знака для этой поверхности.

Предложение студии

03 / СВЕТЛАЯ ВЕРСИЯ

Согласуйте отдельный файл знака для этой поверхности.

Предложение студии

Светлые поверхности

Используйте исходный знак, когда его тонкие элементы различимы. Для монохромной печати нужен согласованный одноцветный файл.

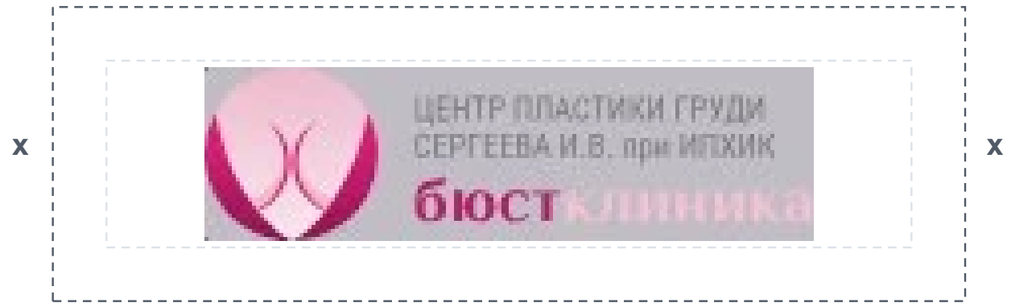
Тёмные и сложные фоны

Проверьте светлую версию на контрастном поле. На фотографии выделите спокойный участок или добавьте ровную подложку.

Поле, размер и ограничения

Приведённые размеры и отступы — стартовые ориентиры студии. Перед тиражом проверьте знак на носителе.

ОХРАННОЕ ПОЛЕ



x = ¼ высоты знака. Оставляйте этот отступ со всех сторон.

МИНИМУМ ДЛЯ ОСНОВНОЙ ВЕРСИИ

96 px / 25 мм

Ширина на экране и на бумаге. Если подпись или мелкие детали теряются, увеличьте знак или согласуйте компактную версию.

01

Растяжение

Сохраняйте соотношение сторон.

02

Подмена цветов

Используйте утверждённые варианты.

03

Шумный фон

Обеспечьте читаемость и отступы.

Палитра и коды

Пять рабочих оттенков собраны по интерфейсу и его визуальным материалам.

#E82681	**Акцент**	RGB 232, 38, 129 / CMYK 0, 84, 44, 9	Действия и выделения. Проверяйте контраст подписи и используйте состояние фокуса.
#22151D	**Тёмная основа**	RGB 34, 21, 29 / CMYK 0, 38, 15, 87	Заголовки и ключевые контрастные области. На тёмном фоне используйте светлый текст.
#FDF0F5	**Светлая подложка**	RGB 253, 240, 245 / CMYK 0, 5, 3, 1	Группировка связанных блоков, таблиц и второстепенных карточек.
#A96284	**Дополнительный**	RGB 169, 98, 132 / CMYK 0, 42, 22, 34	Метки, графические детали и композиции. Значение цвета дублируйте словом или формой.
#FFFFFF	**Белый фон**	RGB 255, 255, 255 / CMYK 0, 0, 0, 0	Основное поле под текст и изображения. Белый отделяет карточки от подложек.

CMYK в процентах — ориентировочный пересчёт. Уточняйте профиль бумаги и цветопробу у типографии.

Типографика и изображения

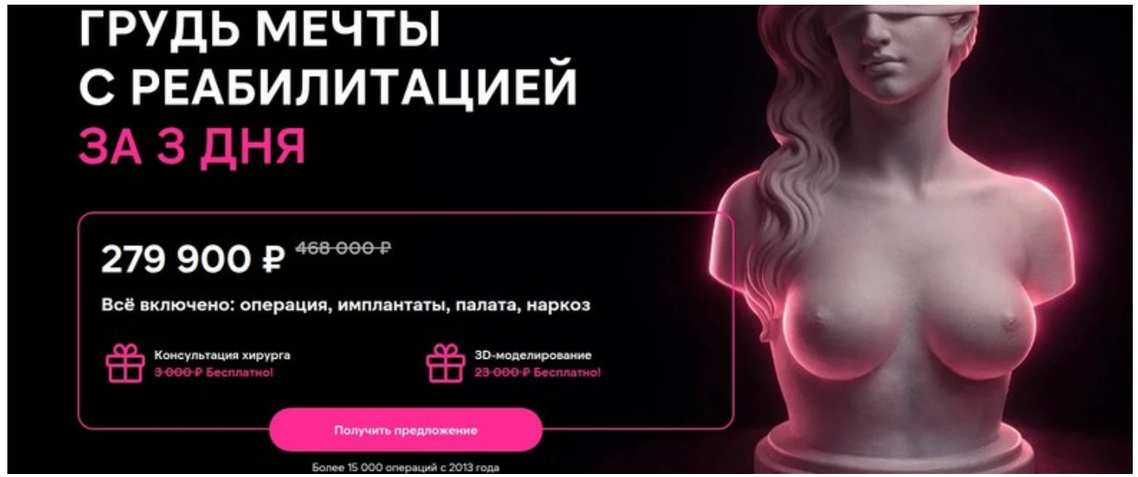
Гарнитуры сверены по оформлению интерфейса. Ниже — рекомендуемая иерархия и правила для материалов.

ЗАГОЛОВКИ И ТЕКСТ

NTS-FF

NTS-FF

H1 — 42–64 px, один смысловой акцент. H2 — 26–38 px. Основной текст — 16–18 px с межстрочным интервалом 1,45–1,6.



01

Иконки

Единая сетка 24 px, одинаковая толщина линий. У важных действий есть текстовая подпись.

02

Фотография

Основной сюжет — нейтральные портреты специалистов и материалы о клинике. Сохраняйте естественный цвет и свободное поле у объекта.

03

Иллюстрации

Используйте акцент для ключевого элемента. Сложные схемы поясняйте короткими подписями.

Голос бренда

Нейтральный, уважительный. Объясняйте этапы и термины. Индивидуальный результат и риски обсуждаются с врачом.

01

Сайт

«Выберите направление и запишитесь на консультацию к пластическому хирургу.»

02

Социальные сети

«Подготовили вопросы о подготовке и восстановлении, которые можно обсудить на консультации.»

03

Реклама

«Консультация пластического хирурга в Москве. Уточните возможность записи.»

04

Поддержка

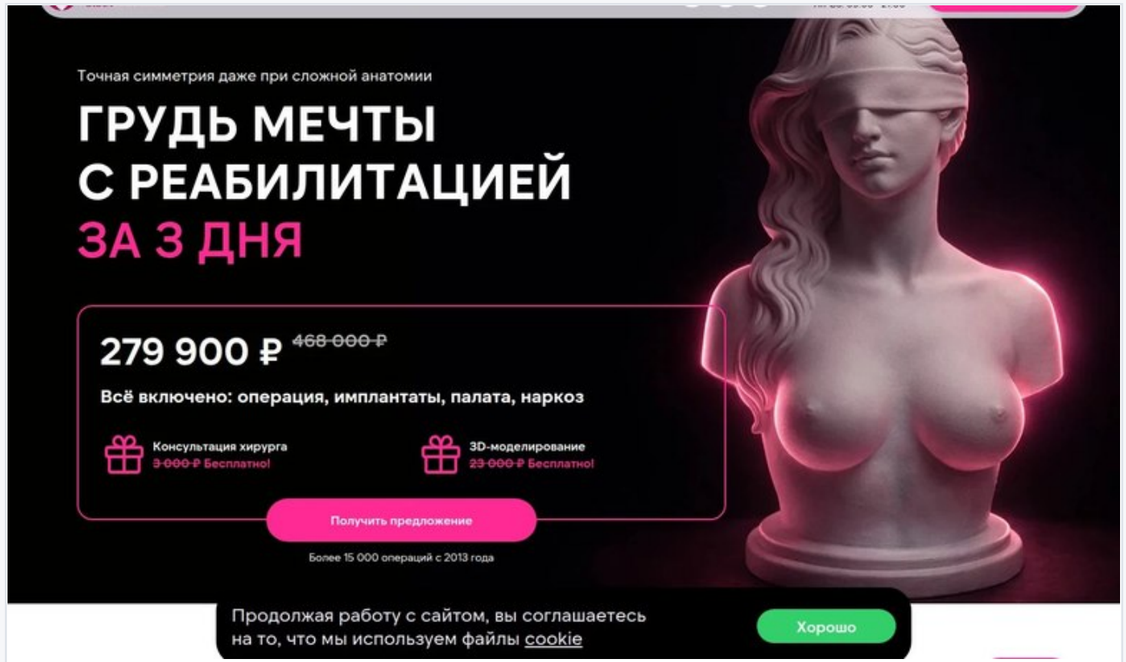
«Уточните направление и удобные даты. Медицинские сведения обсудите с врачом на приёме.»

Рекомендуемый порядок сообщения: сначала задача посетителя, затем конкретная деталь, в конце следующий шаг. Публикацию цены, сроков и условий сверяйте с актуальной информацией проекта.

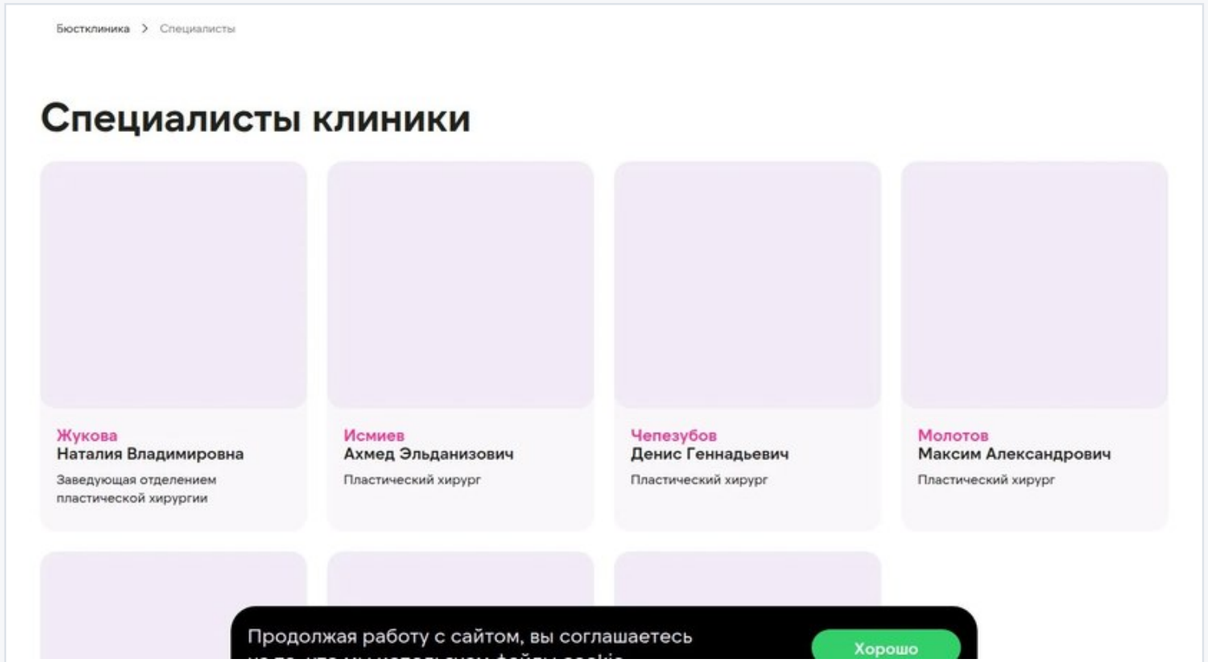
Примеры подготовлены студией для этого брендбука.

Применение на сайте

Реальные экраны проекта показывают, как визуальный язык работает в интерфейсе.



Первый экран



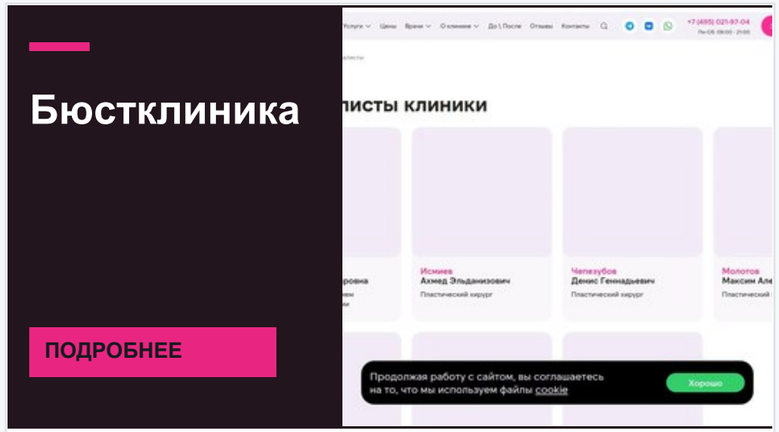
Врачи

Интерфейс разделяет описание процедур, представление врачей и запись. Медицинские изображения сопровождаются контекстом, чтобы было понятно, что именно показано.

Открыть сайт проекта **Открыть второй экран**

Шаблоны носителей

Концепции студии для материалов проекта. Перед публикацией подставьте проверенные данные и оригиналы изображений.



Памятка о консультации

Один предмет или сюжет, короткий заголовок и одно действие.

02 / WWW.BUSTCLINICA.RU

Карточка специалиста

Пластическая хирургия

Карточка специалиста

Название, спокойное поле и единая сетка для продолжения серии.

Бюстклиника

Тема / позиция

Параметры / детали

Следующий шаг

Информационный лист процедуры

Сведения идут в порядке чтения. Переменные данные выделены в отдельные строки.

При адаптации сохраняйте роль акцента, отступы вокруг знака и масштаб ключевого изображения. Тексты проверяйте в контексте аудитории и носителя.

Студия Али Велиева