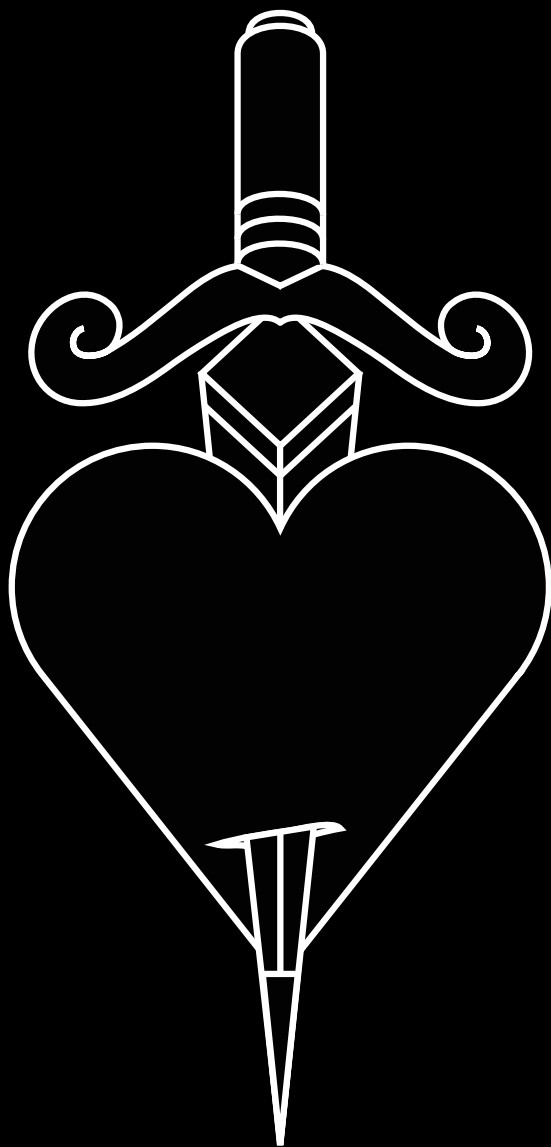


# PROFILMANUAL



*You Gotta Love It*  
*Tattoo Studio*

# INNLEDNING

En grafiske profil er viktig for å skape ett gjennomført uttrykk, og for å kommunisere med kunden. En bedrifts grafiske profil er med på å formidle målgruppe, intensjoner og budskap til potensielle kundene.

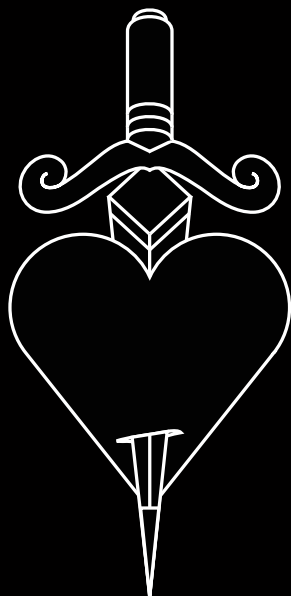
Profilmanualen gir en innføring i *You Gotta Love It's* grafiske profil og den skal hjelpe til for å gjøre det lettere å lage et helhetlig uttrykk for studioet. Denne grafiske profilen skal brukes i alle ledd av *You Gotta Love It's* promotering og markedsføring. Logo, farger, typografi og grafiske elementer er de viktigste delene av denne grafiske profilen. Det er viktig å være konsekvent i bruk av de elementer vi presenterer her.

På de neste sidene har vi lagt fram hvordan alle de grafiske elementene skal brukes og presenteres for å gi et så helhetlig bilde som overhodet mulig av bedriften. På denne måten vil *You Gotta Love It* som en bedrift stå fram tydelig og seriøst i en bransje hvor

# INNHOOLD

Hovedlogo	4
Sekundærlogo	5
Fonttyper	6
Brosjyrer og flyers	8
Plakat	10
Visittkort	11
Klistremerke	12
Fargebruk	13

# HOVEDLOGO



*You Gotta Love It*  
*Tattoo Studio*



Logoen består av ett hjerte med en kniv stukket igjennom. Dette står i sammenheng med navnet *You Gotta Love It*, og symboliserer tatoveringskunstens røtter. Logoen er svart med hvite linjer, og har studioets navn plassert under i fonttypen *English*.

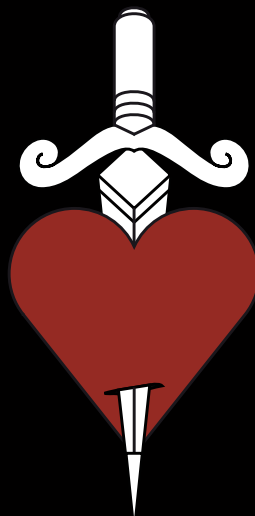
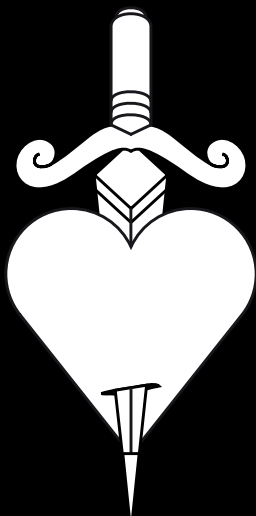
Logoen er enkel og stilsikker, og skal brukes i alle sammenhenger hvor bakgrunnen også er sort.

Logoen skal ikke forvrennes eller justeres, verken i bredde eller høyde. Den kan skaleres, men proporsjonene skal holdes korrekte.

Logoen kan stå uten font, og brukes som ett designelement.

Teksten kan stå alene om ønskelig. Forholdet mellom tekst og logo skal ikke forandres.

# SEKUNDÆRLOGO



*You Gotta Love It*  
*Tattoo Studio*

Sekundærlogoene er til for å brukes i sammenhenger der den sorte logoen ikke vil fungere i bruk.

Den hvite logoen med sorte linjer skal brukes i trykksaker som brevpapir, konvolutter, eller andre hvite flater.

Den hvite logoen med sorte linjer og ett rødt hjerte er til bruk på visittkort.

Disse sekundærlogoene skal brukes sparsomt, og kun på hvite flater.

Sekundærlogoene skal også følge de samme retningslinjer som hovedlogoen, både når det gjelder plasseringer og sammenheng med tekst. Logoen med det røde hjertet skal ikke brukes med tekst.

# FONTTYPER

*English*

*abcdefghijklmnopqrstuwxvzæå*

*A B C D E F G H I J K L M*

*N O P Q R S T U V W X Y Z*

*Æ Ø Å*

Fontene som skal brukes er; English, Trajan Pro, og Times New Roman. Disse tre fontene skal brukes i alle dokumenter, brev, brosjyrer, og andre produkter som skal representere bedriften. Ingen andre fonter skal brukes i denne sammenheng, uansett sammenheng.

Fonttypen English brukes i Logo, og skal brukes i alle overskrifter, plakater, og på alle forsider av even-

tuelle flyere, plakater, og brosjyrer. Den brukes også på visittkort, som forklart nærmere på side 11.

Fonttypen Trajan Pro skal benyttes på alle underoverskrifter. Den kan brukes for å oppnå variasjon om fonttypen English ikke er ønsket, men skal aldri erstatte English i logoteksten eller tekst som er direkte relatert til logoteksten. Denne fonten skal alltid skrives i *small caps*, og

# TRAJAN PRO

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ

Times New Roman

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ

må ikke under noen omstendigheter brukes i kursiv eller fet.

Times New Roman skal brukes i all brødtekst, som for eksempel på flyere, eller brødtekst i brosjyrer.

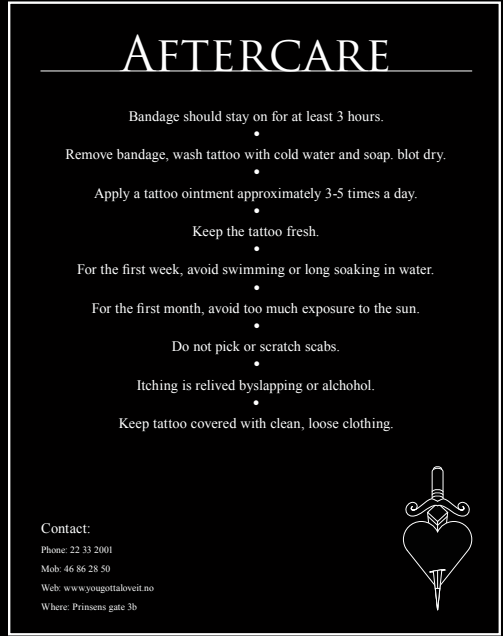
Under ingen omstendigheter skal man bryte med retningslinjene. Det er viktig at de blir fulgt til punkt og prikke, for å oppnå en sammenheng i alle trykksaker og promoterende

produkter. Dette vil hjelpe til for å få bedriften til å framstå helhetlig, organisert, og profesjonell.

# FLYERS OG BROSJYRER



forside



bakside

Brosjyrene og flyerene skal være både informative, samt som de skal fungere som ett viktig ledd i promoteringen av bedriften.

Både brosjyren og flyeren skal ha samme forside. Dette er viktig for å gi ett helhetlig inntrykk av bedriften. Forsiden består av logoen med tekst og sort bakgrunn.

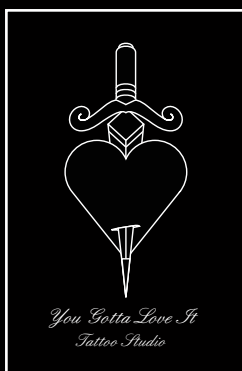
Flyeren skal deles ut til alle kunder etter fullført timer, og inneholder

viktig informasjon om etterbehandling av tatoveringen. Denne flyeren skal ikke justeres på noe måte, og skal trykkes som anvist.

Teksten på baksiden av flyeren skal være midtstilt for å få det så oversiktlig som mulig. fonten er skrevet hvitt på sort, på samme måte som bakgrunnen.

På baksiden ligge logo til høyre og kontaktinfo til venstre.

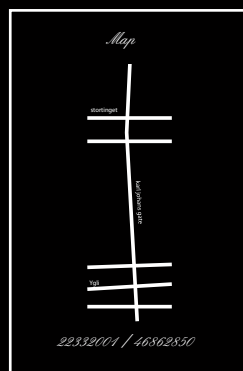




forside



midtsider



bakside

Brosjyren har som tidligere forklart samme utgangspunkt som flyer. Alle sidene er sorte, og all tekst hvit.

Brosjyren er ulik på den måte at den består av flere sider, med trykk på hver side av arket. Den skal være brettet slik at logo utgjør forside, og kart og kontaktinfo utgjør bakside. Midtsidene består av bilder som illustrerer arbeider utført av de ansatte i bedriften. I denne

brosjyren er navn ekskludert for å gi ett inntrykk av en helhet fremfor inntrykk av hver enkeltes evner. Eventuelt interesserte kunder kan komme til studio, eller gå på nett for å få bedre inntrykk av de individuelle ansattes evner.

Disse brosjyrene er ment for utlevering ved tatoveringslandsmøter, så kart er inkludert på baksiden av brosjyren.

# PLAKAT



bakside

Plakaten består av logo, samt spillkort og roser. Dette er elementer som er dominerende som tatoveringsmotiv, og det sender tydelige signaler om hva de gjør, samtidig som at det viser ett spennende design som er estetisk egnet til å pryde en plakat.

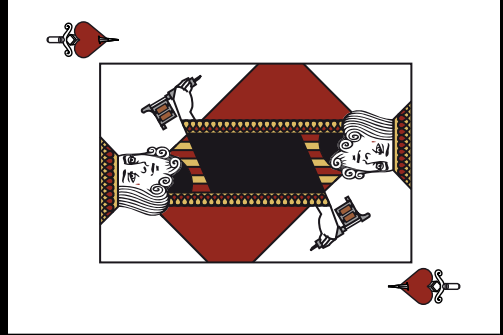
Plakaten skal ikke justeres eller forandres. Den er utarbeidet med tanke på helheten, og står i samme

stil som både brosjyre og flyer. Den høye kontrasten mellom det sorte og det hvite er klart og tydelig, slik at plakaten drar oppmerksomhet, uten å være overlesset med detaljer.

Plakaten skal ikke justeres, hverken i lengde, høyde, eller proposjoner.

# VISITTKORT

forside



bakside

*You Gotta Love It*  
*Tattoo Studio*

*Prinsens gate 36 - tlf. 22 33 20 01*

Visittkortet skiller seg i fra resten av trykksakene på den måten at det er utført på med farger, på hvit bakgrunn.

Visittkortet bygger på ett tradisjonelt spillkort. Dette gjør at visittkortet skiller seg ut, og fungerer både promoterende og informativt. Ett kreativt visittkort sier mye for hvordan bedriften fremstår blant konkurrentene.

Visittkortene er ikke spesifikke for de ansatte, men representerer hele studioet som en helhet. Det betyr at visittkortet ikke skal forandres, og størrelsen ikke justeres.

Det er trykket opp i 80x55 mm, for å passe i alle lommebøker.

Baksiden inneholder allt man trenger av kontaktinfo, skrevet med fonttypen English. Fargene benyttet på kortet dekkes under side 13.

# KLISTREMERKE

klistremerke



Klistremerket skiller seg også ut i fra resten av designet, ved at det både benytter farge, og et annet design. Det skal printes ut i størrelsen 50x90 mm.

Fargene er brukt for å trekke til seg oppmerksomhet, som er viktig for klistremerket ettersom det kun er like stort som ett gjennomsnittlig visittkort.

Klistremerket deles ut på møter, i butikken, og i lignende sammenhenger. Ved å klistre dem opp selv, blir kundene selv en del av markedsføringen. Slik levende reklamering er et godt hjelpemiddel i tatoveringsbransjen, der kundene selv står for promoteringen av merkenavnet.

Stickeret inneholder telefonnummeret til studio, i tillegg til illustrasjon og navnet på bedriften.

# FARGEBRUK

c: 23	c: 13	c: 0
m: 93	m: 30	m: 0
y: 97	y: 67	y: 12
k: 18	k: 0	k: 0

c: 91	c: 66	c: 29
m: 47	m: 50	m: 66
y: 100	y: 47	y: 76
k: 66	k: 15	k: 15

Farger er brukt sparsomt i designet, for å gi ett rent, hygienisk uttrykk. Det er viktig for kunden å føle at studioet er fokusert på god kvalitet og hygiene, og det enkle designet formidler nettopp dette. Det er derfor viktig at fargebruken er begrenset.

Visittkortet og klistremerkene er unntak, ettersom de bruker fargene aktivt for å ta oppmerksomhet til tross for sine begrensede størrelser.

Fargene som er brukt er anvist ovenfor. Det skal ikke brukes farger utenfor disse, og de skal ikke justeres.

Av de få fargene er det rødt som skal dominere, utenfor sort og hvitt. Gul er for detaljer, og grå, benhvitt og brun skal kun brukes for små detaljer.

*Design av:*

*Daniel Lied, Brede Lian og Fredrik Brekke*