

Das WeltAuto.
Provjerena rabljena vozila

Osnovni elementi

Das WeltAuto. Brand koncerna Volkswagen
DWA portal za korporativni dizajn

Sadržaj

Osnovni elementi.....	
Osobnost branda.....	
Logotip	
Struktura	
Traka prikaza različitih marki	
Verzije boja.....	
Veličine aplikacije.....	
Preuzimanja.....	
Vrste fonta	
Stilovi fonta.....	
Upotreba.....	
Veličina i razmaci	
Boja fonta	
Primjeri.....	
Preuzimanja.....	
Slikovni prikazi.....	
Kombinirane fotografije	
Velike fotografije za pričanje priča.....	
Sadržajne fotografije proizvoda	
Sadržajne fotografije s pripovijedanjem	
Fotografije proizvoda trgovaca	
Baze fotografija.....	
Boje.....	
Glavne boje.....	
Funkcionalne boje.....	
Definiranje boja.....	

Elementi privlačenja pažnje.....

- Struktura
- Boje.....
- Primjeri layouta.....
- Liste nabiranja.....

Ikone.....

- Ilustrativne ikone.....
- Funkcionalne ikone.....
- Preuzimanja.....

Primjeri posjetnica i dopisa trgovci.....

Osnovni elementi



"Das WeltAuto." je marka koncerna Volkswagen. Novim dizajnom marka "Das WeltAuto." dobiva jedinstveni vizual koji se skladno uklapa u korporativni identitet, odnosno korporativni dizajn (CI/CD) svih uključenih marki.

Svaki puta kada klijenti dolaze u kontakt s našim brandom susreću se s njegovim dosljednim vizualnim prikazom i odmah prepoznaju: to je "Das WeltAuto."

Na sljedećim stranicama upoznat ćete se s najvažnijim elementima dizajna branda i vidjeti određene primjere kako se oni ispravno primjenjuju - **prvenstveno u novom kontekstu multibrand identiteta u nastupu u medijima i u okviru mreže trgovaca.**

Osobnost branda

Snažan karakter.

"Das WeltAuto." brand zalaže se za maksimalnu moguću sigurnosti pri kupnji rabljenih vozila. To za kupce znači da su vozila podvrgnuta detaljnoj tehničkoj provjeri i stoga nema nikakvih neugodnih iznenađenja. "Das WeltAuto." smanjuje rizike pri kupnji rabljenog vozila i jamči najveću moguću kvalitetu i transparentnost.

Osobnost branda "Das WeltAuto." predstavlja temelj i izražavanje načina na koji brand komunicira i djeluje.



Sigurnost

Brand jamči kvalitetu, provjeru i jamstvo te na taj način osigurava da budete neopterećeni mogućim rizicima i problemima. Pritom nudi ono što drugi nemaju - provjerenu (dokazanu) sigurnost.

Pouzdanost

Brand je autentičan, jednostavan i lako razumljiv te komunicira jasnim riječima. Ponuđena vozila uspješno prolaze sve vrste provjere što kupcima pruža dobar osjećaj zbog pouzdanosti.

Transparentnost

Brand pruža transparentnost u pogledu proizvoda, usluga i troškova te na taj način neprestano određuje nove standarde za sigurnost klijenata.

Sve ponude branda uvjerljiv su primjer za sigurnost klijenata.

Povjerenje

Nastup branda je primjeren i uzoran kako bi se pridobilo i opravdalo povjerenje klijenata. Na taj način komunikacija nalikuje prijateljskom savjetovanju. Brand karakterizira ljubaznost, šarm i povjerenje zbog pružanja podrške i inspiracije.

Logotip

Izvorni

Das WeltAuto.
Certified Pre-Owned

Hrvatska verzija

Das WeltAuto.
Provjerena rabljena vozila

Našim logotipom branda komunicira se povjerenje, snaga, kvaliteta i pouzdanost. Logotip samouvjereno predstavlja naš brand te kao glasnik naših poruka ima vrlo istaknutu ulogu.

Struktura

Uvod

The logo for 'Das WeltAuto. Certified Pre-Owned' is displayed within a thin black rectangular border. The text 'Das WeltAuto.' is in a large, bold, sans-serif font, with 'Welt' in orange and 'Das' and 'Auto.' in black. Below it, 'Certified Pre-Owned' is written in a smaller, bold, black sans-serif font.

Logotip "Das WeltAuto." potpun je samo ako sadrži slogan "Certified Pre-owned" u sljedećem retku. Slogan se može prevesti na različite jezike koji su relevantni na tržištu (pogledajte poglavlje „Jezične varijante“).

Za hrvatsko tržište prijevod je „**Provjerena rabljena vozila**“, i mora se koristiti u logotipu. Sve varijante novog HR logotipa dostupne su na PartnerNetu za preuzimanje i korištenje.

Ažuriranje sustava naziva

Ako korištenje verbalnog žiga "Das WeltAuto." nije prikladno iz strateških razloga, odgovarajuća tržišta mogu usvojiti verbalni žig "Certified Pre-Owned". Kako bi se donijela odluka o tome koji će se verbalni žig implementirati na dotičnom tržištu, potrebno je provesti proces odobrenja.

Zaštićena zona

Naš logotip branda uvijek je okružen zaštićenom zonom. Drugi grafički elementi, kao što su dodatni logotipi ili natpisi, ne bi smjeli biti smješteni unutar ovog područja.

Zaštićena zona oko logotipa odgovara vrhu tj. kapi slova (D) iz logotipa "Das WeltAuto."



Slogan

Razmak između pojedinih slova i znakova te prostor između logotipa i slogana strogo su zadani. Potonja veličina proizlazi iz visine natpisa logotipa "Das WeltAuto." (visina slova „D“).

Slogan uz logo sastoji se od jednog ili dva retka u kombinaciji velikih i malih slova korištenjem VW-og naslovnog fonta OT-Black. Slogan je uvijek lijevo poravnat uz logotip "Das WeltAuto."

Logotip sa sloganom u jednom retku



D = visina velikog slova „D“

Logotip sa sloganom u dva retka

Potrebno je umetnuti razmak između redaka ako je tekst širi od četiri visine velikog slova iz natpisa logotipa "Das WeltAuto." (visina slova „D“).

D | **Das WeltAuto.**
1/2 D |
1/2 D | **Lorem ipsum dolor sit amet consequetur**
3/4 D | **sadipscing elit**

D = visina velikog slova „D“

Primjeri

Das WeltAuto.
Prověřené ojeté vozy

Primjer (češki)

Das WeltAuto.
Ellenőrzött használt autók garanciával

Primjer (mađarski)

Das **Welt**Auto.

Сертифіковані автомобілі з пробігом
із гарантією

Primjer (ukrajinski)

Das **Welt**Auto.

Provjerena rabljena vozila

Primjer (hrvatsk)

Neispravna upotreba

Kako bi se osigurala učinkovitost logotipa branda na najvišoj razini, potrebno je pridržavati se sljedećih pravila:



Boja fonta slogana je uvijek crna.



Nemojte uključivati interpunkcijske znakove u slogan.



Nemojte koristiti neku drugu vrstu fonta (pisma) osim VW-og naslovnog fonta OT Black.

Iznimka: logotip unutar istog retka

Ako se ne može osigurati čitljivost logotipa, koristi se verzija logotipa koji je smješten u jednom retku. Slogan treba biti smješten u neposrednoj blizini logotipa.



Verzija logotipa unutar istog retka na promotivnim materijalima

Traka prikaza različitih marki

Uvod

Ovisno o vašem tržištu, program "Das WeltAuto." može uključivati jednu ili više marki vozila (tržište pojedinačne marke ili većeg broja marki). Logotipi sudjelujućih marki Volkswagen, SEAT, ŠKODA i Volkswagen gospodarska vozila smješteni su na traci prikaza različitih marki – primjeri upotrebe slijede na daljnjim stranicama smjernica.



Dobro je znati

Na prodajnim mjestima možete koristiti logotipe sudjelujućih marki u skladu sa zahtjevima vašeg tržišta. Postoje samo dvije iznimke:

– bilo kakve zastavice na prodajnim mjestima

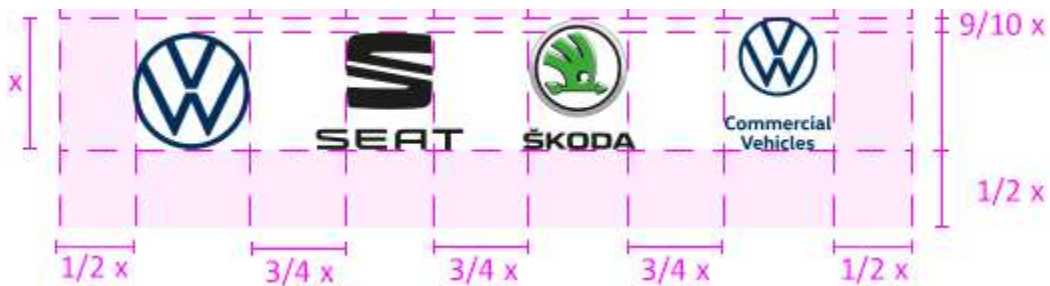
– bilo kakvo lokalno oglašavanje koje je povezano s markama trgovca

Za obje navedene iznimke koristite logotipove samo onih marki za koje imate ugovore kao ovlaštene prodajni partneri. (na primjer DWA trgovac koji je ujedno ovlašten za prodaju marki VW i ŠKODA, u oglašavanju i izradi određenih POS materijala smije koristiti traku samo s VW i ŠKODA logotipom)

Struktura i zaštićena zona

Traka prikaza različitih marki okružena je zaštićenom zonom. Zaštićena zona oko logotipa je prostor koji odgovara 1/2 visine Volkswagenovog logotipa (1/2 x).

Drugi grafički elementi, kao što su dodatni logotipi ili natpisi, ne bi smjeli biti smješteni unutar ovog područja.



x = visina Volkswagenovog logotipa

Veličina i pozicioniranje

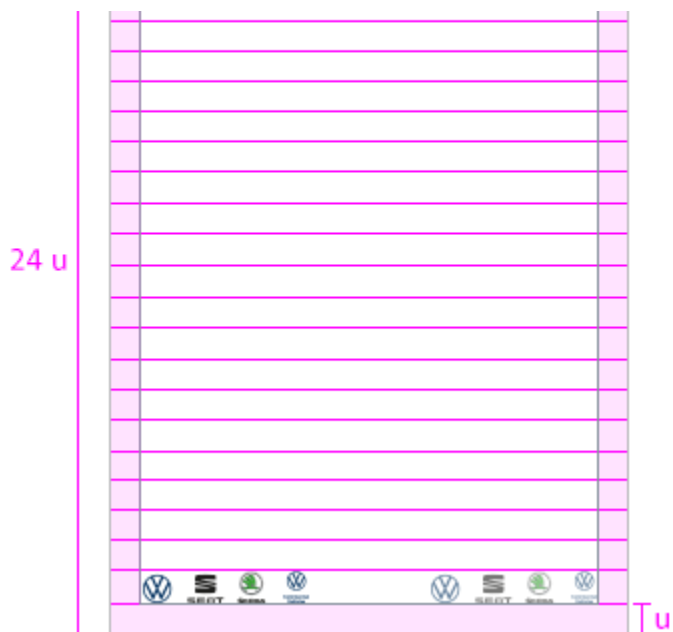
Tiskovni mediji

Za potrebe tiskovnih medija svi elementi trebaju biti poravnati unutar mrežne rešetke (*grid*) koja se sastoji od 24 vertikalne jedinice (24 u).

Logotip, traka prikaza različitih marki i tekstualni elementi smješteni su unutar zadanog prostora za tisak. To područje odgovara jednoj mrežnoj jedinici (u) na svim stranama zadanog formata.

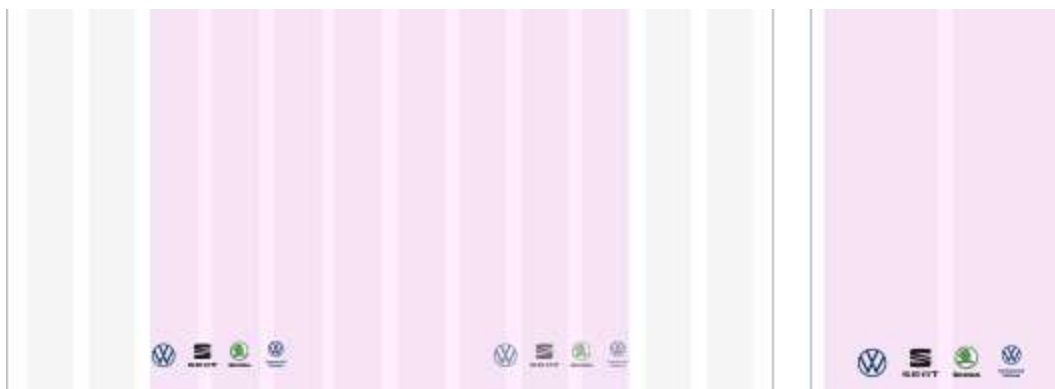
Visina trake prikaza različitih marki i logotip branda uvijek odgovara jednoj mrežnoj jedinici (u).

Iznimka je kod oglašavanja trgovaca pri čemu su logotip i traka prikaza različitih marki postavljeni na visini od 1,5 jedinice prostora za tisak.



Digitalni mediji

Kod digitalnih medija traka prikaza različitih marki može biti fleksibilno pozicionirana na rubovima područja sadržaja.



Digitalni mediji: ekranski prikaz na računalu (lijevo) i verzija prikaza na mobilnim uređajima (desno)

Verzije boja

Upotreba

Naš logotip branda nudi brojne, maštovite mogućnosti korištenja. Logotip postoji u tri varijante boja:

1. Verzija logotipa u crnoj i narančastoj boji uvijek je prvi odabir kod svih kontaktnih točki putem kojih se ostvaruje interakcija s klijentima.
2. Verzija s bijelom i narančastom bojom koristi se kod crnih pozadina.



Das WeltAuto.
Provjerena rabljena vozila

1. Logotip u crnoj i narančastoj boji



2. Logotip u bijeloj i narančastoj boji



3. Logotip u bijeloj i sivoj boji primjenjuje se samo u slučajevima kada je zbog razloga povezanih s proizvodnjom ispis moguć samo u nijansama sive boje.

3. Iznimka: verzija u nijansama sive boje

Logotipi su dostupni u svim verzijama boja na PartnerNetu. [→](#)

Napomena:

Kod svih vrsta ekranskog prikaza uputno je koristiti RGB logotip zbog standarda dostupnosti.

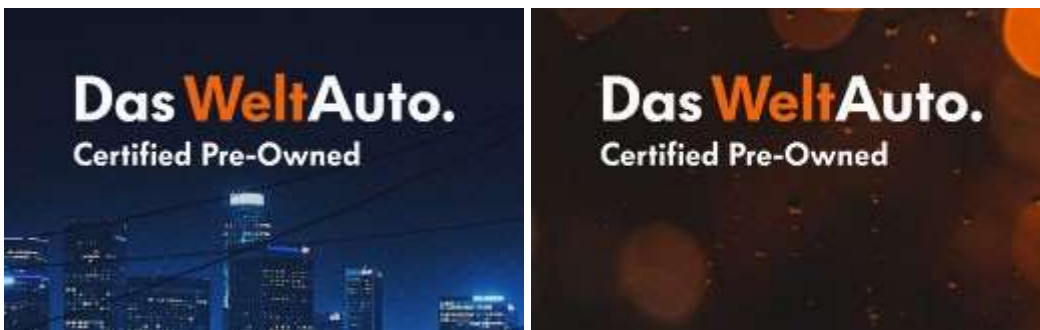
Pozadine slika



Kod pozadina koje uključuju slike prednost se daje logotipu u verziji crne i narančaste boje. Za optimalnu čitljivost treba voditi računa o pozicioniranju elemenata, dovoljnom kontrastu te da pozadina bude neupadljiva.

Kod svijetlih pozadina koristi se logotip u crnoj i narančastoj boji

Na tamnim pozadinama biramo logotip u bijelo-narančastoj boji.



Logotip u bijeloj i narančastoj boji za tamne pozadine Logotip u bijeloj i narančastoj boji za tamne pozadine

Neispravna upotreba

U nastavku su navedeni primjeri što nije dopušteno prilikom korištenja logotipa "Das WeltAuto.":



Logotip se ne aplicira u cijelosti u narančastoj boji.

Ne smiju se upotrebljavati druge boje za logotip.



Ne smiju se upotrebljavati druge boje za logotip.

Logotip ne smije biti ispunjen grafičkim elementima.



Logotip ne smije biti ispunjen gradijentom boja.

Izbjegavajte slabije kontraste.



Logotip se ne postavlja nasred lica

Veličine aplikacija

Ovisno o odgovarajućem formatu, logotip se koristi u različitim veličinama. Definirana veličina aplikacije je obvezujuća za formate koji su navedeni u tablici. Formati koji odstupaju od zadanih mogu se prilagoditi u skladu s dokumentiranim vrijednostima.

Aplikacija	Format	Veličina (format prikaza)	Logotip
Posteri*	18/1	420 × 594 mm	25 mm
	Citylight	237 × 350 mm	14,6 mm
	DIN A3	297 × 420 mm	17,5 mm
Oglašavanja	DIN A4 portret	210 × 297 mm	12,5 mm
	DIN A4 pejzaž	297 × 210 mm	12,5 mm
Oglašavanja trgovaca	U 1 stupcu	45 mm	7,5 mm
	U 2 stupca	90 mm	9,375 mm
	U 3 stupca	135 mm	9,375 mm
	U 4 stupca	180 mm	9,375 mm
	U širini stranice	270 mm	9,375 mm

* Poster se postavlja na format prikaza i nakon toga uvećavaju na konačni format.

Nomenklatura naziva datoteka

Naš paket logotipa organiziran je pomoću jednostavne strukture naziva.

Skraćenica	Pojašnjenje
DWA	"Das WeltAuto."
CPO	"Certified Pre-Owned"
standard	Logotip u dva retka
1line	Logotip u jednom retku
editable	Logotip za prijevod slogana na jezik određene zemlje

Verzije boja

RGB	Digitalni mediji
4C	Tisak u četiri boje
1C	Monokromatski tisak
4C	Tisak u spot bojama
pos	pozitiv: logotip crni/narančasti
neg	negativ: logo bijeli/narančasti
Formati datoteka	
pdf	tisak
ai	za uređivanje
svg	digitalna primjena
ico	digitalna primjena
png	digitalna primjena
emf	uredske aplikacije

Vrste fonta



Font je važni osnovni element našeg identiteta branda, od A do Z, od 0 do 9, od :-) do @ & #. Naše poruke moraju biti lako razumljive i jasne na prvi pogled. Iz tog razloga za marku upotrebljavamo upečatljivu vrstu fonta DWA Corpid na svim razinama komunikacije. **Na PartnerNetu možete naći font za preuzimanje i korištenje.**

Stilovi fonta

Naši stilovi fonta Light, Regular, Italic i Bold (svijetli, običan, kurziv i podebljan) konzistentno se primjenjuju u okviru svih kontaktnih točki putem kojih se ostvaruje interakcija s klijentima.

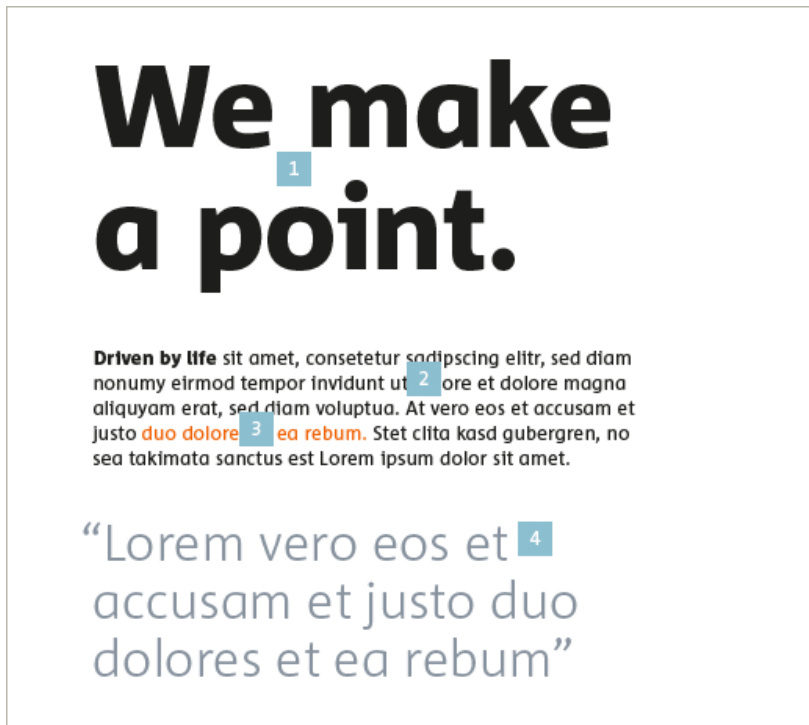
DWA Corpid Bold
ABCDEFGHijklmno1234567?!&

DWA Corpid Regular
ABCDEFGHijklmno1234567?!&

DWA Corpid Italic
ABCDEFGHijklmno1234567?!&

DWA Corpid Italic
ABCDEFGHijklmno1234567?!&

Upotreba



- 1** Naslovi: DWA Corpid Bold
Font DWA Corpid Bold koristimo za vizualni izgled naslova, na 18/1 posterima i kod digitalnih prikaza.
- 2** Tekst oglašavanja: DWA Corpid Regular
Koristimo font DWA Corpid Regular za tekstove oglašavanja bilo koje vrste, bilo analognom ili digitalnom komunikacijom. Njegova osobito dobra čitljivost već je dokazana, osobito kod vrlo malih veličina fonta kao što su bilješke na dnu stranice i pravni tekstovi.
- 3** Istaknuti dio oglasa: DWA Corpid Regular
Kako bi se označili odlomci teksta u tekstu oglašavanja, koristimo DWA Corpid Regular u DWA narančastoj boji (ili DWA Corpid Italic u crnoj boji).
- 4** Citati: DWA Corpid Light
U redakcijskom dijelu koristimo DWA Corpid Light za citate i uvodne tekstove.

Veličina i razmaci

Razmak između redova

Zadani razmak između redaka mora se poštovati kod svih tiskovnih aplikacija. Kod digitalnih kontaktnih točaka razmak između redaka u tekstu oglašavanja može biti 150%.

Razmak između znakova

Radi optimalne čitljivosti razmak između znakova kod fonta DWA Corpid unaprijed je zadan prema veličini fonta.

Stil fonta	Veličina fonta	Razmak između znakova	Razmak između redaka
Naslov: DWA Bold	70 pt i veće	-10	110%
	14–69 pt	0	115%
	do 13 pt	20	135%
Tekst oglašavanja: DWA Regular, Italic	20 pt i veće	0	135%
	6-19 pt	15	135%
Redakcijski DWA Light	40 pt i veće	0	135%
	do 39 pt	15	135%

Neispravna upotreba



Razmak između znakova je prevelik.

Razmak između znakova je premalen.

Boja fonta

Naslovi i tekst oglašavanja

Pravilo je da se tekst aplicira u crnoj boji. Ako to zahtijeva raspored elemenata oglasa (*layout*), dijelovi naslova mogu biti i u nekoj drugoj boji.



Naslov u crnoj boji

Naslov u dvije boje

Citati

Citati se mogu aplicirati u DWA Orange (narančasto) i DWA Grey 3 (sivoj) boji (pogledajte dalje Definiranje boja).

„Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr“

„Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr“

Citati u boji DWA Orange

Citati u boji DWA Grey 3.

Primjeri

Preporučena upotreba

Prikazani rasporedi elemenata oglasa služe kao inspiracija i prikazuju primjere korištenja tipografije u našem sustavu dizajna.





Neispravna upotreba

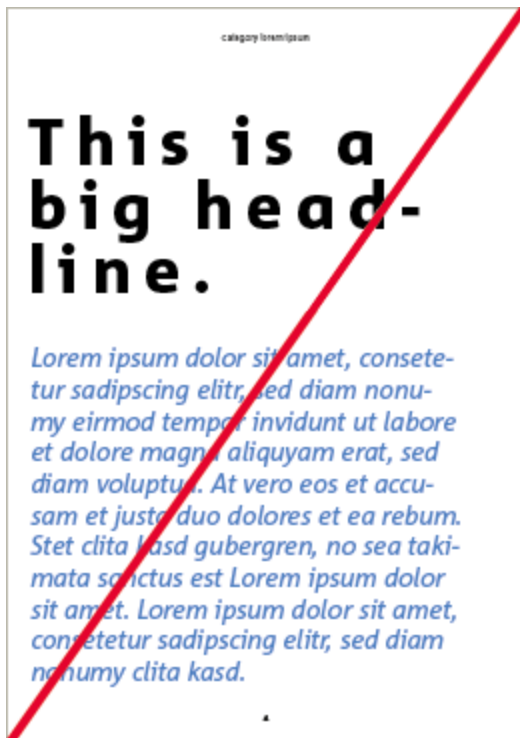
Sljedeći primjeri prikazuju kako se font ne bi smio upotrebljavati u našem sustavu dizajna.



- Nije dopušteno sužavanje ili izobličenje fonta koji koristimo.
- Nije dopušteno korištenje drugih boja osim naših korporativnih boja.



Nije dopušteno pisanje velikim slovima u naslovima.



- Nisu dopušteni preveliki razmaci između slova.
- Stil kurziva ne koristi se za naslove ili tekst oglašavanja.

Slikovni prikazi



Stilski priručnik za slikovne prikaze pruža informacije fotografima o načinu snimanja fotografija za kampanje koje su primjerene našem brandu.

Također se pojašnjava dizajnerima kako kreirati reprezentativne fotografije proizvoda (*cut-outs*). Urednicima weba pomaže kod odabira slika za sadržaj koje su prikladne s obzirom na brand.

Priručnik služi također kao uputa trgovcima za izradu fotografija njihovih rabljenih vozila koje su usklađene s brandom.

Kombinirane fotografije



Velike fotografije za pričanje priča (*Storytelling hero images*)

Ova kombinirana fotografija snažno je potaknuta motivima života te u velikoj mjeri prenosi osobnost našeg branda. Stoga je upečatljiva u svim fazama aplikacija u različitim medijima.

Sadržajne fotografije proizvoda

Sadržajne fotografije proizvoda mogu se postaviti unutar područja sadržaja kako bi se predstavili automobili ili izradili dosljedni pregledi modela vozila.



Sadržajne fotografije s pripovijedanjem

Uz pomoć fotomaterijala iz stvarnog života pričamo priče i prenosimo emocije. Ova kombinirana fotografija najvećim se dijelom nalazi unutar područja sadržaja.

Fotografije proizvoda trgovaca

Kako bi se dosljedno prezentirala ponuda stvarnih vozila trgovaca na internetskim stranicama naših ovlaštenih trgovaca, moramo imati unaprijed definirana stajališta i ključna pravila.

Velike fotografije za pričanje priča (*Storytelling hero images*)

Fleksibilnost je ključ

Naš stil fotografija za primjenu u medijima koji se u velikoj mjeri oslanjaju na vizualnu dimenziju razlikuje se ovisno o ciljnim skupinama na koje smo usmjereni. Raspored elemenata na fotografiji je fleksibilan i dinamičan, dok odabir elemenata i njihova veličina ovisi o vama. U cjelini gledajući, promjenom prednjeg plana i pozadine dolazi do oživljavanja rasporeda slike.



- 1** Isječak fotografije proizvoda (*cut-out*)
Sjena automobila uvijek se kreira grafičkim putem. Perspektivu možete sami odabrati, ali se mora slagati s perspektivom stvarnog isječka fotografije. U pogledu boja odaberite neku iz monokromatske palete ili DWA narančastu boju.
- 2** DWA točka
DWA točka je uvijek 100% savršeno simetričan krug. Boje variraju od DWA narančaste do DWA sive palete. Točka također može sadržavati određene slike.
- 3** Isječak fotografije (*cut-out*) sa stvarnim likovima
Prikazujemo uvjerljive stvarne likove koji se uklapaju u priču. Mogu biti prikazani različiti likovi. Spektar boja varira između monokromatskih i narančastih boja. Slike u nijansama sive boje također su dopuštene.
- 4** Tipografija
Raspored tipografije je živopisan i razigran. Upotrebljavamo stil fonta DWA Corpid Heavy. DWA narančasta i crna bolja mogu se fleksibilno odabrati.

Primjeri





Izvor slika: materijali agencije

Sadržajne fotografije proizvoda





Perspektiva

Općenito, vozila se mogu prikazati iz bilo kojeg ugla. Ali mi biramo uzbudljive perspektive koje ispunjavaju potrebe priče i zahtjeve rasporeda slike.

Prilagođena grafička sjena

Sjena vozila uvijek je prikazana kao stilizirana grafička sjena s oštrim rubovima. Boja sjene je DWA Grey 4 (siva) sa 75% transparentnosti.

Boja vozila

Spektar boja po mogućnosti varira od monokromatskih do narančastih boja kako bi se što bolje uklopile u DWA sustav boja.

Svjetlo

Osvjetljenje bi trebalo reflektirati prirodni oblik vozila. Nastojimo izbjeći neujednačeno ili umjetno osvjetljenje. Nijansa boje bi trebala biti dobro osvjetljena, ali ne pretjerano. Sjene bi trebale naglašavati geometriju vozila.

Registarske pločice

Na registarskim pločicama treba biti prikazan DWA logotip bez slogana.



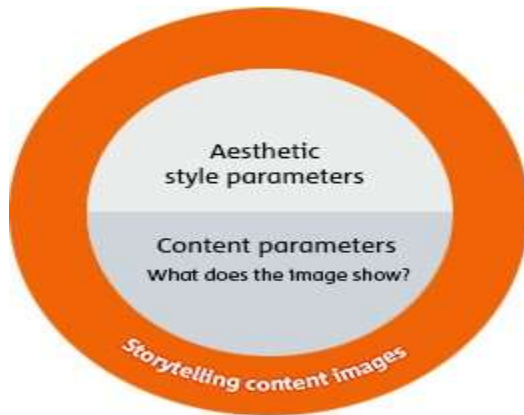
Izvor slika: promidžbeni materijali i materijali agencije

Sadržajne fotografije s pripovijedanjem

U svrhu prenošenja sadržaja

Fotografije i licencirane fotografije predstavljaju značajan dio naše priče („*storytelling*“) u okviru područja sadržaja za aplikacije u različitim medijima.

Parametri se mogu podijeliti na estetske parametre i parametre sadržaja.



Estetski stilski parametri (kako)

- Svjetlo i boja
- Kontrast
- Dubinska oštrina
- Perspektiva

Parametri sadržaja (što)

- Raspored
- Likovi
- Lokacije
- Pripovijedanje (*storytelling*)

Svjetlo

Toplo i prirodno

Osvjetljenje uvijek odražava toplo, prirodno sunčevo svjetlo. Preferiraju se narančaste boje koje predstavljaju korporativne boje našeg branda.



Neispravna upotreba



Izbjegavajte hladne temperature boja.



Izbjegavajte umjetno osvjetljenje.

Boja

Narančasti akcenti

Naše fotografije odlikuju se narančastim akcentima. Osim narančaste ne bi se trebala koristiti nijedna druga dominantna naglašena boja. Sukladno tome, ostale boje iz spektra nastojimo zadržati u rasponu suptilnijih boja. Nastojimo izbjegavati prezasićene boje kao i bilo kakve impresije u jakim bojama.



Neispravna upotreba



Izbjegavajte bilo kakve filtre, nijanse.



Izbjegavajte fotografije u bojama koje ne sadrže narančaste nijanse.

Dubinska oštrina

Plitka dubinska oštrina

Plitka dubinska oštrina kreira stvarnu oštrinu fokusirajući se na ljude i njihove interakcije.



Neispravna upotreba



Izbjegavajte veliku dubinsku oštrinu.



Izbjegavajte veliku dubinsku oštrinu.

Kompozicija fotografije

Jasna i fokusirana kompozicija fotografije

Naš stil prikaza fotografija uključuje fokusiranost i ljudsku komponentu. To je razlog zašto odabiremo zadane, ali živopisne perspektive i pritom nastojimo održati jasan fokus. Ljudi su uvijek dio naših priča.



Neispravna upotreba



Izbjegavajte nefokusirane prikaze.



Izbjegavajte previše sitnih detalja koji odvlače pažnju.

Prikaz ljudi

Uvjerljivi likovi

Na fotografijama prikazujemo autentične ljude iz stvarnog života i različite životne stilove u nadahnjujućim trenucima.



Neispravna upotreba



Izbjegavajte neautentične likove.

Izbjegavajte namješteno poziranje.



Izvor slika: licencirane fotografije ili materijali s foto-stocka (kupuje se).

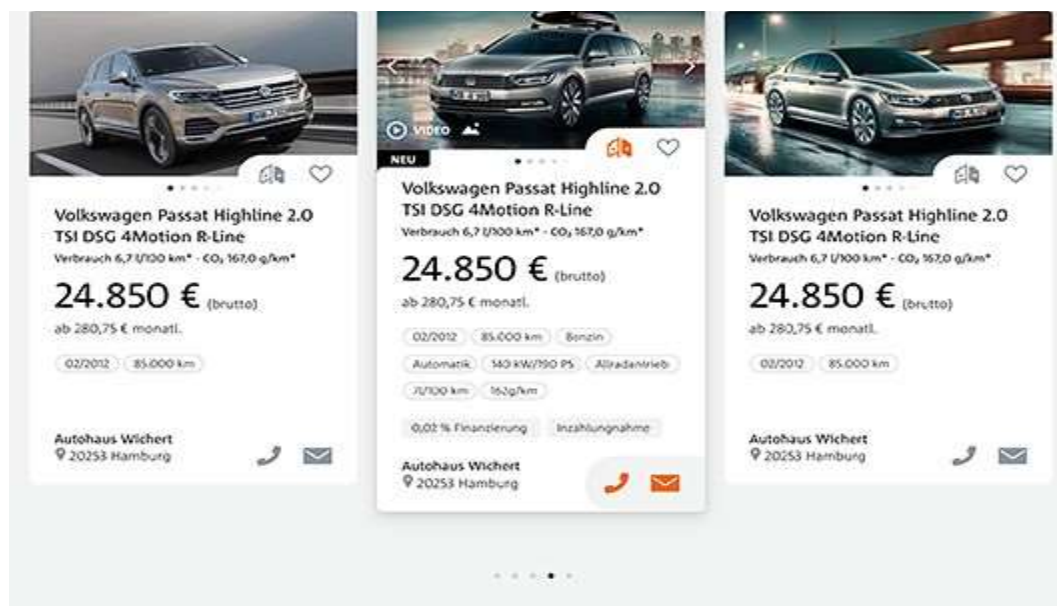
Fotografije proizvoda trgovaca

Status quo

Razlike u kvaliteti izvedbe i kvaliteti fotografija

Da bi se osigurala uspješnost oglašavanja putem interneta i časopisa, važan preduvjet je da vozila javnosti budu prikazana na način koji u najvećoj mogućoj mjeri odražava profesionalnost i atraktivnost proizvoda.

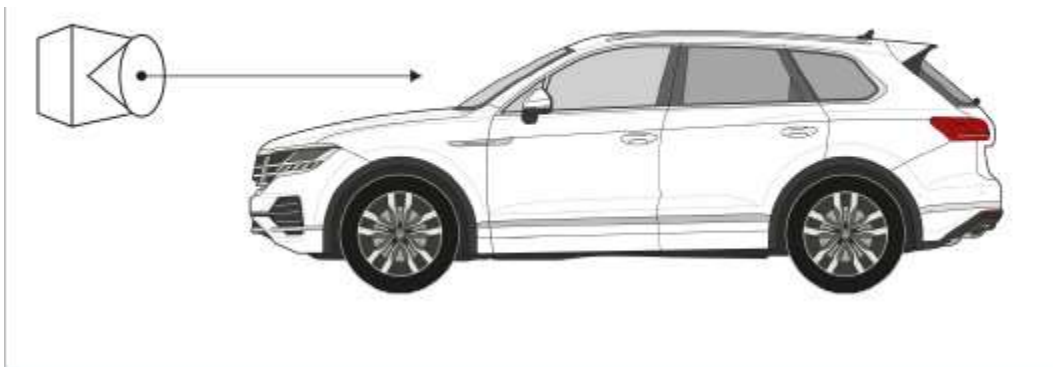
Trenutačno postoje određene razlike u perspektivi, osvjetljenju i ukupnoj prezentaciji vozila. Trgovcima moramo osigurati jasne upute na koji način trebaju snimati fotografije svojih vozila.



Perspektiva

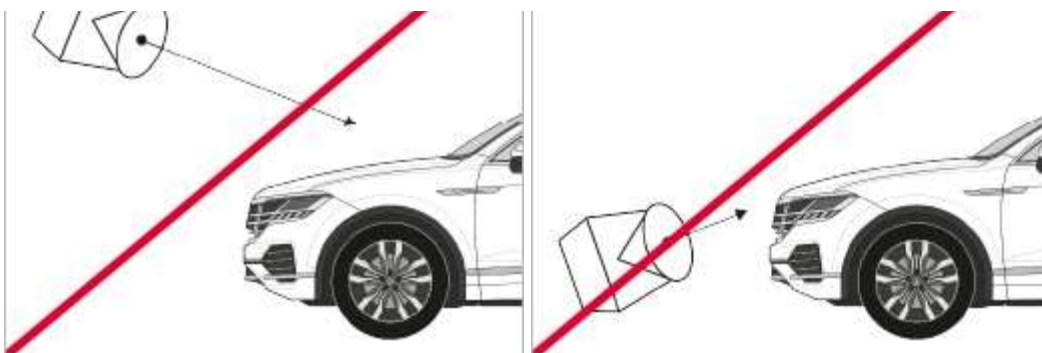
Dosljedno korištenje perspektiva u razini očiju

Kako bi se stvorio što profesionalniji vizualni izgled i dojam na platformi koji vjerno odražava objekt, trebamo razmotriti visinu na kojoj se postavlja kamera i korištenje perspektive. Usmjerite kameru korištenjem horizontalnog ugla u odnosu prema vjetrobranskom staklu.



Služite se perspektivama u razini očiju.

Neispravna upotreba



Izbjegavajte visoke kutove snimanja iz gornjeg rakursa. Izbjegavajte niske kutove snimanja iz donjeg rakursa.

Shot lista (popis kadrova)

Skup obveznih perspektiva

Definiranjem određenih detaljnih kadrova koji su obvezujući za sve trgovce prilikom snimanja ponuđenih vozila postićemo veću dosljednost i pružamo smjernice korisnicima.

1. Pregled snimki velikih fotografija („hero shot“)

Uvijek koristite istu perspektivu s prednje strane za prvi pregled slika koje korisnik može vidjeti na platformi.



Obvezne perspektive

Skup od barem sedam unaprijed zadanih perspektiva obvezujući je za svako vozilo. (vidi i gornju fotografiju)









1. Korištenje opcionalnih perspektiva

Možete također upotrijebiti i neke druge perspektive kako biste prikazali određene značajke.

Snimate kotače na način da kupac, primjerice, može utvrditi vrstu aluminijskih naplataka.





Postupak fotografiranja kod trgovaca



Priprema

Kao prvo, morate osigurati da vozilo koje se fotografira bude u potpunosti estetski pripremljeno i očišćeno u skladu s najvišim standardima.

Lokacija

Nakon što je vozilo pripremljeno za snimanje trebate osigurati predviđeni prostor za fotografiranje.

Pozadina

Vozilo fotografirajte ispred kulisa čisto bijele boje. Pozadina ne bi smjela sadržavati nikakve prikaze drugih vozila ili oznake drugih poslovnih prostora.

Površina uokolo vozila treba biti na tvrdjnoj ravnoj podlozi i ne smije sadržavati nikakve razasute otpatke ni korove.

Vozilo

U vozilu se ne smiju nalaziti nikakvi prodajni materijali, osobito natpisi s cijenama. Ako uklonite natpis cijene iz vozila, više nikada nećete morati ponovno fotografirati vozilo, npr. u slučaju smanjenja cijene.

Osvjetljenje

Vodite računa da osvjetljenje vozila bude ravnomjerno raspoređeno i da dojam koji ostavlja vozilo bude ugodan i realističan.



Izvor slika: materijali trgovaca

Boje



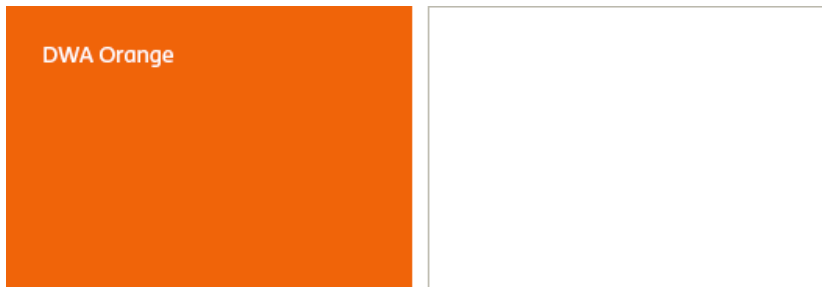
Razmišljamo inteligentno i fokusirano, čak i u pogledu boja koje koristimo. DWA narančasta i bijela boja stvaraju prepoznatljivi vizualni identitet na razini svih kontaktnih točaka s klijentima.

Glavne boje

Primarne boje

Naše primarne boje su DWA narančasta i bijela. Njihovom upotrebom osigurava se jedinstveni vizualni identitet našeg branda.

Vrijednost narančaste boje DWA Orange unaprijed je zadana i ne može se mijenjati (vidi Definiranje boja).



Primarne boje: DWA narančasta i bijela

Dobro je znati

DWA narančasta boja usklađena je s WCAG smjernicama za digitalne kontaktne točke (AA standard).

Sekundarne boje

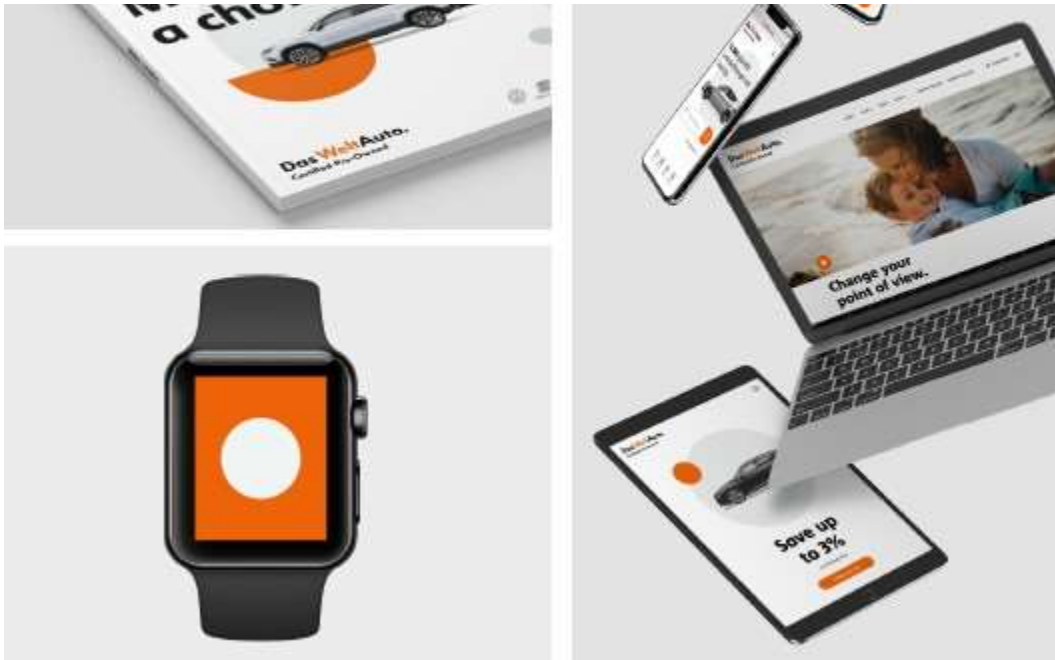
Primarne boje nadopunjene su sekundarnim bojama koje se sastoje od četiri nijanse sive boje.



Sekundarne boje

Uzorci layouta

Sljedeći prikazi rasporeda elemenata oglasa (*layout*) služe kao inspiracija i prikazuju primjere korištenja boja u našem sustavu dizajna.

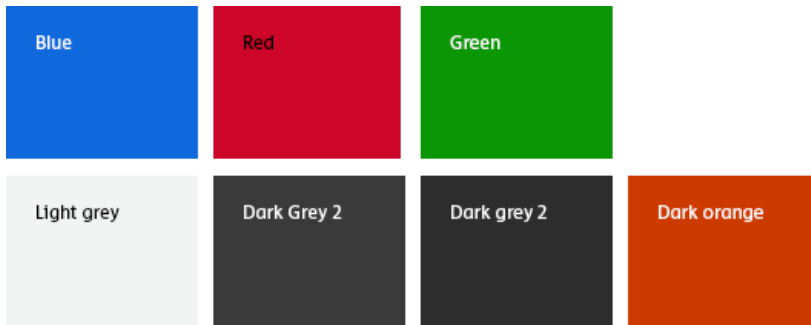


Korištenje primarnih i sekundarnih boja

Funkcionalne boje

Pregled

Funkcionalne boje upotrebljavaju se za isticanje u digitalnom okruženju. Takve boje ne određuju vizualni identitet branda.



Dobro je znati

Tamno narančasta koristi se samo za male tekstove i poveznice na digitalnim kontaktnim točkama.

Korištenje funkcionalnih boja

Plava, crvena i zelena boja koriste se isključivo u funkciji davanja uputa ili upozorenja. Tamno narančasta koristi se samo za male tekstove i poveznice na digitalnim kontaktnim točkama (12-18 pt).

The image shows a screenshot of a car listing interface. At the top, there are two notification banners: a red one on the left stating "The vehicle 'Volkswagen Tiguan Highline 2.0 TSI DSG 4Motion R-Line' has been removed from your watchlist." and a blue one on the right saying "Thank you :-)". Below these is a green banner stating "The vehicle 'Volkswagen Tiguan Highline 2.0 TSI DSG 4Motion R-Line' added to your watchlist." The main content area is split into two sections. The left section displays "Volkswagen T-Roc" with a price of "19,879.00 €" and a "Show results >" link. The right section is a dark grey filter panel with tabs for "Search", "Car model", and "Brands & models". It features the heading "All filters" and the text "12,888 used cars found".



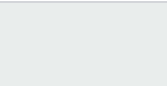
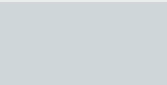
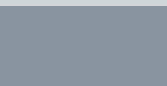
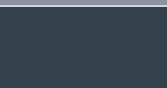
Korištenje funkcionalnih boja

Definiranje boja


Naše primarne boje su DWA narančasta i bijela. Njihovom upotrebom osigurava se jedinstveni vizualni identitet našeg branda. Vrijednosti su zadane i ne mogu se mijenjati.


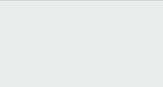
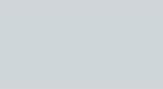


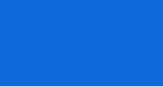






Četiri sekundarne boje podržavaju naše primarne boje.

Boje za tisak

	Naziv boje	CMYK	PANTONE®
	Primarne boje		
	DWA narančasta	0, 70, 100, 0	166
	Bijela	0, 0, 0, 0	–
	Sekundarne boje		
	DWA siva 1	3, 0, 0, 8	427
	DWA siva 2	5, 0, 0, 20	428
	DWA siva 3	10, 0, 00, 50	430
	DWA siva 4	30, 0, 0, 75	432

Boje na zaslonu



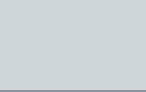
	Naziv boje	RGB	Heksadecimalni kodovi
	Primarne boje		
	DWA narančasta	240, 100, 9	#F06409

	Bijela	255, 255, 255	#FFFFFF
<hr/>			
Sekundarne boje			
<hr/>			
	DWA siva 1	234, 238, 237	#EAEEDD
	DWA siva 2	207, 215, 217	#CFD7D9
	DWA siva 3	137, 148, 160	#8994A0
	DWA siva 4	51, 67, 76	#33434C
<hr/>			
Funkcionalne boje			
<hr/>			
	Plava	15, 105, 220	#0F69DC
	Crvena	205, 5, 40	#CD0528
	Zelena	10, 150, 5	#0A9605
	Svijetlo siva	241, 244, 243	#F1F4F3
	Tamno siva 1	58, 58, 58	#3A3A3A
	Tamno siva 2	45, 45, 45	#2D2D2D
	Tamno narančasta	205, 58, 0	#CD3A00

Dobro je znati

DWA narančasta boja usklađena je s WCAG smjernicama za digitalne kontaktne točke (AA standard).

Materijalne boje

	Naziv boje	3M	RAL	NCS
Primarne boje				
	DWA narančasta	100-14	2009 Transportno narančasta	S 0580-Ya
	Bijela	100-20	9003 Signalno bijela	S 0500-N
Sekundarne boje				
	DWA siva 1	100-384	Dizajn 000 85 00	S 1002-B
	DWA siva 2	100-384	7035 Svijetlo siva	S 2002-G
	DWA siva 3	100-038	7046 Tele grey 2	4005-R80B
	DWA siva 4	100-012	7016 Antracit siva	S 7010-R90B

Elementi privlačenja pažnje

Elementi privlačenja pažnje



Element privlačenja pažnje („disturber“) je grafički element koji se jasno ističe od ostalih okolnih elemenata i stoga „ometa“ sklad vizualnog dojma u cjelini.

Takvi se elementi koriste za isticanje dodatnih sadržaja, npr. kod posebnih ponuda s ograničenim rokom trajanja koji moraju biti pozicionirani na istaknutom mjestu u oglasu.

Struktura

Oblik i tipografija

Elementi odvlačenja pažnje uvijek su vidljivo i jasno strukturirani. Njihov osnovni oblik je krug unutar kojeg je tekst poravnat u sredini.

Tekst odvlačenja pažnje sastoji se najviše od četiri uzastopna retka.



Kut
Tekst odvlačenja pažnje zarotiran je u smjeru suprotnom od smjera kazaljke na satu za 8°.



Vrsta fonta
Za element odvlačenja pažnje koristi se isključivo font DWA Corpid Regular i Bold.



Veličina fonta

Za isticanje informacija mogu se koristiti različite veličine fonta unutar elementa odvlačenja pažnje.

Dobro je znati

Primjenom ove osnovne strukture element odvlačenja pažnje može se povećati ili smanjiti ovisno o odgovarajućim područjima primjene.

Neispravna upotreba

Kako bi se postigao dosljedan učinak, potrebno je pridržavati se određenih pravila prilikom korištenja određene vrste fonta u tekstu odvlačenja pažnje.



Tekst ne smije biti smješten preblizu rubova elementa odvlačenja pažnje. Ne smiju se koristiti više od dvije veličine fonta unutar istog elementa odvlačenja pažnje.



Ne upotrebljavajte font DWA Corpid Italic u tekstu odvlačenja pažnje.
Bold za cijeli tekst odvlačenja pažnje.

Ne upotrebljavajte font DWA Corpid

Boje

Boje

Elementi odvlačenja pažnje apliciraju se pomoću naših korporativnih boja. Pri odabiru boja potrebno je osigurati dovoljan kontrast u odnosu na pozadinu.



Elementi odvlačenja pažnje u DWA narančastoj, DWA sivoj 4 i crnoj boji



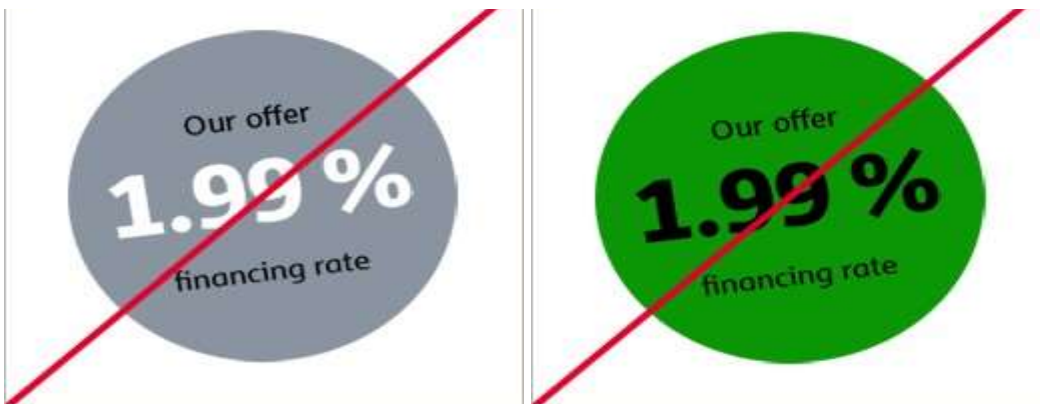
Elementi odvlačenja pažnje u DWA sivoj 2 i DWA sivoj 3 boji

Neispravna upotreba

Kako bi se postigao dosljedan učinak, potrebno je pridržavati se određenih pravila prilikom korištenja boja u elementima odvlačenja pažnje.



Element odvlačenja pažnje ne smije se aplicirati kao obris. Za tekst odvlačenja pažnje se ne smiju koristiti druge boje osim crne ili bijele.



Nije dozvoljeno korištenje više od jedne boje unutar istog elementa odvlačenja pažnje. Nije dopušteno korištenje drugih boja osim naših korporativnih boja.

Primjeri layouta

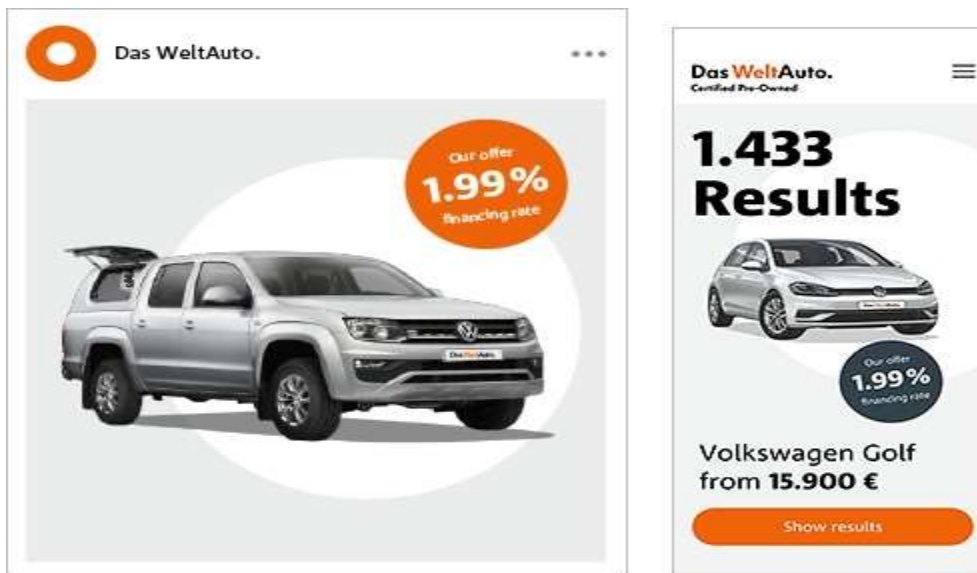
Raspored elemenata na ovoj stranici prikazuje kako se u našem sustavu dizajna koriste elementi odvlačenja pažnje.



Primjer: A3 poster



Primjer: reklamni pano na prodajnom mjestu



Primjeri: objava na Instagramu, mobilna internetska stranica

Liste nabiranja

Struktura

Veličina

Veličina okvira nabiranja varira i može se prilagoditi ovisno o specifičnim zahtjevima. Dopušteno je najviše pet redaka za točke nabiranja.

Oblik

Uglovi okvira nabiranja uvijek su zaobljeni. Promjer točkice u listi nabiranja je 2 mm.

Tipografija

Za element odvlačenja pažnje koristi se isključivo font DWA Corpid Regular i Bold. Tekst je poravnat s lijeve strane.

Lorem ipsum dolor

- Stet clita kasd gubergren voluptua
- Eir mod tempor invidunt erat
- Sadipscing elit nonummy eirmod

Lorem ipsum dolor

- Stet clita kasd gubergren voluptua
- Eir mod tempor invidunt erat
- Sadipscing elit nonummy eirmod

Element odvlačenja pažnje u DWA narančastoj boji

Element odvlačenja pažnje u boji DWA siva 1

Lorem ipsum dolor

- Stet clita kasd gubergren voluptua
- Eir mod tempor invidunt erat
- Sadipscing elit nonummy eirmod

Lorem ipsum dolor

- Stet clita kasd gubergren voluptua
- Eir mod tempor invidunt erat
- Sadipscing elit nonummy eirmod
- Labore et dolore magna aliquyam
- Lorem ipsum dolor sit amet

Element odvlačenja pažnje u boji DWA siva 2

Element odvlačenja pažnje u boji DWA siva 3

Neispravna upotreba

Kod osmišljavanja elemenata odvlačenja pažnje moraju se poštovati sljedeća pravila:

Lorem ipsum dolor

- Stet clita kasd gubergren voluptua
- Eir mod tempor invidunt erat
- Sadipscing elitr nonumy eirmod

Razmak između naslova i točki nabiranja ne smije biti preblizu.

Lorem ipsum dolor

- Stet clita kasd gubergren voluptua
- Eir mod tempor invidunt erat
- Sadipscing elitr nonumy eirmod
- Labore et dolore

Tekst ne smije biti smješten preblizu rubova elementa odvlačenja pažnje.

Lorem ipsum dolor

- Stet clita kasd gubergren voluptua
- Eir mod tempor invidunt erat
- Sadipscing elitr nonumy eirmod

Vodite računa o usklađenosti veličine fonta elementa

Lorem ipsum dolor

- Stet clita kasd gubergren voluptua
- Eir mod tempor invidunt erat
- Sadipscing elitr nonumy eirmod

Nije dozvoljeno korištenje više od jedne boje unutar istog odvlačenja pažnje.

Lorem ipsum dolor

- Stet clita kasd gubergren voluptua
- Eir mod tempor invidunt erat
- Sadipscing elitr nonumy eirmod

Nije dozvoljena izrada elemenata odvlačenja pažnje s vanjskim rubom.

Lorem ipsum dolor

- Stet clita kasd gubergren voluptua
- Eir mod tempor invidunt erat
- Sadipscing elitr nonumy eirmod

Ne koristite oštre uglove.

Lorem ipsum dolor

- Stet clita kasd gubergren voluptua
- Eir mod tempor invidunt erat
- Sadipscing elitr nonumy eirmod

Nije dopušteno korištenje drugih boja osim naših korporativnih boja.

Lorem ipsum dolor

- Stet clita kasd gubergren voluptua

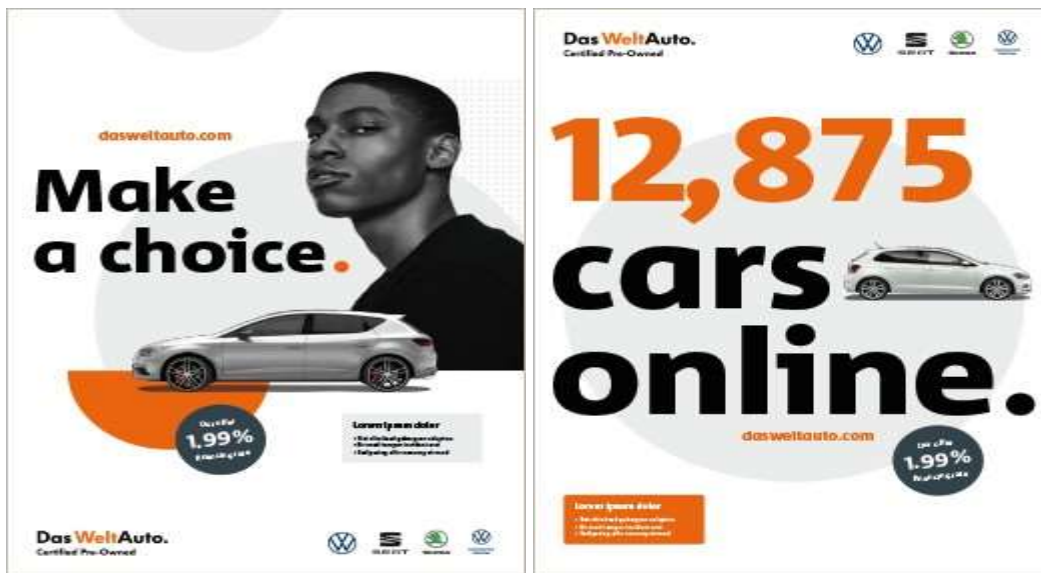
Uključite minimalno dvije točke nabiranja.

- Stet Lorem ipsum dolor
- Stet clita kasd gubergren voluptua
- Eir mod tempor invidunt erat
- Sadipscing elitr nonumy eirmod
- Labor et dolore
- Magna aliquyam
- Profer orem ipsum dolor sit

Popis ne smije sadržavati više od pet točki nabiranjaja.

Primjeri layouta

Primjeri niže navedenih rasporeda elemenata prikazuju kako se u našem sustavu dizajna koriste elementi odvlačenja pažnje s uključenim listama nabiranjaja.



A3 poster s elementom odvlačenja pažnje i listom nabiranjaja A3 poster s elementom odvlačenja pažnje i listom nabiranjaja

Ikone



Naše ikone pomažu u prezentiranju kompleksnih sadržaja na jednostavan i razumljiv način što klijentima olakšava snalaženje. Pritom razlikujemo ilustrativne i funkcionalne ikone.

Ilustrativne ikone

Jezik oblika

Jednostavno i razumljivo: ilustrativne ikone upotrebljavaju se radi prikaza učinkovitosti koja se promovira za brand "Das WeltAuto".



„Točka“ koja je element našeg vizualnog dizajna funkcionira kao osnovni oblik i pruža usklađenu vizualnu izvedbu monolinearnih ikona.

Točka kao osnovni oblik za monolinearne ikone

Određeni elementi (primjerice bočni pogled na vozilo) mogu se kombinirati sa simbolima kako bi se proširilo njihovo značenje i osigurao fleksibilan i prilagođen sustav.



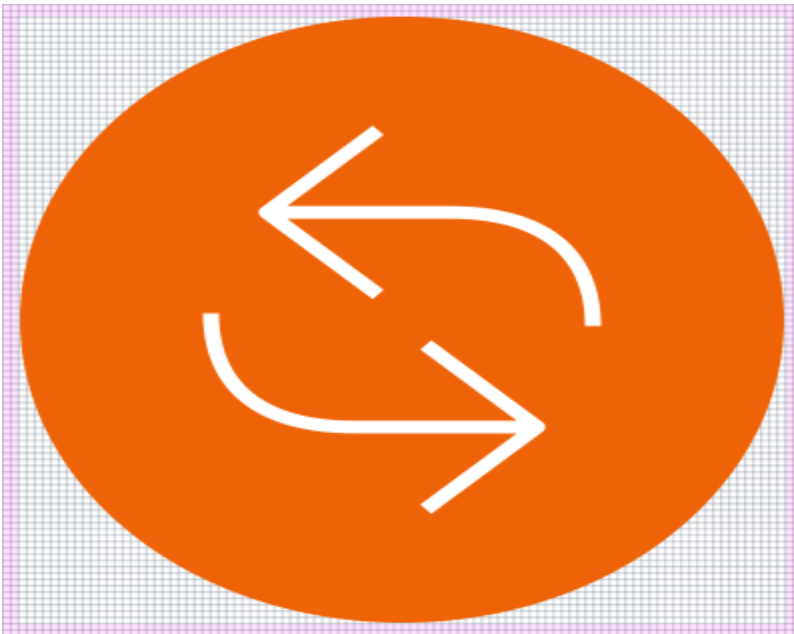
Kombinacija dva različita simbola unutar jedne ikone

Struktura

Raspored elemenata implementacijom rešetke (*Layout grid*)

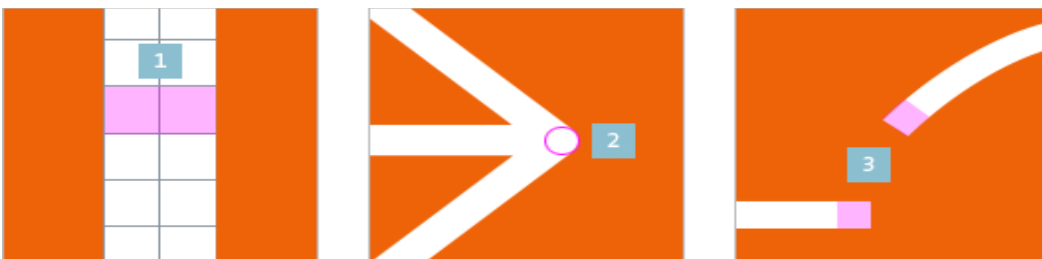
Ilustrativne ikone izrađuju se unutar rešetke za raspored elemenata veličine 100x100 px. Rešetka određuje veličinu, poravnanje i debljinu linija ikona.

U okviru rešetke za raspored elemenata točka je uvijek pozicionirana unutar površine od 96x96 px.



Rešetka: 100x100 px
Veličina točke: 96x96 px

Linije



1 Debljina linija

Debljina linija uvijek odgovara širini 2 jedinice rešetke.

2 Uglovi

Svi uglovi uvijek su zaobljeni.

3 Završeci linija

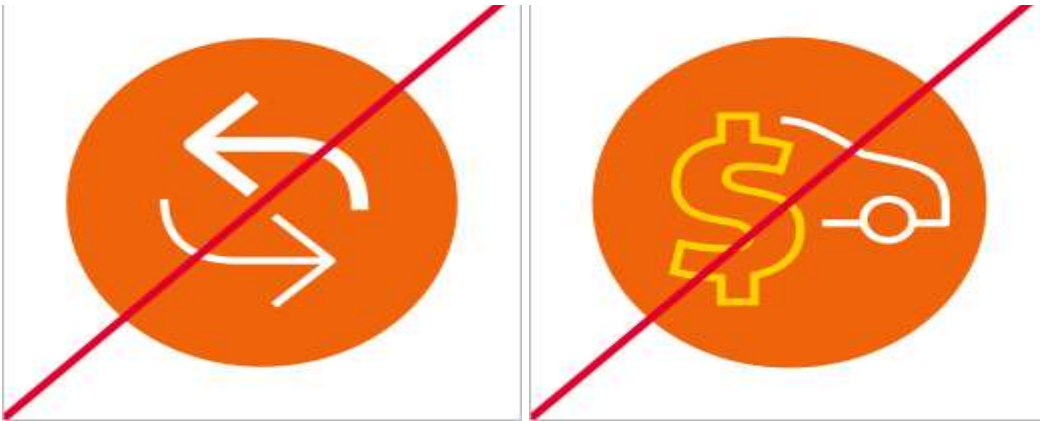
Svi završeci linija uvijek su ravni.

Preporučena i neispravna upotreba



U određenim slučajevima moguće je korištenje i drugih boja iz naše palete za osnovni oblik.

Nije dozvoljena upotreba nelinearnih oblika.



Nikada ne kombinirajte različite debljine poteza.

Nikada ne koristite više od jedne boje.

Pregled ikona



Jamstvo za rabljena vozila

Probna vožnja



Financijske usluge



Jamstvo mobilnosti



Pravo zamjene



Prilagodba rabljenih vozila



Provjera tehničke kvalitete



Dorada profesionalnih vozila

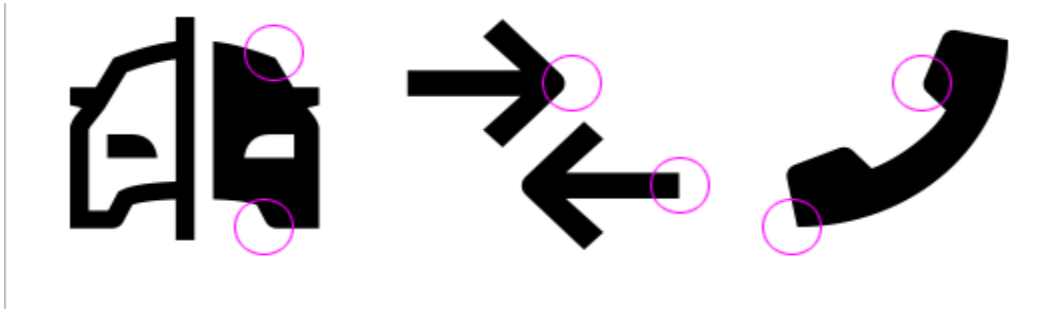


Zamjena automobila staro za novo (trade-in)

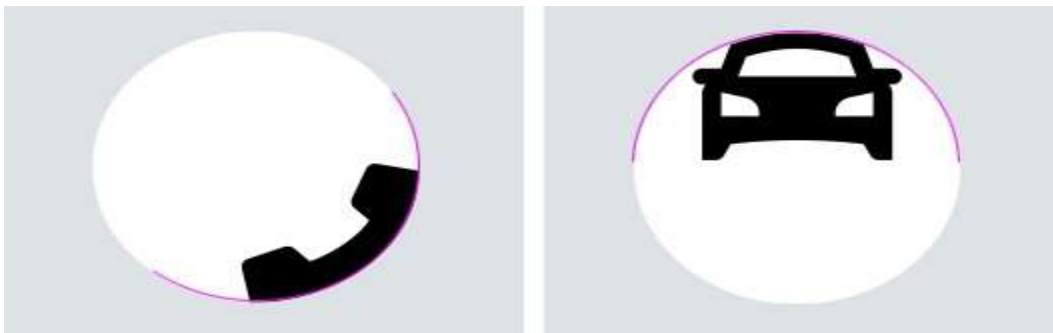
Funkcionalne ikone

Jezik oblika

Pristupačno i jasno: stil naših funkcionalnih ikona je redukcijski i karakterizira ga kombinacija ravnih i zaobljenih uglova. Funkcionalne ikone koriste se za prikaz interaktivnih funkcija na digitalnim platformama.



Kombinacija ravnih i zaobljenih uglova

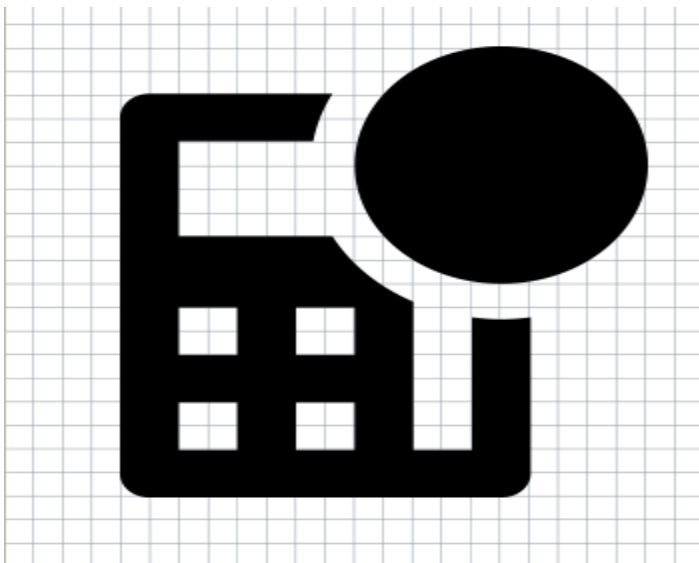


Točka također određuje vizualni izgled naših funkcionalnih ikona.

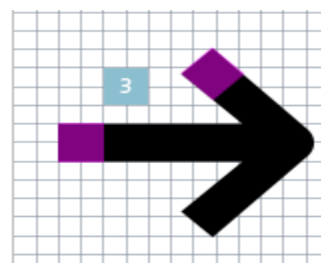
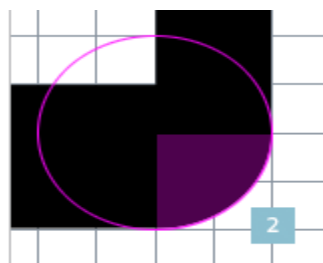
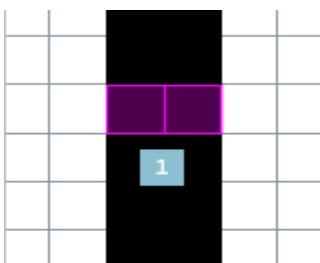
Struktura

Raspored elemenata implementacijom rešetke (*Layout grid*)

Funkcionalne ikone izrađuju se unutar rešetke za raspored elemenata veličine 24x24 jedinice. Na taj se način zadržava čitljivost čak i kod manjih veličina aplikacije.



Raspored elemenata implementacijom rešetke: 24x24 px



1 Debljina linija

Debljina linija obično odgovara širini ne više od 2 jedinice rešetke. Kod složenijih oblika širina se može smanjiti na 1,5 jedinicu.

2 Zaobljeni uglovi





Zaobljeni uglovi obično imaju polumjer od 1-2 jedinice rešetke. Uglovi unutarnjih oblika obično su ravni.

3 Završeci linija



Završeci linija obično su ravni.

Interaktivno ponašanje

Na svijetlim pozadinama

	Status	Boja	Vrijednost boje
	Zadano	DWA siva 3	#8994A0
	Prijelazno	Crna	#000000
	Aktivno	DWA nrančasta	#F06409
	Onemogućeno	DWA Grey 1	#EAEED

Na slikama i tamnim površinama

	Zadano	Bijela 70% transparentnosti	#ffffff 70% transparentnosti
	Prijelazno	Bijela	#ffffff



Aktivno

DWA narančasta #F06409



Onemogućeno

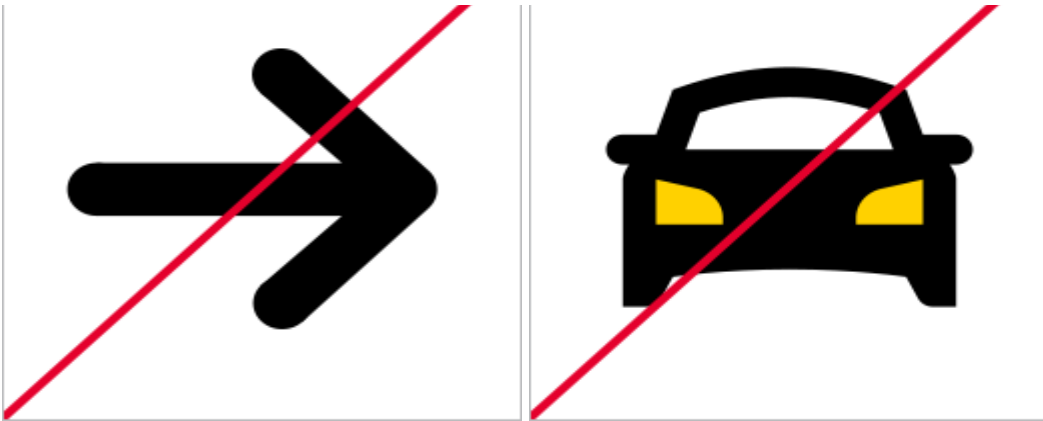
Bijela 25%
transparent
nosti

#ffffff 25%
transparentnosti

Preporučena i neispravna upotreba



Naše su ikone izrađene uz pomoć geometrijskih oblika. Nemojte koristiti pretjerano složene ili organske oblike.



Vodite računa da ne budu svi završeci linija zaobljeni. Nemojte koristiti više od jedne boje.

Primjeri vizualnog izgleda posjetnica i dopisa za trgovce (mogu se preuzeti za korištenje na PartnerNetu)

Dopis – primjer za trgovca s ovlaštenom prodajom za marku ŠKODA (drugi trgovci koriste logotipove ovisno o markama koje zastupaju – obrasci za editiranje mogu se naći na PartnerNetu)



Posjetnica – primjer za trgovca s ovlaštenom prodajom za marku ŠKODA (drugi trgovci koriste logotipove ovisno o markama koje zastupaju – obrasci za editiranje mogu se naći na PartnerNetu)

Das WeltAuto. Provjerena rabljena vozila	
Ime Prezime Funkcija	Naziv Partnera Ulica i broj 10 000 Grad Zemlja Tel. +385 1 1234 567 Fax +385 1 1234 567 ime.prezime@ domena.hr



© Volkswagen AG, Retail, Fleet & Used Car Strategy
Int.
Used Car Strategy VE-4/2
Volkswagen Aktiengesellschaft
p.p. 011/1920 38436
Wolfsburg, Njemačka
adresa e-pošte: support@dasweltauto-brand.net
Internetska stranica: www.dasweltauto-brand.net Stanje 01/2021

Das WeltAuto.

Provjerena rabljena vozila

Skoda Fabia

Das WeltAuto.
Provjerena rabljena vozila



3992 mm

Seat Ateca

Das WeltAuto.
Provjerena rabljena vozila



4363 mm

Das WeltAuto.
Provjerena rabljena vozila



Ime Prezime

Funkcija

Naziv Partnera

Ulica i broj

10 000 Grad

Zemlja

Tel. +385 1 1234 567

Fax +385 1 1234 567

ime.prezime@

domena.hr



Das WeltAuto.

Provjerena rabljena vozila



ŠKODA

Ime Prezime

Funkcija

Naziv Partnera

Ulica i broj

10 000 Grad

Zemlja

Tel. +385 1 1234 567

Fax +385 1 1234 567

ime.prezime@

domena.hr



Das WeltAuto.

Provjerena rabljena vozila

Mjesto za logotipe
marki koje zastupate

Ime Prezime

Funkcija

Naziv Partnera

Ulica i broj

10 000 Grad

Zemlja

Tel. +385 1 1234 567

Fax +385 1 1234 567

ime.prezime@

domena.hr

