GOBRANDING®
ALL FOR YOUR LEADING

"Đối tác tốt nhất để xây dựng và phát triển thương hiệu số"

DIGITAL BRAND GUIDELINES

MỤC LỤC

Table of contents

I. GIỚI THIỆU 01

II. TIÊU CHUẨN CHUNG DÀNH CHO THƯƠNG HIỆU SỐ 06

- 2.1 Logo 07
- 2.2 Color Palate - Bảng màu 23
- 2.3 Typefaces - Kiểu chữ 25
- 2.4 Iconography - Biểu tượng 27
- 2.5 Image usage guideline
Tiêu chuẩn hình ảnh 29

III. TIÊU CHUẨN TRÊN TỪNG NỀN TẢNG SỐ 32

- 3.1 Website
- 3.2 Facebook
- 3.3 Instagram
- 3.4 Youtube
- 3.5 Tiktok
- 3.6 Twitter
- 3.7 LinkedIn
- 3.8 Pinterest
- 3.9 Zalo

GIỚI THIỆU

GOBRANDING®
ALL FOR YOUR LEADING

"Tất cả vì sự dẫn đầu của bạn"

Về chúng tôi

About us

Công ty CP Global Online Branding tên thương hiệu là GOBRANDING là công ty có vốn đầu tư Nhật Bản, hoạt động trong lĩnh vực cung cấp dịch vụ phát triển thương hiệu số.

Đội ngũ lãnh đạo của GOBRANDING là các chuyên gia tại Nhật Bản và Việt Nam, cùng có nhiều năm kinh nghiệm trong lĩnh vực tư vấn, cung cấp dịch vụ trực tuyến.

Các chuyên gia Nhật Bản am hiểu sâu sắc những kỹ thuật công nghệ được áp dụng cho thị trường Nhật Bản. Trong khi đó, chuyên gia Việt Nam nắm rõ tâm lý và xu hướng người dùng trực tuyến của nước mình. Với sự kết hợp này, GOBRANDING có khả năng cung cấp cho khách giải pháp phù hợp nhất trong quá trình xây dựng và phát triển thương hiệu số.

Sứ mệnh - Mission

Sứ mệnh của GOBRANDING là giúp đối tác, khách hàng tối đa hoá hiệu quả đầu tư phát triển và giá trị thương hiệu số.

Tầm nhìn - Vision

Là đối tác phát triển thương hiệu số tốt nhất tại Việt Nam.

Giá trị cốt lõi - Core values

Tập trung

GOBRANDING tin rằng, việc tập trung cao độ vào mọi việc dù là nhỏ nhất sẽ tạo nên thành quả lớn lao.

Tối ưu

Nếu sáng tạo giúp giải quyết các vấn đề khó khăn, mới mẻ thì tối ưu là việc mỗi ngày, mỗi người đều có thể áp dụng làm được.

Cải tiến

Việc cải tiến con người và tổ chức giúp GOBRANDING cải tiến được sản phẩm, đáp ứng được các nhu cầu đa dạng và luôn thay đổi.

Sáng tạo

Tư duy sáng tạo hướng đến giải quyết các vấn đề và thách thức mới liên tục, duy trì một tổ chức sáng tạo.

Tốc độ

Trong bối cảnh có nhiều sự thay đổi nhanh chóng, ngoài việc thích nghi nhanh, tốc độ giúp GOBRANDING vượt qua khó khăn trở ngại.

TIÊU CHUẨN CHUNG DÀNH CHO THƯƠNG HIỆU SỐ

2.1 Logo

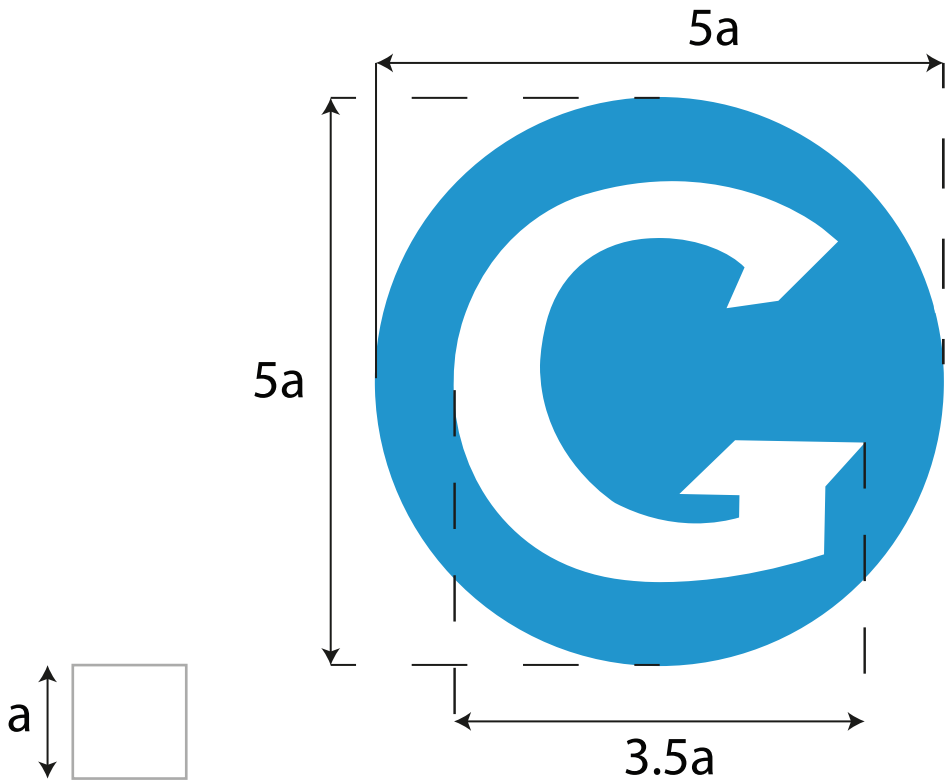
Logo meaning

Ý nghĩa của logo

Là một công ty có vốn đầu tư từ Nhật Bản, hoạt động trong lĩnh vực cung cấp dịch vụ phát triển thương hiệu số thông qua các hình thức Marketing chuyên nghiệp, Logo GOBRANDING sử dụng hình ảnh quả địa cầu thể hiện mong muốn hình thành và phát triển thành một công ty cung cấp các giải pháp Digital Branding số 1 tại Việt Nam và vươn tầm ra thế giới.

Màu sắc: Màu đỏ là tượng trưng cho lá cờ Việt Nam và Nhật Bản, màu sắc dùng trong logo gồm 2 tông xanh và đỏ, màu đỏ là màu của tinh thần nhiệt huyết, làm việc có trách nhiệm, cũng là màu tượng trưng cho lá cờ Việt - Nhật. Màu xanh được dùng tượng trưng cho màu xanh của biển cả , thể hiện sự kết nối chặt với 5 châu, nó còn là màu thể hiện tính thân thiện, làm việc chu đáo với khách hàng.

2.1.1 Logo Ratio - Tỷ lệ logo



2.1.2 Logo variations - Các biến thể logo

2.1.3 Logo's standard colors - Màu sắc tiêu chuẩn logo

2.1.3 Logo’s standard colors - Màu sắc tiêu chuẩn logo

2.1.3 Logo’s standard colors - Màu sắc tiêu chuẩn logo

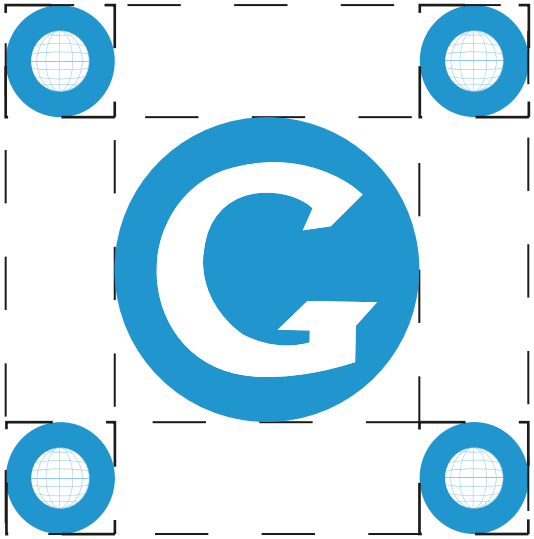
2.1.4 Logo usage guidelines - Hướng dẫn sử dụng logo

Safety distance - Khoảng cách an toàn

Chỉnh khoảng cách an toàn khi logo được đặt gần các element khác trong thiết kế

Safety distance - Khoảng cách an toàn

Chỉnh khoảng cách an toàn khi logo được đặt gần các element khác trong thiết kế



Safety distance - Khoảng cách an toàn

Chỉnh khoảng cách an toàn khi logo được đặt gần các element khác trong thiết kế

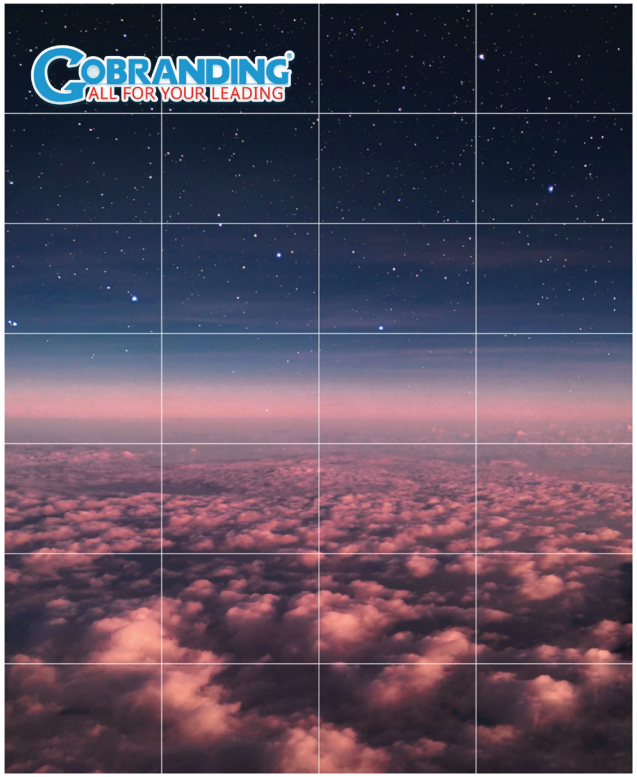
2.1.5 Logo usage on complex backgrounds

Logo sử dụng trên nền phức tạp

Nếu trong phần hình có một vùng đồng nhất về màu sắc (màu tối) thì sử dụng logo phiên bản viền trắng có bóng đổ phía sau.

Vùng đồng nhất là màu sáng và đảm bảo tương phản cho logo thì nên đặt logo vào vị trí đó.

Kích thước đặt trong logo phải đảm bảo không được nhỏ hoặc bằng 1/28 ô. Nên vẽ lưới 28 ô để xác định kích thước đúng của logo khi đặt lên. Ngoại trừ việc để logo lớn có chủ đích ra thì không được lớn hơn 1/4 của phần hình.



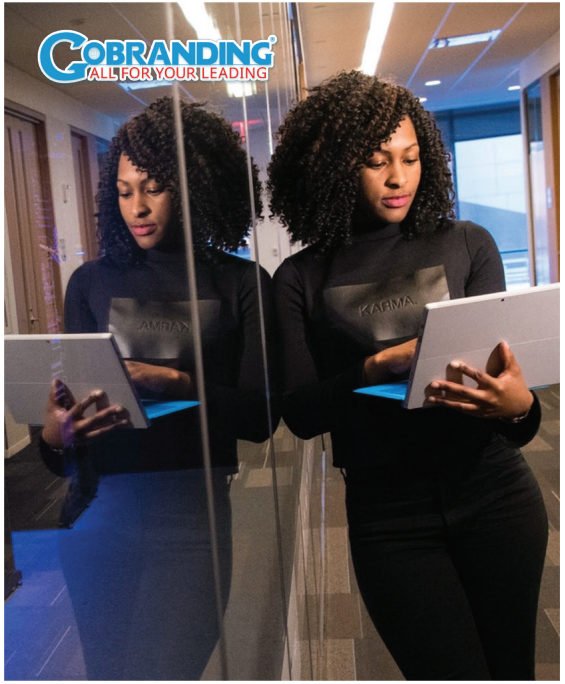
2.1.5 Logo usage on complex backgrounds

Logo sử dụng trên nền phức tạp

Nếu trong phần hình không có một vùng đồng nhất về màu sắc mà là nền phức tạp, có thể dùng một nền trắng lót phần dưới logo để tăng độ tương phản.

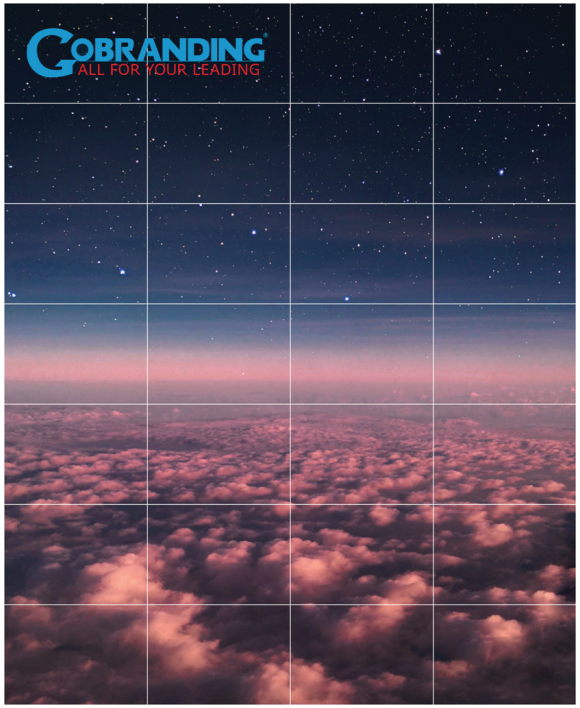
Logo contrasting poorly

Logo's correct setting

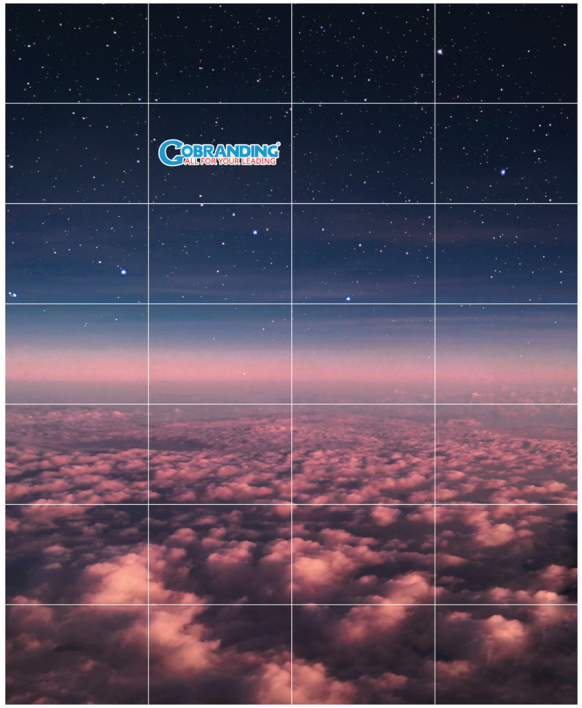


Logo's correct setting

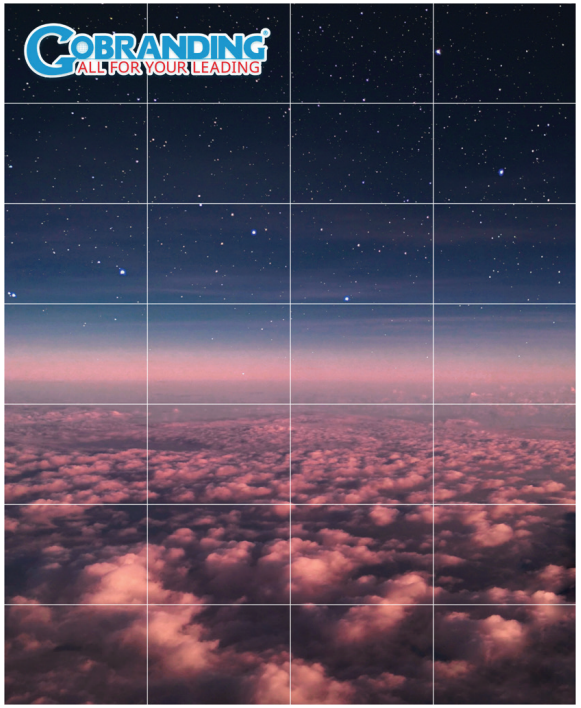
Logo contrasting poorly



Logo takes only 1/28 background area



Logo's correct setting



2.1.6 Logo’s smallest size usage

Logo dùng với kích thước nhỏ nhất

(Logo’s safety distance included)

GOBRANDING®
ALL FOR YOUR LEADING

GOBRANDING®
ALL FOR YOUR LEADING

GOBRANDING®
ALL FOR YOUR LEADING

GOBRANDING®
ALL FOR YOUR LEADING

100px, 45mm

2.1.6 Logo’s smallest size usage

Logo dùng với kích thước nhỏ nhất

(Logo’s safety distance included)

100px, 45mm

2.1.7 Incorrect logo usage

Trường hợp sử dụng logo sai

Không được di chuyển các
thành phần của logo

Không được thay đổi kích thước
các thành phần của logo

Không sử dụng màu khác cho
logo trừ bộ màu đã quy định
lúc đầu

Không được bẻ cong logo hay
thay đổi hình dạng của bất kì
thành phần nào của logo

2.2 Color palette
Bảng màu

Bảng màu chính - Primary Colours

HEX CODE	**HEX CODE**	**HEX CODE**	**HEX CODE**
1EBEFF	0596CD	0F5A73	E62328
RGB	**RGB**	**RGB**	**RGB**
30 - 190 - 255	5 - 150 - 250	15 - 90 - 115	230 - 35 - 40
CMYK	**CMYK**	**CMYK**	**CMYK**
C : 0% M : 5% Y : 5% K : 0%	C : 65% M : 5% Y : 0% K : 0%	C : 90% M : 50% Y : 35% K : 25%	C : 0% M : 95% Y : 85% K : 0%

Bảng màu phụ - Secondary Colours

- Bên cạnh bảng màu chính của thương hiệu, bảng màu phụ giúp tạo ra tiêu chuẩn khi cần sử dụng nhiều màu sắc hơn trên môi trường trực tuyến mà vẫn đảm bảo phù hợp với thương hiệu.

- Lưu ý: Chỉ sử dụng bảng màu này để phụ trợ cho 4 màu chính của thương hiệu trong tất cả các thiết kế.

R: 89 G: 191 B: 247 Hex: 59bff7	R: 14 G: 146 B: 204 Hex: 0e92cc	R: 18 G: 71 B: 107 Hex: 12476b
R: 164 G: 218 B: 218 Hex: a4dada	R: 63 G: 191 B: 174 Hex: 3fbfae	R: 16 G: 114 B: 109 Hex: 10726d
R: 164 G: 216 B: 164 Hex: a4d8a4	R: 64 G: 188 B: 64 Hex: 3fbfae	R: 16 G: 114 B: 109 Hex: 47011

R: 102 G: 168 B: 247 Hex: 66a8f7	R: 9 G: 79 B: 204 Hex: 094fcc	R: 17 G: 42 B: 112 Hex: 112a70
R: 255 G: 167 B: 87 Hex: FFA757	R: 249 G: 132 B: 4 Hex: F98404	R: 252 G: 84 B: 4 Hex: FC5404
R: 240 G: 98 B: 146 Hex: F06292	R: 210 G: 51 B: 105 Hex: D23369	R: 156 G: 37 B: 77 Hex: 9C254D

R: 242 G: 182 B: 104 Hex: f2b668	R: 204 G: 99 B: 13 Hex: cc630d	R: 107 G: 78 B: 18 Hex: 6b4e12
R: 244 G: 103 B: 103 Hex: f46767	R: 9 G: 79 B: 204 Hex: 094fcc	R: 109 G: 18 B: 18 Hex: 6d1212
R: 234 G: 232 B: 218 Hex: eae8da	R: 204 G: 193 B: 174 Hex: ccc1ae	R: 96 G: 96 B: 96 Hex: 606060

2.3 Typeface
Kiểu chữ

Kiểu chữ thương hiệu - Typeface

Montserrat Bold

Aa

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii
Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr
Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Montserrat Regular

Aa

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj
Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss
Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

POWERPOINT

Phần tiêu đề : 30pt - Montserrat

Phần đoạn văn bản: 12p - Montserrat Medium

(Font size có thể linh hoạt chọn size phù hợp với nội dung nhiều hay ít)

PAPERWORK

Phần tiêu đề : 26pt - Font: Bebas Neue

Phần đoạn văn bản: 10pt - Montserrat Medium

Tiêu đề lớn cấp 1: 13 pt - Montserrat SemiBold

Tiêu đề lớn cấp 2: 16 pt - Montserrat Black

LANDING PAGE

H1: 56 pt - line height : 1.2 px - Montserrat SemiBold/ Black - font weight: 900

H2: 35 pt - line height: 1. 33px - Montserrat SemiBold/ Black

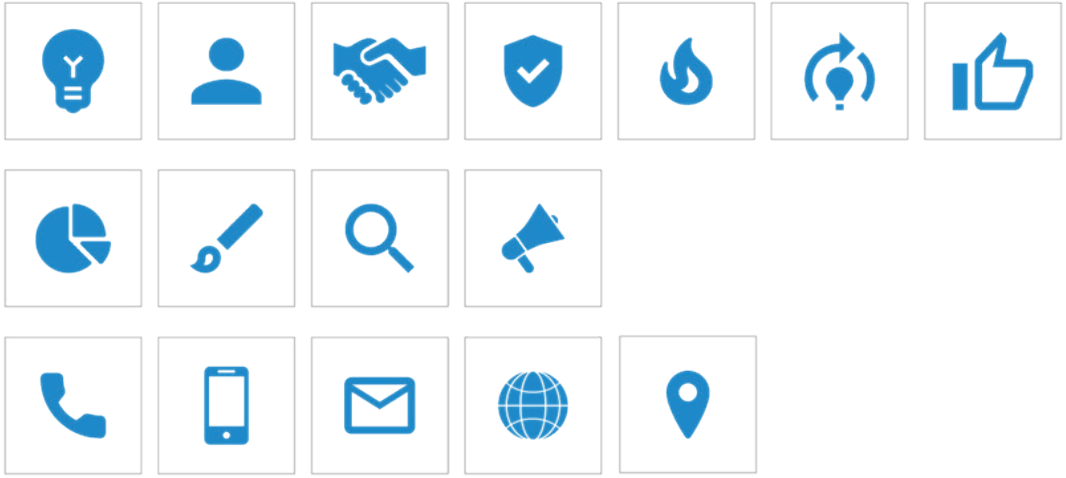
H3: 30 pt - line height: 1. 33 px - Montserrat Bold/ Semibold

Phần đoạn văn bản: 18 pt - line height: 2px - Montserrat Medium

2.4 Iconography
Biểu tượng

Biểu tượng điều hướng - Nagative Icon

Dùng cho thiết kế ấn phẩm và trên Landing page (dưới cơ bản là icon hay sử dụng trong ấn phẩm, trường hợp sử dụng icon khác, thì theo style Fill và được bo các góc).



Biểu tượng dịch vụ - Service Icon

Dịch vụ SEO

Dịch vụ SEO từ khóa

Dịch vụ SEO traffic

Dịch vụ SEO tổng thể

Dịch vụ SEO onsite

Dịch vụ SEO nền tảng

Dịch vụ Content Marketing

Dịch vụ Content SEO

Dịch vụ Content Social

Dịch vụ PR Báo điện tử

Dịch vụ Google Ads

Dịch vụ Facebook Ads

Dịch vụ Set up quảng cáo

Dịch vụ Email Marketing

Dịch vụ Digital Marketing BPO

Dịch vụ Online Marketing Lab (OML)

Thiết kế Website

Dịch vụ tối ưu hóa tốc độ Website

Dịch vụ phân tích Website đối thủ

2.5 Image usage guidelines
Quy định dùng hình ảnh

Connecting mentality

Thể hiện sự kết nối các chủ thể trong ảnh, có thể kết nối tương tác với cả người xem. Ưu tiên ảnh minh hoạ là người Châu Á.

Creating consistency

Hình ảnh theme văn phòng, tạo cảm giác chuyên nghiệp nhưng vẫn ấm áp, gắn kết.

Không chỉnh màu quá đà.

Technology

Thể hiện hình ảnh hiện đại, kết nối, trẻ, chuyên nghiệp.

TIÊU CHUẨN TRÊN TỪNG NỀN TẢNG SỐ

3.1 Website

Hiển thị trên mobile

Hiển thị trên desktop và laptop

3.2 Facebook

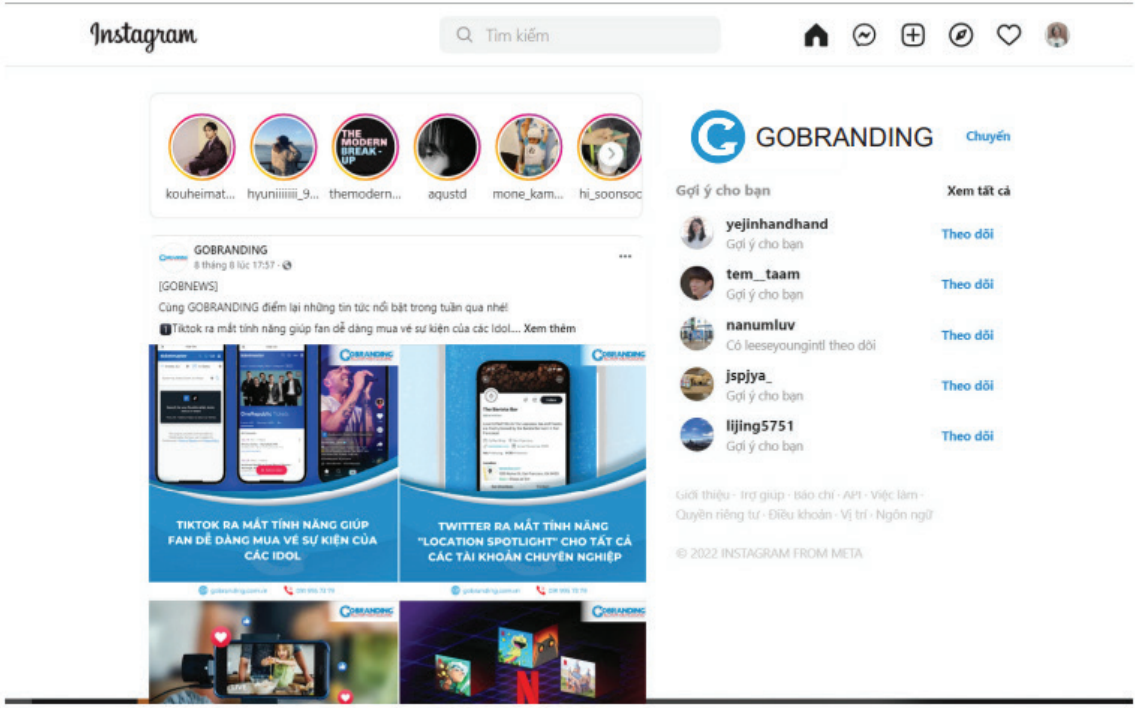
Logo dùng làm Avatar
900 x 900 px

Hình đăng bài cần thiết kế theo chủ đề, tuân thủ kích thước chuẩn, logo hiển thị trên hình tỉ lệ 1/8 so với hình, vị trí góc phải bên trên, cách lề phải và trên 1cm.

- Ảnh timeline Fanpage Facebook phải được thiết kế theo chủ đề đồng nhất thương hiệu, và tuân theo quy chuẩn trong brand guideline.

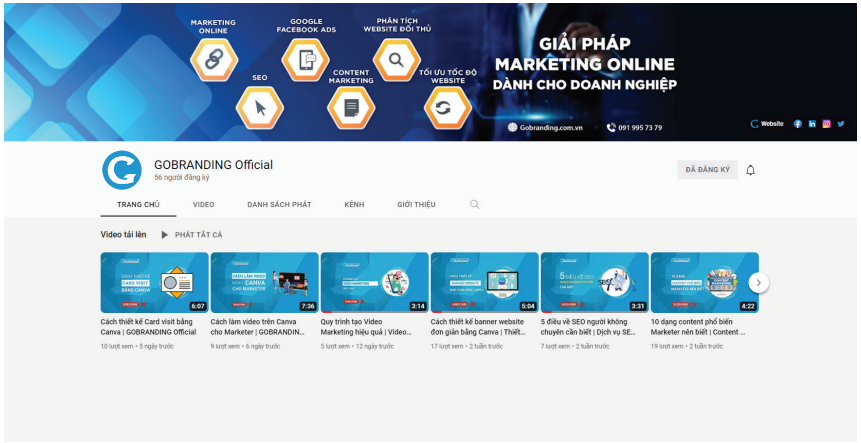
3.3 Instagram

Logo dùng làm Avatar
900 x 900 px

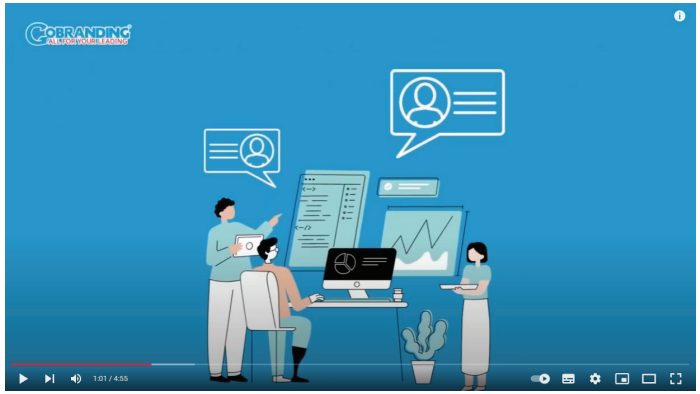


3.4 Youtube

- Ảnh timeline trang Youtube phải được thiết kế theo chủ đề, đồng nhất thương hiệu, và tuân theo quy chuẩn trong brand guideline.



Logo dùng làm Avatar
900 x 900 px



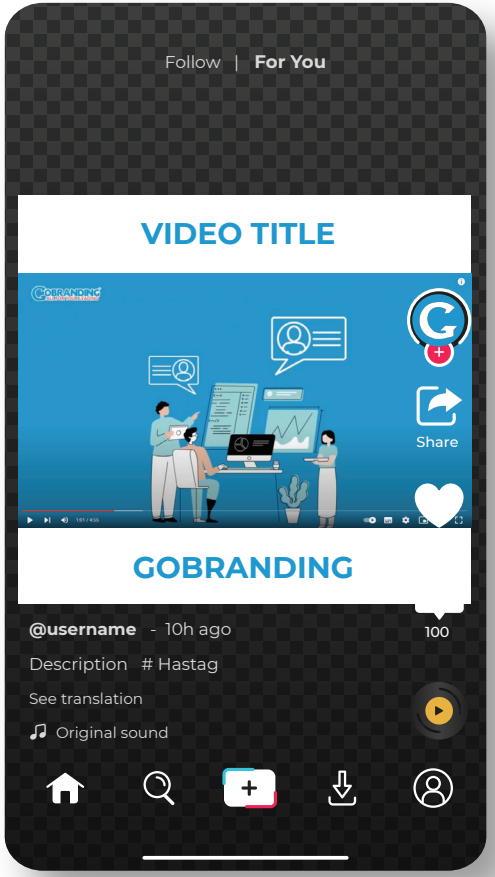
Logo và vị trí logo trong video

3.5 Tiktok

Logo dùng làm Avatar
900 x 900 px

- Trường hợp 1: Video khung dọc 9:16, hay 4:3 sẽ hiển thị full màng hình hoặc 2/3 màng hình.

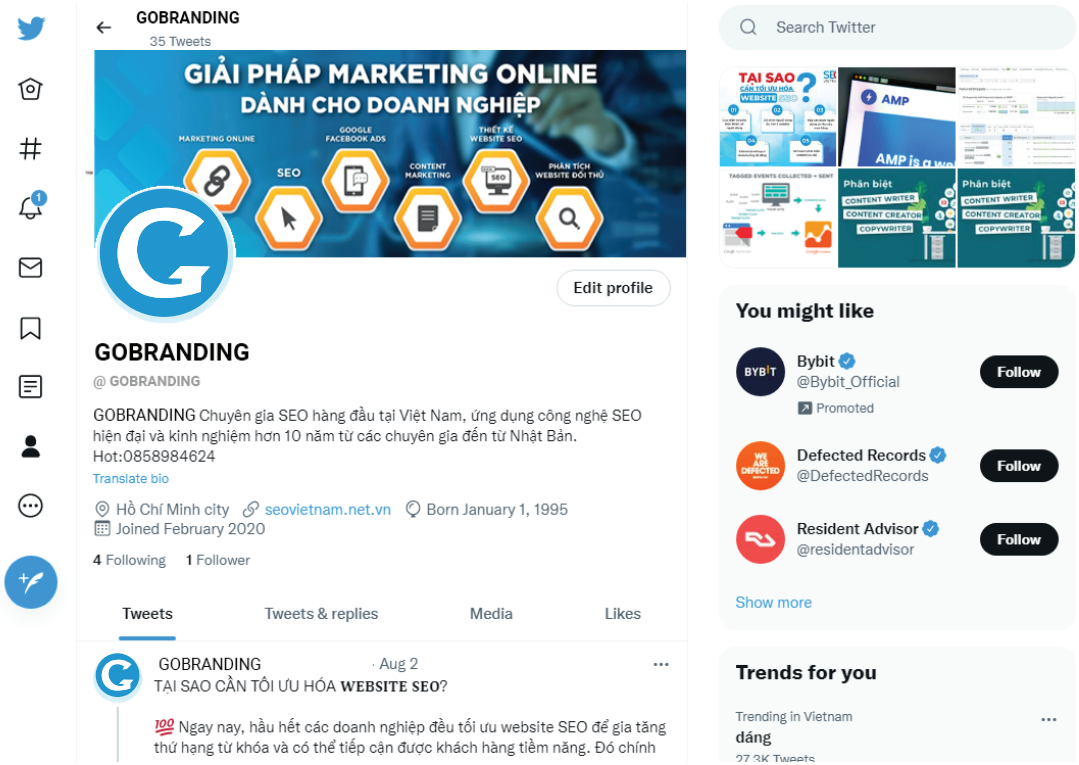
- Trường hợp 2: trường hợp sử dụng video khung ngang 19:6 thì cần tạo Frame vuông, sau đó đặt video lên như trong ảnh, phần còn lại có thể đặt tittle cho video.



3.6 Twitter

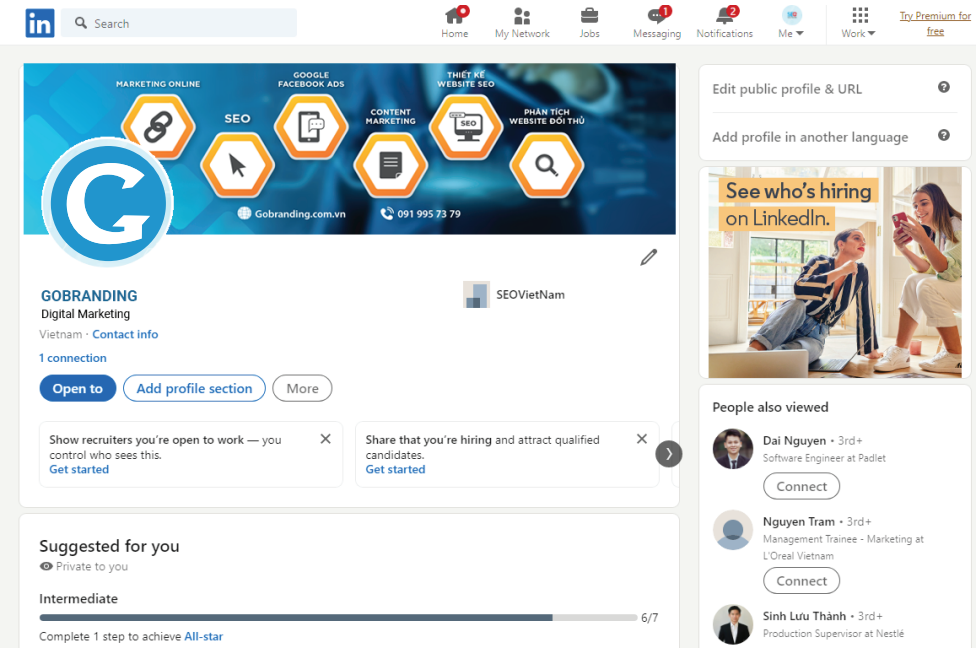
Logo dùng làm Avatar
900 x 900 px

- Ảnh timeline trang Twitter phải được thiết kế theo chủ đề, đồng nhất thương hiệu, và tuân theo quy chuẩn trong brand guideline.



3.7 LinkedIn

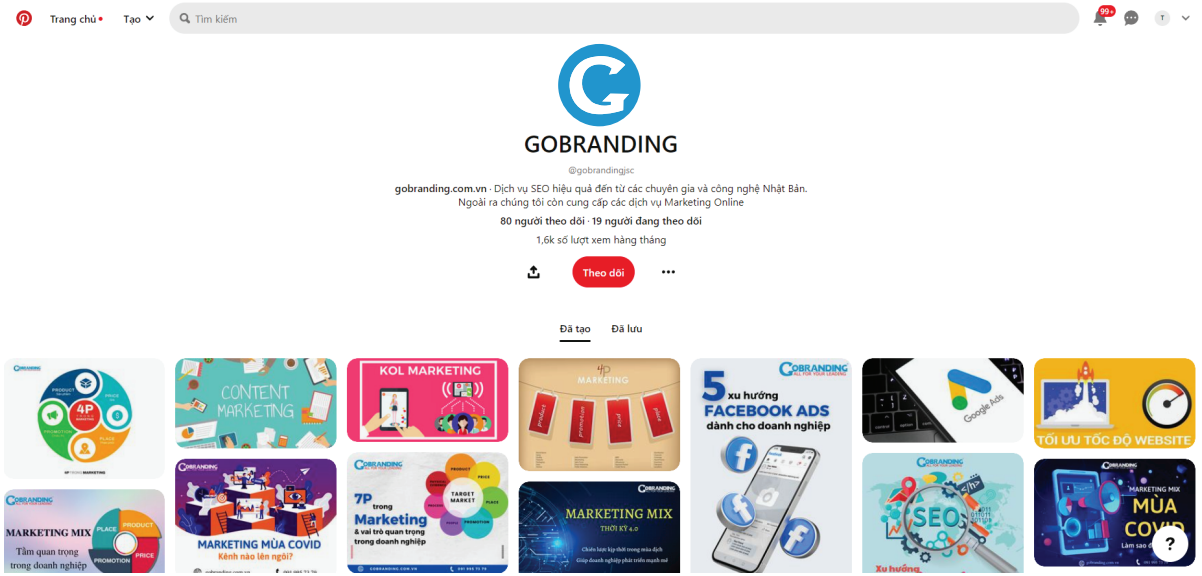
Logo dùng làm Avatar
900 x 900 px



- Ảnh timeline LinkedIn phải được thiết kế theo chủ đề, đồng nhất thương hiệu, và tuân theo quy chuẩn trong brand guideline.

3.8 Pinterest

Logo dùng làm Avatar
900 x 900 px



3.9 Zalo

Logo dùng làm Avatar
900 x 900 px

- Ảnh timeline Zalo phải được thiết kế theo chủ đề, đồng nhất thương hiệu, và tuân theo quy chuẩn trong brand guideline.

CONTACT
Liên hệ

Tầng 6, 7, 8 Tòa nhà GOBRANDING 235 Lý Thường Kiệt, P.6, Q.Tân Bình, Tp.HCM

Tầng 7 tòa nhà Việt Á, Số 9 phố Duy Tân, P. Dịch Vọng Hậu, Q. Cầu Giấy, Hà Nội.

Shibuya 2-11-12, Shibuya-ku, Tokyo 150-0002, Japan.

(+ 84) 919 957 379

contact@gobranding.com.vn

www.gobranding.com.vn

fb.com/gobrandingJSC