

EgoRound, образовательный центр

EgoRound – это компания, главным направлением деятельности которой является обучение иностранным языкам по специально разработанным коммуникативным методикам с элементами психологического тренинга.



ЗАДАЧА:

Разработать международное название, соответствующее философии компании. Создать корпоративный визуальный образ привлекательный как для индивидуальных, так и для корпоративных клиентов.

РЕШЕНИЕ:

Использование в качестве названия составного слова на латинице, содержание которого интуитивно понятно носителю практически любого языка, включая русский. В солидных и привлекательных названиях, логотипе и фирменном стиле зашифровка глубинных символов, способствующих лучшему пониманию бренда.

БРЕНДИНГ: EgoRound

НАЗВАНИЕ:

Название EgoRound, разработанное для образовательного центра, отражает его позиционирование и суть уникальной образовательной системы: совмещение изучения иностранного языка с тренингами коммуникационной компетентности. Под словом «ego» в названии подразумевается «я», а под «round» – окружение человека. EgoRound – это ориентация на развитие человека и его коммуникации с окружающим. Разработанное название символизирует легкость межличностной коммуникации в международном пространстве. Учитывая данный фактор, а также прямое отношение компании к обучению иностранным языкам, логично, что название пишется латиницей. Для прочтения названия русскоязычной аудитории требуется минимальное знание латинского алфавита, а его произношение и смысл интуитивно понятны людям по всему миру, ведь составные элементы названия («ego» и «round») широко используются в различных сферах.



ВИЗУАЛЬНЫЙ ОБРАЗ:

Логотип компании EgoRound состоит из фирменного знака и начертания. Знак имеет символический характер: круглый стол – символ равенства, доверия и желания достичь общего положительного результата. Трое людей, сидящих за этим столом, образуют собой треугольник, в различных религиях символизирующий триединство, гармонию. В фирменном начертании округлый шрифт без засечек отражает легкость, гибкость и демократичность компании. Составные элементы названия разделены в логотипе при помощи цвета и заглавных букв. Фирменный стиль является продолжением философии бренда: в нем отражены пересекающиеся круги разных размеров, которые символизируют коммуникацию между индивидом и различными социальными группами. Фирменные цвета компании EgoRound с одной стороны выглядят оригинально, с другой – выполнены в спокойных, деловых тонах. Вспомогательная надпись Intercultural Communication указывает на сферу деятельности компании и органично дополняет ее образ.