КЛИНИКА
ФОМИНА

Визуальная айдентика Клиники Фомина 2025

Позиционирование

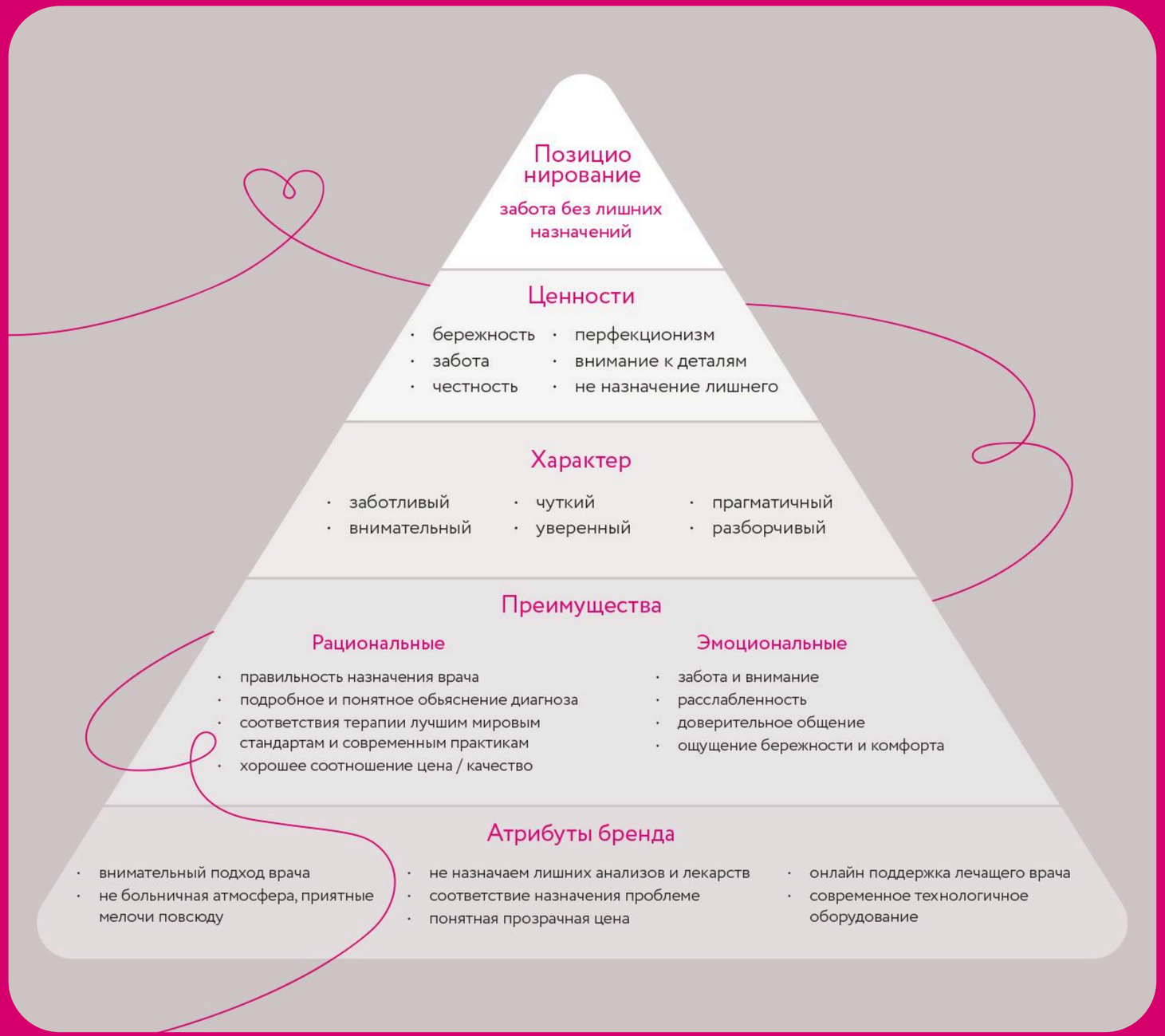
В Клинике Фомина вы получите 100% заботу о себе и близких: вам не назначат лишних лекарств, анализов «на всякий случай», лишних процедур и дополнительных консультаций. Не создадут лишних поводов для переживаний и трат.

Вас ждут проверенные мировые стандарты качественной терапии и современные технологии.

Лучшие врачи доказательной медицины внимательно выслушают, поставят точный диагноз и расскажут о вашем персональном случае.

Просто, понятно и деликатно.

Позиционирование



Забота без лишних назначений

Про Клинику Фомина

- Индивидуальность
- Комфорт и уважение
- Внимательность врача к пациенту
- Эмоциональная поддержка

- Передовые технологии
- Назначение соответствует проблеме пациента
- Ориентация на результат

Не про Клинику Фомина

- Массовость
- Сухость и безразличие
- Сдержанность в коммуникации
- Стандартизация лечения

- Проверенные годами методы
- Врач сфокусирован на лечении, а не на пациенте
- Ограниченность медицинскими услугами

Ссылка на исследования

Слоган

Забота

И ничего лишнего

Логотип

Логотип

Логотип Клиники Фомина
Рекомендованная версия

Логотип представляет собой сферу, образующуюся из множества окружностей. Может быть цветным или монохромным.

Основная версия логотипа.





Горизонтальная версия логотипа.



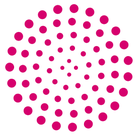


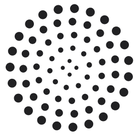
Вертикальная версия логотипа.

Использование данной версии рекомендуется только в самых крайних случаях для навигации и вывесок









Знак можно использовать отдельно от начертания в случаях, если носитель очевидно относится к Клинике Фомина.
На это указывают другие узнаваемые элементы (ярлыки, бирки с основным логотипом, Клиника Фомина указана в контексте)

Скачать логотип можно здесь: https://disk.yandex.ru/d/Mrja8Y8Axvt0GA

Логотип

Цветовые сочетания

Логотип может использоваться в трёх основных цветовых сочетаниях.
Версия зависит от цветового окружения носителя.









Вместо чистого белого цвета рекомендуется использовать брендовый оттенок Pantone 663 C.
Если это невозможно, его заменяют на чистый белый цвет.









Цвет

Колористическая система

Основная палитра

Палитра базируется на цвете Pantone 226 C в сочетании с Pantone 7604 C **(являются основными для использования в рекламных макетах и навигации)** и тремя нейтральными цветами (используются чаще в корпоративных материалах).

Допустимо использование Pantone 7604 C и Pantone Cool Grey 1 C в разных насыщенностях (для печати Pantone 7604 C минимальная насыщенность — 60%).

#D6006D
RGB 214 0 109
CMYK 13 100 26 0
Pantone 226 C
доминантный цвет

#EADFD9
RGB 224 223 217
CMYK 0 7 8 11
Pantone 7604 C

#000000
RGB 33 34 35
CMYK 0 0 0 100
Pantone Neutral Black C

#D9D9D6
RGB 217 217 214
CMYK 0 0 0 15
Pantone Cool Grey 1 C

#FFFFFF
RGB 255 255 255
CMYK 0 0 0 0

Колористическая система

Дополнительная палитра

Дополнительные цвета можно использовать в любой насыщенности, как для фонов, так и для графики от 10% до 100% в диджитал носителях, для печати — от 30% до 100%.

#B8CCEA
RGB 184 204 234
CMYK 26 13 0 0
Pantone 2708 C

#F7CED7
RGB 247 206 215
CMYK 1 22 5 0
Pantone 706 C

#78DED4
RGB 120 222 212
CMYK 47 0 23 0
Pantone 3245 C

#FFD8A5
RGB 255 216 165
CMYK 0 16 38 0
Pantone 2015 C

*Pantone 3245 C (бирюзовый) не используется для фонов как дополнительный цвет.
Его можно брать только для акцентов в макете для графики.

Шрифт и типографика

Шрифт и типографика

Основная шрифтовая пара

Для заголовков и подзаголовков

Рекомендуется использовать в наружной рекламе

TT Drugs Bold

Для заголовков и подзаголовков

TT Drugs Demi Bold

Для заголовков и подзаголовков

TT Drugs Regular

Для цифр-буллитов в списках и акцентов в тексте

Circe Bold

Для основного текста и лигала

Circe Regular

Для основного текста

Circe Light

Шрифты лежат здесь: https://disk.yandex.ru/d/hPPjJ6uc_Jbv9Q

Шрифт и типографика

Системная шрифтовая пара

При невозможности установки фирменных шрифтов, в документации, рассылках и прочих макетах нужно использовать системный шрифт Arial.

Для заголовков и подзаголовков

Arial Bold

Для заголовков, подзаголовков и основного текста

Arial Regular

Пример оформления бланка с использованием шрифта Arial:
https://disk.360.yandex.ru/d/2AVcBAqal-mmPA

Шрифт и типографика

Для заголовков TT drugs

Забота
без лишних
назначений

Для основного текста и лигала Circe

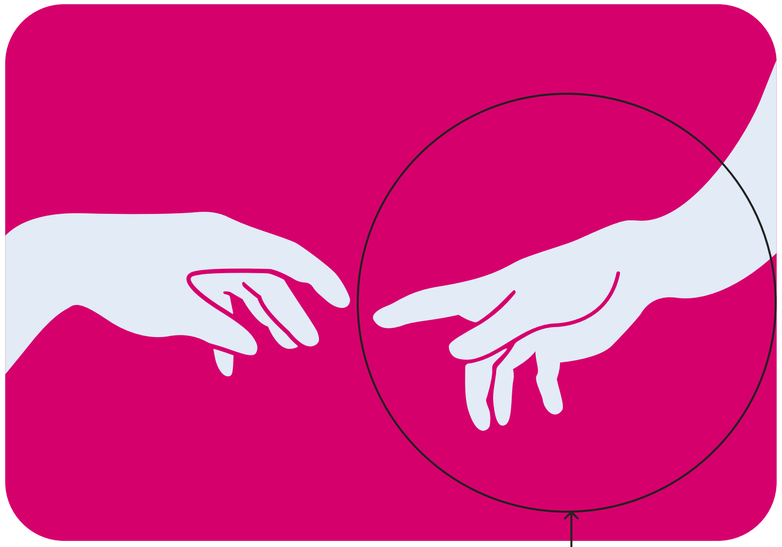
В Клинике Фомина в спокойной и комфортной атмосфере ты получишь заботу о здоровье без лишних назначений: тебе не назначат лишних лекарств, лишних анализов, не создадут лишних поводов для переживаний и трат.

Графика

Графика

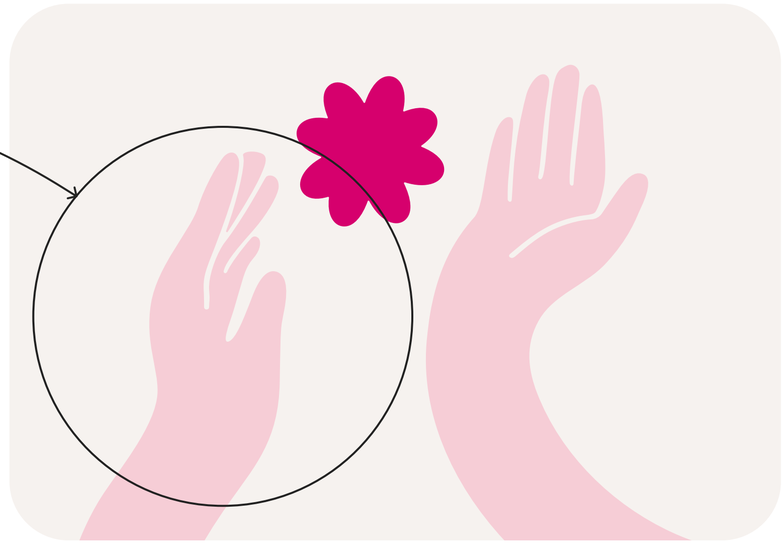
Руки заботы

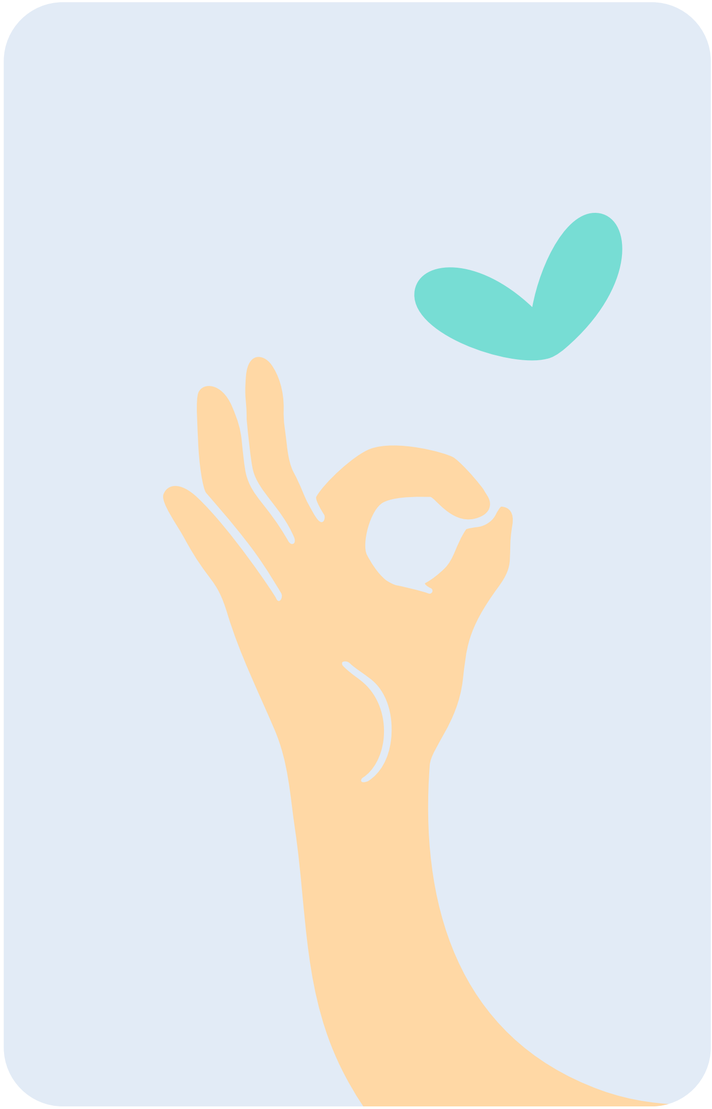
Руки заботы являются акцентным элементом дизайна и используются для визуальных акцентов. Они могут взаимодействовать с предметами, людьми и сообщениями. Можно отрисовывать дополнительные жесты по мере их необходимости.



Важно: руки заботы не должны быть длинными, в макетах используется только часть с запастьем и ладонью.



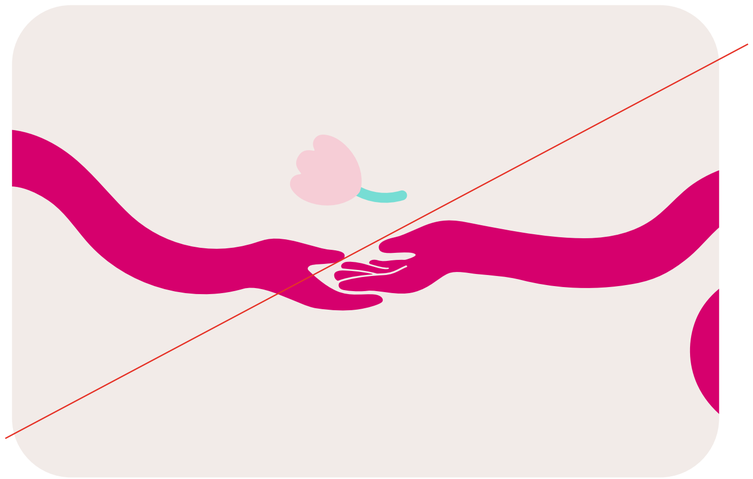


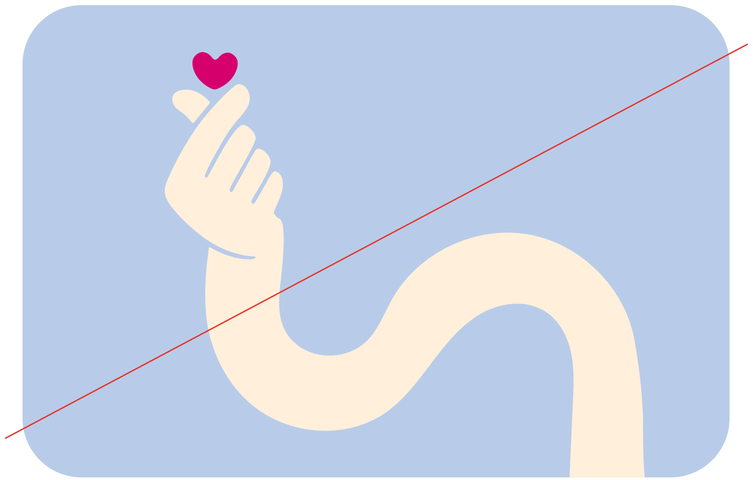


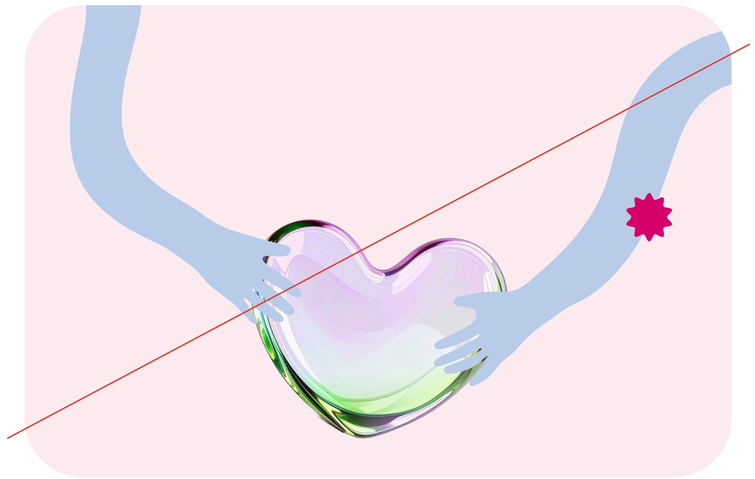
Графика

Руки заботы.
Как не нужно рисовать

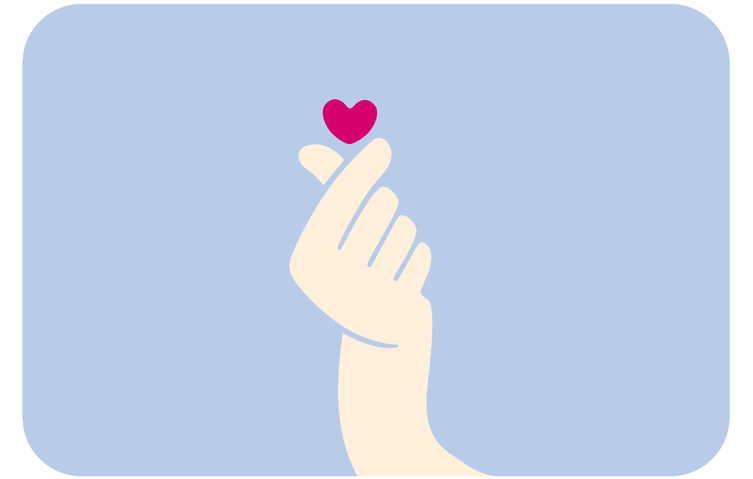
Руки заботы являются акцентным элементом дизайна и используются для визуальных акцентов. Они могут взаимодействовать с предметами, людьми и сообщениями. Можно отрисовывать дополнительные жесты по мере их необходимости.











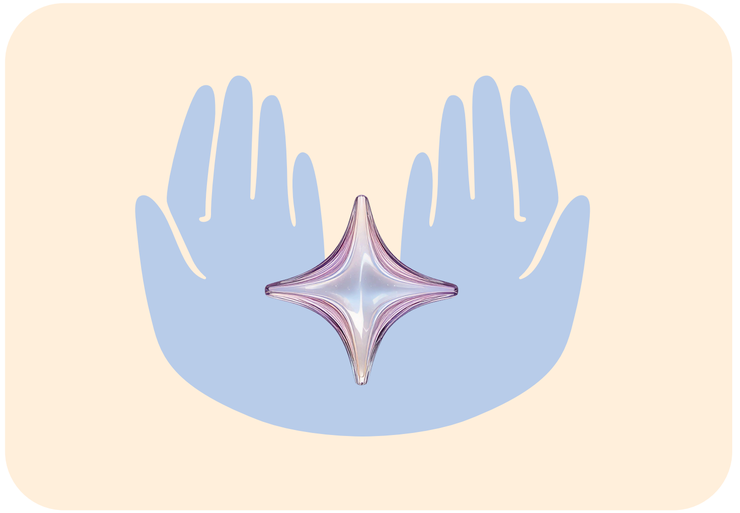


Графика

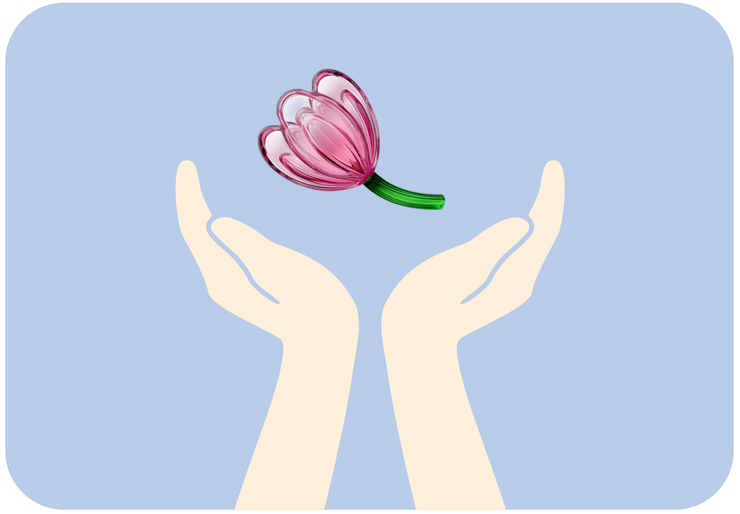
Руки заботы.
Доп. жесты

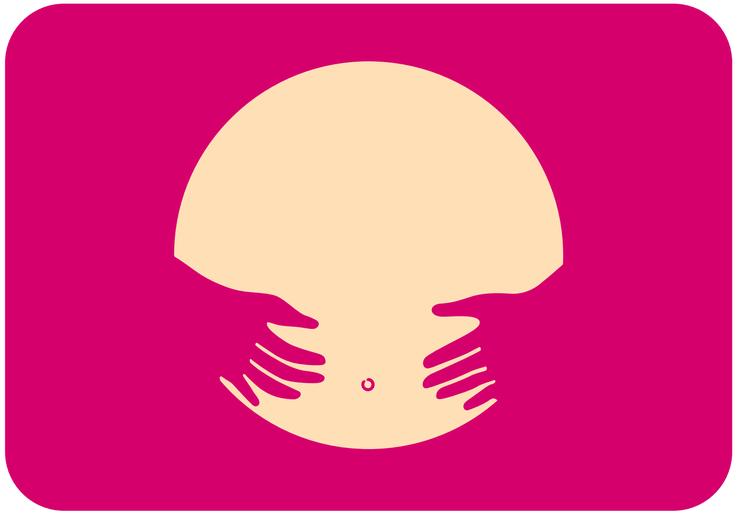
Руки заботы являются акцентным элементом дизайна и используются для визуальных акцентов. Они могут взаимодействовать с предметами, людьми и сообщениями. Можно отрисовывать дополнительные жесты по мере их необходимости.









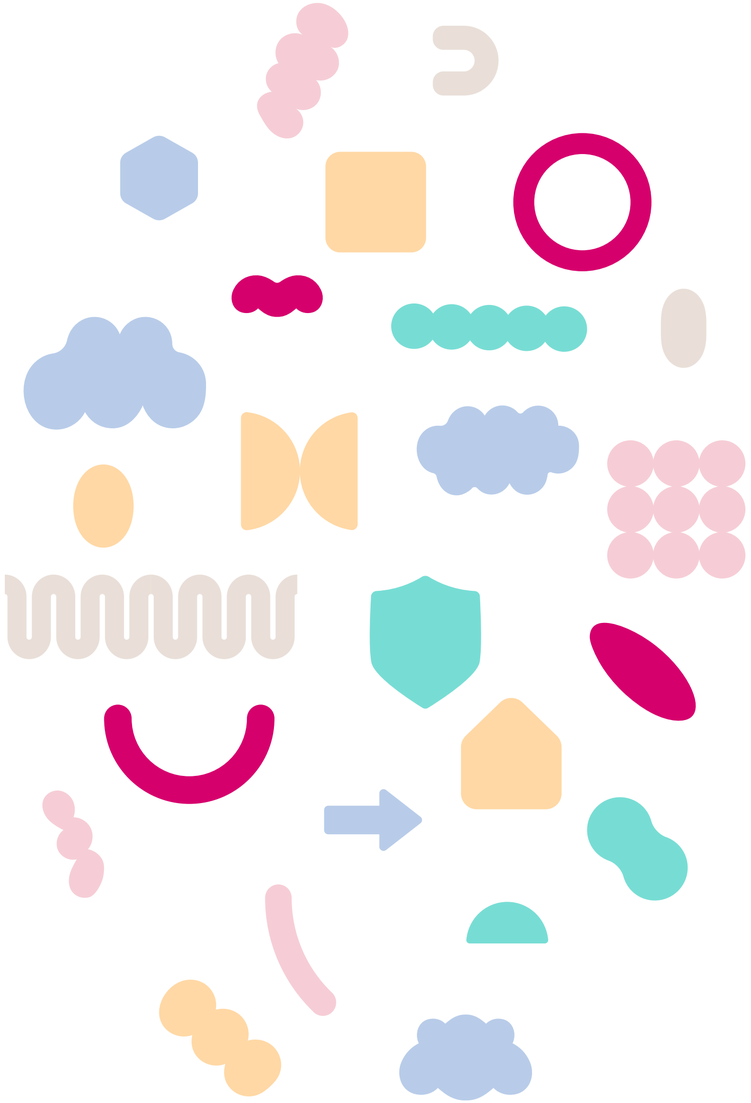




Графика



Дополнительные элементы



Можно использовать элементы как маску для фото, или как элемент взаимодействия с имиджем. **Стараемся не использовать много дополнительных элементов на макете — 1 или 2, не больше (в зависимости от масштаба макета).**



Графика

Элементы в стиле глассморфизм

Такие элементы так же используются для оформления в дизайне, их можно смело использовать как акцент, или как самостоятельный имидж вместо генерации



Скачать элементы глассморфизма : https://disk.yandex.ru/d/tC9VSxsBeT4tqw

Графика



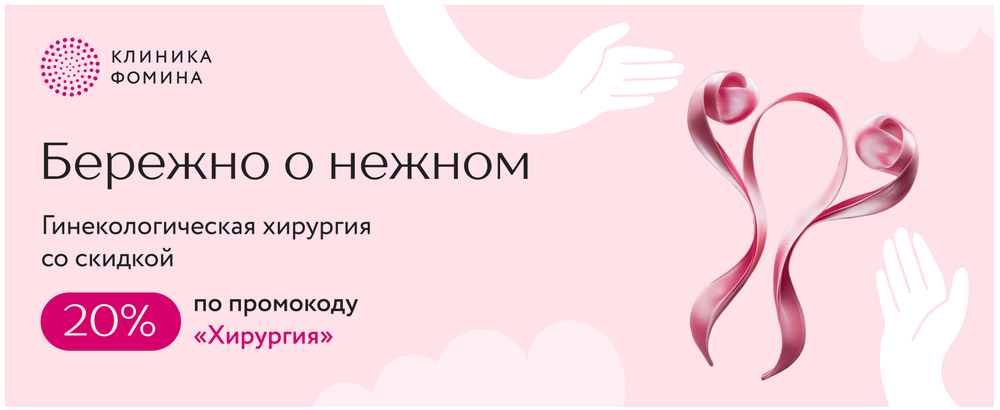
Пример абстрактной графики, как элемент фона и взаимодействия с имиджем

Пример использования





Пример использования элемента в стиле глассморфизм



Пример использования рук забот



Пример использования бирюзового, как акцента

Имиджи

Имиджи AI

Стили в генерациях

В генерациях имиджей для макетов нужно придерживаться определенных стилей, описанных ниже. Это важно, так как имиджи AI являются ключевой частью бренда.

Реалистичные имиджи: максимально реалистичная картинка, которую можно увидеть в повседневной жизни и в природе.





Пример промта: hummingbird in flight, long tongue in long elongated transparent flower, macro raw, white background







Нейросети для генерации: Midjourney, Adobe Firefly, Freepik AI.

Абстрактные имиджи: вымышленные предметы, которые можно только представить, например сосуд в форме щетовидки, или сердце внутри сердца





Пример промта: a glossy transparent pink glass heart, standing upright and perfectly centered on a pure white background, with a small red heart suspended inside the glass, smooth surface with soft highlights, no shadows, clean minimal aesthetic, elegant product shot







Банк с готовыми генерациями в фигме

Имиджи AI

Беременность
УЗИ беременности

Может быть прямой образ для простых бытовых объектов (например: прикорм (кабачок), сон (подушка), подарок (коробочка) или мягкая понятная метафора для деликатных направлений (флебология, эко, репродуктология, гинекология, психология и тд) .













Банк с готовыми генерациями в фигме

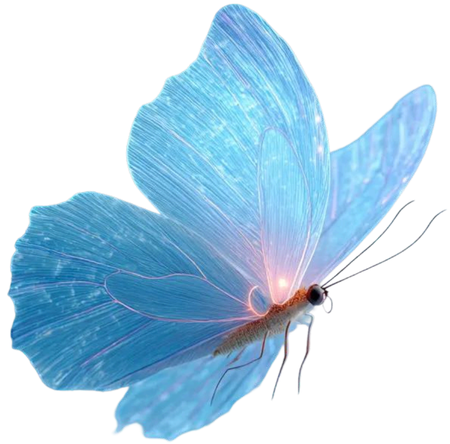
Имиджи AI

Эко
Репродуктология

Может быть прямой образ для простых бытовых объектов (например: прикорм (кабачок), сон (подушка), подарок (коробочка) или мягкая понятная метафора для деликатных направлений (флебология, эко, репродуктология, гинекология, психология и тд) .

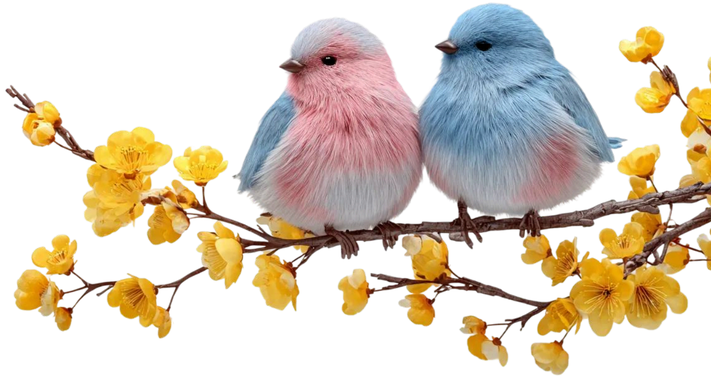












Банк с готовыми генерациями в фигме

Имиджи AI

Гинекология

Может быть прямой образ для простых бытовых объектов (например: прикорм (кабачок), сон (подушка), подарок (коробочка) или мягкая понятная метафора для деликатных направлений (флебология, эко, репродуктология, гинекология, психология и тд) .











Банк с готовыми генерациями в фигме

Имиджи AI

Забота

Может быть прямой образ для простых бытовых объектов (например: прикорм (кабачок), сон (подушка), подарок (коробочка) или мягкая понятная метафора для деликатных направлений (флебология, эко, репродуктология, гинекология, психология и тд) .













Банк с готовыми генерациями в фигме

Имиджи AI

Какие образы и элементы не используем





Мы никогда не используем в визуале прямые образы, связанные с операциями, шприцами, иголками, таблетки, картинки органов и все, что может оттолкнуть и напугать аудиторию.



Если в визуале должен упомянуться медицинский предмет, то генерируем его в пастельных оттенках и обыгрываем детали, чтобы придать ему дружелюбный вид



Носители

Носители

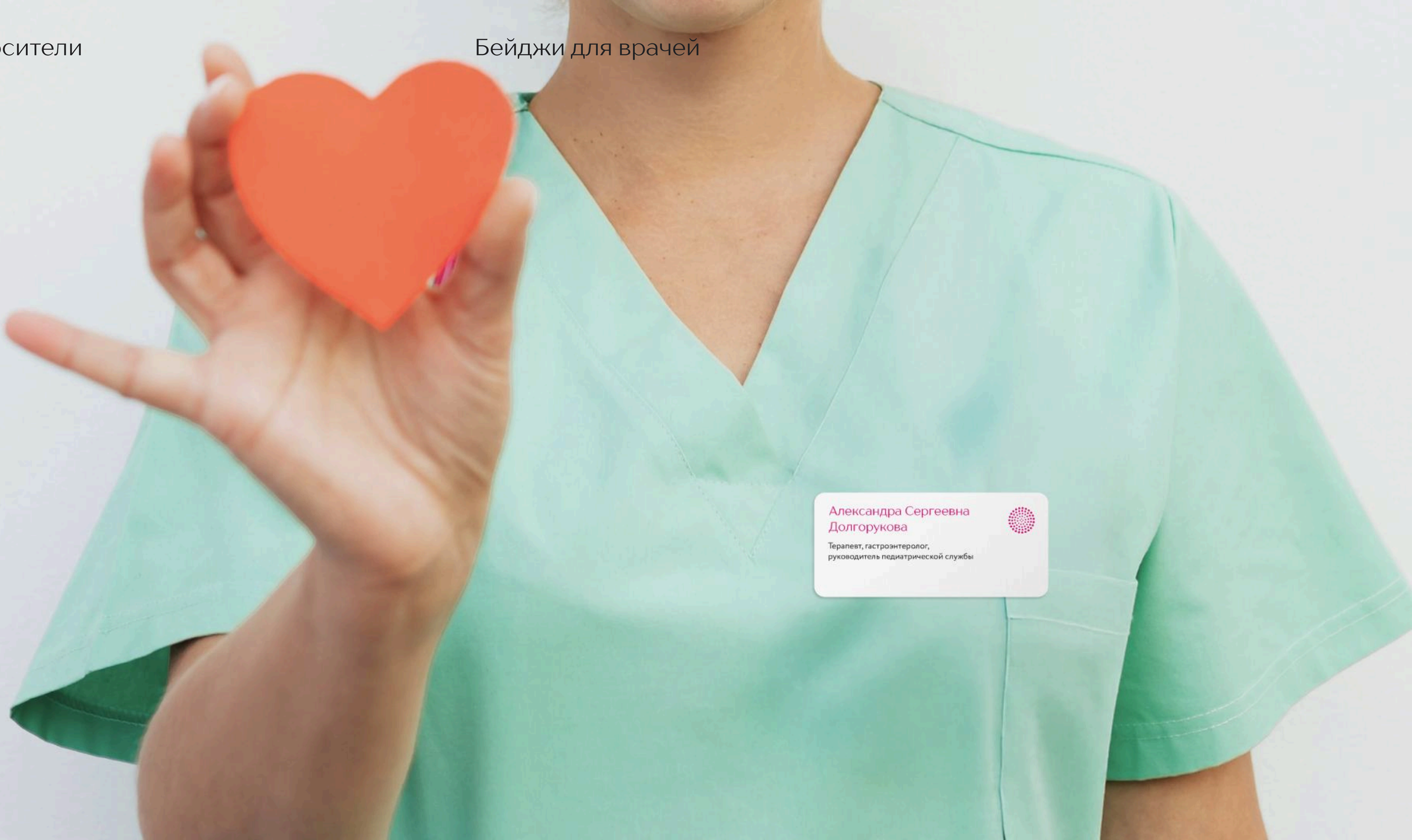
Визитка



Ресурс для скачивания макетов визиток в векторе с редактируемым текстом:
https://disk.yandex.ru/d/y0d58CfpqBs0Lw

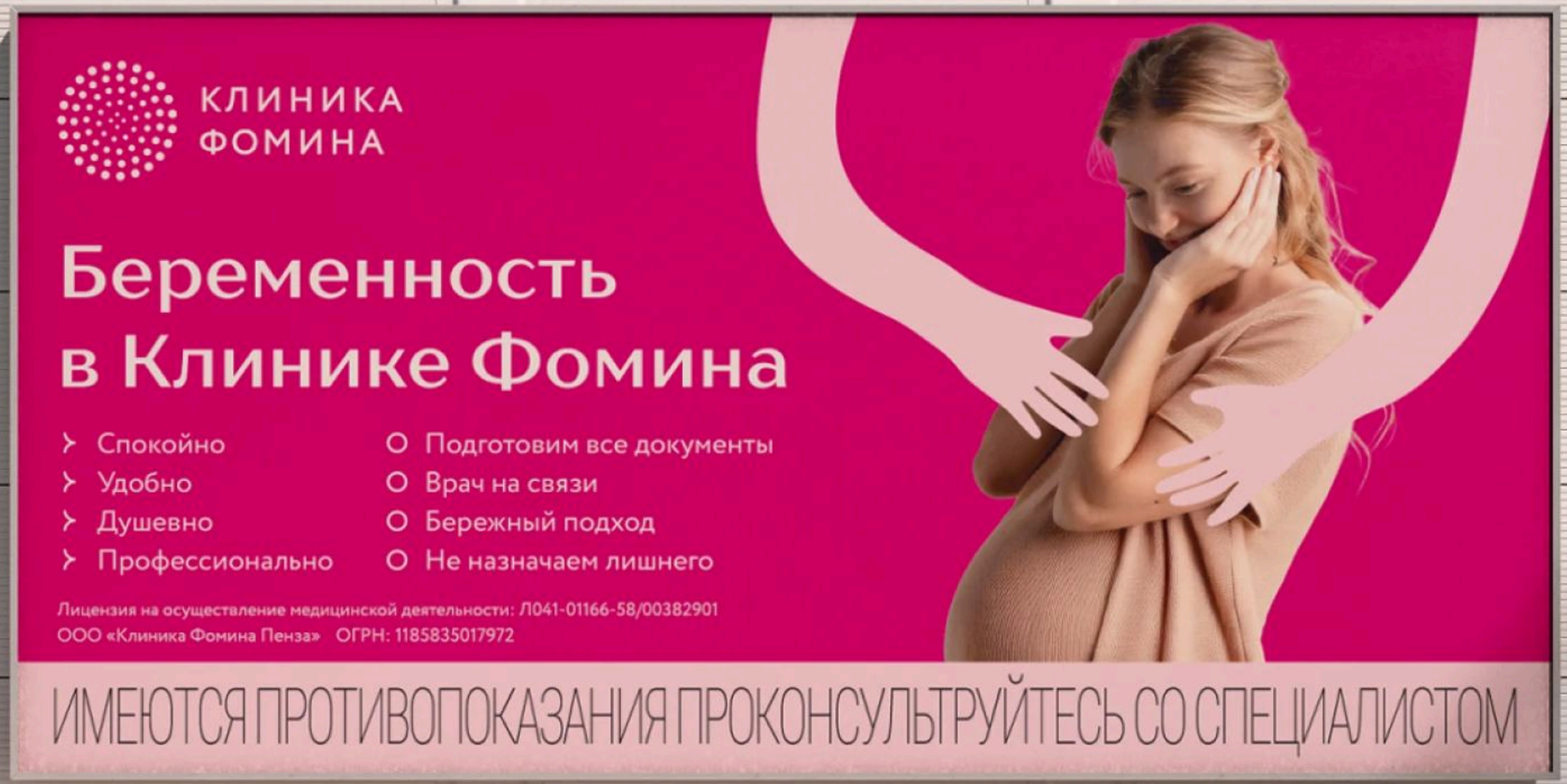
Носители

Бейджи для врачей



Носители

Билборд



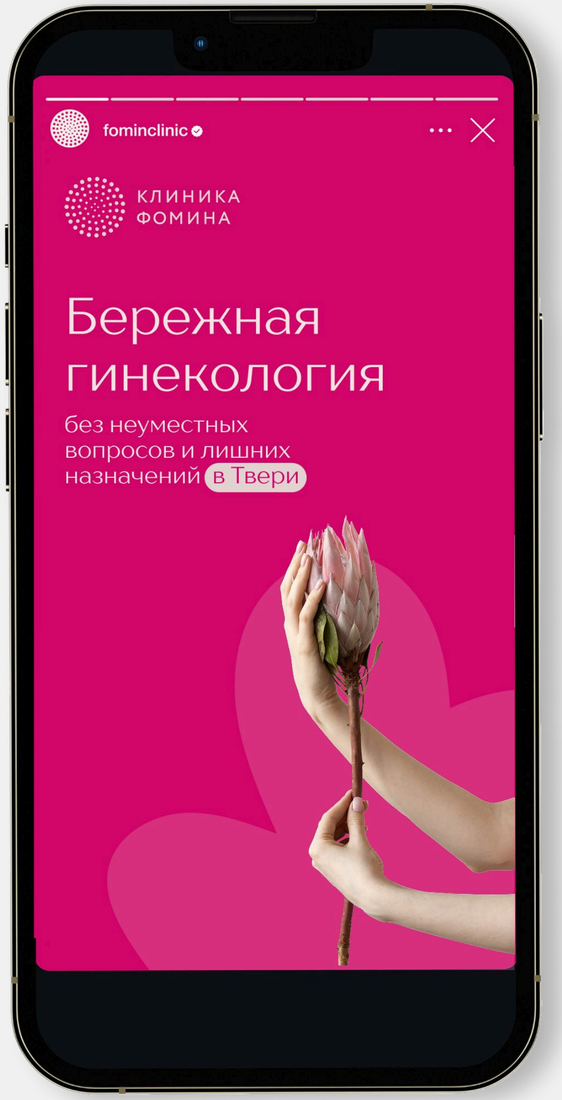
Носители

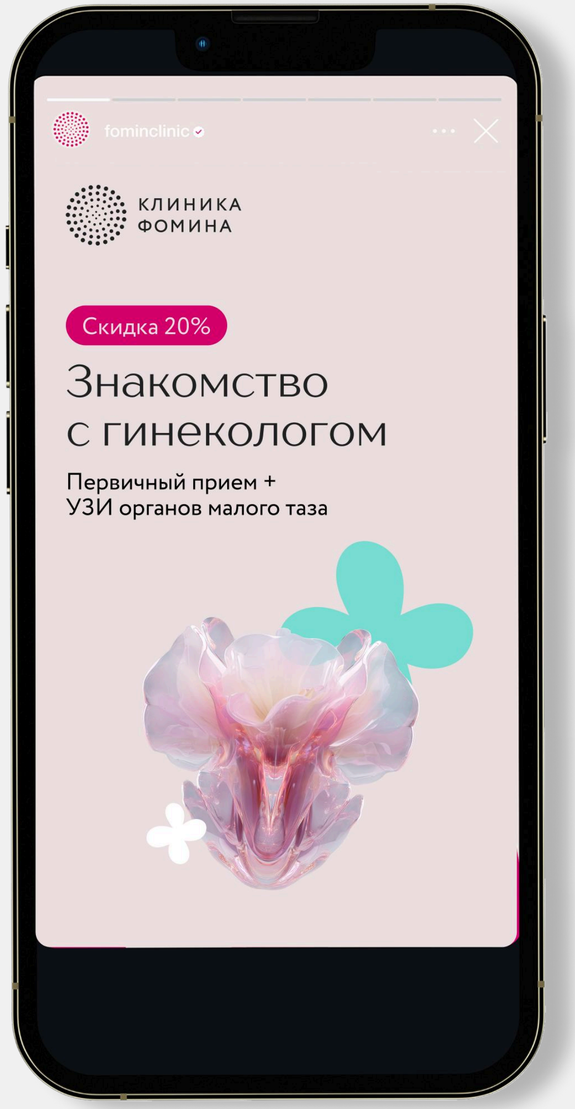
Билборд

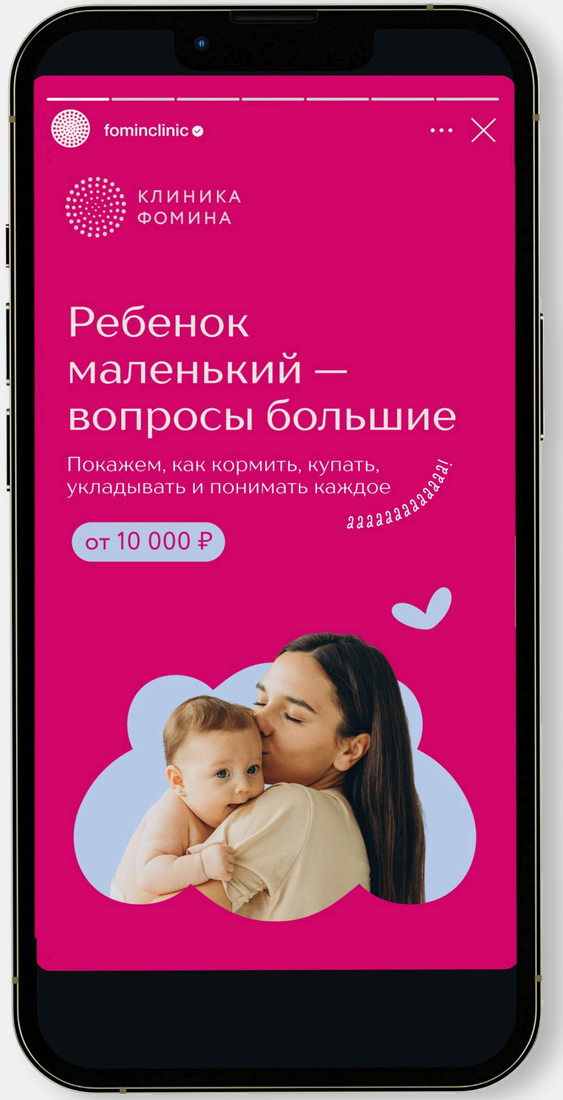


Носители

Баннер в сторис

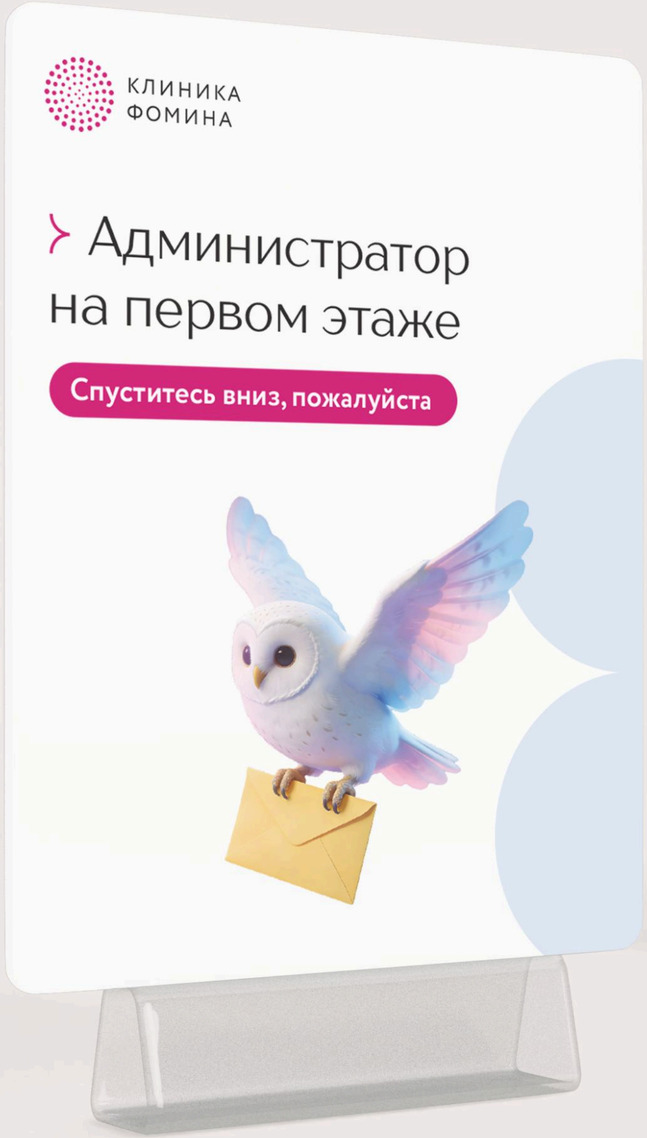


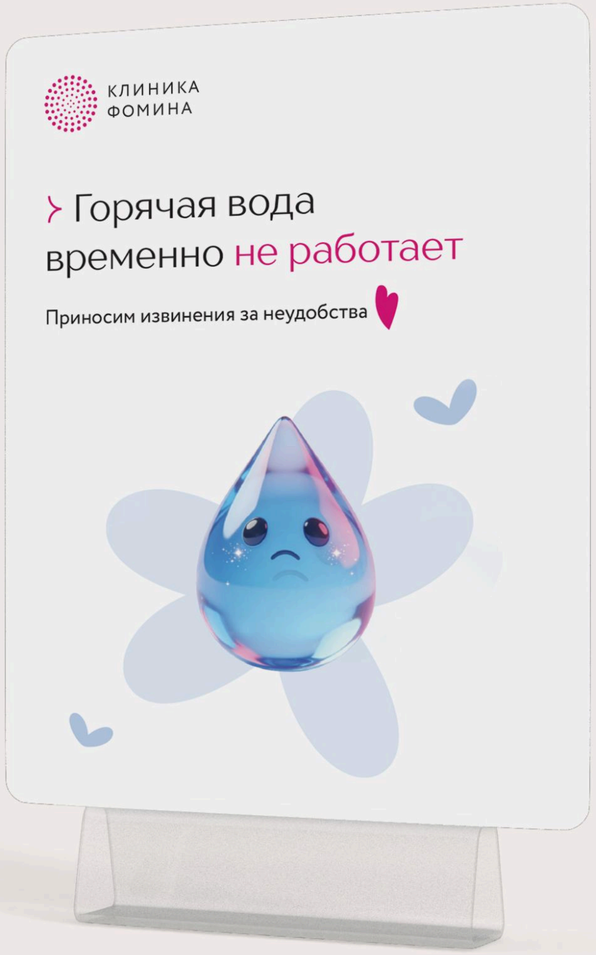




Носители

Информационные таблички





Носители

Подарочный сертификат



Носители

Мерч



Носители

Мерч



Носители

Мерч



Носители

Фирменные пакеты



Фотостиль

Фотостиль

Подбирайте имиджи отражающие эмоцию человека, после того как проблему (рекламное предложение) решили. Скидка 10% на ортодонтию — это решение проблемы с непринужденным общением. А сертификат 10 000 на ЭКО — это воплощение в жизнь мечты иметь детей.













* Изображения приведены в пример в качестве референсов и не подлежат использованию

Ресурсы для подбора бесплатных имиджей:
unsplash.com, canva.com, pexels.com

Фотобанк с изображениями:
https://disk.yandex.ru/d/HGZ4ppV6a1-YPg

Фотостиль

Человек
Эмоция

Теплые фотографии счастливых матерей, эмоции легкие, естественные фото, малыши, попавшие в кадр случайно. Сохранятся эффект «подсмотренности», съемки не постановочные.









* Изображения приведены в пример в качестве референсов и не подлежат использованию

Ресурсы для подбора бесплатных имиджей:
unsplash.com, canva.com, pexels.com

Фотобанк с изображениями:
https://disk.yandex.ru/d/HGZ4ppV6a1-YPg

Фотостиль

Человек
Эмоция





Проблемы с зубами мешают человеку улыбаться. Здесь изображение современного человека с хорошими зубами, который укладывается в контекст «человека», «естественности», и «подсмотренности». Улыбающийся человек ведет себя естественно, он широко и легко улыбается, щурится от счастья, строит смешные лица. При этом остается максимально естественным.



Удачно подобранное фото для маммологии.



Эмоция женщины, которая долго пыталась прийти к мечте и после нескольких попыток ЭКО, анализов, поисков врачей и отчаяния, наконец, у нее получилось.

* Изображения приведены в пример в качестве референсов и не подлежат использованию

Ресурсы для подбора бесплатных имиджей:
unsplash.com, canva.com, pexels.com

Фотобанк с изображениями:
https://disk.yandex.ru/d/HGZ4ppV6a1-YPg

Фотостиль

Человек
Женщина

Наша женщина такая: мягкая, доброжелательная, не наигранно позирующая на камеру, выражение лица естественное и располагающее.

На фото отсутствуют лишние детали, нужно стремиться стоит к минимализму. Одежда простая, без глянцевости, нейтральных оттенков. Поза легкая и непринужденная, волосы всегда выглядят натурально.

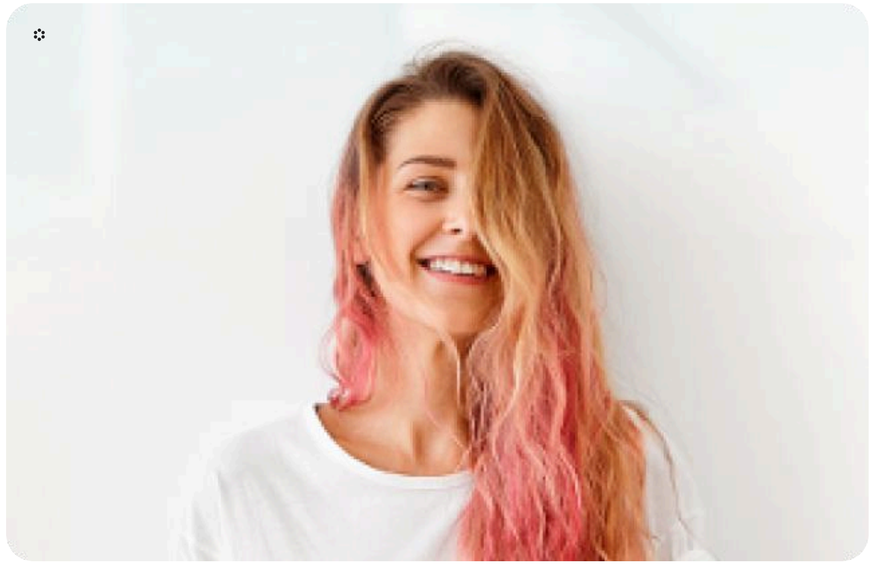












* Изображения приведены в пример в качестве референсов и не подлежат использованию

Ресурсы для подбора бесплатных имиджей:
unsplash.com, canva.com, pexels.com

Фотобанк с изображениями:
https://disk.yandex.ru/d/HGZ4ppV6a1-YPg

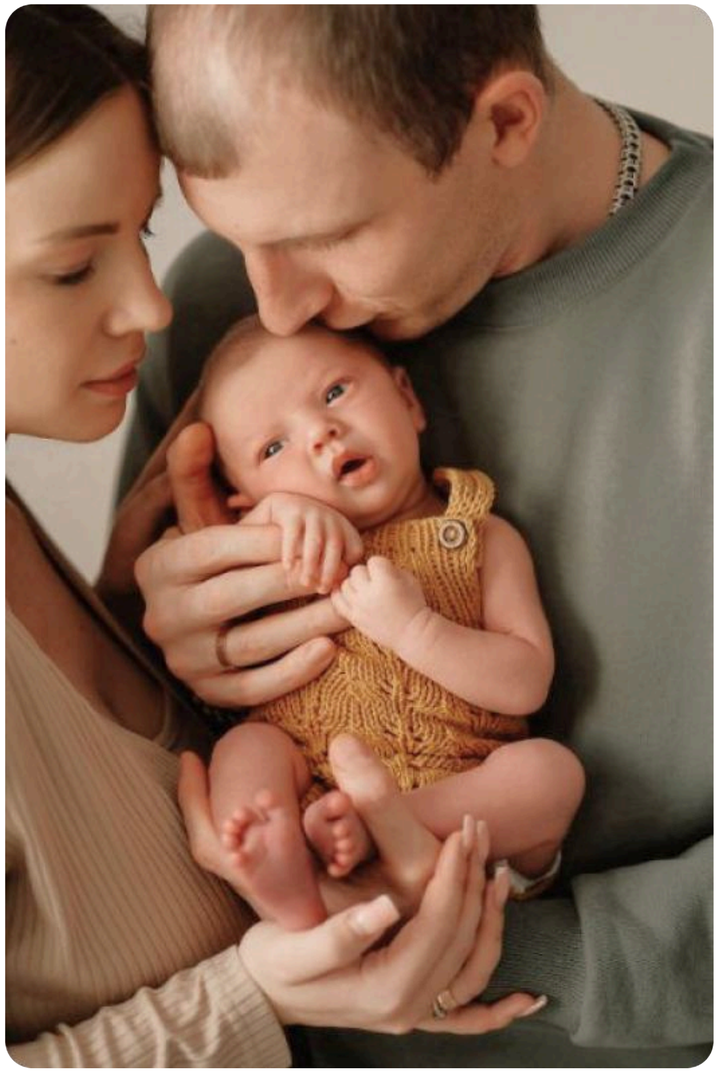
Фотостиль

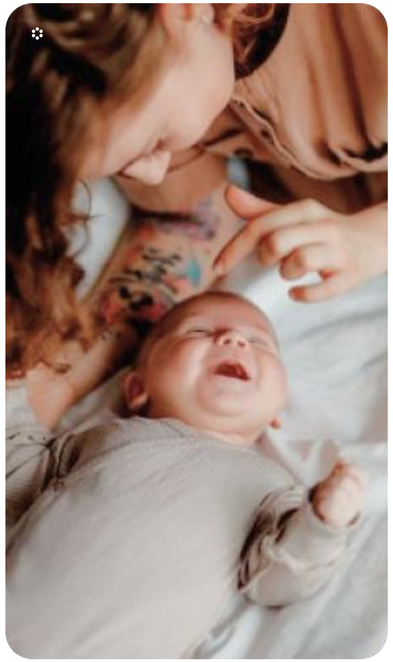
Человек
Младенец

Те, ради кого был пройден большой путь. Выбирайте естественные (не постановочные) фотографии младенцев, старайтесь найти интересную эмоцию и сохраняйте эффект «подсмотренности». Такие фотографии можно найти на стоках. Не генерируйте с помощью AI фотографии людей. Нам очень важна реальность. Попробуйте доработать — например, можно найти малыша и добавить ему следы от поцелуя или кадрировать фото до милых деталей.







* Изображения приведены в пример в качестве референсов и не подлежат использованию

Ресурсы для подбора бесплатных имиджей:
unsplash.com, canva.com, pexels.com

Фотобанк с изображениями:
https://disk.yandex.ru/d/HGZ4ppV6a1-YPg

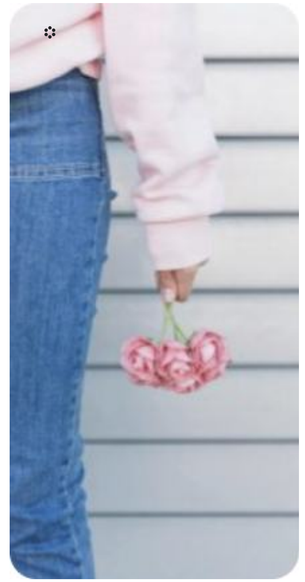
Фотостиль

Детали

Основа фотостиля — детали. Мы внимательные к деталям. Мы — перфекционисты, поэтому привыкли замечать красоту в мелочах и читать между строк.







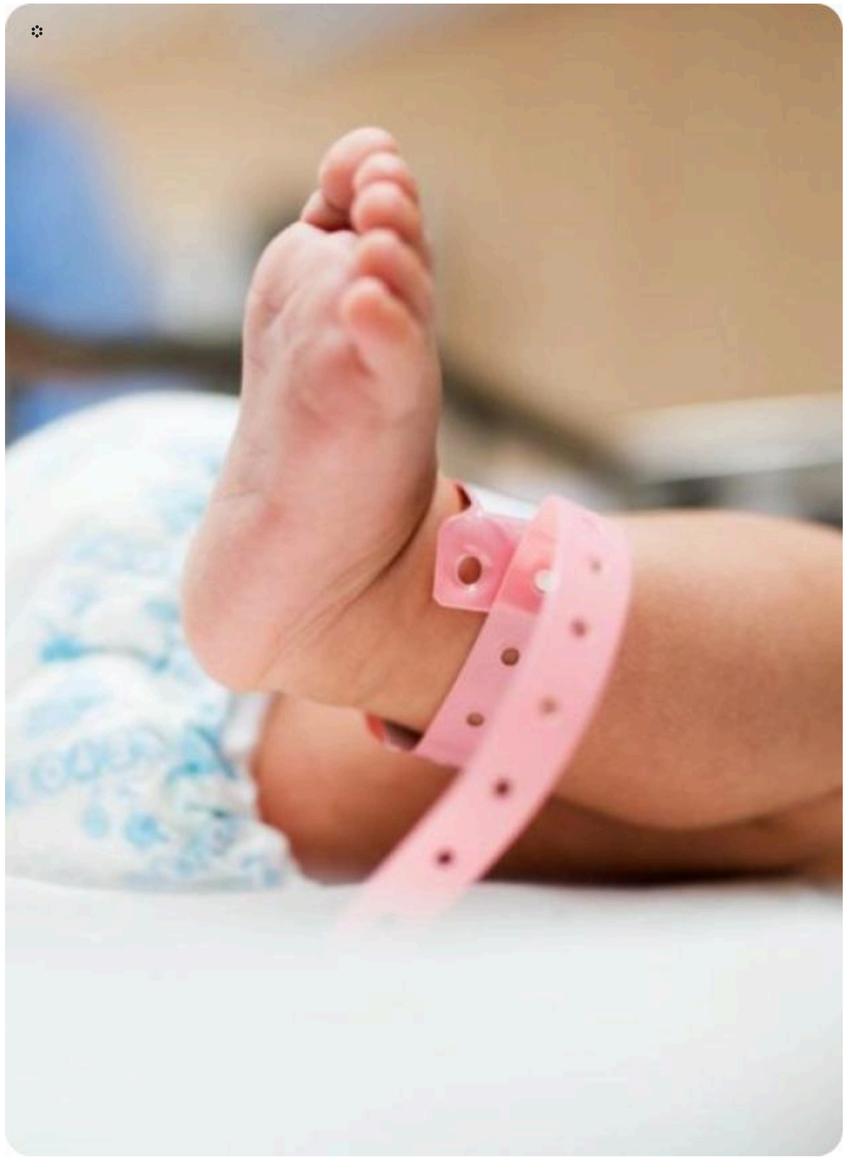



⁘ Изображения приведены в пример в качестве референсов и не подлежат использованию

Ресурсы для подбора бесплатных имиджей:
unsplash.com, canva.com, pexels.com

Фотобанк с изображениями:
https://disk.yandex.ru/d/HGZ4ppV6a1-YPg

Фотостиль



Детали

Основа фотостиля — детали. Мы внимательные к деталям. Мы — перфекционисты, поэтому привыкли замечать красоту в мелочах и читать между строк.





Съемка: не используются предметы, напрямую связанные с медициной. Необходимо передать сообщение метафорично, через ассоциации третьего плана — абстрактные связи, которые строятся на основе сочетаний объектов, их свойств, а также личного и общечеловеческого опыта наблюдателя.

Свет на фото — мягкий, без грубых теней. Отсутствует чистый белый оттенок самых светлых частей.

Для постобработки: контрастность необходимо немного уменьшать, как и насыщенность. Тёмные участки немного делать светлее. Яркие оттенки заменять на пастельные.





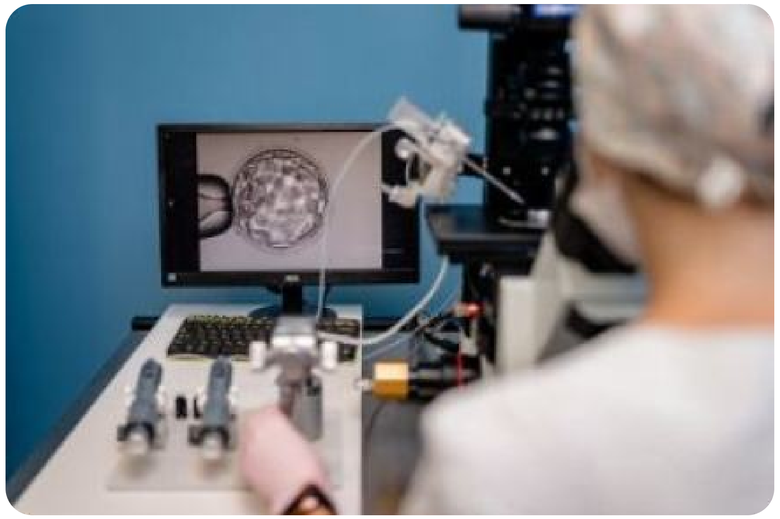


* Изображения приведены в пример в качестве референсов и не подлежат использованию

Ресурсы для подбора бесплатных имиджей:
unsplash.com, canva.com, pexels.com

Фотобанк с изображениями:
https://disk.yandex.ru/d/HGZ4ppV6a1-YPg

Фотостиль

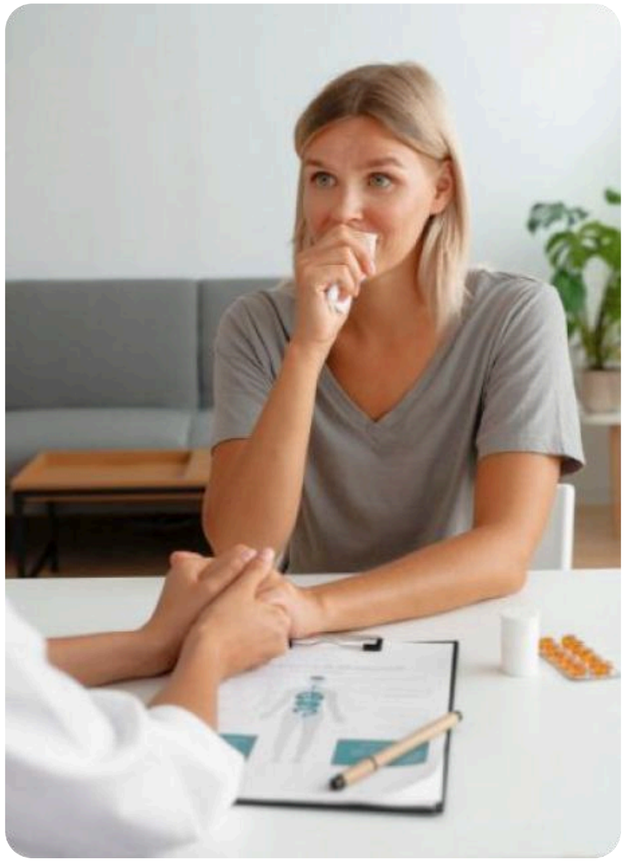




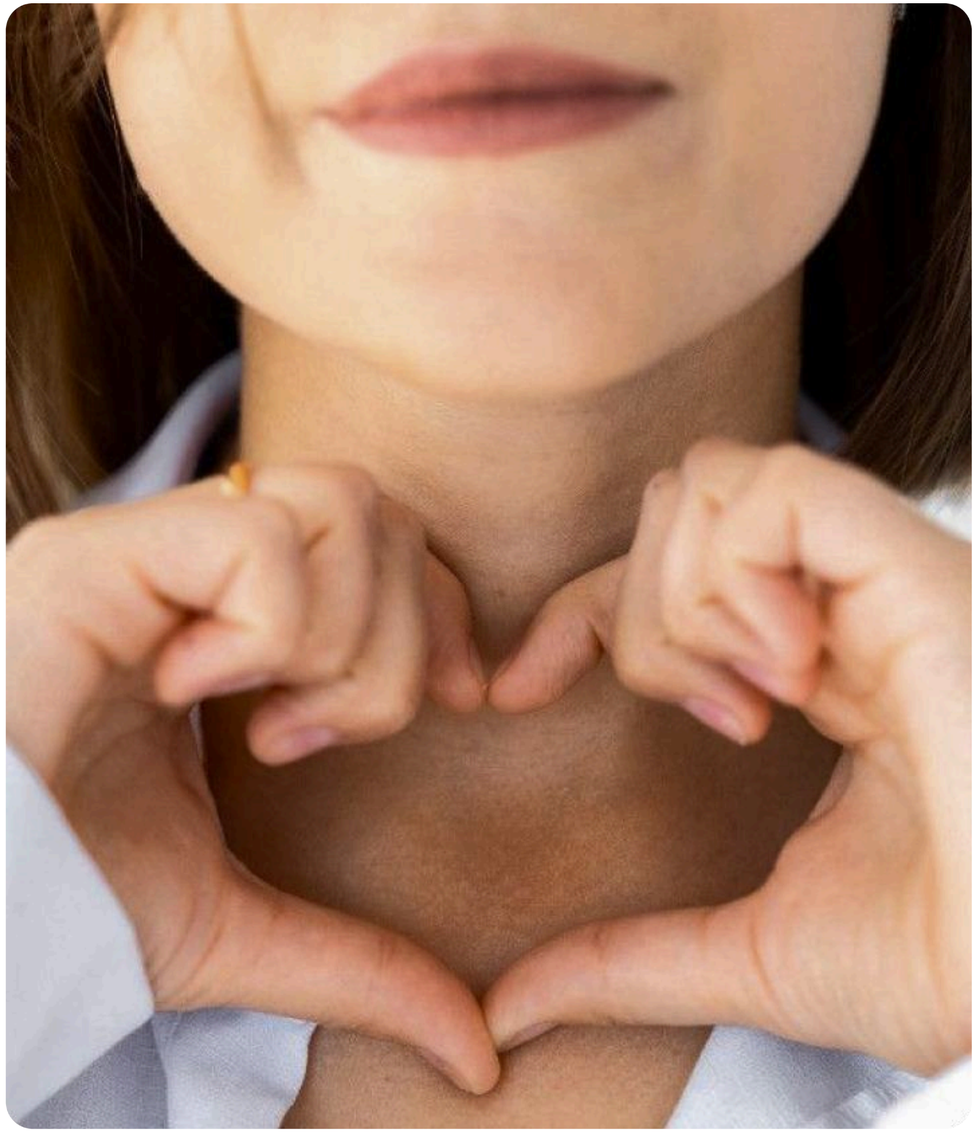
Сюжеты

Сюжеты «пациент», «в клинике», «врач-пациент», “врач за работой»

Можно показать врача в контексте своей работы: например, генетик — за микроскопом. Фото непостановочные, везде присутствует элемент «подсмотренности». Кадры в клинике всегда сняты в нашей клинике, врачи реальные. Нельзя брать фотографии врачей из не наших интерьеров со стоков.



В сюжете «врач-пациент» следует избегать общей сцены, нужно дополнить ее конкретной деталью по данному направлению. Например, снимком, УЗИ, если мы говорим о диалоге после первого УЗИ. Или же эмоциональной реакцией будущей мамы на первое фото своего малыша.

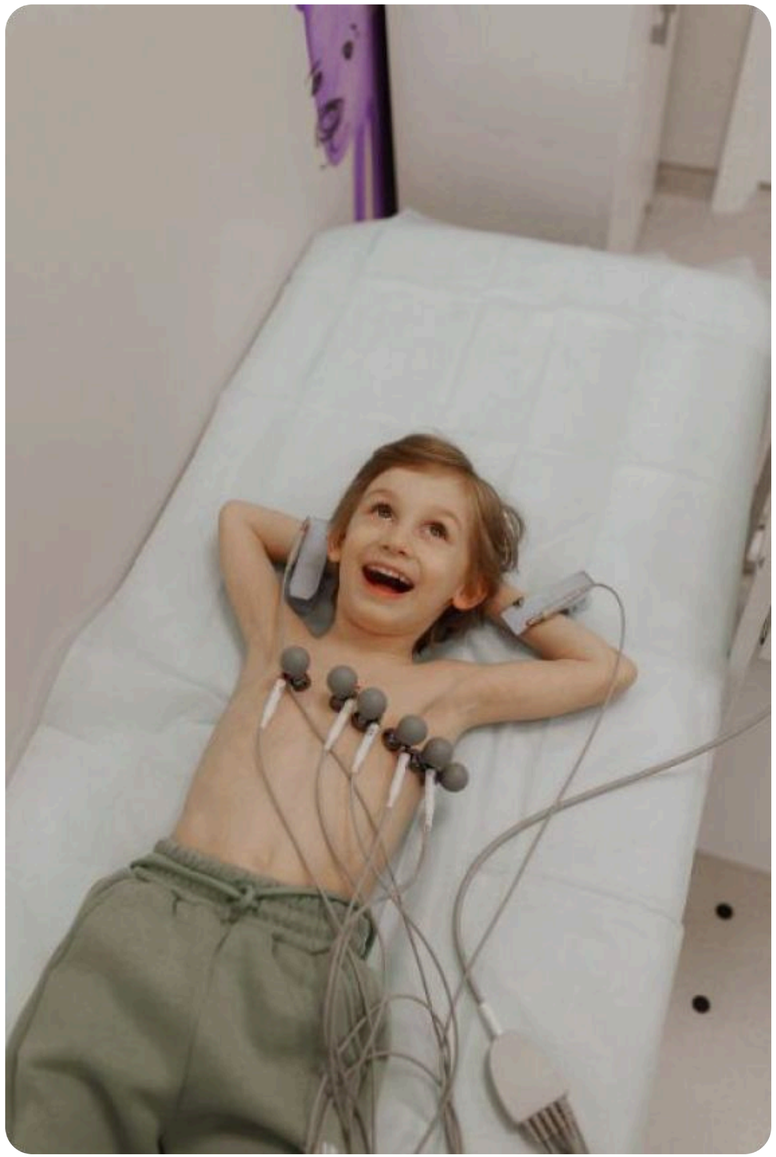


* Изображения приведены в пример в качестве референсов и не подлежат использованию

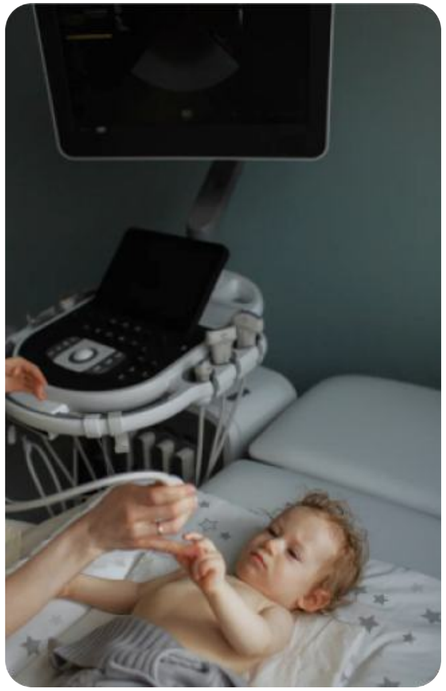
Ресурсы для подбора бесплатных имиджей:
unsplash.com, canva.com, pexels.com

Фотобанк с изображениями:
https://disk.yandex.ru/d/HGZ4ppV6a1-YPg

Фотостиль

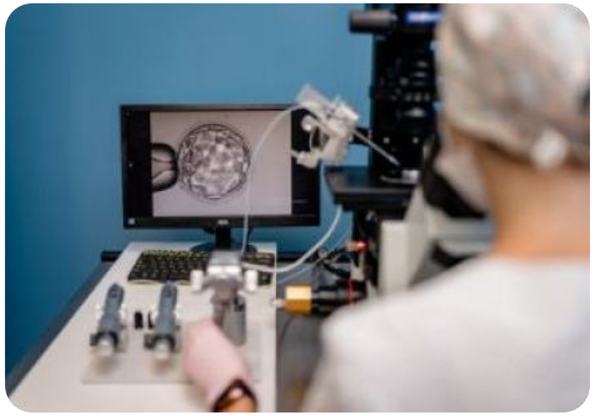


Технологичное оборудование





Оборудование — это важная составляющая клиники. Мы говорим, что у нас высокотехнологичное оборудование, поэтому его можно и нужно показывать. Съемку оборудования лучше всего делать вместе с человеком (см. предыдущий слайд «врач в контексте работы»). Но можно добавить деталей самих аппаратов. Часто детали выглядят красиво и стильно и подходят для оформления рекламных материалов. Нельзя брать рандомное оборудование со стоков. Только если аппараты совпадают с нашими.











* Изображения приведены в пример в качестве референсов и не подлежат использованию

Ресурсы для подбора бесплатных имиджей:
unsplash.com, canva.com, pexels.com

Фотобанк с изображениями:
https://disk.yandex.ru/d/HGZ4ppV6a1-YPg

Фотостиль



Интерьеры

Важно, чтобы в кадре не было лишнего: мусорных пакетов, медицинских расходных материалов и тд. Выставляйте детали в кадре, они должны быть незаметными, но придавать кадру динамики и эмоционально окрашивать его. Например, снимок УЗИ , лежащий на кушетке УЗИ или маленькие детские носочки. Сохраняйте эффект«подсмотренности». Любой интерьер оживляет человек. Для иллюстраций рекламных материалов старайтесь использовать кадры с людьми в клинике.









* Изображения приведены в пример в качестве референсов и не подлежат использованию

Ресурсы для подбора бесплатных имиджей:
unsplash.com, canva.com, pexels.com

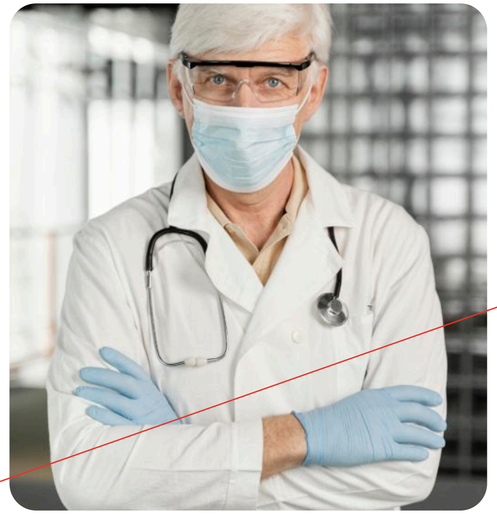
Фотобанк с изображениями:
https://disk.yandex.ru/d/HGZ4ppV6a1-YPg

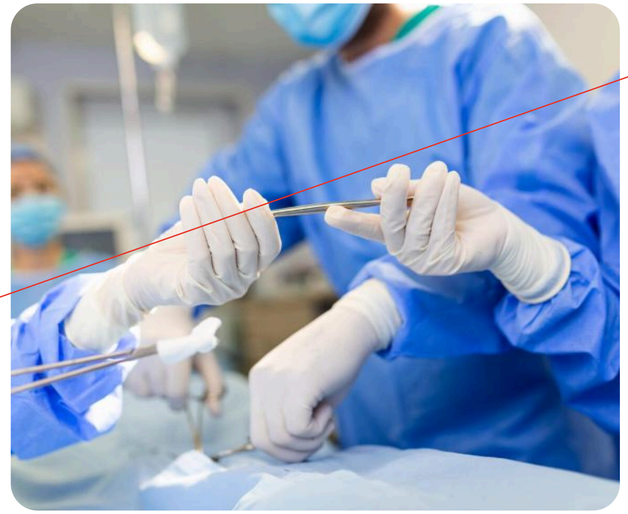
Фотостиль

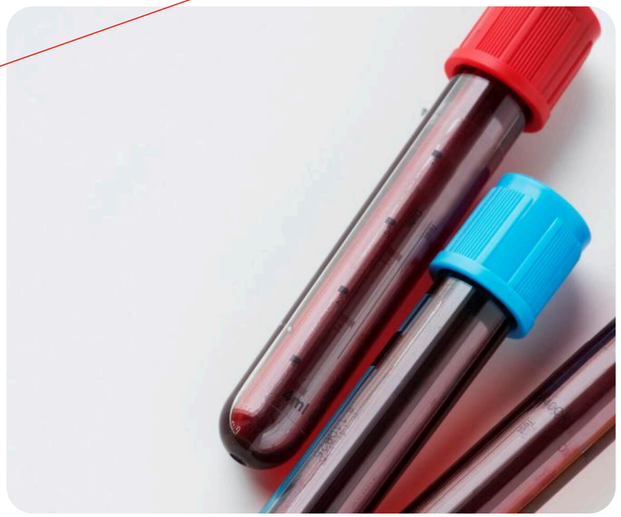
Что не используем

Мы стараемся не использовать в фотостиле прямые образы, связанные с операциями, шприцами, иголками, таблетки, картинки органов и все, что может оттолкнуть и напугать аудиторию.









Бренд
как персона

Бренд как персона



Пример из массовой культуры:
Клэр Браун, сериал «Хороший доктор», (США, 2017-2024)
Талантливый и эмпатичный хирург. Умеет работать в команде и дружить с коллегами, сердечно за них болеет. Признает трудности, при этом стремится к совершенству в профессии. Обладает удивительной способностью к сопереживанию.

Врач доказательной медицины. Следит за технологиями. Постоянно обучается. Активно ведет соцсети. В них делится новостями доказательной медицины так, чтобы пациенты понимали, чем им это поможет. Регулярно участвует в международных конференциях и рассказывает об этом с чувством благодарности. Ощущает себя частью комьюнити докторов, дружит с коллегами и публикует посты про командную работу над клиническими случаями, совместные эфиры. Делится полезными лекциями коллег, адаптированными для пациентов, бесплатными марафонами. Никого не оценивает по социальному статусу, гендеру, расе, убеждениям. Считает, что каждый заслуживает уважения. Всегда дает полезные и актуальные советы, например, рекомендует приложения для мониторинга привычек и состояния организма, объясняет правила оказания первой помощи при растяжении на фитнесе или помогает сформировать правильные привычки в питании без насилия над собой. Любит разбирать вопросы и клинические случаи.

Миссия: быть партнером пациенту — решать самые сложные случаи, сочетая эмпатию, принципы доказательной медицины и технологии.
Цитаты: «За любой болезнью всегда стоит живой человек, который хочет быть понятым». «Женщины, которые идут на ЭКО, должны быть услышаны».

Бренд как персона

Особенности коммуникации: когда коллеги ошибаются, она мягко объясняет, почему и как появилась ошибка. Если пациент чего-то не знает, она мягко рассказывает, как правильно. Слушает пациента и является для него партнером, входит в положение, не назначает лишнего, хочет решить проблему, опираясь на его ценности и взгляды. Открыто говорит о сложностях, но не пугает, не развенчивает мифы. Помогает обрести уверенность, принять себя, таким, какой есть. Ее соцсети — это диалог между пациентом и врачом: она просит задавать вопросы о здоровье и разбирает их в комментариях. Тем, кто хочет сохранить конфиденциальность, отвечает в личных сообщениях.

Взгляды, убеждения и личные интересы:
Культура разнообразия (diversity) — «любой может быть любым»: семейным/одиночкой, тусовщиком/домашним, многодетным/чайлдфри — это нормально;
Женское здоровье;
Ментальное здоровье (например, книги Людмилы Петрановской, психология поведения детей — издание Мел);
Устойчивое развитие (ответственность за окружающую среду + экономическое развитие + социальный прогресс);
Движения за права пациента.
Не испытывает конфронтации по отношению к клиникам-конкурентам: не осуждает, не высмеивает их, ведь у всех одна миссия.

Хобби: Бег, командные игры, теннис. Серфинг. Музыка, книги издательства МИФ. Забота о близких.
Характер: заботливый, внимательный, чуткий, уверенный, прагматичный, разборчивый.
Ценности: бережность, забота, внимание к деталям, честность, перфекционизм.
Любит: равенство, прогресс.
Не любит: признаки элитарности, авторитарные методы общения, глупый юмор, наивность.
Боится: быть невнимательной к пациенту.

Профессиональные интересы:
Комьюнити врачей своей специальности и смежных, где можно обсудить сложные клинические случаи. Выступает на подкастах с просветительской миссией для пациентов.
Дает комментарии в СМИ.
Организует обучающие конференции для врачей и пациентов, чтобы развивать доказательную медицину в России. Посещает международные конгрессы и выступает с докладами.
Примеры: Endocrine society (USA), IOF WCO, Российские конференции в НМИЦ эндокринологии и др.

Бренд как персона



Пример из Клиники Фомина:
Ольга Деревянко
Мы хотим, чтобы наш бренд ассоциировали именно
с таким человеком — чутким, эмпатичным профессионалом,
врачом доказательной медицины, прогрессивным, умным
и внимательным экспертом. И просто классным человеком,
искрене желающим помочь людям

Саббренды

КЛИНИКА ФОМИНА

КЛИНИКА ФОМИНА ДЕТИ

КЛИНИКА ФОМИНА КРАСОТА

КЛИНИКА ФОМИНА РОДДОМ

КЛИНИКА ФОМИНА СТОМАТОЛОГИЯ

КЛИНИКА ФОМИНА РЯДОМ

КЛИНИКА ФОМИНА ОНКО

Планируется:

КЛИНИКА ФОМИНА ГОСПИТАЛЬ

Клиника Фомина.

Забота и ничего лишнего



Компоненты здесь