



bettertogether™



Corporate Visual Identity

v 2023



BNI to największa w Polsce i na świecie organizacja rekomendacji biznesowych. Przedsiębiorcy tworzą społeczność, w której pomagają sobie wzajemnie w rozwijaniu biznesów. Dzielą się know-how i rekomendacjami, co przekłada się na wymierne korzyści finansowe.

Misja BNI

Misją BNI jest dzielenie się kontaktami biznesowymi w myśl zasady Givers Gain, czyli Dający Dostaje. Filozofia ta zachęca do aktywnej i bezpośredniej współpracy w biznesie, dzięki której Przedsiębiorcy, którzy w pierwszej kolejności udzielają pomocy biznesowej innym, otrzymują w zamian podobne wsparcie.

Wizja BNI

Wizją BNI jest zmiana myślenia Przedsiębiorców o biznesie oraz sposobu w jaki robią biznes, poprzez budowanie społeczności wzajemnie wspierającej się w osiągnięciu sukcesu.

Wartości BNI

- Givers Gain®
- Nauka przez całe życie
- Tradycje + Innowacje
- Pozytywne nastawienie
- Budowanie relacji
- Odpowiedzialność
- Docenianie.

Key Messages

„Dzięki przynależności do społeczności BNI szybciej rozwiniesz swój biznes i siebie.”

„Członkami BNI są pracownicy, ambitni, relacyjni, rzetelni, proaktywni przedsiębiorcy.”

„W BNI najwięcej osiągają Ci, którzy się systematycznie szkolą, są aktywni na spotkaniach, wykorzystują narzędzia, myślą długoterminowo i pomagają innym.”

Osobowość marki BNI

Mędrzec

Wiedza to najważniejsza rzecz w jego życiu i największa wartość. Mędrzec jednak nie zdobywa wiedzy dla siebie, ale po to, aby się nią dzielić i edukować innych. Dlatego często jest nazywany też nauczycielem.

Bohater

Heroiczne wyzwania, przygoda i rywalizacja to chleb powszedni bohatera. Dla niego najważniejsze jest walczyć o zwycięstwo, bez względu na koszty. Bohater to archetyp, który inspirowa do działania, nie boi się ciężkiej pracy, motywuje i zachęca, aby przekraczać własne granice.

Esencja BNI

Dlaczego BNI?

Wierzymy, że budowanie biznesu w oparciu o współpracę i tworzenie relacji zgodnie z filozofią Givers Gain kreuje rozwój i wzrost dla polskich przedsiębiorstw.

Jak to robimy?

Wypracowaliśmy narzędzia, które uczą przedsiębiorców wykorzystywać rekomendacje biznesowe.

Co robimy?

Tworzymy społeczność przedsiębiorców, gdzie słowo biznes oznacza ponadprzeciętną jakość współpracy.

Spis treści

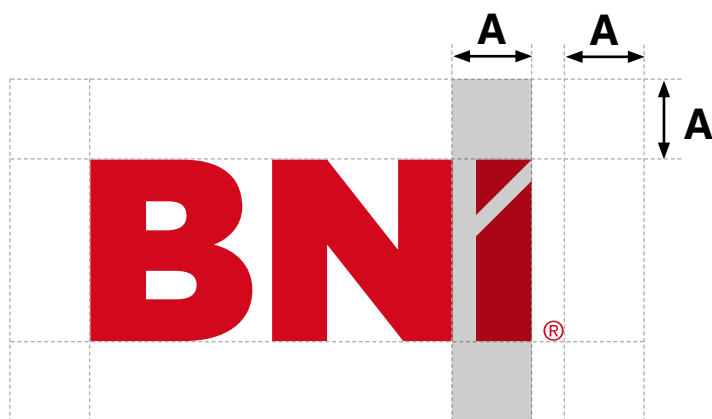
Logotyp	4
Kolory	5
Znaki handlowe	6
Prawidłowe użycie logo	7
Niewłaściwe użycie logo	11
Typografia	12
Kształt uzupełniający	13
Key Visual	15
Styl zdjęć	16
Styl ilustracji	17
Ikonografia	18
Papeteria	19
Szablony	23

Logotyp

i pole ochronne



Logo BNi zostało odważnie zaprojektowane z użyciem niestandardowej czcionki, co nadaje mu czysty i nowoczesny wygląd oraz silny efekt wizualny. Kolor czerwony symbolizuje działanie, pewność siebie, odwagę i przywództwo, natomiast ukośna biała linia w literze „i” reprezentuje rozwój zawodowy i osobisty członka BNi.



Obszar ochronny definiowany jest przez „A”.

Długość „A” stanowi odległość między literami „N” i „i” wraz z szerokością litery „i”.

Kolory

i ich wykorzystanie

Kolory podstawowe

BNI Red

Tytuły, aple pod tytułami,
wyróżnienia tekstu, linie, ikony

CMYK	RGB	HEX
0 100 90 10	207 32 48	#CF2030

White

Tło

CMYK	RGB	HEX
0 0 0 0	255 255 255	#FFFFFF

Black

Tytuły, Tekst podstawowy, linie, ikony

CMYK	RGB	HEX
0 0 0 100	0 0 0	#000000

Kolory dopełniające

Grey

CMYK	RGB	HEX
0 0 0 42	148 148 151	#949497

Dark Grey

CMYK	RGB	HEX
0 0 0 72	87 87 98	#575759

Light Grey

CMYK	RGB	HEX
0 0 0 6	235 236 236	#E8E8E8

Kolory przeznaczone do wykresów
Stosować **tylko** do dużych zestawów danych

Pale Blue

CMYK	RGB	HEX
100 0 27 0	0 153 204	#0099CC

Deep Violet

CMYK	RGB	HEX
37 100 0 0	128 0 128	#800080

Vivid Orange

CMYK	RGB	HEX
0 51 100 0	255 165 0	#FFA500

Znaki handlowe

BNI to największa w Polsce i na świecie organizacja rekomendacji biznesowych. Przedsiębiorcy tworzą społeczność, w której pomagają sobie wzajemnie w rozwijaniu biznesów. Dzielą się know-how i rekomendacjami, co przekłada się na wymierne korzyści finansowe.

BNI®

Business Network International®

BNI Connect®

BNI® Foundation

BNI® Online

BNI® Podcast

BNI® Business Builder

Changing the Way the World Does Business®

Dr. Ivan Misner®

Givers Gain®

International Networking Week®

Local Business – Global Network®

Prawidłowe użycie logo

Logo BNI używaj zawsze na materiałach marketingowych organizacji.

Logo w kolorze BNI Red zawsze powinno być używane gdy tło jest białe lub jasne.



Używaj czarnego logo tylko na czarno-białych materiałach do druku.



Używaj białego logo w negatywie na czerwonym, ciemnym lub czarnym tle.



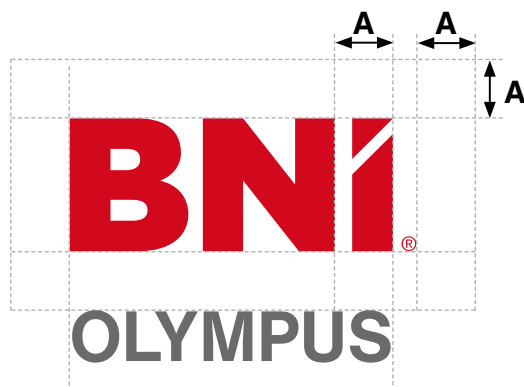
Logo powinno zawsze być czytelne.



Prawidłowe użycie logo

Połączenie nazwy grupy / regionu z logo

Wszelkie słowa w pobliżu logo BNI wskazujące nazwy grup / regionów należy umieścić poniżej bezpiecznego obszaru „A” (zgodnie z definicją) pod samym logo.



W przypadku kombinacji logo BNI wraz z nazwą grupy / regionu, nazwa powinna:

- być zawsze w kolorze Grey,
- być bez opisu pod logo,
- zawsze mieć zachowany bezpieczny obszar „A” poniżej logo,
- być zawsze wyrównana od lewej (litera B) do prawej w stosunku do logo (litera I),
- być zawsze pisana czcionką o tym samym rozmiarze, ustaloną w pierwszym wierszu nazwy (jeśli nazwa wymaga więcej niż jednego wiersza) i powinna być odpowiednio wyśrodkowana.



W przypadku gdy nazwa grupy / regionu ma małą liczbę znaków nazwa w dalszym ciągu musi być umieszczana parametrami bezpiecznego obszaru.

Szerokość nazwy grupy / regionu będzie zgodna z instrukcją poniżej.



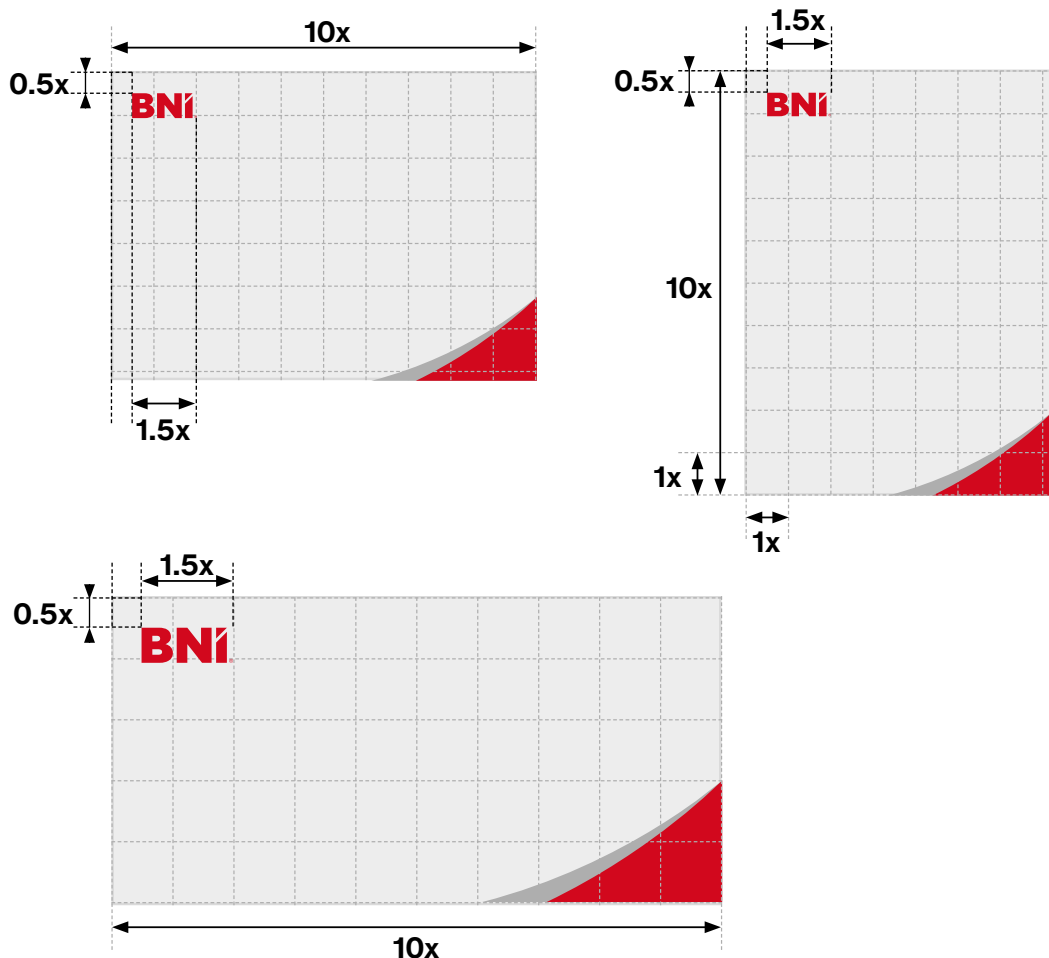
Prawidłowe użycie logo

Umieszczenie logo

Logo BNI umieszczamy zawsze w lewym górnym rogu materiału reklamowego / wewnętrznego.

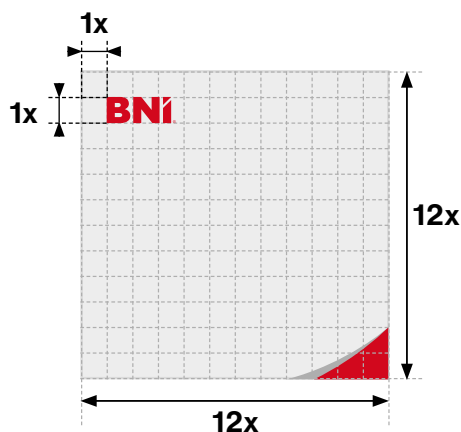
Materiały prostokątne (dla współczynnika proporcji do 1:2 lub 2:1)

Stosujemy podział dłuższej krawędzi na 10 jednostek (x). Logo znajduje się w odległości $0.5x$ od górnej i lewej krawędzi i ma szerokość $1.5x$



Materiały kwadratowe (1:1)

Stosujemy podział dłuższej krawędzi na 12 jednostek (x). Logo znajduje się w odległości $1x$ od górnej i lewej krawędzi i ma wysokość $1x$



W przypadku materiałów wykraczających poza opisane współczynniki proporcji, zaleca się zastosowanie rozsądnego podejścia w kwestiach wielkości i umieszczenia logotypu.

Nieznacznie odchylenia rzędu do 15% od powyższych reguł są dopuszczalne.

Prawidłowe użycie logo

Umieszczanie logo na zdjęciach

Gdy wymagane jest zastosowanie logo na tle zdjęcia używamy tylko podstawowego koloru marki - BNI Red jak pokazano poniżej. Gdy na grafice / zdjęciu znajdują się ciemne elementy, w których należy umieścić logo, używamy białej wersji logo.



Gdy na grafice / zdjęciu znajdują się ciemne elementy, w których należy umieścić logo, używamy białej wersji logo.



Niewłaściwe użycie logo



Tworzenie półprzeźroczystej wersji lub znaku wodnego



Umieszczanie w połączeniu z hasłem



Wpisywanie jako tekstu



Modyfikowanie kolorów



Zmiana proporcji



Zmiana orientacji



Zniekształcenie



Dodatkowe elementy



Odejmowanie elementów



Modyfikacja tła



Czarna wersja na kolorowym tle



Używanie konturów



Stosowanie efektów



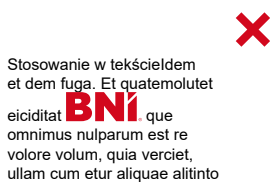
Wzorzyste / Skomplikowane tło



Tworzenie wersji „tematycznych”



Pływająca ramka



Stosowanie w tekście

Typografia

Oficjalna czcionką BNI to Helvetica Neue.

Ze względu na to, że ten krój pisma nie występuje we wszystkich wersjach Microsoft 365, można zastąpić go czcionką Arial.

Oficjalne czcionki powinny być używane we wszystkich materiałach marketingowych i szkoleniowych, prezentacjach, materiałach cyfrowych, drukowanych i korespondencji.

Idealne zestawy nagłówków to **Helvetica Neue Black** lub **Arial Black** wraz z podtytułem w **Bold**

Font podstawowy

Helvetica Neue Regular *Italic* **Bold** **Black**

BNI to największa w Polsce i na świecie organizacja rekomendacji biznesowych. Przedsiębiorcy tworzą społeczność, w której pomagają sobie wzajemnie w rozwijaniu biznesów. Dzielą się know-how i rekomendacjami, co przekłada się na wymierne korzyści finansowe.

Font alternatywny

Arial Regular *Italic* **Bold** **Black**

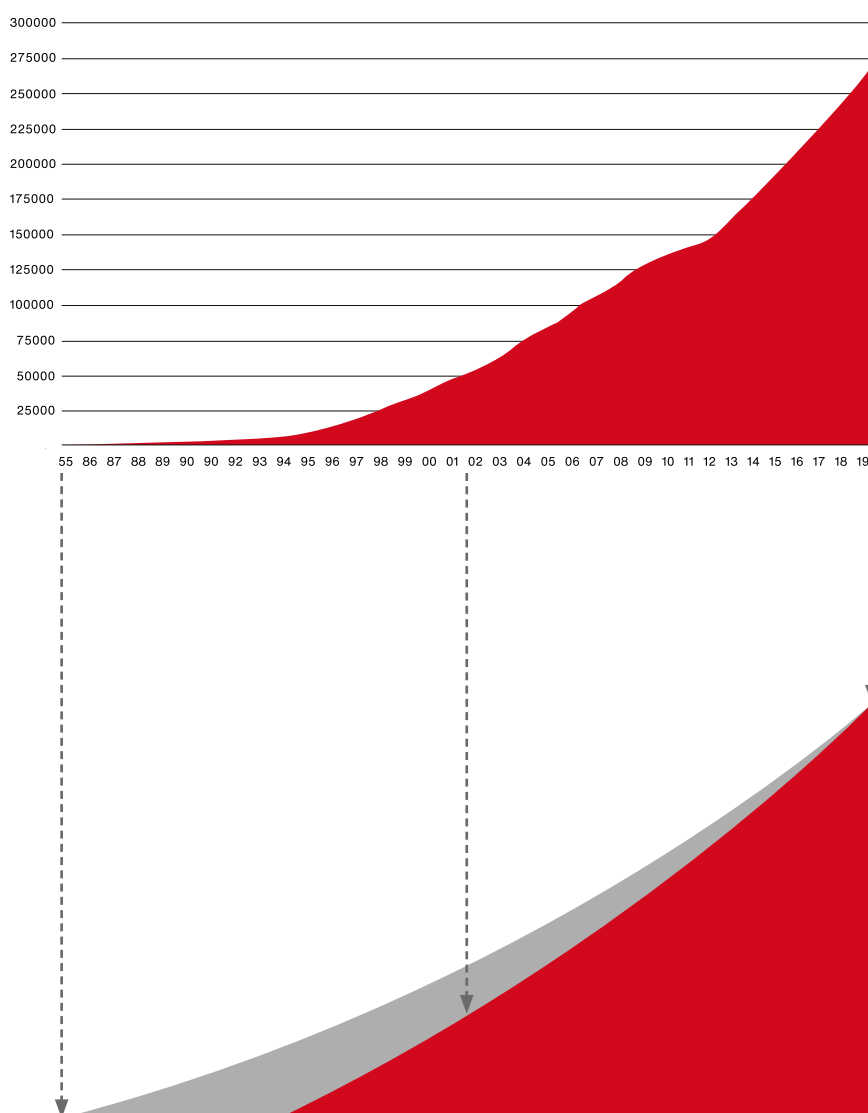
BNI to największa w Polsce i na świecie organizacja rekomendacji biznesowych. Przedsiębiorcy tworzą społeczność, w której pomagają sobie wzajemnie w rozwijaniu biznesów. Dzielą się know-how i rekomendacjami, co przekłada się na wymierne korzyści finansowe.

Kształt uzupełniający

Uzupełniający element brandingu BNI reprezentuje wzrost liczby członków BNI od 1985 do 2019 r. Kolor szary reprezentuje nowego członka na wykresie i budowanie zaufanych relacji.

Czerwony reprezentuje przyspieszony rozwój biznesowy i osobisty.

Wzrost członkostwa 1985–2019

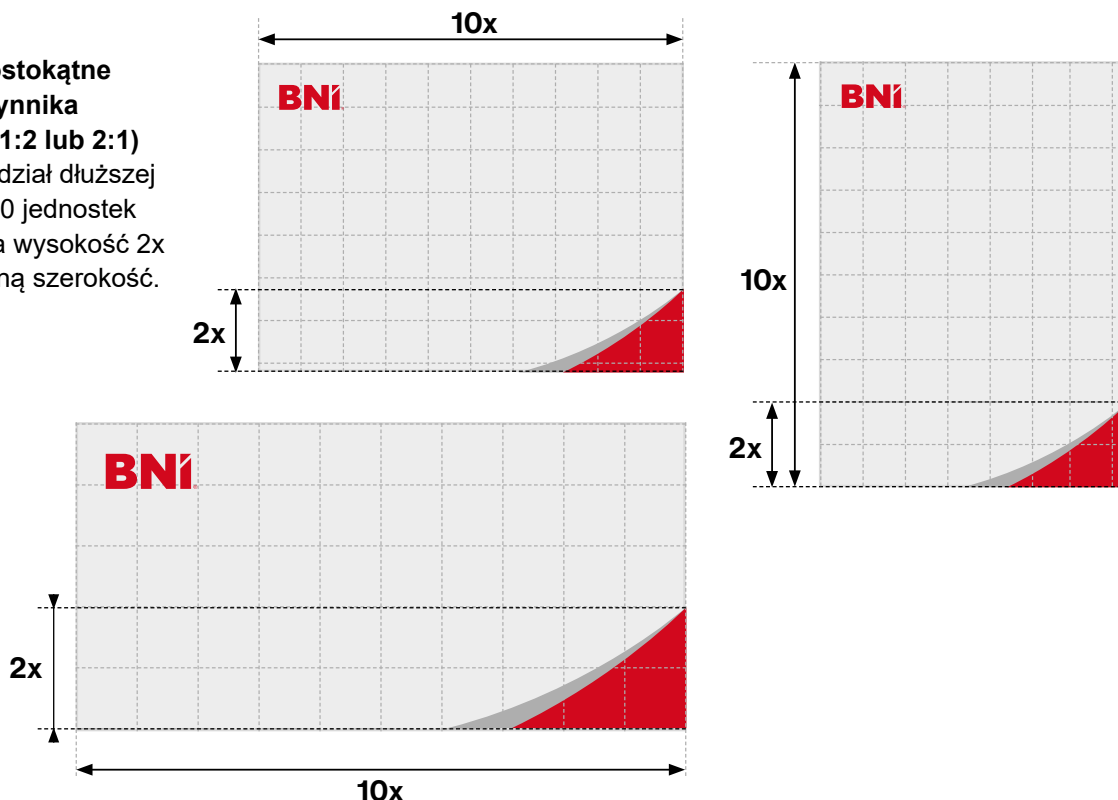


Kształt uzupełniający

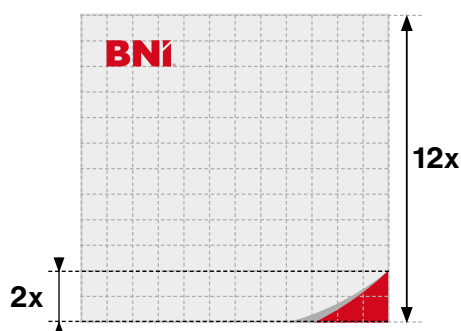
Uzupełniający element brandingu nawiązuje do źródeł marki.
Symbolizuje ciągłość wzrostu i rozwoju organizacji oraz jej Członków.

Jest on używany w możliwie wszystkich materiałach wewnętrznych i zewnętrznych zawsze w prawym dolnym rogu. Niedozwolone jest zmienianie proporcji kształtu. Dozwolone jest jego kadrowanie od lewej strony.

Materiały prostokątne
(dla współczynnika
proporcji do 1:2 lub 2:1)
Stosujemy podział dłuższej
krawędzi na 10 jednostek
(x). Kształt ma wysokość 2x
i proporcjonalną szerokość.

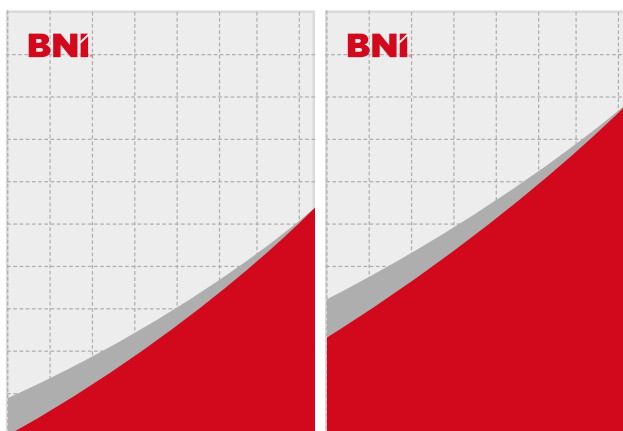


Materiały kwadratowe (1:1)
Stosujemy podział dłuższej krawędzi na
12 jednostek (x). Kształt ma wysokość 2x
i proporcjonalną szerokość.



„Kształt bohater” (pion)

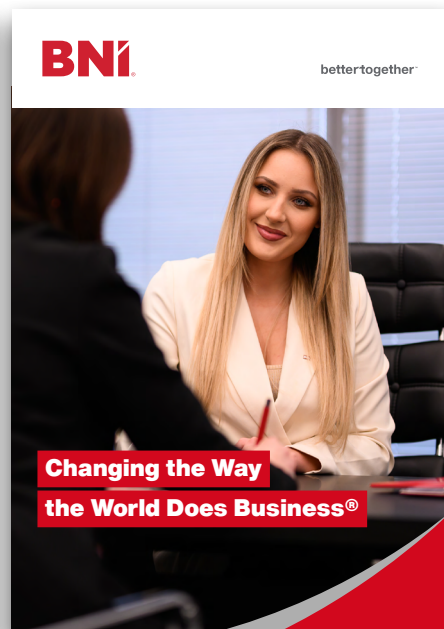
Kształt zajmuje dużą część pionowego materiału.
Nadal umieszczany jest w prawym dolnym rogu materiału.
W tej wersji dozwolona jest większa dowolność w rozmiarze
kształtu i powierzchni którą zajmuje.



W przypadku materiałów wykraczających poza opisane współczynniki
proporcji, zaleca się zastosowanie rozsądnego podejścia w kwestiach wielkości
i umieszczenia kształtu.

Nieznacznie odchylenia rzędu do 15% od powyższych reguł są dopuszczalne.

Key Visual



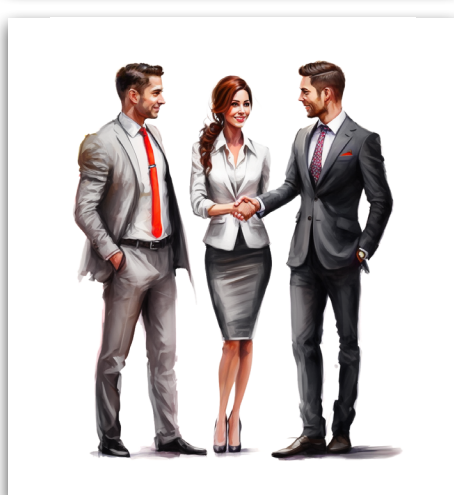
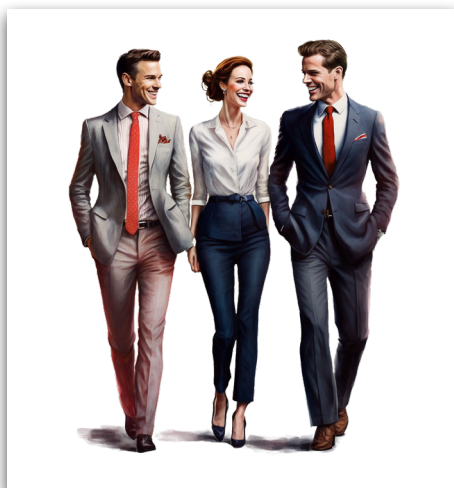
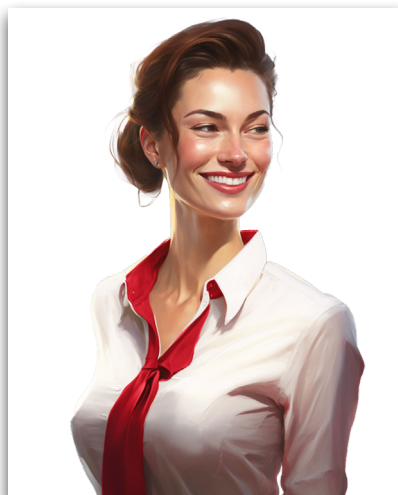
Styl zdjęć

Nasz styl fotografii opiera się na wykorzystaniu techniki głębi ostrości, która pozwala na uwypuklenie istotnych elementów opowiadanej historii. W przypadku spotkań Grup BNI, ważne jest, aby główny obiekt na pierwszym planie był ostry, dzięki czemu będzie on łatwiej zauważalny dla widzów. Aby uzyskać harmonijne i estetyczne wrażenie, tła powinny być utrzymane w miękkiej tonacji, co pozwoli na skupienie uwagi na głównym temacie. Jednocześnie, jeśli chcemy zwrócić uwagę widzów na elementy w tle, możemy zastosować odwrotną technikę - umieścić je w ostrości, a obiekt na pierwszym planie delikatnie zniekształcić. Ważne jest, aby wykorzystać technikę ostrości i rozmycia w sposób świadomy i celowy, aby uzyskać pożądany efekt wizualny.



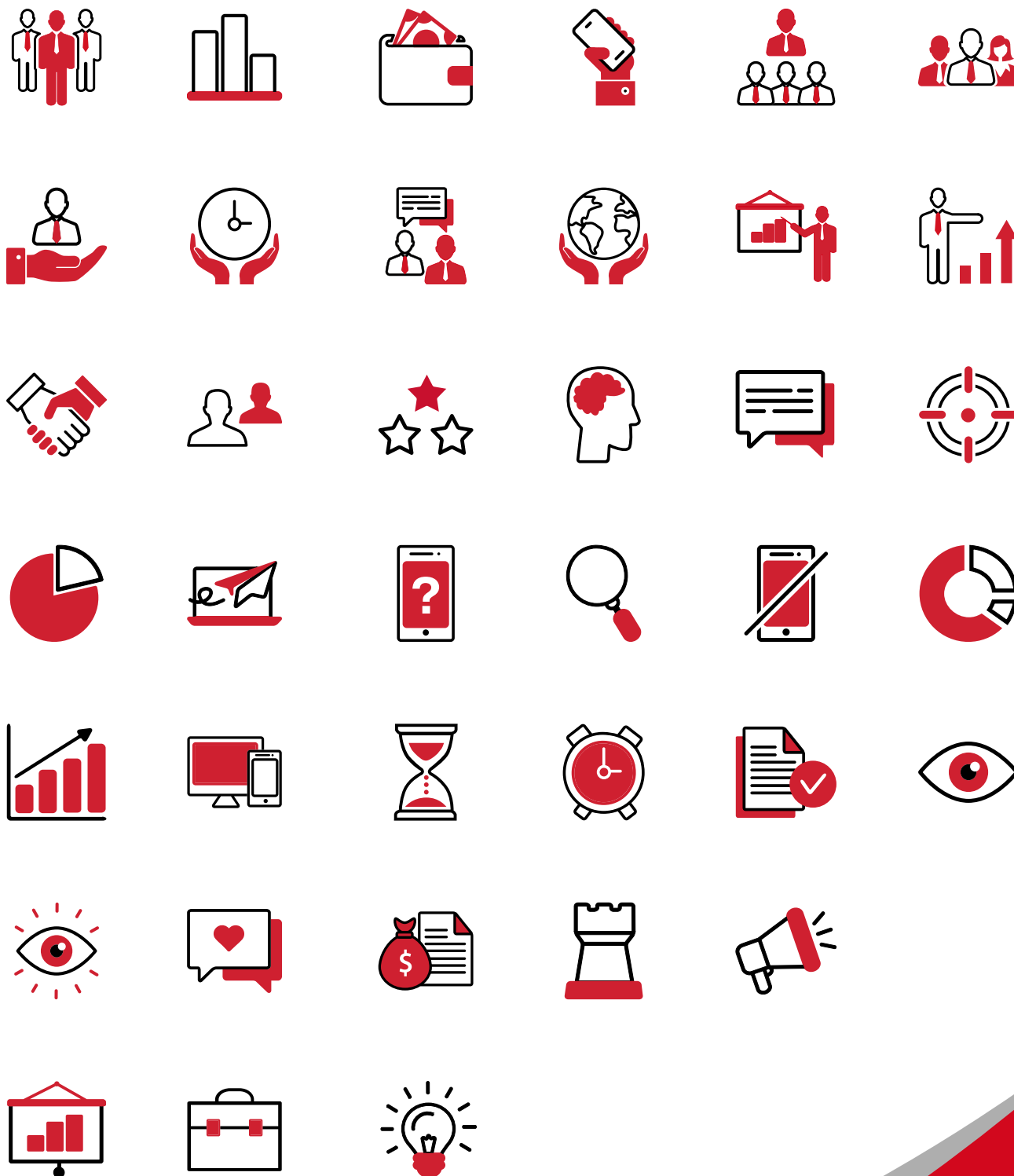
Styl ilustracji

Styl ilustracji, który został zastosowany, cechuje się wyjątkową precyzją i realizmem, co nadaje im niemal fotograficzną jakość. Jednocześnie, mocne kontrasty kolorystyczne wraz z intensywnym wykorzystaniem koloru czerwonego pomagają wyróżnić ilustracje i przyciągnąć uwagę odbiorcy. Wszystko to ma na celu pokazanie pozytywnych relacji między przedsiębiorcami, a także ich pozytywnego podejścia do biznesu i otwartości na współpracę. W ten sposób ilustracje te mogą być skutecznym narzędziem w budowaniu wizerunku biznesowego i komunikowaniu wartości, jakie reprezentują przedsiębiorcy przynależący do BNI.



Ikonografia

Ikonografia BNI cechuje się prostotą i czytelnością, co sprawia, że ikony są łatwe do rozpoznania bez względu na ich rozmiar. Wizualny język BNI oparty jest na liniach, które tworzą kontury ikon, natomiast kolor czerwony używany jest jedynie w niektórych elementach ikonki jako wypełnienie. Ten minimalistyczny styl ikonografii BNI ma na celu zapewnienie spójnego i jednoznacznego wizerunku marki, który jest łatwo rozpoznawalny przez klientów.



Papeteria

Wizytówka

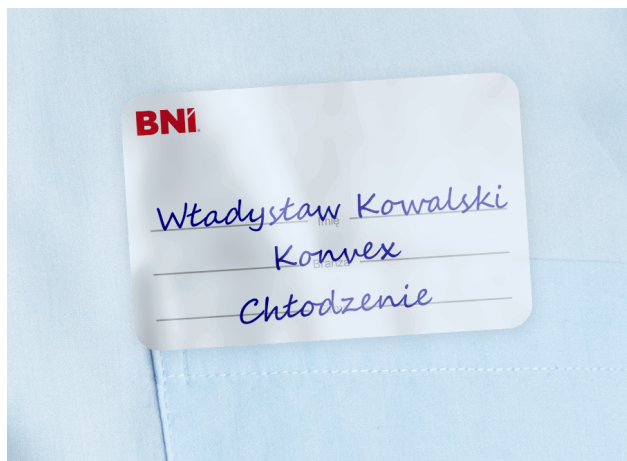


Teczka



Papeteria

Identyfikator | Naklejka | Pin



Papeteria

Notes



Papeteria

Papier firmowy



Dyplomy | Podziękowania



Szablony

Szablon mailingu

BNI

**Podziękowanie
za płatność**



Witaj Łukasz,

Dziękujemy za Twoją płatność dotyczącą członkostwa w BNI. Twoja aplikacja została przedstawiona Komitetowi ds. Członkostwa Grupy.

W ciągu 14 dni otrzymasz **informację zwrotną odnośnie Twojej kandydatury**.

Fakturę końcową wyślemy w oddzielnej korespondencji.

W razie jakichkolwiek pytań, prosimy o kontakt z Biurem Regionalnym lub Biurem Narodowym.

Biuro Narodowe BNI Polska
biuro@bnipolska.pl
+48 22 398 15 22
bnipolska.pl | francyzabni.pl

BNI

BNI Poland Sp. z o.o.
ul. Chłodna 51, Warszawa, Mazowieckie 00-867, Polska, +48 22 398 15 22
[Anuluj subskrypcję](#) [Zarządzaj preferencjami](#)

Podpis wiadomości e-mail Pracownik | Członek

Iwona Kowalska
Specjalista ds. Marketingu
Tel: +48 222 333 444

T +48 222 333 444
E i.kowalska@bnipolska.pl
W biznesprzezrekomendacje.pl



bnipolska.pl

[Obejrzyj](#) wideo i dowiedz się, czym jest BNI.

BNI Poland Sp. z o.o.
ul. Chłodna 51, 00-867 Warszawa



Iwona Kowalska
Dyrektor Zarządzający ds. Sprzedaży
Tel: +48 465 476 389
Mail: i.kowalska@bnipolska.pl



Szablony

Tło do komunikacji on-line



Tapeta na monitory



Szablony

Ścianka do zdjęć



Roll-up | Roll-up Grupy



Obrus na spotkania grup



Szablony

Oznakowanie aut



Oznakowanie kierunkowe na spotkania Grup

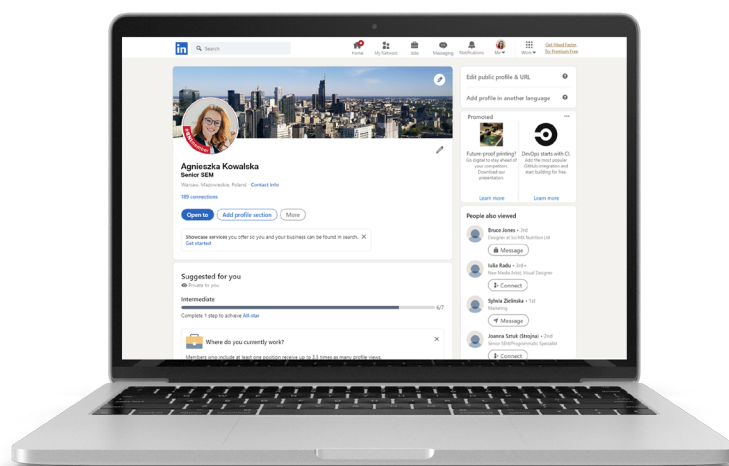


Szablony

Grafiki dla Social Media



Photoframe





bettertogether™