Дмитрий Велле

Senior
Graphic
Designer


Брендинг
узнаваемость
и характер
Полиграфия
единый образ
информация
и коммуникация
Логотип
идентичность
и стиль
Презентации
структура и
убедительность
ВАШ БИЗНЕС
идея • ценности • цели
Социальные сети
единый образ
и доверие
Карточки товаров
внимание и продажи
Упаковка
привлекательность
и отличие
Рекламные макеты
интерес и вовлечение

Обо мне

Приветствую! Меня зовут Дмитрий. Я графический дизайнер, иллюстратор и художник. Опыт в дизайне 12+ лет. Мое кредо: Создание эстетичного дизайна с сохранением информационной составляющей. Моя экспертиза позволяет одинаково эффективно работать как над точечными задачами, так и над комплексным оформлением.

Контакты

dmwdesign@yandex.ru
telegram @dmwells
vk @dmwdesign

dmwells.ru

Направления

Основные

Полиграфия, Карточки, Упаковка
Фирменный стиль, Логотипы
Баннеры, Реклама ...

и другие

Persolena

Айдентика

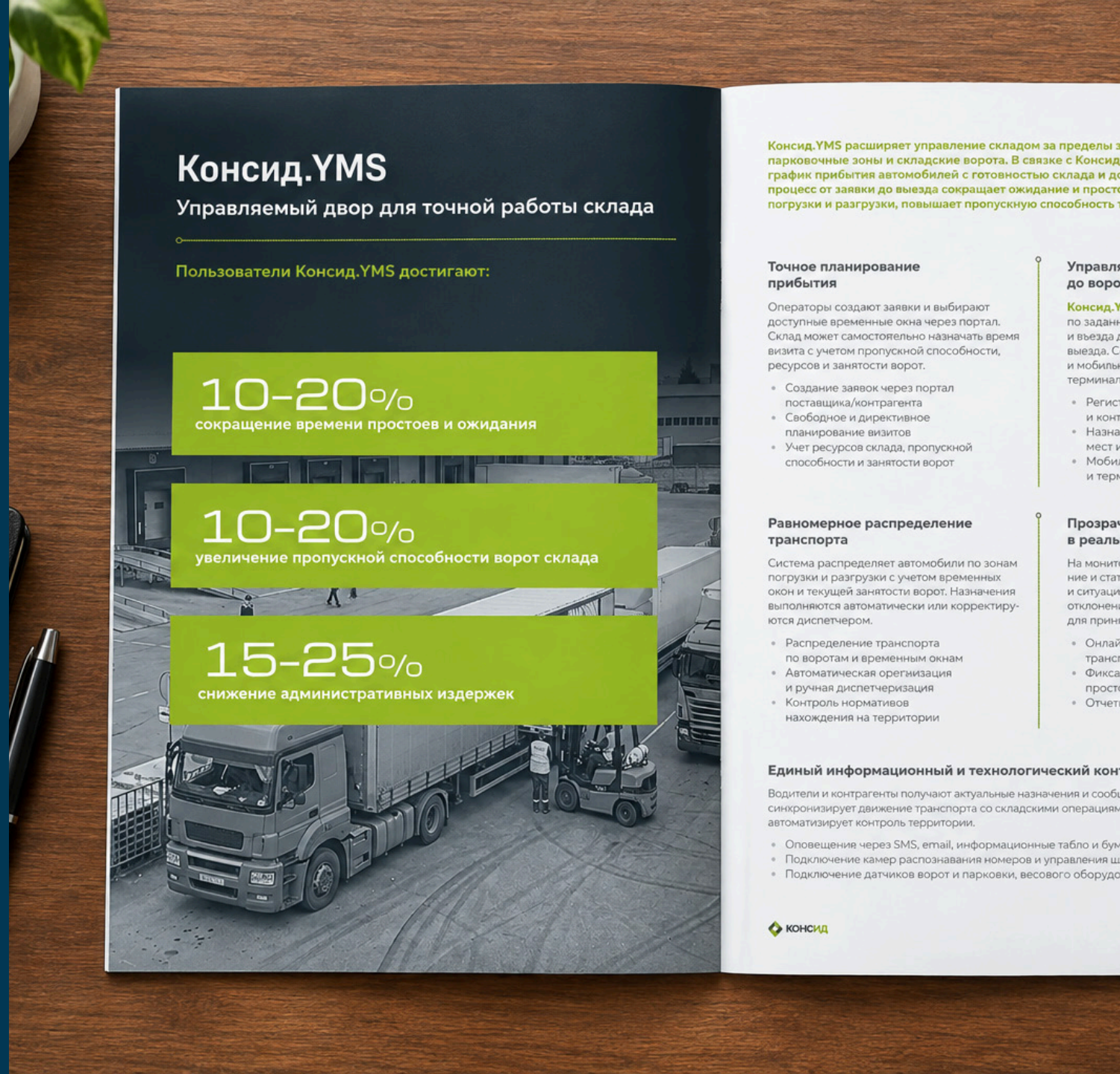
Разработка логотипа. Личный бренд. Этот логотип транслирует теплоту, индивидуальный подход и творчество. Для персонального бренда — это идеальное попадание, так как он строится вокруг личности. Бренд выглядит целостным, дружелюбным и современным. Он легко переносится на любые носители, превращая обычные вещи в стильные аксессуары. Создан образ эксперта, который открыт к людям. Бренд «Persolena» транслирует мысль: «Здесь вас поймут, здесь к вам отнесутся с душой».



Консид

Дизайн и верстка буклета

Буклет создан для компании «Консид» — российского разработчика и интегратора ИТ-систем для управления складом, производством и логистическими процессами. Основная задача издания — представить комплекс решений компании в понятной и убедительной форме: показать возможности платформы, ключевые продукты, преимущества внедрения и реализованные проекты. Буклет рассчитан на представителей бизнеса, руководителей логистики, производства и ИТ-подразделений.



MÖN

Логотип, упаковка

Разработка логотипа и дизайна упаковки марки косметики. Проведен полный цикл работ по созданию фирменного стиля и оформлению упаковки: Разработка логотипа и айдентики: Создан лаконичный логотип и подбрана палитра в природных тонах, передающая идею экологичности, чистоты и бережного ухода. Дизайн этикеток и коробок: Разработано единое стилевое решение для всей линейки средств (флаконы, баночки, картонная упаковка). Иерархия текста проработана так, чтобы ключевые преимущества продукта считывались мгновенно.



Resurs

Айдентика

Благодаря нестандартному для ниши бирюзовому цвету, визитка мгновенно запоминается и выделяется в стопке черно-белых карточек партнеров. Правильное позиционирование: Дизайн считывается как «дорогой» и «интеллектуальный». Клиент воспринимает компанию не как подрядчика-исполнителя, а как экспертное бюро. Высокий контраст светлого текста на темном фоне обеспечивает отличную читаемость контактов даже при беглом взгляде. Визуальный стиль Resurs INTECH теперь полностью соответствует статусу компании, предлагающей качественные инженерные решения.



Woodgrand

Карточка товара

Клиент — WOODGRAND, производитель товаров из древесно-полимерного композита (ДПК). Задача: разработать визуальное оформление карточки товара для маркетплейсов (Ozon, Wildberries и др.), которое привлечёт внимание покупателя в общей выдаче и наглядно донесёт преимущества материала. Графика успешно адаптирована под форматы маркетплейсов и соцсетей — то есть готовый набор карточек можно использовать сразу в нескольких каналах без дополнительной переработки, что упрощает и ускоряет вывод товара в продажу.



Обо мне

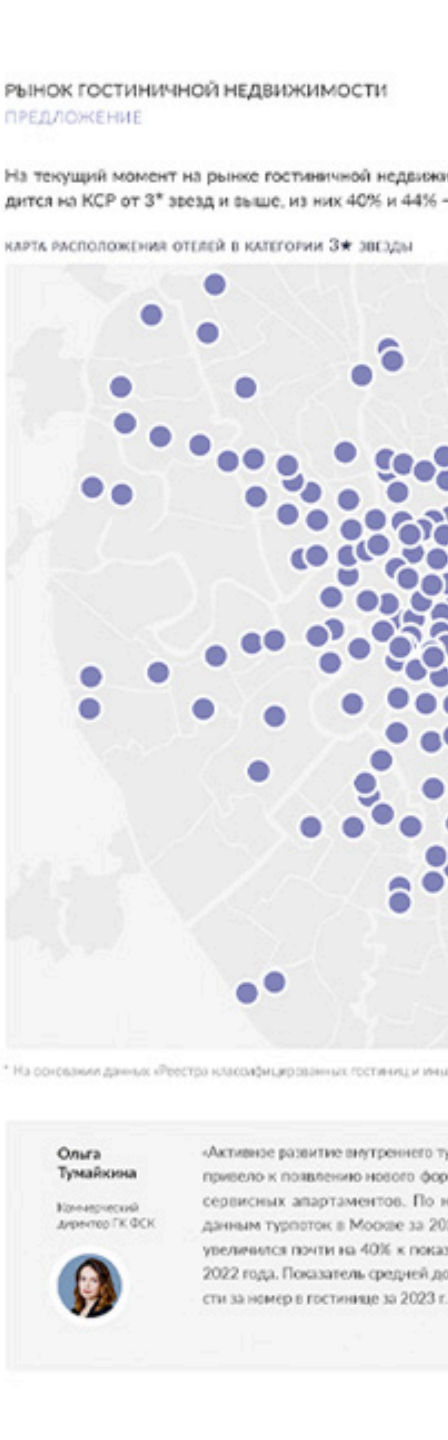
Клиенты часто спрашивают, почему дизайн стоит дорого — «это же просто картинки». На деле за ценой стоит целая инфраструктура: софт, нейросети, расходы на продвижение портфолио и постоянное обучение, анализ тз, итерации правок, подготовка файлов под разные форматы и многое другое.

RICCI

Брошюра

Проведена комплексная работа по структурированию и визуальному оформлению многостраничного документа: Продуманная верстка 20 страниц: Разработана модульная сетка, которая позволила равномерно распределить плотный аналитический контент, выдержать ритм чтения и избежать эффекта «перегруженности» текстом. Созданы наглядные диаграммы, графики и таблицы, отражающие специфику апарт-отелей. Подобрана строгая типографика, выдержана лаконичная цветовая гамма и создана понятная система визуальных акцентов, подчеркивающая статус компании Ricci как ведущего эксперта рынка.





Cometum

Разработка логотипа

Создан запоминающийся и статусный бренд-знак, который успешно решает задачи позиционирования COMETUM в высоком ценовом сегменте. Интеграция в продукт: На корпусе игрового ПК логотип выглядит органично. Его плавные линии перекликаются с трубками системы жидкостного охлаждения. Знак отлично работает с подсветкой, становясь центральным элементом визуального оформления сборки и подчеркивая её премиальность.



Metis

Логотип

Создана цельная и сильная визуальная экосистема для бренда Metis Medical Management. Бренд получил запоминающийся символ, который выделяет его среди конкурентов, часто использующих стандартную медицинскую символику. Визуальный образ компании считывается как «дорогой» и экспертный. Это помогает привлекать более высокий сегмент аудитории и партнеров. Продемонстрирована отличная работа стиля на всех точках контакта с потребителем — от мелкой сувенирной продукции до крупноформатной наружной рекламы.



OXFORD

Айдентика

Разработана премиальная визуальная концепция бренда канцелярских товаров OXFORD. Основой айдентики стал классический логотип с короной и строгой типографикой, размещённый на глубоком тёмном фоне. Цветовое решение передаёт ощущение статуса, качества и надёжности, подчёркивая принадлежность бренда к сегменту премиальной канцелярии.



Beach Queen

Логотип

Клиент — бренд BeachQueen, работающий в сфере красоты и здоровья. Создание знака, который транслирует лёгкость, женственность и летнее настроение бренда. При разработке логотипа учтена специфика ниши (красота и здоровье) — акцент на изящность форм и цветовую палитру, ассоциирующуюся с пляжем, солнцем и морем, чтобы логотип хорошо считывался как на упаковке/баннерах, так и в цифровых форматах. Задача: разработать логотип, отражающий образ уверенной, яркой и стильной «королевы пляжа».



Факты

Большой опыт работы

Множество проектов и отзывов

Качественно и вовремя

WitaMarkt

Айдентика

Создан сильный и запоминающийся бренд, который успешно конкурирует в сегменте натуральной косметики, выделяясь изысканностью и элегантностью. Логотип и общая айдентика однозначно транслируют ключевые ценности бренда: натуральность, качество и доверие. Монограмма «V» становится отличительным знаком бренда, делая его легко запоминаемым на полке и в цифровом пространстве.



Кофевар

Разработка айдентики

Логотип был разработан для кофейни. Его задача — отражать тепло, уют, ручную работу и насыщенный вкус. Логотип успешно интегрирован во все элементы фирменного стиля, обеспечивая его высокую узнаваемость и создавая целостный образ бренда «КофеВар». Он эффективно коммуницирует название и суть заведения, привлекая внимание и формируя положительные ассоциации у потребителей. Успешное масштабирование логотипа от мелкой детали на стаканчике до крупного элемента интерьера демонстрирует его продуманный дизайн и универсальность.



Home &Sense

Упаковка для миски

Дизайн упаковки является одним из ключевых факторов, влияющих на успех продукта на рынке. Он помогает привлечь внимание покупателей, делает продукт более узнаваемым и повышает его конкурентоспособность.



KORLOFF

Разработка открытки

Korloff — это французский ювелирный дом, основанный в 1980-х годах. Он специализируется на производстве ювелирных изделий и часов из золота, серебра и драгоценных камней. Марка Korloff известна своими роскошными и изысканными украшениями, а также уникальными и редкими драгоценными камнями, которые используются в изделиях.



Tsubaki

Карточка товара

Задача: разработать дизайн карточки товара для маркетплейса — главное изображение и инфографику, раскрывающую состав и преимущества продукта. Создана карточка с акцентом на премиальность продукта — чистая композиция, качественная предметная съёмка/рендер товара и лаконичная инфографика, доносящая ключевые преимущества (состав, эффект от применения, объём) без перегруженности деталями. Стиль выдержан в духе бренда — с отсылкой к японской эстетике ухода за собой.



Обо мне

И главное — хороший дизайн работает: повышает узнаваемость бренда, конверсию и избавляет от дорогих переделок, тогда как дешёвое решение почти всегда оборачивается повторными тратами. Поэтому хороший дизайн стоит дорого — он экономит деньги там, где дешёвый их теряет.

МЦПО

Разработка дизайна и верстка евробуклета

Буклет медицинской организации, занимающейся обучением техникам массажа, является важным инструментом для привлечения новых клиентов и повышения уровня доверия со стороны потенциальных пациентов. Разработанный буклет представляет собой красочное и информативное издание, которое содержит всю необходимую информацию о медицинской организации и предлагаемых ею услугах.



Healthy Nuts

Разработка этикетки

Создание современной, привлекательной и премиальной упаковки для линейки орехов с различными вкусами — подчёркивающей натуральность, качество и гастрономическую изысканность продукта.



УЗОР

Дизайн и верстка каталога плетеной мебели

Дизайн макета каталог с обработкой изображений. Разработка макета каталога мебели с ориентацией на визуальную презентацию продукции. Интеграция реальных фото, инфоблоков и чистой сетки для лёгкого восприятия.



Laser

Разработка роллапа

Роллап - это один из видов печатной рекламы. Роллапы используются на выставках, конференциях, презентациях и других мероприятиях, где необходимо привлечь внимание аудитории к определенному продукту или услуге.



Больше проектов

на freelance.ru

Работаю по договору и структурированному ТЗ. Техническое задание необходимо для того, чтобы зафиксировать единое видение проекта, точно рассчитать стоимость и сроки, уберечь процесс от бесконечных правок, а также служить объективным критерием оценки качества работы.



Отзывы клиентов

посмотреть отзывы

отзывы моих клиентов

Контакты

dmwells.ru

dmwdesign@yandex.ru
telegram @dmwells
vk @dmwdesign

Пожалуйста, оформите ваши пожелания в ТЗ (техзадание, бриф, референсы) перед обращением!