



# Brand guidelines



Deze Brand Guide is voor iedereen die werkt voor & aan het merk Pay. In dit document staan de spelregels van de merk- en visuele identiteit.

Neem bij vragen contact op met: [marketing@pay.nl](mailto:marketing@pay.nl)

**Design by Wirelab.**

# Merkstrategie

Logo

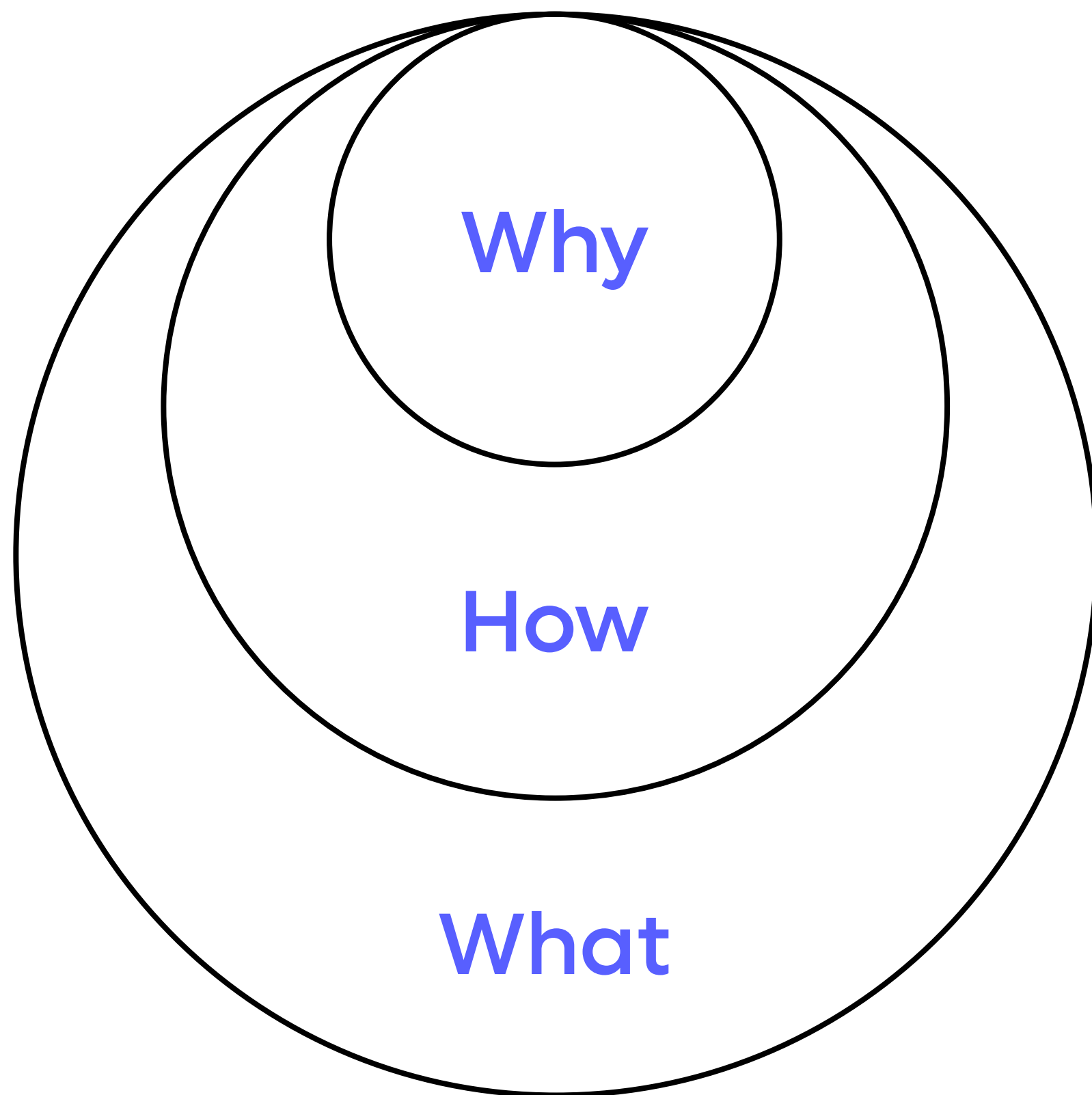
Kleuren

Typografie

Vormtaal

Fotografie

Toepassingen



## Why

**Pay. brengt ondernemers verder.**

- Wij geloven dat betalen makkelijk en veilig moet zijn. Altijd en overal.
- Wij ontzorgen (online) ondernemers en organisaties door dit te realiseren.
- Zo kunnen zij op ons bouwen en zorgeloos focussen op hun bedrijf(sdoelen).

## How

- Alles in één betaalplatform.
- Kennis en ervaring / expertise.
- Breedste aanbod betaaloplossingen.
- Innovatieve oplossingen.
- Hoog service level.

## What

- Als Payment Service Provider faciliteert Pay. digitale on- & offline betalingen

## Golden Circle



# Visie

## Onze droom is dat...

- elke betaling een aangename ervaring is (makkelijk, veilig - altijd en overal).
- (online) ondernemers zich nooit zorgen hoeven te maken over betalingen.
- wij top-of-mind zijn als dé Europese leider in betaaloplossingen.

## Missie en visie

# Missie

## Hoe realiseren we onze visie?

Dit doen we met ons omnichannel betaalplatform dat betalingen - altijd en overal - makkelijk en veilig mogelijk maakt, voor de klanten van onze merchants.

Hét alles in één platform met het grootste aanbod betaaloplossingen: flexibel, betrouwbaar, compleet en klaar voor de toekomst. Op deze manier kunnen onze merchants op ons bouwen en zorgeloos focussen op ondernemen.

Daarnaast werken we continu aan de beste (betaal)oplossingen, klantenservice en de beste versie van onszelf. Zo werken we elke dag aan vooruitgang.

## Missie en visie

Pay is...

Klantgericht

Innovatiegedreven

Eigenzinnig

Betrouwbaar

Kernwaarden

## Klantgericht

We zetten onze merchants op nummer één en zijn altijd op zoek naar meerwaarde in de vorm van oplossingen en service. We denken in oplossingen, geven vrijheid en inzicht en staan altijd klaar om te helpen.

**Klant is koning.**

## Innovatiegedreven

Door het optimaliseren van onze ‘motor’, organisatie en alles in één betaalplatform bouwen elke dag altijd aan vooruitgang. Door constant te ontwikkelen en onszelf uit te dagen groeien we als mens en organisatie.

**Stilstand is achteruitgang.**

## Eigenzinning

Door het optimaliseren van onze ‘motor’, organisatie en alles in één betaalplatform bouwen elke dag altijd aan vooruitgang. Door constant te ontwikkelen en onszelf uit te dagen groeien we als mens en organisatie.

**Stilstand is achteruitgang.**

## Betrouwbaar

Met 99,99 uptime garantie, de beste techniek en een hoog service level kun je op ons bouwen. Letterlijk en figuurlijk. We zijn altijd bereikbaar, staan klaar als adviespartner en garanderen probleemloze betalingen, en dus omzet.

**Ondernemen zonder zorgen.**

## Kernwaarden

# Denk je Pay., denk je betrouwbaar

99,99 uptime garantie, altijd bereikbaar, veilige & snelle betalingen, super service, innovatieve oplossingen, altijd en overal inzicht, klaar voor de toekomst & eerlijk advies, en meer.

Merchants kunnen altijd bouwen en vertrouwen op Pay. en dus zorgeloos focussen op hun bedrijf(sdoelen).

## Merkessentie

# Archetype

## De basis voor het gedrag van jouw merk

Archetypes (Psycholoog Carl Jung) zijn voor iedereen hetzelfde. De held en de moeder zijn bijvoorbeeld fundamentele karakters die iedereen kent. Omdat we elk archetype instinctief begrijpen hoeft een merk veel minder uit te leggen. Een merk archetype (2001) helpt jouw merk om een unieke positie in te nemen, geeft jouw merk persoonlijkheid en roept een bepaald gevoel op.





# Archetype: Sage

## Ons DNA: De Wijze (Sage)

Een ‘wijs’ merk staat voor kennis, waarheid en wijsheid. Expertise is ontzettend belangrijk en gebaseerd op - bij voorkeur - feitelijke informatie. Klanten die voor een wijs merk kiezen, maken een weloverwogen keuze en houden van innovatieve oplossingen en kwaliteit.

De Wijze zorgt voor rust en vertrouwen. Kennis helpt hem om een betere wereld (of betaaloplossingen) te creëren. Die kennis verspreidt hij ook graag en deelt hij met anderen. Typische waarden die passen bij een wijs merk zijn slim, rationeel, onderscheidend, innovatief, deskundig en zelfverzekerd. Dit archetype past uitzonderlijk goed bij complexe producten en diensten.

## De Wijze kan zichzelf verliezen

Als Sage kun je je verliezen in data. Kritisch zijn is goed, maar soms komt de Wijze over als betweterig. Ook kan de Wijze zich verliezen in complottheorieën of trekt hij letterlijk alles in twijfel. Sceptisch wordt dan eerder achterdochtig.

Daarom 'lenen' we graag iets van...



## Archetype

# Archetype: Creator

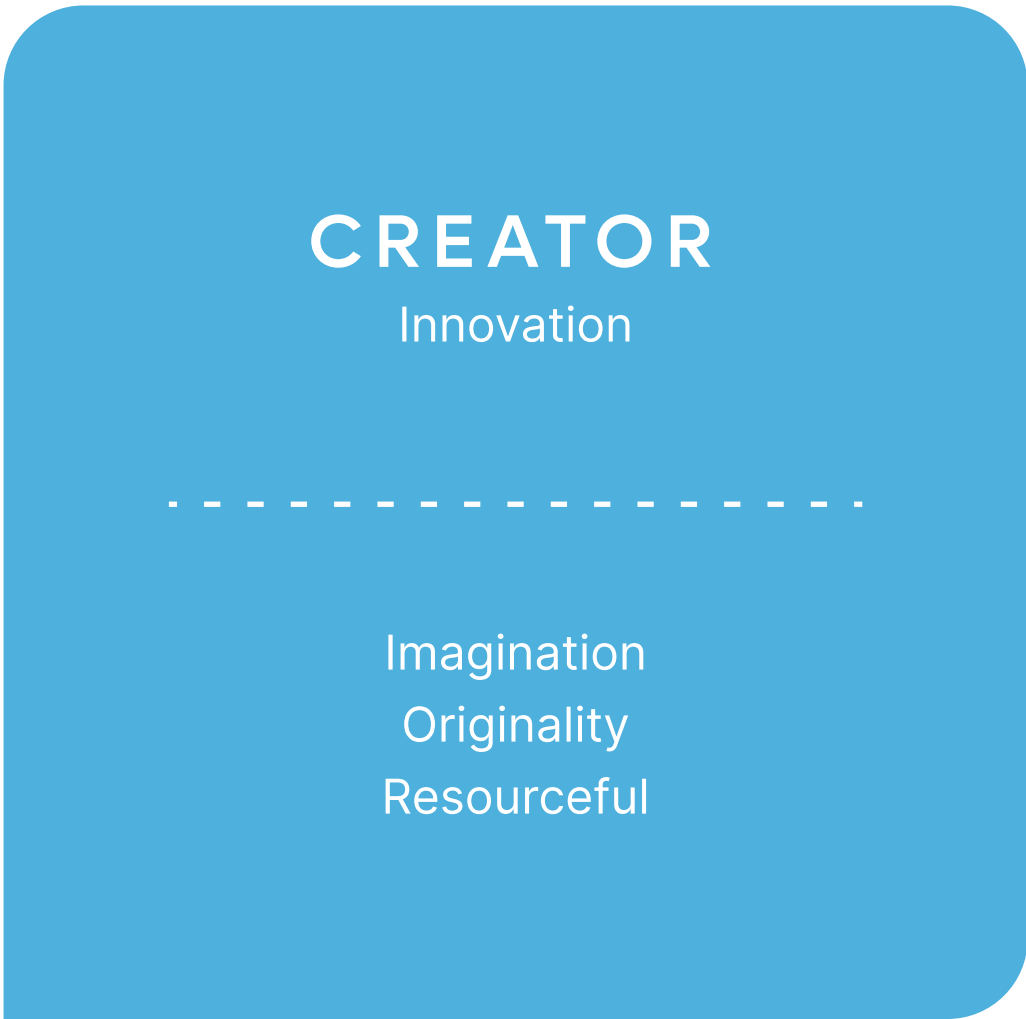
## Creatieve Innovator (Creator)

Voor de Creator draait alles om een eigen visie. Outside-the-box thinking, creatief, technisch en praktisch, de Creator weet exact wat hij wil. Hij jaagt een ideaal na en creëert het product of de dienst die zijn visie werkelijkheid maakt. De Creator is eigenwijs, innovatief en altijd op zoek naar de beste oplossing en toegevoegde waarde.

## Waardevolle eigenschappen

Juist omdat de Creator het onmogelijke mogelijk maakt zijn klanten bereid extra te betalen voor Creator producten of diensten. Creators nemen een leidende rol in innovatie en ontwikkelen zo producten die hun visie vorm te geven.

De Creator biedt klanten innovatieve oplossingen en nieuwe mogelijkheden. Hoge kwaliteit is voor de Creator van groot belang, hij streeft naar het perfecte product. Hierin is niet ‘de beste zijn’ maar ‘de beste oplossing bieden’ leidend. De innovatie en het gemak zijn slechts een middel om de klant vooruit te helpen.



## Archetype



achter elke betaling

Pay.

Pay-off

We staan letterlijk achter elke betaling (op je bankafschrift). Onze droom is om ooit achter elke betaling in de wereld te staan. We werken achter de schermen van elke betaling zodat alles gaat zoals gewenst. We staan achter elke betaling maar ook (als partner) achter de (online) ondernemer.

PAY. is een kwaliteitsstempel, welke synoniem staat aan veilig, snel en makkelijk betalen. Zo is er een meerwaarde voor iedereen die 'PAY.' achter zich heeft staan. Met ons platform lukt elke betaling. Altijd & overal - daar staan wij voor (én dus ook achter).

# Het alles-in-één betaalplatform dat jou verder brengt.

Laat je klanten altijd en overal betalen.

Pay. is dé oplossing voor al jouw betalingsverkeer.

Succesvolle betalingen en financieel inzicht, altijd en overal.

Zo kan jij focussen op jouw bedrijfsdoelen.

achter elke betaling



Brand Pitch

Merkstrategie

Logo

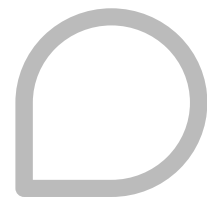
Kleuren

Typografie

Vormtaal

Fotografie

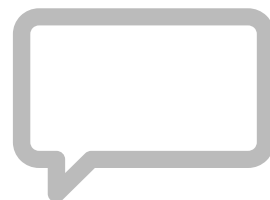
Toepassingen



+



+



=

Referentie en knipoog naar  
huidig beeldmerk

Bekende on- en offline  
betaaloplossing

De dialoog tussen ons  
en onze klanten



Logo



Primair logo



Secundair logo

## Logo versions

Het primaire logo dient te worden ingezet in alle communicatieuitingen waar mogelijk.

Het secundaire logo mag ingezet worden wanneer er geen context nodig is én het voldoende ademruimte heeft. Bijvoorbeeld op een muur, een trui of notitieblok.



Tertraire logo / icon

## Logo icons

Wanneer het logo klein en vierkant ingezet moet worden én de naam Pay. in context aanwezig is mag het Logo icon gebruikt worden. Bijvoorbeeld als favicon of icoon voor de app.



[1]



[3]



[2]



[4]

Logo gebruik

Gebruik waar mogelijk het primaire logo [1]. Wanneer paars als achtergrondkleur gebruikt wordt mag de diapositieve versie gebruikt worden [2]. Wanneer het secundaire logo gebruikt wordt; gebruik dan voor donkere achtergronden de witte variant [3] en voor lichte achtergronden de paarse variant [4].

achter elke betaling

The logo consists of the word "Pay." in white, sans-serif font, enclosed within a blue rounded rectangle.

Logo met pay-off

Het logo met pay-off wordt gebruikt in communicatie-uitingen. Dit kan zowel in combinatie met communicatie zijn ('Voor..' / 'Achter..') of als opzichzelf staande communicatie.

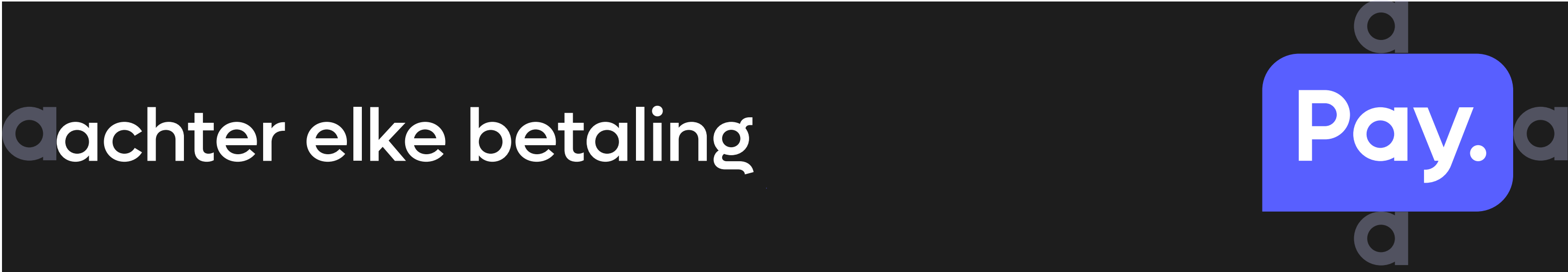




## Logo space


















Zorg dat het logo voldoende ademruimte heeft zodat deze het beste uit de verf komt. Als richtlijn gebruiken we de 'a' van Pay. als minimale witruimte.

achter elke betaling 



Logo space

De marge tussen de pay-off het logo is standaard de breedte 'a' van het Pay. logo. Daarnaast kan de pay-off los gebruikt worden door deze bijvoorbeeld links uit te lijnen.

<div>[1] </div> <div></div>		<div>[2] </div> <div></div>		<div>[3] </div> <div></div>		<div>[4] </div> <div></div>		<div></div>
<div>[5] </div> <div></div>		<div>[6] </div> <div></div>		<div>[7] </div> <div></div>		<div>[8] </div> <div></div>		
<div>Logo don'ts</div>					<div>Gebruik altijd het originele aspect-ratio [1] &amp; [2]. Trek het logo niet scheef en roteer het niet [3].</div> <div>Gebruik geen andere kleuren dan beschreven in het handboek [4] en voeg geen effecten (zoals 'drop shadow') toe [5].</div> <div>Gebruik het embleem niet anders dan omschreven [6] &amp; [7]. Gebruik het logo niet zonder embleem [8].</div>			
Pay. Brand Guidelines			Logo					



40 px

Minimale breedte digitaal gebruik



8 mm

Minimale breedte print

Logo size

Om de optimale leesbaarheid te bewaren maak het logo niet smaller dan 40 pixels bij digitaal gebruik. Houd voor print een minimale breedte van 8 milimeter aan.

Merkstrategie

Logo

Kleuren

Typografie

Vormtaal

Fotografie

Toepassingen

<div>Lila blue</div> <div>#585FFF</div> <div>RGB 88 / 95 / 255</div> <div>CMYK 82 / 72 / 0 / 0</div> <div>PMS 2726 C</div>	<div>Deep gray</div> <div>#1D1D1D</div> <div>RGB 29 / 29 / 29</div> <div>CMYK 75 / 65 / 60 / 80</div> <div>PMS Black C</div>	<div>White</div> <div>#FFFFFF</div> <div>RGB 255 / 255 / 255</div> <div>CMYK 0 / 0 / 0 / 0</div>	
<div>Primaire kleuren</div>		<div>Er is gekozen voor 3 primaire kleuren. Lila Blue, Deep Gray en White. Deze zijn te gebruiken voor teksten, volvlak achtergronden, accenten en grafische elementen.</div> <div>Omdat 90% van onze uitingen digitaal zullen zijn is gekozen voor een heldere, moderne en eigen kleur ‘Lila Blue’ welke extra goed uit de verf komt wanneer deze digitaal gebruikt wordt. Uiteraard ook te gebruiken met de CMYK waardes en een passende Pantone kleur.</div>	
Pay. Brand Guidelines	Colors		

				<div>P.</div>		
<div>Sky blue</div> <div>#65DAFF</div> <div>RGB 101 / 218 / 255</div> <div>CMYK 53 / 0 / 2 / 0</div>		<div>Sky blue 50%</div> <div>#B2EDFF</div> <div>RGB 178 / 237 / 255</div> <div>CMYK 32 / 0 / 3 / 0</div>		<div>Rose</div> <div>#FFD0DE</div> <div>RGB 255 / 208 / 222</div> <div>CMYK 0 / 27 / 4 / 0</div>	<div>Lila blue 20%</div> <div>#DEDFFF</div> <div>RGB 222 / 223 / 255</div> <div>CMYK 15 / 13 / 0 / 0</div>	
<div>Secundaire kleuren</div>				<div>Naast de primaire kleuren gebruiken we 4 secundaire kleuren. Deze zijn wat lichter en zachter om zo het juiste gevoel te communiceren richting de doelgroep.</div> <div>Deze kleuren worden gebruikt voor accenten en grafische elementen.</div>		
Pay. Brand Guidelines			Colors			

Merkstrategie

Logo

Kleuren

Typografie

Vormtaal

Fotografie

Toepassingen



Lufga

Medium  
Regular

[Download Lufga](#)

The purple fox pays  
the merchant safe  
and quickly

ABCDEFGHIJKLMN  
OPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopq  
rstvwxyz  
1234567890

## Primaire typografie

Als primaire typografie gebruiken we Lufga. Dit vriendelijk ogende, open en geometrische font past bij de waarden en huisstijl van Pay. Het font wordt gebruikt voor titels en subtitels.

Inter

**Bold**

**Semibold**

Regular

[Download Inter](#)

**The purple fox pays  
the merchant save  
and quickly**

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
STUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
xyz1234567890

## Secundaire typografie

Als secundaire typografie gebruiken we Inter. Dit strakke, zakelijke en goed leesbare Google font is perfect voor de langere teksten. Het font wordt gebruikt voor broodteksten.

		<div>P.</div>
<div>Hello world!</div>	Lufga medium voor subheadings	
<div>The purple fox pays the merchant safe and quickly</div>	Lufga Medium voor headings Interlinie: 120% t.o.v. font grootte	
<div>In nascetur imperdiet non eu et morbi morbi consectetur non. Tristique urna tincidunt arcu lectus. In pellentesque et, vulputate scelerisque lacus, consequat sed. Ullamcorper volutpat sit lobortis suspendisse id quis sed in blandit.</div>	Inter Regular voor bodytext Interlinie: 160% t.o.v. font grootte	
<div>This is a button</div>	Inter Semibold voor buttons	
Typografie gebruik		
Pay. Brand Guidelines	Typography	

Merkstrategie

Logo

Kleuren

Typografie

Vormtaal

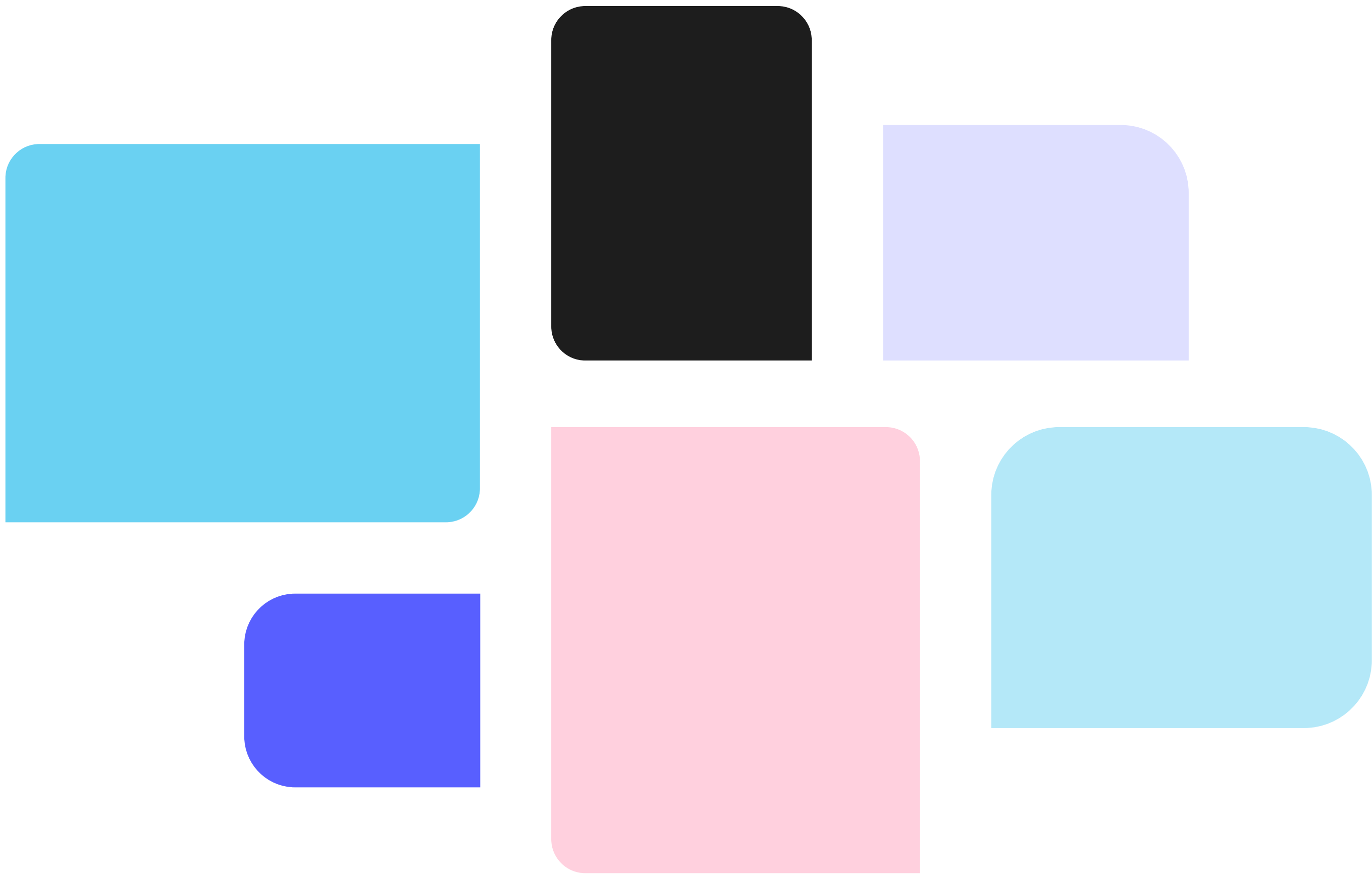
Fotografie

Toepassingen



Vormen

De afgeronde hoeken van het logo zijn de basis voor andere vormen die we gebruiken in onze visuele identiteit.



## Vormen

De vormen met afgeronde hoeken kunnen op verschillende manieren, groottes en composities geplaatst worden en vormen zo het platform van betalingen.



Vormen

De vorm kan als achtergrondvlak fungeren.

Voor **alle** betalingen  
op **één platform.**

## Vormen

De vorm kan als highlight in tekst gebruikt worden om wat extra gelaagdheid aan te brengen.



Merkstrategie

Logo

Kleuren

Typografie

Vormtaal

Fotografie

Toepassingen





## Sfeerfotografie

We gebruiken warme, sfeervolle fotografie waar zowel de producten, merchants als de eindgebruiker op kan staan. Bij voorkeur is er een accent in de foto die één van de secundaire kleuren bevat.





## Studiofotografie

Naast de sfeerfotografie maken we gebruik van studiofotografie. Deze vrijstaande beelden van producten, merchants en eindgebruikers kunnen geplaatst worden voor een volvlak om zo extra gelaagdheid te creëren.





Studiofotografie

Merkstrategie

Logo

Kleuren

Typografie

Vormtaal

Fotografie

Toepassingen





## Toepassingen



Voor **alle**  
betalingen  
op **één**  
platform.

achter elke betaling



Voor alle betalingen  
op één platform.



achter elke betaling



Voor het grootste  
aanbod betaal-  
oplossingen.



achter elke betaling



## Toepassingen





Deze Brand Guide is voor iedereen die werkt voor & aan het merk Pay. In dit document staan de spelregels van de merk- en visuele identiteit.

Neem bij vragen contact op met: [marketing@pay.nl](mailto:marketing@pay.nl)

**Design by Wirelab.**