SHOWCASE:
REBRANDING GITIHO
BRAND VISUAL SYSTEM

## OVERVIEW

**BRAND NAME: Gitiho**
**CLIENT/COMPANY: CÔNG TY CỔ PHẦN CÔNG NGHỆ GIÁO DỤC GITIHO VIỆT NAM**

**Website: gitiho.com**
Gitiho là nền tảng công nghệ giáo dục cung cấp các khóa học trực tuyến cho cá nhân và doanh nghiệp, tập trung vào phương pháp luyện tập có chủ đích và ứng dụng vào công việc.

Nền tảng được thiết kế để chuẩn hóa nội dung, lộ trình và bài tập thực hành, giúp người học nâng cao năng lực thông qua hệ thống bài học, bài kiểm tra và công cụ theo dõi tiến bộ trên môi trường số.

## INDUSTRY/CATEGORY

Gitiho hoạt động trong lĩnh vực EdTech – giao điểm giữa công nghệ và giáo dục tri thức, nơi yêu cầu vừa mang tính kỹ thuật, chuẩn hoá hệ thống, vừa đòi hỏi chiều sâu nhân văn và giá trị khai sáng.

Trong bối cảnh các nền tảng e-learning và L&D cho doanh nghiệp ngày càng bão hoà, Gitiho hướng đến khác biệt bằng cách chuyển hoá tri thức thành năng lực ứng dụng, đặt trọng tâm vào tính đúng đắn, chính trực và truyền cảm hứng học tập bền vững.

Đặc thù lai giữa công nghệ (Tech) và giáo dục (Education) khiến việc định vị thương hiệu đòi hỏi sự cân bằng tinh tế giữa tư duy hệ thống và tư tưởng khai phóng, giữa tính logic của nền tảng số và tâm thế nhân văn của tri thức.

## PROJECT CONTEXT/BACKGROUND

Dự án tái cấu trúc hệ nhận diện thương hiệu Gitiho năm 2025 được triển khai trong bối cảnh thị trường e-learning tăng trưởng mạnh nhưng cạnh tranh khốc liệt, khi các nền tảng vừa phải đáp ứng yêu cầu công nghệ ổn định, vừa phải đồng hành lâu dài với hành trình học tập kiên trì và nhu cầu tri thức thay đổi liên tục.

Đối với Gitiho, bài toán trở lực nằm ở churn rate cao như mặt bằng chung ngành, trong khi thương hiệu đã sở hữu cộng đồng và dữ liệu khách hàng lớn nhưng chưa tạo được sức ảnh hưởng tương xứng do thiếu cá tính và bản sắc rõ ràng. Sứ mệnh **“viết lại tương lai”** mang tính khẩu hiệu rộng, chưa đủ khác biệt và khó triển khai hiệu quả trong BrandMarCom.

*Tất cả tạo nên một đề bài tái định vị và tái thiết kế Logo + CI/Brand Guideline vừa phức tạp, vừa thách thức: Cần định hình lại nền tảng tinh thần thương hiệu đủ mạnh để nuôi dưỡng tình yêu và lòng trung thành, đồng thời giữ được sự đúng đắn, chính trực và nhân văn đặc thù của ngành công nghệ giáo dục.*

## TƯ DUY & CHIẾN LƯỢC THƯƠNG HIỆU

### BRAND ESSENCE /POSITIONING

**Essence: TINH THẦN TỰ CƯỜNG TRÍ LỰC** – học để làm, làm để mạnh, mạnh để cùng nâng tầm trí lực Việt Nam.

**Định vị:** "Nền tảng tri thức tự cường – đồng kiến tạo sức mạnh nội sinh cho người Việt và doanh nghiệp".

### BRAND DNA/CORE VALUES

Tự cường nội lực – Chính trực trong tri thức – Kỷ luật để tự do – Đồng kiến tạo giá trị – Chuyển hoá thực chứng – Truyền cảm hứng tự hào Việt.

### SLOGAN/TAGLINE SYSTEM

- **Master Tagline:** Nhà đồng kiến tạo sức mạnh nội sinh.
- **Platform:** Nền tảng tri thức cho người tự cường.
- **Lời hứa:** Giáo dục có thực chứng – Học tập có chuyển hoá.

### CREATIVE BRIEF/CHALLENGE

Dự án đặt ra bài toán tái thiết kế Logo và hệ CI với yêu cầu cao về chiều sâu chiến lược và độ tinh xảo trong thể hiện thị giác: làm mới toàn bộ diện mạo thương hiệu sao cho hiện đại, tối giản và thích ứng hoàn hảo với môi trường số, nhưng vẫn truyền tải được tinh thần tri thức và chiều sâu đặc trưng của một thương hiệu EdTech mang tầm quốc gia.

Thách thức cốt lõi nằm ở việc chuyển hoá tư duy **"tri thức ứng dụng"** thành ngôn ngữ hình ảnh có cấu trúc, vừa mang tính hệ thống cho nền tảng công nghệ, vừa giữ được sức gợi cảm xúc nhân văn của giáo dục.

Mục tiêu cuối cùng là xây dựng một hệ nhận diện thương hiệu có tính bền vững cao, đủ linh hoạt để vận hành trên nhiều tầng — platform, ecosystem, B2B, cộng đồng — và đủ mạnh để trở thành biểu trưng nhất quán cho triết lý giáo dục ứng dụng của Gitiho trong hành trình phát triển dài hạn.

## TONE OF VISUAL / DESIGN MOTIF

Ngôn ngữ thị giác của Gitiho được xây dựng trên tinh thần **Trí tuệ - Chính trực - Kỷ luật - Truyền cảm hứng - Thực tế**.

Mọi yếu tố thiết kế đều hướng tới sự rõ ràng, mạch lạc và có chủ đích, thể hiện tư duy hệ thống và giá trị tri thức ứng dụng.

Cấu trúc thị giác tuân thủ nguyên tắc **“logic trong bố cục - cảm xúc trong chi tiết”**, với đường nét dứt khoát, hình khối cân đối, màu sắc tối giản nhưng **giàu năng lượng, tạo nên cảm giác tin cậy, minh bạch và truyền cảm hứng học tập bền vững.**

Typography sử dụng bộ chữ Inter làm trục chính - hiện đại, trung tính, dễ đọc, phản ánh tinh thần kỷ luật và tính ứng dụng cao của thương hiệu.

Bố cục được triển khai trên grid chuẩn Gitiho, đảm bảo tính thống nhất và khả năng mở rộng trên toàn hệ sinh thái nhận diện.

before

GITIHO

after

## LOGO CONCEPT/IDEA STORY

Logo Gitiho được thiết kế như một biểu trưng cô đọng của tinh thần tri thức ứng dụng và ý chí vươn lên giải quyết trực tiếp bài toán chiến lược đặt ra trong giai đoạn tái định vị: **vừa hiện đại – tối giản – chuẩn số hóa**, vừa mang bản sắc riêng đủ mạnh để chạm cảm xúc và khắc sâu nhận diện.

Trọng tâm thiết kế nằm ở chữ “T” - linh hồn của logo, được nhấn bằng chấm tròn đỏ tượng trưng cho điểm hội tụ năng lượng tri thức, đồng thời mô phỏng dáng người chiến thắng – **Victory Pose.**

Sự kết hợp giữa **hình người và chấm đỏ** không chỉ tạo nên một nhịp thị giác mạnh mẽ mà còn khắc họa hành trình bền bỉ học tập, tự tin đứng vững và không ngừng vươn cao.

## SYMBOL MEANING/SEMIOTIC LOGIC

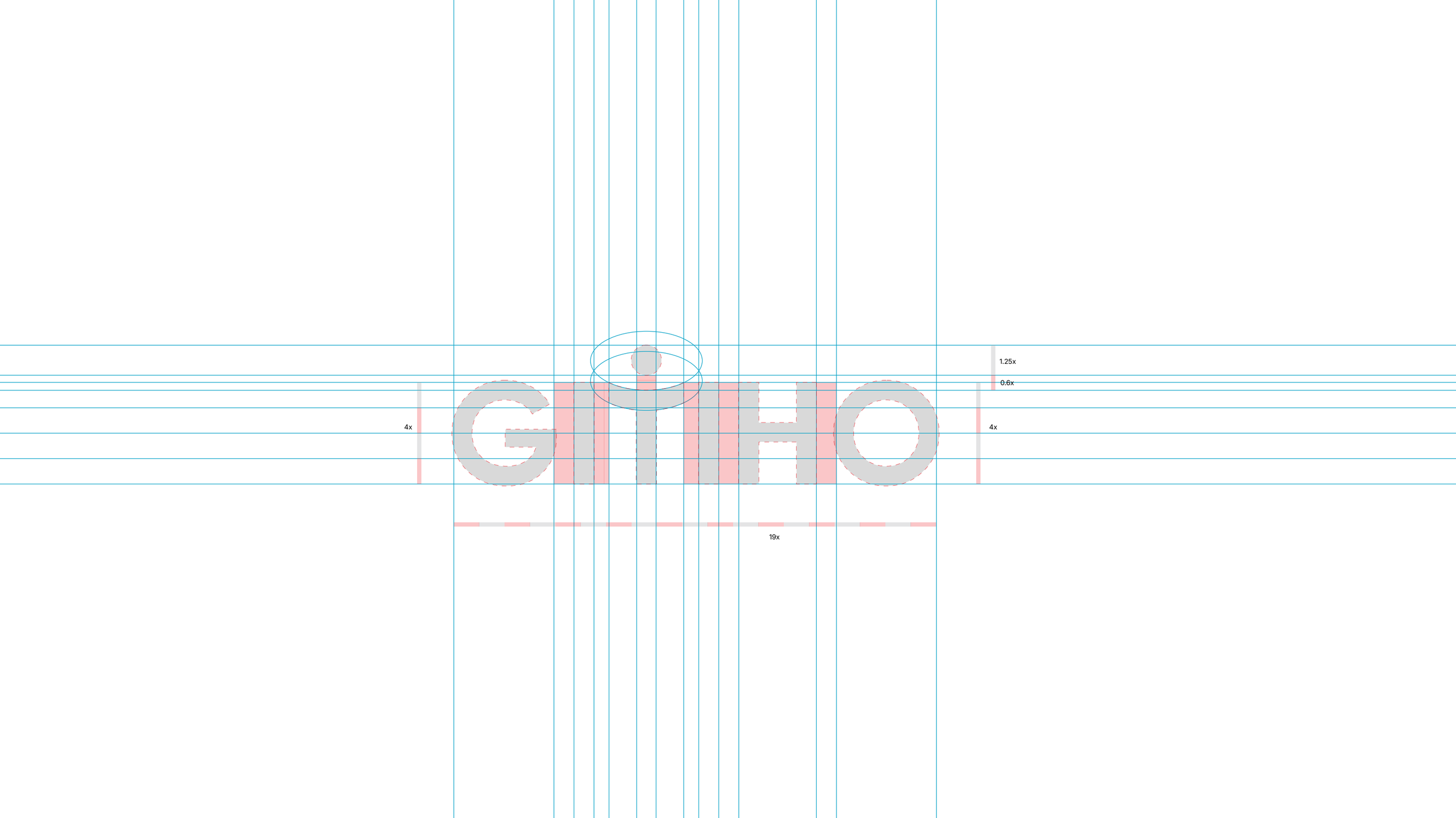
Biểu tượng “T” với chấm đỏ mang đa tầng nghĩa vừa là **ngọn lửa tri thức** thắp sáng tinh thần tự học, vừa là cột mốc của ý chí và lòng tự tôn, gợi hình ảnh người Việt đứng thẳng giữa kỷ nguyên tri thức toàn cầu.

Đường nét chắc khỏe, cấu trúc cân bằng và tỷ lệ hài hòa thể hiện tư duy kỷ luật, sự chính trực và năng lượng tích cực – những giá trị cốt lõi đã được xác lập trong BrandKey Gitiho.

---

Tự Tôn

TỰ TÔN
TRI THỨC
CÙNG DÂN TỘC
VƯƠN MÌNH


1.25x
0.6x
4x
4x
19x

GITIHO

GITIHO

Thực Tiễn

Tin Cậy

Tự Cường

Tự Tôn

Tự Hào

Tri Thức Khai Mở

Quốc Gia Tự Cường

Tri Thức Cho Số Đông

Hành Trình Tri Thức

Tự học là con đường dẫn tới thành công

# Nền Tảng Tri Thức

Ứng dụng quốc dân

Kỷ niệm 80 năm
Quốc Khánh

2/9

Bảng màu chủ đạo

ĐỎ

#EA0029
C2 M100 Y92 K0
R234 G0 B41

ĐEN

#101820
C82 M71 Y59 K75
R16 G24 B32

TRẮNG

#FFFFFF
C0 M0 Y0 K0
R255 G255 B255

XÁM 1

#F0F1EF
C6 M4 Y3 K0
R240 G241 B239

XÁM 2

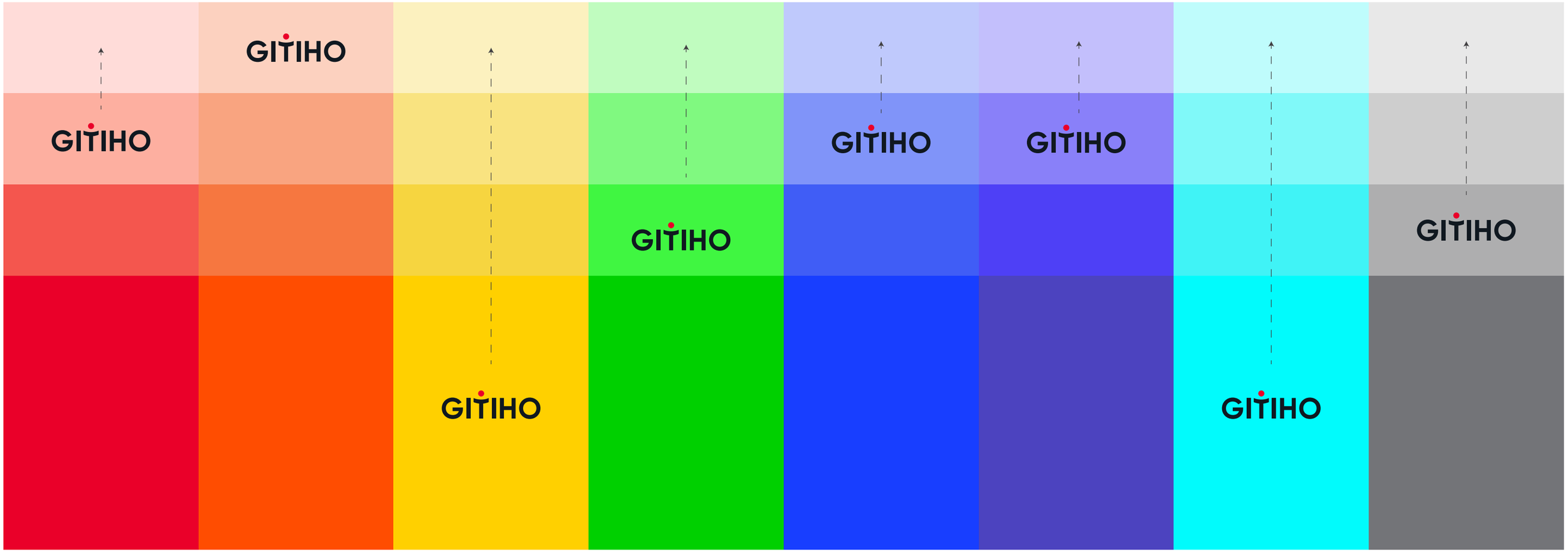
#EAEBE7
C8 M5 Y5 K0
R234 G235 B231

XÁM 3

#E3E5E0
C10 M6 Y10 K0
R227 G229 B224

Bảng màu thứ cấp

| Phẩm lực | Nhân lực | Tài lực | Tiếp lực | Doanh lực | Thương lực | Công lực | Vận lực |
|---|---|---|---|---|---|---|---|




| ĐỎ | CAM | VÀNG | XANH LÁ | XANH DA TRỜI | TÍM | XANH LỤC | XÁM |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| #EA0029<br>C2 M100 Y92 K0<br>R234 G0 B41 | #FF4D01<br>C0 M70 Y100 K0<br>R255 G77 B1 | #FFD000<br>C0 M13 Y100 K0<br>R255 G208 B0 | #00D0000<br>C88 M0 Y100 K0<br>R0 G208 B0 | #183EFF<br>C85 M70 Y0 K0<br>R24 G62 B255 | #4C43BF<br>C75 M65 Y0 K0<br>R76 G67 B191 | #01FBFC<br>C85 M0 Y0 K0<br>R1 G251 B252 | #737478<br>C47 M34 Y30 K15<br>R115 G116 B120 |

# Ngọn Lửa
# Tự Cường

Inter

Kiểu chữ thương hiệu

Light

*+ italic*

Regular

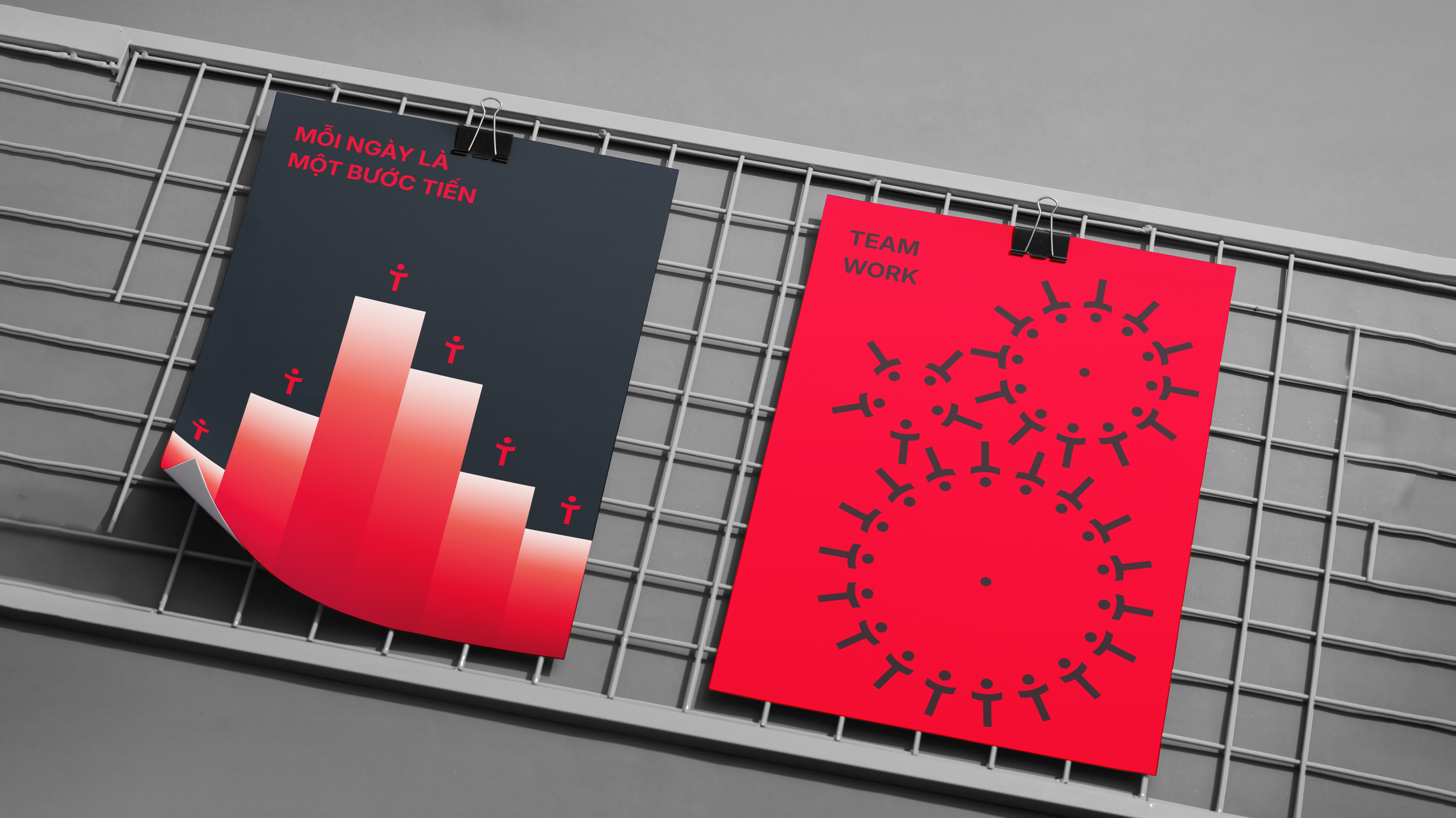
*+ italic*

**Bold**

*+ italic*

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetuer adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel Lorem ipsum dolor sit amet, consectetuer adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blan

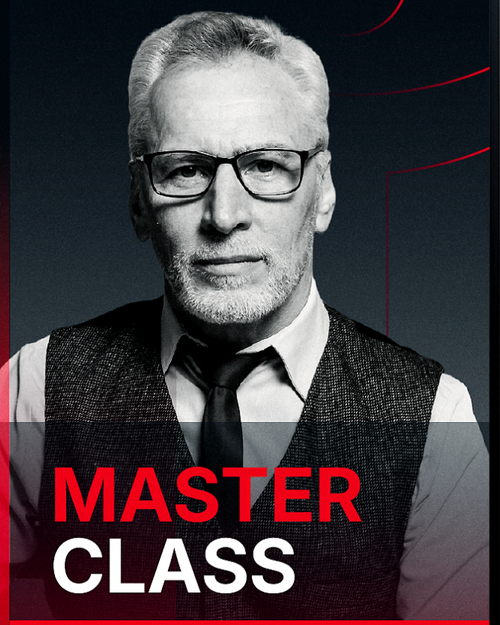
x Tiêu đề chính Tiêu đề phụ Body text


MỖI NGÀY LÀ
MỘT BƯỚC TIẾN
TEAM
WORK

GITIHO
Mô hình hóa & vẽ sơ đồ
Thiết kế giao diện & tạo mẫu
Phân tích Dữ liệu & Kiểm thử
AI hỗ trợ sự nghiệp
Chinh phục It Business Analyst sau 6 tháng
Lộ trình học bám sát thực tế doanh nghiệp
9:50
Your Story
Devid
Samson
Lawren
GITIHO
6 tháng đổi nghề trở thành
It Business Analyst
1. Hiểu rõ vai trò, kỹ năng và kiến thức ITBA cơ bản
2. Phân tích & thu thập yêu cầu
3. Thành thạo công cụ mô hình hóa & Phân tích (BPMN, Wire-frame...)
4. Viết tài Liệu BA chuyên nghiệp (BRD, SRS, User Story...)
5. Ứng dụng AI kiểm tra Logic
6. Làm việc với đội ngũ kỹ thuật (Agile/Scrum, backlog...)
6. Hoàn thiện 2+ dự án thực tế
7. Xây dựng CV & Luyện phỏng vấn
Liked By Jhone and others
GITIHO
Tôi khi học
Lập Trình
Fullstack Website
Mới bắt đầu
Sau 8 tháng
• Tự tay code 4 sản phẩm website hoàn chỉnh
• Sở hữu CV/Portfolio xin việc
Sẵn sàng ứng tuyển
ĐĂNG KÍ NGAY

9:41
Công Ty Cổ Phần
Công Nghệ Giáo Dục
Gitiho Việt Nam (R)
0774 116 285
gitiho.com
Phòng 302, Tầng 3, Tòa nhà Tây Hà, KĐT mới Phùng Khoang, P. Thanh Xuân, TP. Hà Nội.
hoptac@gitiho.com
gitiho
gitiho.com

GITIHO



MASTER
CLASS

JACK
THOMAS
ANDRAKA

Khóa học phân tích tài chính

Cùng Chuyên Gia

GITIHO

MASTER
CLASS

JANE
FERGUSON

Khóa học quản trị nhân sự

Cùng Chuyên Gia

GITIHO
TỰ TÔN
TRI THỨC
CÙNG DÂN TỘC
VƯƠN MÌNH
TỰ TÔN
TRI THỨC
CÙNG DÂN TỘC
VƯƠN MÌNH
TỰ TÔN
TRI THỨC
CÙNG DÂN TỘC
VƯƠN MÌNH
9:41
GITIHO
TỰ TÔN
TRI THỨC
CÙNG DÂN TỘC
VƯƠN MÌNH
TỰ TÔN
TRI THỨC
CÙNG DÂN TỘC
VƯƠN MÌNH

GITIHO

2025 BRAND IDENTITY GUIDELINES

## Mục lục


**Logo**
Các thành phần chính
Logo bao gồm 2 phần chính
Logo trên hệ lưới và tỉ lệ
Khoảng trống an toàn và kích thước tối thiểu
Các tỉ lệ sai thường gặp
Liên kết đối tác

**Biểu Tượng "T"**
Các trường hợp sử dụng
Biểu tượng "T" nguyên bản
Biểu tượng "T" biến đổi
Biểu tượng "T" trong typography
Biểu tượng "T" outline stroke

**Màu Sắc**
Bảng màu chủ đạo
Bảng màu thứ cấp
Bảng màu hỗ trợ
Màu sắc

**Ngôn Lửa Tự Cường**
Màu gradient chính
- Cách thiết lập
- Các trường hợp biến đổi theo opacity
- Các trường hợp biến đổi theo hình dạng

Màu gradient thứ cấp

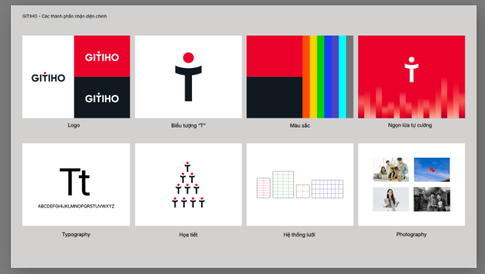
**Typography**
Kiểu chữ thương hiệu
Phân cấp nội dung

**Họa tiết**
Họa tiết ngẫu nhiên
Họa tiết theo nội dung thông điệp

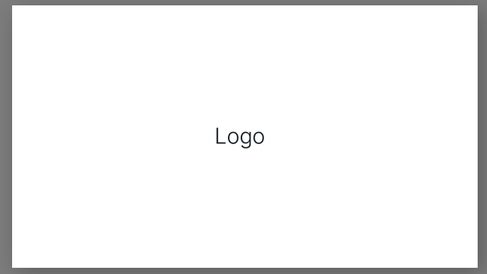
**Hệ thống lưới**
Cách tạo hệ lưới
Lề
Gutter

**Photography**
Phong cách hình ảnh
Ảnh đơn sắc


GITIHO - Các thành phần nhận diện chính




## Logo




Logo

Các thành phần chính

Logo bao gồm 2 phần chính:

- Logo mark
Biểu tượng T với chấm tròn đỏ.
Được dùng riêng như logo
- Logo type
Các ký tự của thành bao gồm G, I, T, I, H, O

Logo

Nền xu tiên sử dụng logo dưới dạng đen trắng. Trường hợp khác linh hoạt sử dụng logo màu trắng, màu đen hoặc màu gradient được thiết kế sẵn.

Logo đen, trắng đơn sắc chỉ nên được sử dụng khi không thể sử dụng màu, vì dụ như ứng dụng in ấn.

Logo

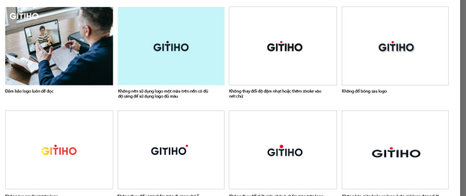
Khi GITIHO hợp tác với các công ty và tổ chức khác nhằm sử dụng logo phiên bản kết hợp.
Khoảng cách an toàn bằng tỉ thiểu bằng đường kính chữ "O" trong logo.
Độ lớn logo đối tác đều nhỏ hơn chiều cao logo GITIHO.
Khối lượng thị giác cân bằng giữa 2 logo.

Liên kết đối tác

ví dụ

Logo

Các lỗi sai thường gặp




Đảm bảo logo luôn dễ đọc

Không nên sử dụng logo một màu trên nền có độ sáng để sử dụng logo đổi màu

Không thay đổi độ đậm nhạt hoặc thêm stroke vào nét chữ

Không để bóng sau logo

Không tạo gradient trên logo

Không thay đổi vị trí chấm tròn đỏ cùng chữ T

Không thay đổi tỉ lệ giữa chữ và chấm tròn trên logo

Không bẻ góc logo hoặc co logo, luôn giữ logo đúng tỉ lệ ban đầu

Logo

Cách sử dụng các phiên bản logo

Logo dương bản đổi màu nền sáng được sử dụng cho các phông phẩm của công ty, bình hiệu hoặc hình ảnh có nền tông màu sáng.

Logo dương bản đổi màu nền tối để phù hợp nhất với nền và hình ảnh có tông màu tối...

Logo âm bản trắng được sử dụng trên nền màu thương hiệu chính hoặc các màu phụ có cùng độ đậm nhạt nền màu thương hiệu chính

Logo

Khoảng trống an toàn và kích thước tối thiểu

Logo GITIHO được bao quanh bởi một khoảng không gian trống bắt buộc để logo luôn nổi bật trong mọi không gian. Khoảng trống được tính bằng đường kính chữ "O" trong logo.

Để logo được rõ ràng không được sao chép ở kích thước nhỏ hơn chiều cộng tối thiểu được chỉ định.

GITIHO

Nhỏ nhất 86 px chiều rộng trên digital

Nhỏ nhất 3 cm chiều rộng trên in ấn

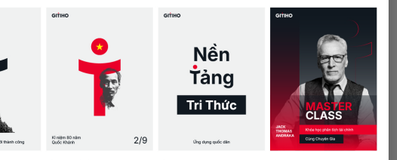
Logo

Logo trên hệ lưới và tỉ lệ

Sử dụng 1/4 chiều cao chữ "I " được tính là 1 đơn vị x

Các trường hợp sử dụng

Biểu tượng "T" mang hàm ý tự tác, tự cường, tự chủ, tự học để bước tới đẳng vế con người thành công.
Biểu tượng này nên sử dụng trong các tài liệu quảng cáo, truyền thông thương hiệu sản phẩm hoặc những nơi có diện tích nhỏ không thể hiện được logo chính.
Dưới đây là 4 trường hợp cơ bản, có thể mở rộng và sáng tạo thêm sau này.




**Biểu tượng "T" biến đổi**
Biểu tượng có thể linh hoạt thay đổi phong cách theo xu hướng mang cả hội, chào đón các nhóm trong năm hoặc các dịp lễ truyền thống của đất nước.

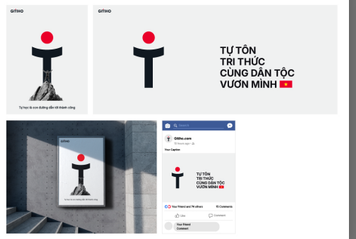
**Biểu tượng "T" trong typography**
Lồng ghép biểu tượng "T" một cách khéo léo vào các từ bất đầu bằng chữ "T" nhằm tạo điểm nhấn, cảm xúc cho thông điệp truyền tải.

**Biểu tượng "T" outline stroke**
Biểu tượng "T" stroke sẽ được sử dụng cho thumbnail giới thiệu các khóa học, nội chấm dứng giảng viên là thành viên của GITIHO.
Yêu cầu biểu tượng "T" đặt phía sau ảnh giảng viên mục đích mang tính chất bổ trợ, có thể linh hoạt đặt ở vị trí sao cho phù hợp nhất. Ảnh giảng viên nên đưa về màu đơn sắc, kết hợp nền tối và gradient.
Trường hợp này sử dụng cho các khóa học có tính chất chuyên môn sâu, cần tiếp, giới thiệu hướng tới khách hàng sau cấp.

Biểu tượng "T"

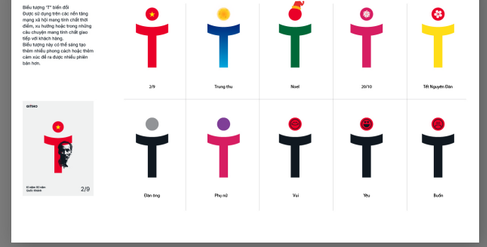
Biểu tượng "T" nguyên bản là trường hợp phổ biến nhất trong các ứng dụng. Được sử dụng trên các nền tảng kỹ thuật số và in ấn.
Các điều cần:
- Luôn giữ đúng màu nguyên bản _ Vị trí biểu tượng luôn được ưu tiên nhất
_Bố cục dọc nên ở chính giữa, bố cục ngang nên đặt bên trái
_Các hình ảnh đặt mô tả vấn đề và mục đích sẽ không đem
_Background nên sử dụng màu trắng hoặc xám trung bình

Biểu tượng "T" nguyên bản




Biểu tượng "T" biến đổi

Được sử dụng trên các nền tảng mạng xã hội mang tính chất thời sự, hoặc các dịp lễ trong năm cần chuyển mang tính chất giao tiếp với khách hàng.
Biểu tượng này có thể sáng tạo thêm nhiều phong cách hoặc thêm cảm xúc để in được nhiều phiên bản hơn.




Biểu tượng "T"

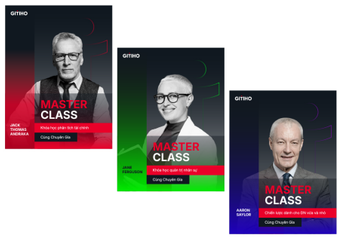
Bằng cách lồng ghép biểu tượng "T" một cách khéo léo vào các từ bắt đầu bằng chữ "T".
Biểu tượng này sử dụng cho các câu quảng cáo, headline, nội dung thiệp mới, thiệp chúc mừng đến khách hàng, banner trên online.
Nếu chỉ cần là màu đơn của thương hiệu.
Nên sử dụng nền trắng hoặc xám trung bình để thể hiện rõ nhất biểu tượng "T" trong typography. Có thể cảnh trái hoặc giữa cho phù hợp với bố cục.

Biểu tượng "T" typography

Biểu tượng "T"

Biểu tượng "T" stroke sẽ được sử dụng cho thumbnail giới thiệu các khóa học nội chấm dứng giảng viên là thành viên của GITIHO.
Yêu cầu biểu tượng "T" đặt phía sau ảnh giảng viên mục đích mang tính chất bổ trợ, có thể linh hoạt đặt ở vị trí sao cho phù hợp nhất. Ảnh giảng viên nên đưa về màu đơn sắc, kết hợp nền tối và gradient.
Trường hợp này sử dụng cho các khóa học có tính chất chuyên môn sâu, cần tiếp, giới thiệu hướng tới khách hàng sau cấp.

Biểu tượng "T" outline stroke




Màu sắc

Màu đỏ được sử dụng là màu sắc chính của thương hiệu
Màu đen, trắng, xám được sử dụng đồng thời linh hoạt trong mỗi tổ để hoạt động chung trong một bố cục.
Đây là bảng màu gốc của thương hiệu có thể ứng dụng cho tất cả các nền tảng.

Màu sắc

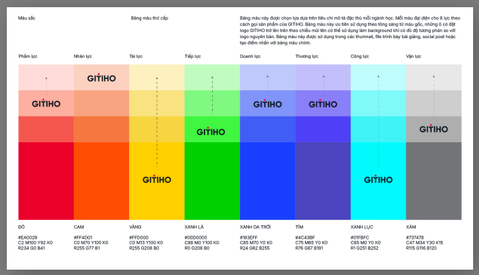
Màu đỏ được sử dụng là màu sắc chính của thương hiệu
Màu đen, trắng, xám được sử dụng đồng thời linh hoạt trong mỗi tổ để hoạt động chung trong một bố cục.
Đây là bảng màu gốc của thương hiệu có thể ứng dụng cho tất cả các nền tảng.

Bảng màu chủ đạo

Màu sắc

Bảng màu thứ cấp

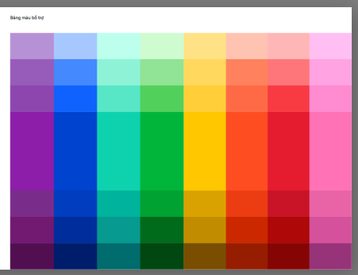
Bảng màu này được chọn lựa dựa trên tiêu chí mã tỉ đặc thù mỗi ngành học. Mỗi màu đại diện cho 8 lực theo cách gợi sản phẩm của GITIHO. Bảng màu này có tiền sử dụng theo từng sắng từ màu gốc, những ô có đặt logo GITIHO thì tên trên theo chiều mặt tên và thể sử dụng làm background khi có đủ độ tương phản so với logo nguyên bản. Bảng màu này được sử dụng trong các thumnail, file trình bày bài giảng, social post hoặc tạo điểm nhấn với bảng màu chính.




Màu sắc

Bảng màu hỗ trợ

Được dùng trong các hoạt động đặc biệt của thương hiệu hoặc các ngày lễ truyền thống của Việt Nam.

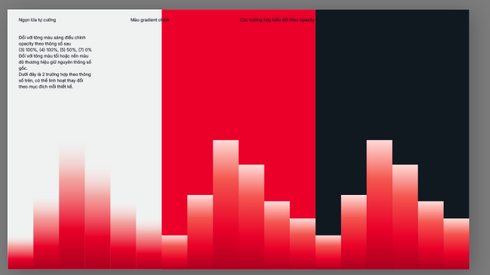


Ngôn lửa tự cường

Màu gradient chính

Màu gradient thứ cấp

Bởi với dòng màu sáng điều chỉnh opacity theo thông số sau:
(3) 100%, (4) 100%, (5) 50%, (7) 0%
Đối với bảng màu tối hoặc nền màu đã thương hiệu giữ nguyên thông số gốc.
Dưới đây là 2 trường hợp theo thông số trên, có thể linh hoạt theo đối theo mục đích mới thiết kế.

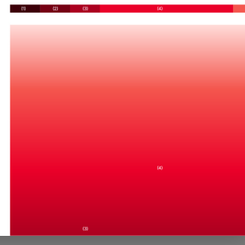



Ngôn lửa tự cường

Màu gradient chính được tạo từ tổng màu đỏ (type linear) thường hiệu để mô tả ngọn lửa tự cường trong mỗi con người.
Bảng các chọn các màu ở vị trí (3), (4), (5), (7)

Màu gradient chính

Cách thiết lập



**CHIA SẺ CỦA ÔNG NGUYỄN XUÂN BÁCH, FOUNDER GITIHO**

Logo cũ của Gitiho không thể hiện hết những gì chúng tôi đang làm, và đặc biệt thiếu Brand Guideline nên team Marketing gặp khó khi triển khai thiết kế ấn phẩm. Trước đây tôi từng thử tự viết ra các ý rồi dùng AI để thử vẽ logo, nhưng vẫn không truyền tải được điều tôi muốn.

Khi làm việc cùng DigiMind và Derok, tôi bất ngờ vì phương án logo đầu tiên đã thể hiện đúng sứ mệnh và đúng những gì Gitiho đang làm. Ý tưởng và câu chuyện truyền cảm hứng hình thành logo bám đúng triết lý đào tạo nên tôi và nội bộ Gitiho rất thích, và chúng tôi chốt ngay ở round đầu tiên (chỉ tinh chỉnh về màu sắc).

Điểm khiến tôi bất ngờ thêm là logo nhìn thoáng qua khá đơn giản, nhưng khi đi vào ứng dụng thì mở ra rất nhiều tầng ý nghĩa về thị giác. Đặc biệt, hệ “Cravemark” mang tính biểu tượng với rất nhiều visual giàu cảm xúc, mạnh mẽ về tinh thần giúp Team Content và Design có “nguyên liệu” để triển khai sáng tạo linh hoạt và nhất quán hơn, thay vì mỗi người hiểu một kiểu như trước.

## REFLECTION/KEY TAKEAWAY

Dự án tái thiết kế Logo và CI cho Gitiho khép lại hành trình chuyển hóa triết lý thành biểu tượng chuyển ngôn ngữ chiến lược thành trải nghiệm thị giác.

Từ một thương hiệu EdTech còn mờ nhạt về bản sắc, Gitiho đã bước sang một diện mạo mới: rõ ràng, mạnh mẽ và có hệ thống, nơi từng đường nét, màu sắc, ký tự đều phản chiếu tinh thần học tập, kỷ luật và tự cường trí lực Việt.

• Tư duy sáng tạo: Biến triết lý "tri thức ứng dụng – tự cường nội lực" thành ngôn ngữ thị giác mạch lạc, biểu tượng hóa trong chữ "T" – điểm hội tụ của trí tuệ và ý chí Việt.

• Giá trị thiết kế: Kiến tạo một hệ CI tối giản – linh hoạt – hiện đại, đủ sức vận hành trong môi trường digital nhưng vẫn giữ trọn chiều sâu văn hoá và bản sắc dân tộc.

• Kết quả chiến lược: Củng cố nền tảng nhận diện để Gitiho có thể mở rộng, lan tỏa và truyền cảm hứng như một biểu tượng tri thức Việt trong kỷ nguyên số.

## TEAM CREDIT

**ĐỐI TÁC TƯ VẤN CHIẾN LƯỢC:**
DigiMind Group – Hệ sinh thái BrandMarCom chuyên tư vấn chiến lược, định vị và phát triển thương hiệu toàn diện, giúp doanh nghiệp chuyển hóa từ tư duy nền tảng đến giai đoạn tăng trưởng *(Foundation to Growth)*.
Social Channels:
Website: **digimind.vn**

**BRAND STRATEGY/CREATIVE DIRECTION:**
Tracy Vũ – Chiến lược gia & Giám đốc sáng tạo

Với nền tảng hơn 20 năm trong truyền thông và BrandMarCom, Tracy Vũ được biết đến như một chiến lược gia sở hữu tư duy hệ thống sắc bén, khả năng cảm xạ sâu sắc và trực giác thấu hiểu bản chất nhân sinh của con người và thương hiệu.

Cách tư duy của cô kết hợp giữa logic – chiến lược – cảm xúc sáng tạo, giúp chuyển hóa triết lý thương hiệu thành trải nghiệm có chiều sâu, tính ứng dụng cao và bền vững.

Email: tracyvu.sbb@gmail.com
Mobile: 0903 789 968

**ART DIRECTION/LOGO & CI DESIGN:**
Thomas Cao - Giám đốc nghệ thuật / Art Director

Với nền tảng thiết kế vững chắc và tư duy kỹ thuật - nghệ thuật song hành, Thomas Cao là người đứng sau nhiều dự án CI tiêu biểu như VIMAX, VISC, KORO, GOZO.

Anh nổi bật với khả năng biến tư duy chiến lược thành hình thái thị giác, xây dựng hệ thống nhận diện có tính kỷ luật, cấu trúc và chiều sâu cảm xúc  thể hiện qua từng chi tiết trong hệ Logo & CI của Gitiho.

**COPYWRITING & LAYOUT:**
DigiMind Creative Team: Chịu trách nhiệm biên tập và hoàn thiện ngôn ngữ thương hiệu theo định hướng chiến lược tổng thể.

**DESIGN TOOLS & WORKFLOW:**

Figma – Wireframe & Layout System
Adobe Illustrator (AI) – Logo & Vector System
Adobe Photoshop (PS) – Mockup & Visual Application
Adobe InDesign (ID) – CI Manual Layout
Google Workspace – Asset & Documentation Management

CREATIVE
BRANDING
LAB

Rocking Authentic

DEROK

Hotline: 079 496 8155 | Email: derokvietnam@gmail.com | Website: derok.studio