

MASTERING UX BRAND GUIDELINES (CLARITY, CONSISTENCY & CREATIVITY)

แนวทางการนำ UX BRAND ไปใช้ ด้วยความชัดเจน สม่ำเสมอ และมีความคิดสร้างสรรค์



Today's key presentation goal.

เป้าหมายหลักในการนำเสนอในวันนี้

**เราอยากนำเสนอแนวทางการนำ UX Brand ไปใช้งาน
ได้อย่างมี ความชัดเจน สม่ำเสมอ และความคิดสร้างสรรค์
พร้อมเปิดโอกาสให้ทุกคนในทีมได้มีส่วนร่วมในการพัฒนา
UX Brand ของเราต่อไป**

เป้าหมายคือให้ทีมสามารถนำไปใช้งานได้อย่างสม่ำเสมอ เพื่อสร้างความเข้าใจที่ตรงกัน ทั้งภายในและภายนอกองค์กร
หากมีจุดไหนที่ยังขาด หรือใครมีไอเดียเพิ่มเติม สามารถช่วยฟีดแบกและร่วมกันพัฒนาได้ โดยใช้ UX Brand Guideline เล่มนี้
เป็นแนวทาง ตั้งต้นหลัก ในการปรับปรุงและต่อยอดให้ทีมของเราเติบโตไปในทิศทางเดียวกัน

We would like to present our approach to implementing the UX Brand with clarity, consistency, and creativity, while also providing an opportunity for everyone on the team to actively participate in its continuous development.

Our goal is to ensure that the team can apply it consistently, fostering a shared understanding both within and outside the organization.

If there are any gaps or additional ideas, we encourage everyone to contribute to its improvement. This UX Brand Guideline will serve as the primary reference for refining and evolving our team in a unified direction.

Branding Lab in Action: How We Built the UX Brand

การทำงานของทีม Branding Lab ในการพัฒนา UX Branding



ปลายปีที่แล้ว เราได้รับโจทย์จากพี่หม่อน ซึ่งจากนี้ไป ทีมจะใช้คำว่า 'ลูกค้า' โดยถือว่าพี่หม่อนเป็นลูกค้าของ Branding Lab โจทย์ที่ได้รับคือ การสร้างแบรนด์สำหรับ UX ซึ่งในตอนแรกวางแผนจะใช้ชื่อว่า 'UX Services' ซึ่งตอนหลังมีการเปลี่ยนแปลงให้ใช้แค่คำว่า UX "

Late last year, we received a brief from P'Mon. Moving forward, we will treat P'Mon as a client of the Branding Lab. The task was to create a UX brand, initially named 'UX Services.'



โดยทีม Branding Lab ได้ลองทำ List คำถามที่ต้องนำมาออกแบบโลโก้และแบรนด์ ดังนี้

Service name

Tagline

Who are we speaking to?

What else should we think about?

what do we tell them?

Reference Examples

Brand architecture/ Brand Personality

Extra things to consider beyond the main topics.

ก่อนหน้านี้เคยมี โลโก้ UX ที่พี่บอยเคยทำไว้ ได้มีการนำโลโก้เดิมมาปรับปรุง และมีการออกแบบใหม่ ผสมกัน เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่ดีที่สุด โดยได้ทีม UXD หลายคน ได้ร่วมกันพัฒนาแนวคิดและสร้างโลโก้ UX ในหลากหลายรูปแบบ เพื่อนำเสนอให้กับลูกค้า

P'Boyn previously created a UX logo, which was refined and redesigned for the best outcome. The UXD team collaborated to develop and present various logo concepts to the client.

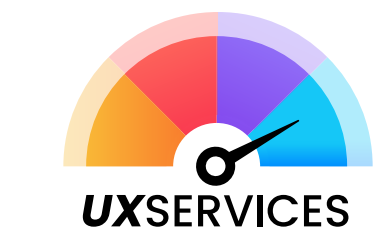
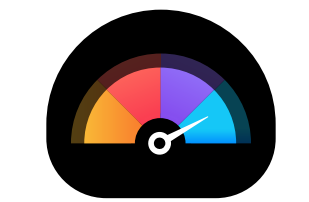
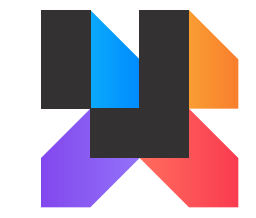
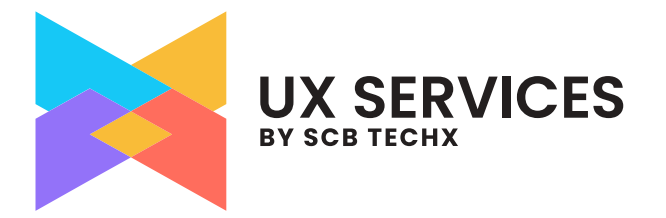


SPECIAL THANKS

TO



FOR THEIR SUPPORT AND COLLABORATION.



WHY BRAND GUIDELINES MATTER?

จุดประสงค์ของไกดไลน์

01

FIRST THING

Consistency

เพื่อความสม่ำเสมอ

02

SECOND THING

Alignment

เพื่อความเข้าใจที่ตรงกันทั้งภายใน
และภายนอกองค์กร

Service name

UX

Tagline

**Let's TRANSFORM
your product experience together**



UX Brand Guidelines.

If you've received permission to use our logo, product icons, or other trademarks, follow these guidelines.

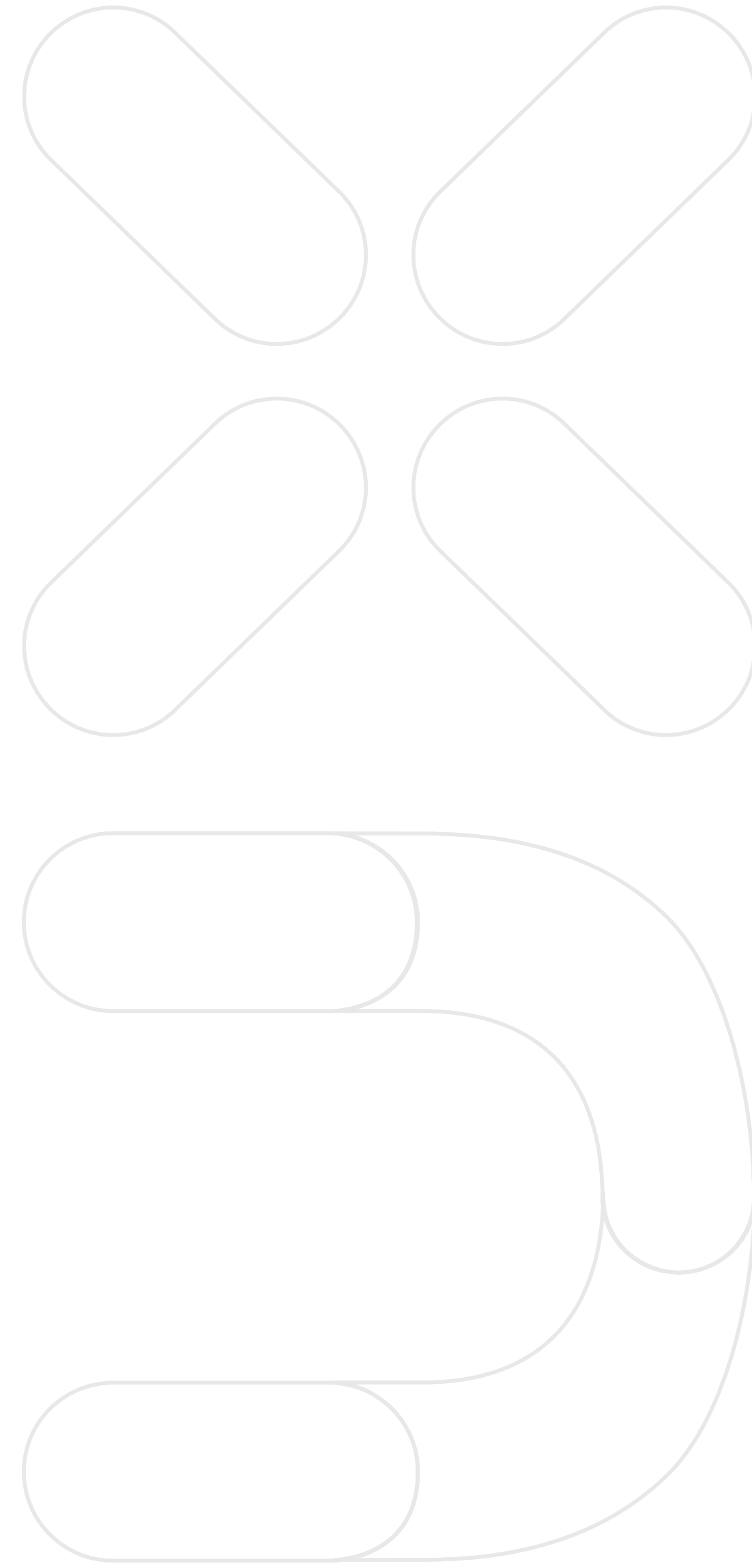


Table of Contents

Brand Concept

Brand Positioning	02
Our Audience	03
Brand Personality	04
Brand Personality in Logo Design	05

Logo & Usage

Brand Concept	06
Logo Construction	07
Logo Sizes	08
UX + SCB TechX Logos	09
Logos on Background Colors	10
Don'ts (Mistakes to Avoid in Logo Design)	11
Logos on Photo Background	13

Visual Identity

Brand Palette	15
Typography	16
Typo Scale	17
Imagery and Photography Style	18
Iconography	19
Illustration	20
Brand Elements	21 - 24

Examples of Usage

25 - 28

Voice & Tone

29 - 32

01

Brand Concept

It's the heart of UX



Brand Concept

Brand Positioning

UX at SCB Tech X

UX is a department under SCB Tech X, dedicated to developing and delivering innovative products and services that empower users. We define productivity as the ability to produce high-quality work efficiently and effectively.

As a UX team, we bring together comprehensive specialties, including user research, service design, UX writing, and workshop moderation. By leveraging AI, we not only streamline our workflows but also enhance efficiency and elevate the experience for end users.



Our Audience

We are a B2B brand dedicated to providing services to high-level corporate clients, particularly those in the SET 100 group. Our clear goal is to strengthen and add value to businesses, starting with companies within the SCBX Group, our key partner in the business ecosystem.



Companies within the SCBX Group

We focus on developing relationships and supporting the growth of businesses within the SCBX Group to create a strong and sustainable ecosystem.



Financial Industry & Loyalty Program

We aim to serve clients in the financial sector, such as banks, insurance companies, and organizations offering loyalty programs. Our goal is to enhance their ability to build customer engagement and create lasting value.



Adjacent Industries

We extend our services to related industries with a strong client base, including:

- Hospitals (Samitivej): Supporting efficiency improvements in healthcare services.
- Telecommunications (AIS): Assisting in the development of digital services to meet consumer demands.

Brand Personality

Our brand personality forms the foundation for creating a clear and unified vision, ensuring consistency in everything we present to the world. Defined by three key words,

this personality captures how we communicate through our tone of voice, design, and the essence of our brand. You will find these words repeated throughout our guidelines, as they shape the identity of our designs, communications, and every channel we use to connect with people.



Creator

(Creative and visionary)

Personality: Exceptionally creative, visionary, and inspired by the boundless power of imagination.

Goal: To create and present unique, meaningful works that highlight beauty in a distinctive and unforgettable manner.

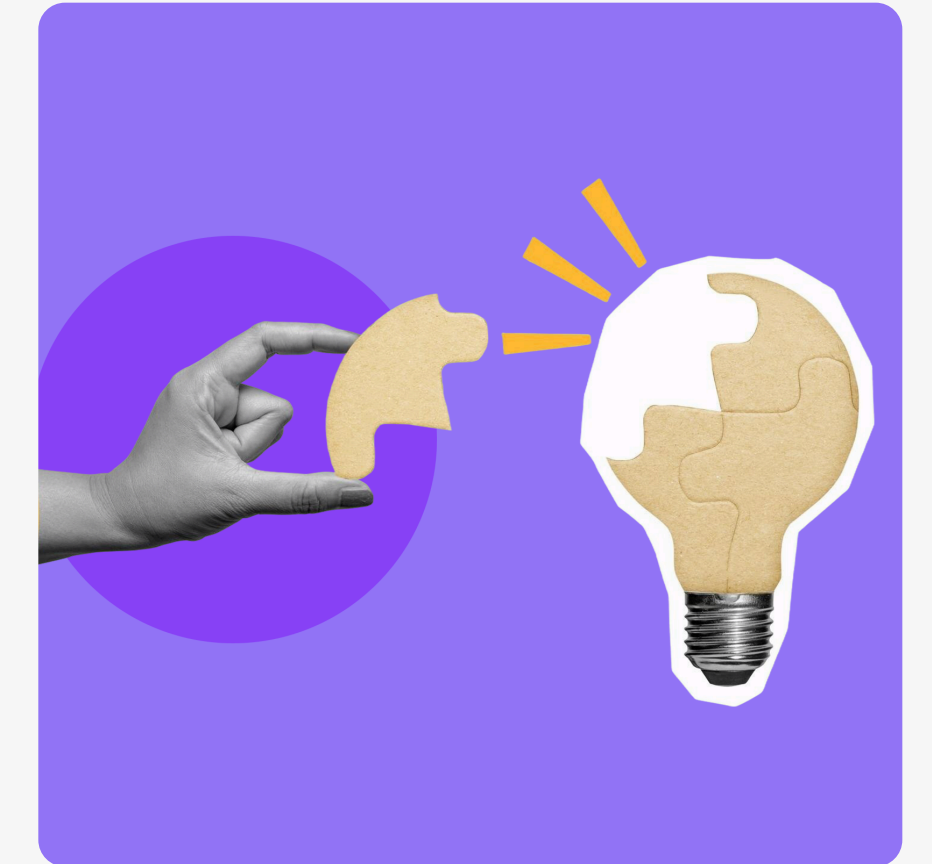


Sage

Deeply knowledgeable and focused on learning

Personality: Highly intelligent, deeply insightful, and unwaveringly committed to seeking and sharing the truth.

Goal: To deliver valuable knowledge and thoroughly researched information that inspires continuous learning, personal growth, and meaningful development.



Caregiver

Warm and supportive

Personality: Profoundly compassionate, empathetic, and committed to valuing and supporting others through genuine care.

Goal: To nurture and assist others by offering comfort, security, and a warm, reassuring presence in every interaction.

Brand Personality in UX's Visual Design

Creator

Focuses on innovation and unique design.

Emphasizing innovation and unique design, the gradient in the "UX" logo adds a modern, dynamic touch. The distinct "X" breaks from standard typography, showcasing originality and bold creativity. The orange-to-red gradient enhances the sense of energy, symbolizing a forward-thinking mindset and the brand's drive to push boundaries.

Sage

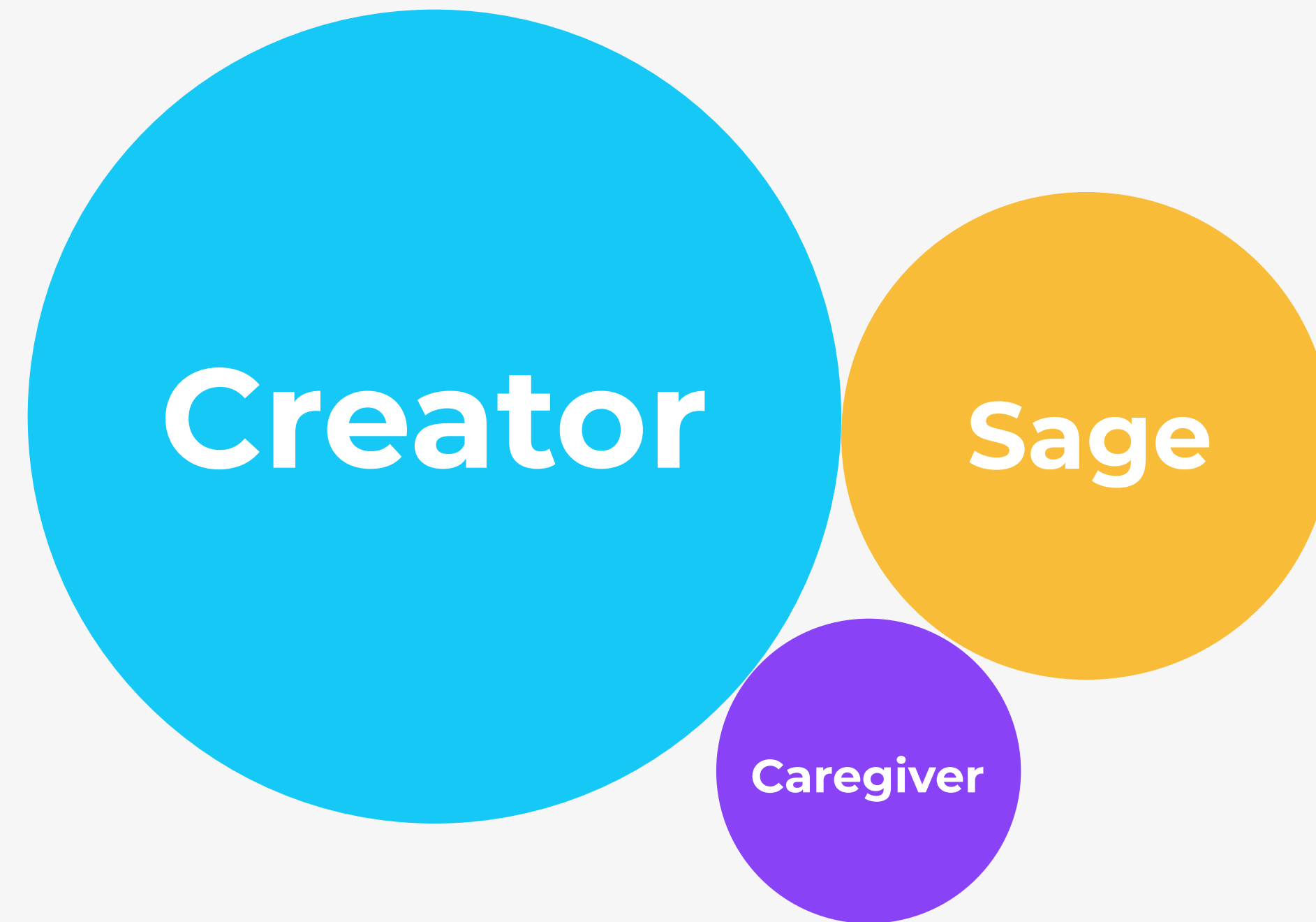
Represents intelligence and deep knowledge.

Symbolizing intelligence and deep knowledge, the logo's structured design reflects stability, logic, and precision. Clean lines create a balanced, well-organized look. Shades of blue, light blue, and purple reinforce trust, innovation, and depth of thought, aligning with the brand's commitment to knowledge and insight.

Caregiver

Reflects compassion and support.

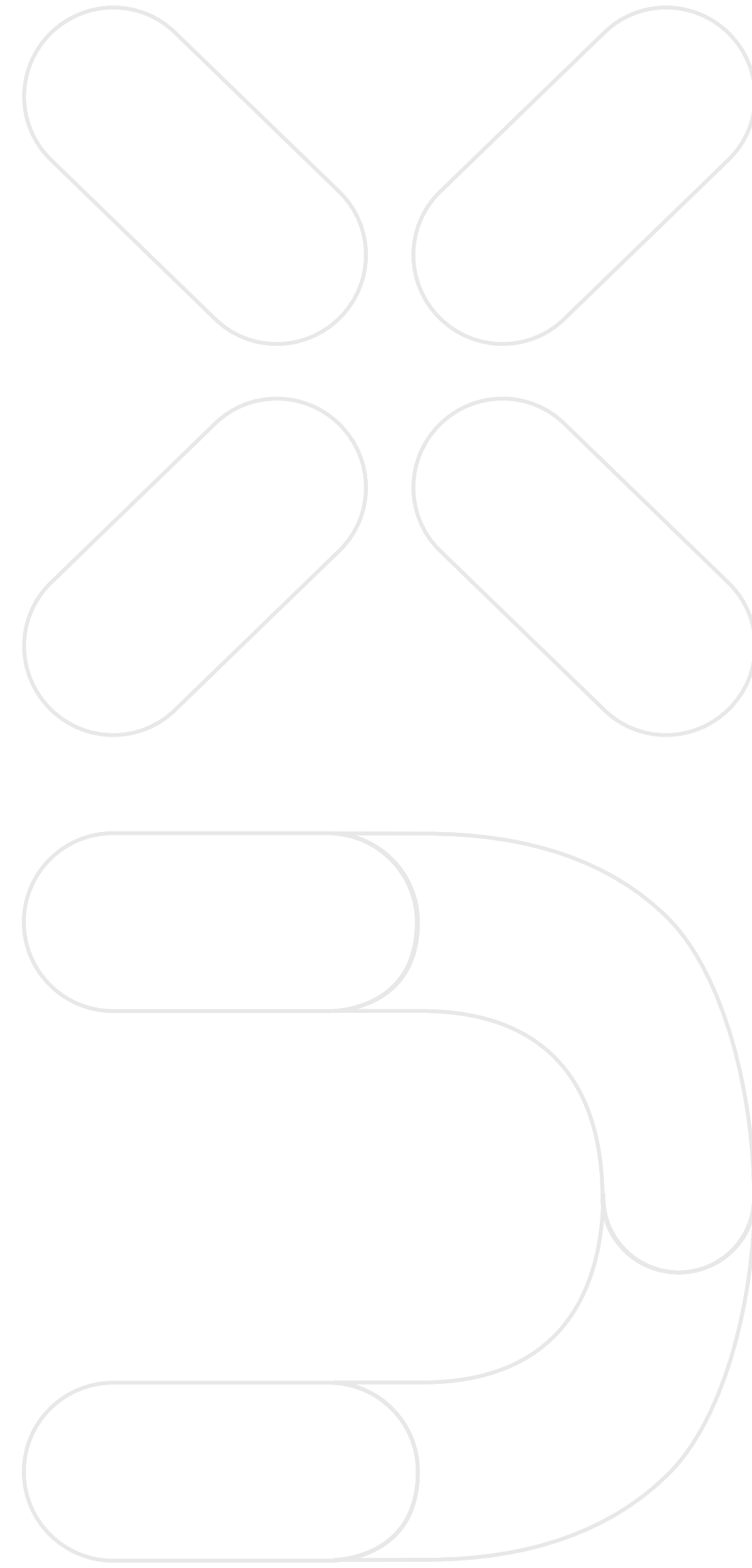
Conveying compassion and support, the logo's rounded edges create a friendly, welcoming feel. Soft red tones subtly add warmth and familiarity, shaping a gentle and inviting impression.



02

Logos & Usage

Logo variations & proper usage



Brand Concept

โลโก้ UX ได้รับการออกแบบเพื่อให้สอดคล้องกับบุคลิกของแบรนด์

โดยผสานแก่นแท้ของ The Creator, The Sage และ The Caregiver เข้าไว้ด้วยกัน

ส่งผลให้เกิดอัตลักษณ์ทางสายตาที่มีความ ก้นสมัย สร้างสรรค์ ฉลาดล้ำ และเข้าถึงได้ง่าย

การไล่สีที่สื่อถึง การเติบโตและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง และยังช่วยเพิ่มมิติและความลึกให้กับโลโก้เท่านั้น

แต่ยังเป็นสัญลักษณ์ของ การเปลี่ยนแปลง พัฒนาการ และการเติบโตอย่างต่อเนื่อง

สิ่งนี้สะท้อนถึง ความสามารถในการปรับตัวของแบรนด์ และความมุ่งมั่นในการขับเคลื่อนนวัตกรรมไปข้างหน้า แบบที่เราตั้ง Tagline เอาไว้

ความสอดคล้องกับ SCB Tech X การออกแบบยังคงรักษา ความเชื่อมโยงกับอัตลักษณ์ของบริษัทแม่ SCB Tech X

เพื่อให้มั่นใจได้ว่าประสบการณ์การใช้งาน (UX) และการเข้าถึงจะมีความสม่ำเสมอ

Download UX logo

[Logo File](#)

[Figma](#)



Logo Construction

โครงสร้างโลโก้

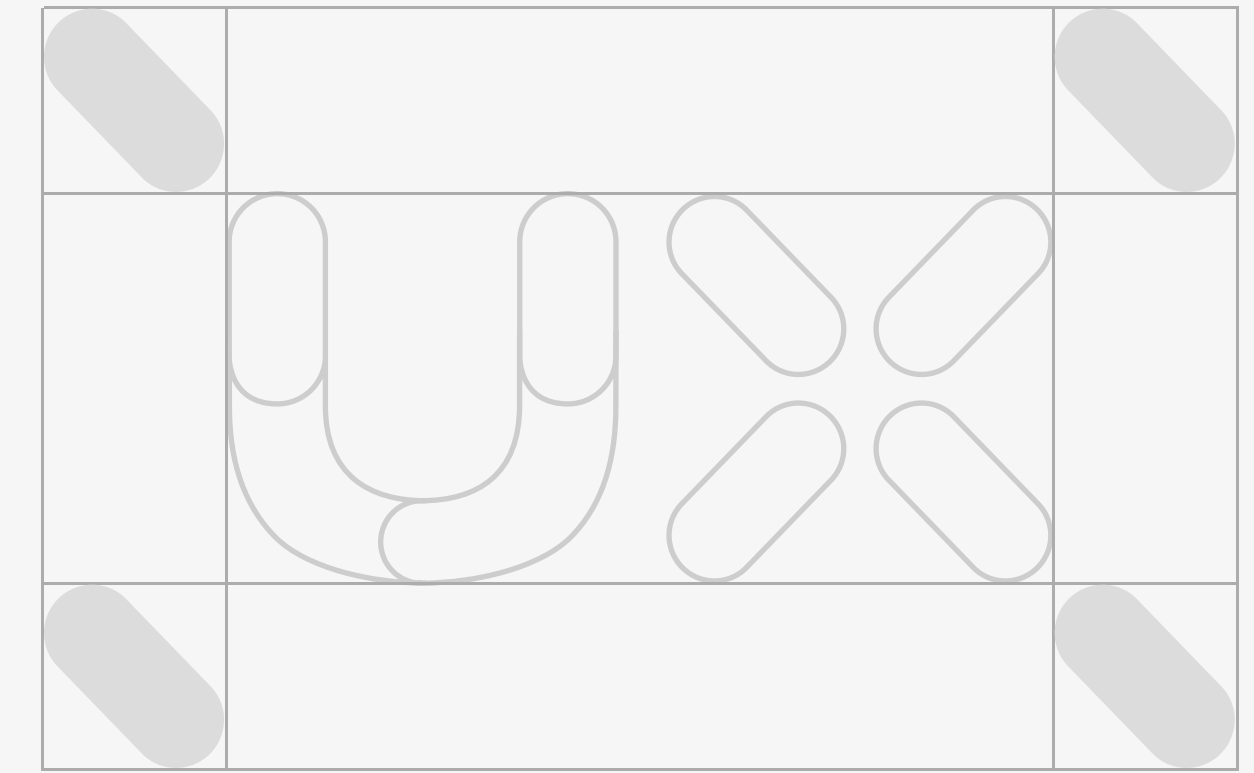
◆ การออกแบบตัวอักษร "U" และ "X"
ตัวอักษร "U" และ "X" ถูกออกแบบด้วยแนวคิด โมดูลาร์ (Modular Approach) โดยใช้ รูปทรงเรขาคณิตที่เรียบง่าย แต่ยังคง เส้นหนาและโค้งมน เพื่อสร้างความรู้สึก เชื่อมโยงและไหลลื่น

ระยะห่างรอบโลโก้ (Clear Space)

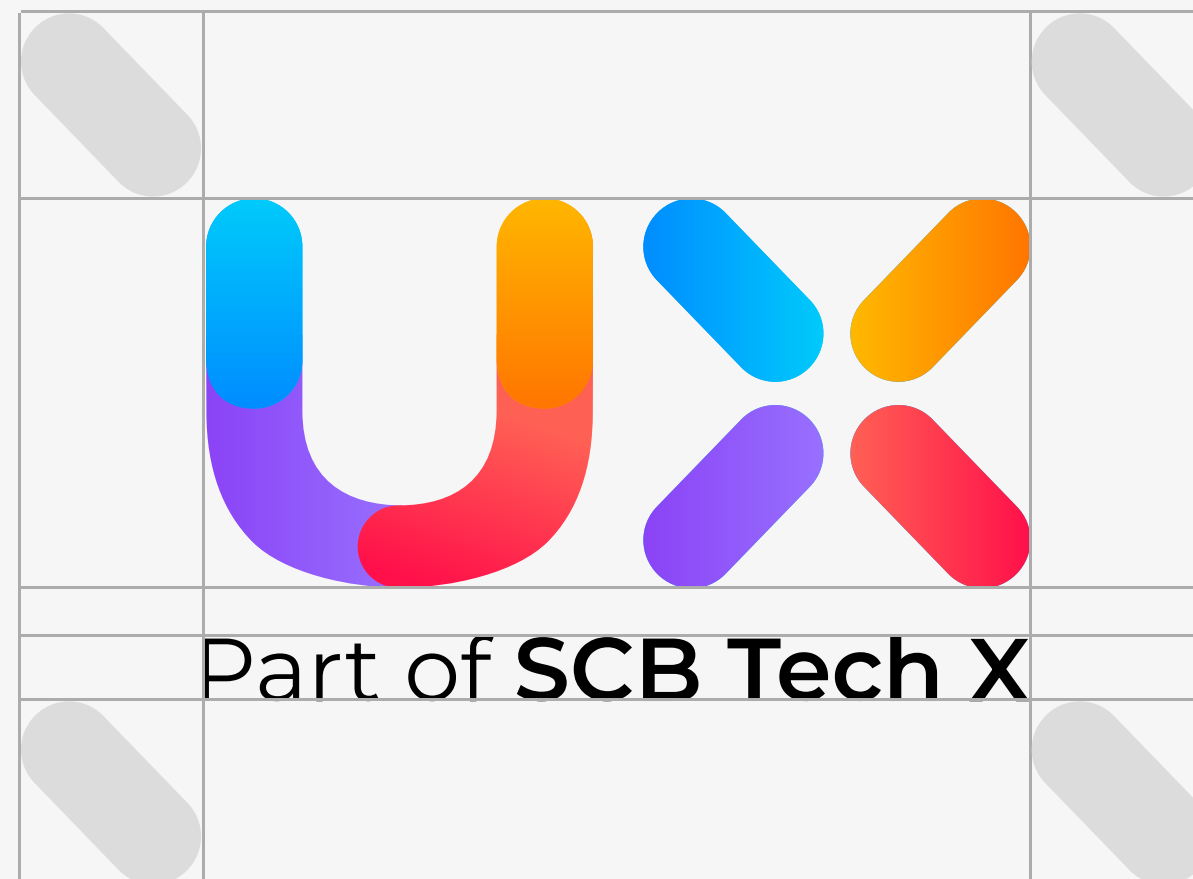
- ◆ ที่มาของระยะห่าง (Origin of Clear Space)
 - ระยะห่างรอบโลโก้ถูกกำหนดโดยใช้ขนาด หนึ่งในสี่ (1/4) ของตัว "X" เป็นหน่วยวัด
 - ตัว "X" ได้รับอิงจากโลโก้ของบริษัทแม่ SCB Tech X
- ◆ วัตถุประสงค์ของ Clear Space
 - เพิ่มความชัดเจนและการมองเห็น โดยป้องกันความยุ่งเหยิงทางสายตารอบโลโก้
 - ช่วยให้โลโก้สมดุลและโดดเด่น เมื่อนำไปใช้บนแพลตฟอร์มต่าง ๆ
- ◆ แนวทางการใช้ Clear Space
 - ต้องมี ระยะห่างขั้นต่ำอย่างน้อย 1/4 ของ "X" รอบโลโก้
 - ไม่ควรวางโลโก้ใกล้ขอบเอกสาร, UI หรือองค์ประกอบกราฟิกอื่น ๆ มากเกินไป
 - ห้ามวางตัวหนังสือ, กราฟิก หรือองค์ประกอบที่รบกวนสายตาภายในพื้นที่ Clear Space



UX logo



UX logo



UX Part of SCB Tech X



UX Part of SCB Tech X

Logo Sizes

Minimum sizes

- ◆ ขนาดขั้นต่ำ (Minimum sizes)
 - การกำหนด ขนาดขั้นต่ำ ของโลโก้ช่วยให้มั่นใจว่า ความคมชัดและการอ่านออกของโลโก้จะไม่เสียหาย เมื่อนำไปใช้งาน
 - เนื่องจาก ความละเอียดของสื่อสิ่งพิมพ์ (Print) สูงกว่าสื่อดิจิทัล (Screen-based media)
 - สิ่งพิมพ์: 300 dpi (Dots per inch)
 - สื่อดิจิทัล: 72 dpi
 - ดังนั้น โลโก้สามารถถูกย่อให้เล็กลงได้มากกว่าในสื่อสิ่งพิมพ์ โดยไม่ทำให้กราฟิกเสียคุณภาพ



Digital

To ensure legibility and impact, the UX logo should never be reproduced smaller than 70px in any digital communication.



Print

To ensure legibility and impact, the UX logo should never be reproduced smaller than 20mm in any print communication.

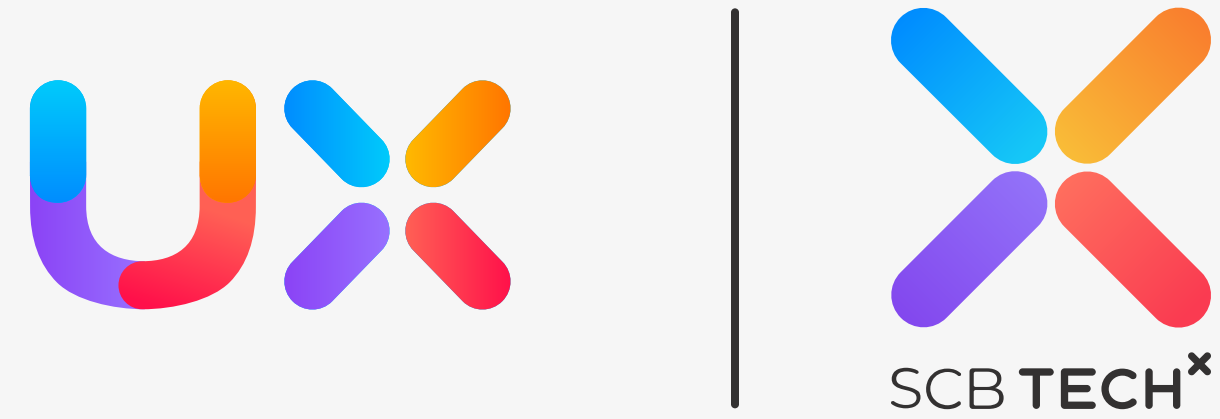
UX + SCB TechX Logos

กรณีการใช้โลโก้ UX และ SCB Tech X ร่วมกัน
เมื่อนำโลโก้ UX มาใช้งานควบคู่กับโลโก้ SCB Tech X

- กรณีที่ 2 โลโก้ SCB Tech X ควรมีขนาด 60% ของโลโก้ UX
 - เนื่องจาก UX อยู่ภายใต้ SCB Tech X แต่ต้องมีความโดดเด่นในฐานะองค์ประกอบหลัก
 - สัดส่วนนี้ช่วยให้ทั้งสองโลโก้ดูเชื่อมโยงกันโดยไม่ให้โลโก้ SCB Tech X ใหญ่เกินไปจนกลบ UX
- กรณีที่ 2 โลโก้ SCB Tech X ที่มีขนาด 70% ของโลโก้ UX
 - เพื่อให้ UX ยังคงเป็นจุดโฟกัสหลักของดีไซน์ ช่วยสร้างสมดุลระหว่างทั้งสองโลโก้ โดยไม่ทำให้ SCB Tech X ดูโดดเด่นเกินไป

เพื่อรักษาสมดุลทางสายตา → ให้ทั้งสองโลโก้ดูเป็นหนึ่งเดียว
ไม่แย่งความสนใจจากกัน

ใช้ในเอกสารทางการหรือดีไซน์ที่ต้องการแสดงทั้งสองแบรนด์



In some cases, it may be appropriate for the UX logo and the SCB Tech X primary logo to appear in the same design. In such cases, both logos should be aligned on the same baseline grid, with their x-heights matching, as shown in the image above. The SCB Tech X logo should be 60% the height of the UX logo, as UX falls under SCB Tech X.

When UX is a subcomponent of SCB Tech X, the SCB Tech X logo should be smaller than the UX logo to emphasize that UX is part of SCB Tech X. Using a size of 60% ensures that both logos are connected, reflecting their relationship within the same organization, without making the SCB Tech X logo appear too large and overshadowing the importance of UX.



In some cases, it may be appropriate for the UX logo and the SCB Tech X logo to appear horizontally in the same design. In such cases, both logos should be aligned on the same baseline grid, with matching x-heights, as shown in the image above. The SCB Tech X logo should be approximately 70% the height of the UX logo, as the emphasis should be on UX.

This sizing ensures that UX remains the primary focal point, with greater emphasis placed on it than on SCB Tech X. By making the SCB Tech X logo 70% the size of the UX logo, we create a balanced design that connects both logos while preserving the prominence of UX without making SCB Tech X too prominent.

UX + SCB TechX Logos

การใส่ข้อความ "Part of SCB Tech X"
เป็นวิธีในการออกแบบโลโก้ในรูปแบบหนึ่งที่ อ่อนโยน

แต่ชัดเจน ในการบอกว่า UX เป็นส่วนหนึ่งของ SCB Tech X

ต่างจากวิธีวางโลโก้คู่ (ที่ใช้โลโก้ SCB Tech X ขนาด 60% หรือ 70% ของ UX) วิธีนี้ ช่วยให้ UX มีอิสระมากขึ้น โดยไม่ต้องอยู่ในกรอบของโลโก้อื่น

ช่วยให้ UX มีเอกลักษณ์ของตัวเองชัดเจน แต่ยังคงความสัมพันธ์กับ SCB Tech X

แบบนี้เหมาะกับ เอกสารภายใน, การสื่อสารภายในองค์กร, หรือการนำเสนอ UX ในฐานะหน่วยงานอิสระภายใน SCB Tech X



Part of **SCB Tech X**

Logos on Background Colors

• การใช้งานโลโก้บนพื้นหลังสีต่าง ๆ

◆ การใช้โลโก้แบบเต็มสี (Full color Logo)

- โลโก้แบบเต็มสี ควรใช้บนพื้นหลังที่สว่างมาก หรือมืดมากเท่านั้น
- หลีกเลี่ยงการใช้โลโก้แบบเต็มสีบนพื้นหลังที่มีความเข้มระดับกลาง (Mid-Tone Backgrounds) เพราะอาจทำให้โลโก้ขาดความชัดเจนและอ่านยาก



✓ 0% Black



✓ 10% Black



✗ 20% Black



✗ 30% Black



✗ 40% Black



✗ 50% Black



✗ 60% Black



✗ 70% Black



✓ 80% Black



✓ 90% Black



✓ 100% Black

Don'ts (Mistakes to Avoid in Logo Design)

เพื่อให้โลโก้คงความเป็นมืออาชีพ
ควรหลีกเลี่ยงข้อผิดพลาดดังต่อไปนี้:

ห้ามเปลี่ยนความหนาของตัวอักษร

ห้าม ยืด (Stretch) หรือบีบโลโก้
ไม่ว่าจะเป็นแนวนอนหรือแนวตั้ง ทำให้
โลโก้ดูผิดเพี้ยนและขาดความเป็นมืออาชีพ,

- ห้ามจัดเรียงองค์ประกอบของโลโก้ใหม่,
- ห้ามหมุน (Rotate) หรือเอียงโลโก้ในทุกกรณี,
- ห้ามสลับตำแหน่งของตัวอักษร "U" และ X ภายในโลโก้,
- ห้ามนำโลโก้ไปใช้ร่วมกับสัญลักษณ์หรือไอคอนอื่น ๆ
ที่อาจถูกเข้าใจผิดว่าเป็นส่วนหนึ่งของโลโก้,-
- ห้ามวางโลโก้บนพื้นหลังที่มีลวดลายซับซ้อนหรือยุ่งเหยิง, -
- ห้ามวางโลโก้บนพื้นที่สีเดียวกับกับโลโก้



✗ Don't change glyph or user different weights



✗ Don't stretch or distort the logo's ratio



✗ Don't change the logo composition



✗ Avoid rotation



✗ Don't change the position of U and the 4 pillar colors.



✗ Don't pair the logo with marks that may be confused as logos



✗ Avoid using busy background



✗ Do not place the logo on a background that matches its color.

Logos on Photo Background

✓ การใช้โลโก้แบบเต็มสี (Full Color Logo)

- ควรใช้เฉพาะบน พื้นหลังที่สว่างมาก (Very Light) หรือมืดมาก (Very Dark) เท่านั้น
- การเลือกพื้นหลังที่มีคอนทราสต์สูงช่วยให้โลโก้ยังคงความคมชัดและอ่านง่าย

✗ ห้ามใช้โลโก้เต็มสีบนภาพถ่ายหรือพื้นหลังไล่สี (Gradient) ที่มีความซับซ้อน

- เว้นแต่ว่าโลโก้จะถูกวาง บนพื้นที่ที่สว่างมากหรือมืดมากของภาพ
- พื้นหลังที่มี สีระดับกลาง (Mid-Tone) หรือ มีองค์ประกอบสีจำนวนมาก อาจทำให้โลโก้ดูไม่ชัดหรือกลืนไปกับพื้นหลัง

✓ แนวทางที่ถูกต้อง

- ถ้าจำเป็นต้องใช้โลโก้บนพื้นหลังที่ซับซ้อน ควรเพิ่มเลเยอร์โปร่งแสง (Overlay) หรือใช้พื้นหลังสีที่รองรับโลโก้
- ตรวจสอบให้แน่ใจว่าโลโก้ยังคงความคมชัดและอ่านได้ง่ายในทุกการใช้งาน



✓ The logo remains legible when placed on dark backgrounds.

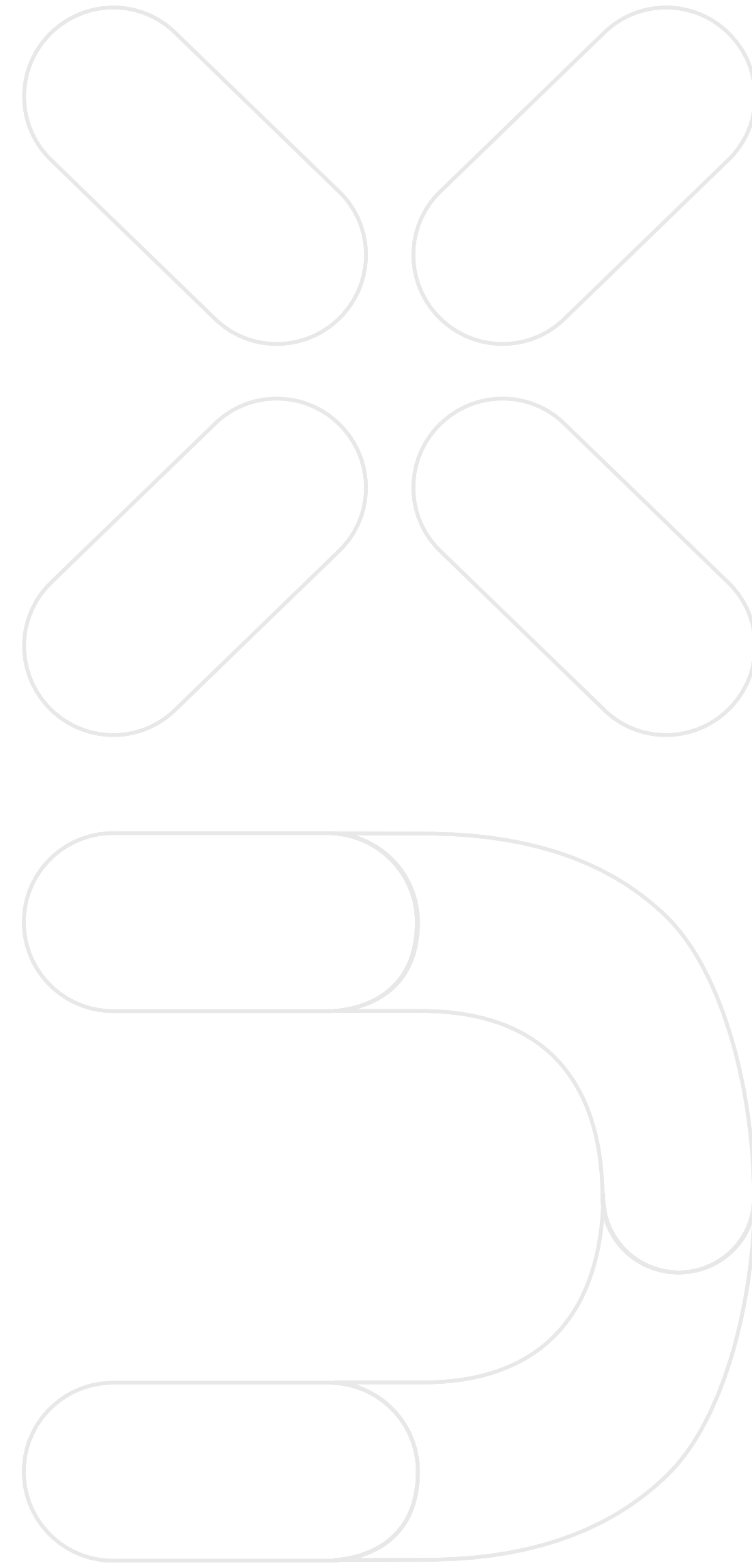


✗ The logo may become indistinct when placed over mid-tones or areas with a lot of color.

03

Visual Identity

Consider this, this, and this



Brand Palette

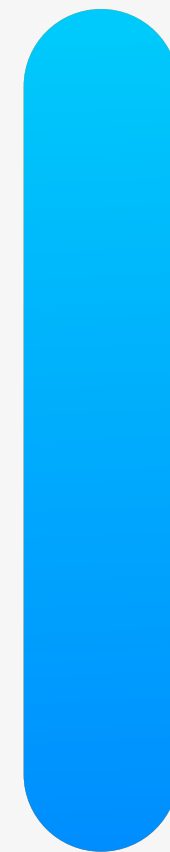
◆ สีหลัก (Core colors)

- ประกอบด้วย 4 สีหลัก ที่ใช้ได้ทั้งในรูปแบบ สีทึบ (Solid) และ ไล่ระดับ (Gradient)
- สีเหล่านี้เป็นองค์ประกอบสำคัญของอัตลักษณ์แบรนด์ ช่วยสร้างความสม่ำเสมอและจดจำได้ง่าย

◆ สีรอง (Secondary Color)

- ใช้เพื่อ เพิ่มความชัดเจน (Clarity) และเสริมความคอนทราสต์ (Contrast)
- นำไปใช้กับ ข้อความ (Text), เส้นขอบ (Strokes), และพื้นหลัง (Backgrounds) ในกรณีที่ต้องการเน้นให้เด่นชัดขึ้น

Primary color



Technology

● R22 G 200 B247
#16C8F7
P 115-6 C
C68 M0 Y0 K0
#00C2F3

● R0 G139 B255
#008BFF
P115-7 C
C86 M45 Y0 K0
#007Bc1



Wisdom

● R147 G115 B249
#9373F9
P 93-6 C
C54 M72 Y0 K0
#8560A8

● R139 G67 B247
#8B43F6
P96-7 C
C71 M85 Y0 K0
#69489D



Pioneer

● R249 G189 B56
#F9BD38
P 14-7c
C0 M31 Y85 K0
#FDB740

● R249 G12 B46
#F97E2E
P 30-7c
C0 M60 Y87 K0
#F58238

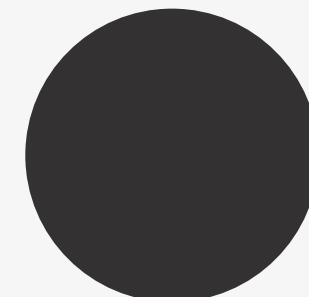


Passion

● R255 G109 B94
#FF6D5E
P 48-6 C
C0 M72 Y66 K0
#F26C57

● R250 G59 B81
#FA3B51
P48-6 C
C0 M87 Y58 K0
#DB4252

Secondary color



R51 G49 B50
#333132
P 179-15 C

The secondary color is used for clarity and to enhance contrast in text, strokes, and backgrounds where stronger emphasis is needed.

Typography

ฟอนต์ Prompt และ Montserrat

ถูกออกแบบมาให้ทำงานร่วมกันได้ดี ด้วยดีไซน์ที่ทันสมัย อ่านง่าย และรองรับทั้งภาษาไทยและอังกฤษได้อย่างเข้ากัน

◆ Montserrat – เหมาะสำหรับ หัวข้อ (Headings)

- โดดเด่นด้วยดีไซน์ที่ หนา ดูเป็นมืออาชีพ และมีความเป็นสากล
- ช่วยให้หัวข้อดูสะอาดตาและสร้างความน่าเชื่อถือ

◆ Prompt – เหมาะสำหรับ เนื้อหา (Body text)

- อ่านง่าย รองรับตัวอักษรไทยได้ดี และมีการออกแบบที่สมดุลกับตัวอักษรอังกฤษ
- ให้ความรู้สึก ชัดเจน มีโครงสร้างที่เป็นระเบียบ และช่วยให้การอ่านราบรื่น

Download UX Font

[Font File](#)

Montserrat

For English Language

Aa



Regular



Medium



Bold

ก ก



Regular



Medium



Bold

Prompt

สำหรับภาษาไทย

This is headline

นี่คือหัวข้อรอง

The **Prompt** and **Montserrat** fonts complement each other well due to their modern design, readability, and seamless compatibility with both Thai and English. They create a balanced, contemporary, and user-friendly aesthetic. Montserrat is ideal for headings, offering a bold, professional, and globally appealing look, while Prompt is well-suited for body text, ensuring clear and structured readability in Thai while maintaining harmony with English characters.

This font combination is perfect for UX/UI design, websites, and documents that require a modern, professional, and visually cohesive appearance. Use **Montserrat for headings and Prompt for body text** to achieve a refined and polished design.

Typo Scale

มีการเพิ่มขึ้นทีละ 25%

- เป็นการเพิ่มขนาดตัวอักษรโดยใช้ อัตราส่วน 1.25 เท่าของขนาดก่อนหน้า
- ให้ผลลัพธ์ที่ สมดุลและอ่านง่าย
เหมาะกับเนื้อหาที่ต้องการให้ดูเป็นระเบียบและมีความชัดเจน
-
- ◆ 1.250× (Major third) → เหมาะกับ UI/UX design ที่ต้องการ ความสม่ำเสมอ
- ◆ 1.333× (Perfect fourth) → เหมาะกับการออกแบบที่ต้องการ ความโดดเด่นของหัวข้อ
- ◆ 1.618× (Golden ratio) → เหมาะกับงานดีไซน์ที่ต้องการความหรูหรา และสมดุลทางสายตาที่สวยงาม

Heading – XXL

Font size: 64px (4rem)

Heading – XL

Font size: 56px (3.5rem)

Heading – LG

Font size: 48px (3rem)

Heading – MD

Font size: 40px (2.5rem)

Heading – SM

Font size: 32px (2rem)

Heading – XS

Font size: 24px (1.5rem)

Body LG – XL

Font size: 24px (1.5rem)

Body LG – XL

Font size: 20px (1.5rem)

Body LG

Font size: 18px (1.5rem)

Body MD

Font size: 16px (1.5rem)

Body SM

Font size: 14px (.875rem)

Body XS

Font size: 12px (.75rem)

Imagery and Photography Style

สื่อถึงการทำงานเป็นทีมโดยแสดงให้เห็นถึงบรรยากาศที่เปิดกว้างและร่วมมือกัน ซึ่งช่วยเสริมภาพลักษณ์ของแบรนด์ในหลายด้าน

◆ จุดเด่นของสไตล์ภาพถ่าย

✔️ การทำงานร่วมกัน

- ภาพแสดงให้เห็นถึง ทีมที่ทำงานร่วมกัน พูดคุย แลกเปลี่ยนความคิดเห็น และตัดสินใจร่วมกัน ช่วยสะท้อน การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ และการทำงานเป็นทีมที่แข็งแกร่ง

✔️ ความเป็นมืออาชีพ

- แม้ว่าภาพจะให้ความรู้สึกเป็นกันเอง แต่ยังคงความเป็นมืออาชีพในบริบทของการประชุม การทำงาน และการนำเสนอ ส่งเสริมภาพลักษณ์ของแบรนด์ให้ดู น่าเชื่อถือและเป็นองค์กรที่มีมาตรฐาน

✔️ การสื่อสารและการนำเสนอ

- ภาพเน้น ความสำคัญของการสื่อสาร ทั้งภายในทีมและกับลูกค้า แสดงให้เห็นถึง กระบวนการทำงานและการเชื่อมต่อระหว่างผู้คน

✔️ บรรยากาศที่เปิดกว้างและเป็นมิตร

- สีสันท่าทางที่ผ่อนคลายและรอยยิ้มของทีมงาน ช่วยสร้างบรรยากาศที่อบอุ่นและเป็นกันเอง
- ทำให้แบรนด์ดู เข้าถึงง่ายและมีพลังบวก



It can enhance the brand's image in several ways:

1. Collaboration:

The images depict the team working together, having discussions, presenting, and making decisions, reflecting an environment of effective communication.

2. Professionalism:

While the images appear casual, they still convey professionalism in meetings, work, and presentations.

3. Communication and Presentation:

The images emphasize the importance of communication within the team and with clients, demonstrating methods of working and connecting that foster strong relationships.

4. Open and Friendly Atmosphere:

The relaxed and smiling expressions create a welcoming atmosphere, making the brand feel approachable and positive.

Using these images will help the brand appear professional yet approachable, without being too rigid or overwhelming, while reflecting teamwork, creativity, and an open-minded work environment.

Iconography

✓ ใช้รูปทรงเรขาคณิตที่เรียบง่าย (Simple geometric shapes)

- เส้นและรูปทรงที่ชัดเจนช่วยให้ไอคอนดูสะอาดตาและนำไปใช้ได้หลากหลาย

✓ ขอบมนและเส้นโค้งที่นุ่มนวล ช่วยให้ไอคอนดู เป็นมิตรและเข้าถึงง่าย

- ลดความแข็งกระด้างของเส้น ทำให้ดีไซน์ดูเป็นธรรมชาติ

✓ ความหนาของเส้นที่สม่ำเสมอ

- การใช้เส้นที่มีน้ำหนักเท่ากันช่วยให้ ไอคอนทุกตัวดูเป็นชุดเดียวกัน
- ทำให้ไอคอนดูเป็นมืออาชีพและเหมาะกับการใช้งานในหลายแพลตฟอร์ม

✓ สัดส่วนที่สมดุลและองค์ประกอบที่มีโครงสร้างดี

- ทำให้ไอคอนดูเป็นระบบและ อ่านค่าได้ง่ายแม้ในขนาดเล็ก

◆ แนวทางการใช้เส้นขอบ (Stroke Guidelines)

✦ ขนาดเส้นขอบ (Outline Stroke) ต้องเป็น 2PT ตลอดเวลา

- ไม่ว่าจะใช้เป็น ขอบของไอคอนหรือใช้ในลวดลาย (Patterns) ควรรักษาความหนาของเส้นให้คงที่

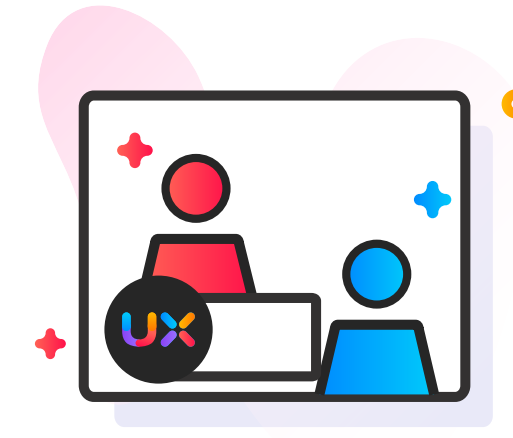
- ช่วยให้ ความคมชัดของไอคอนไม่หายไปเมื่อถูกย่อหรือขยาย

Download UX Product icons

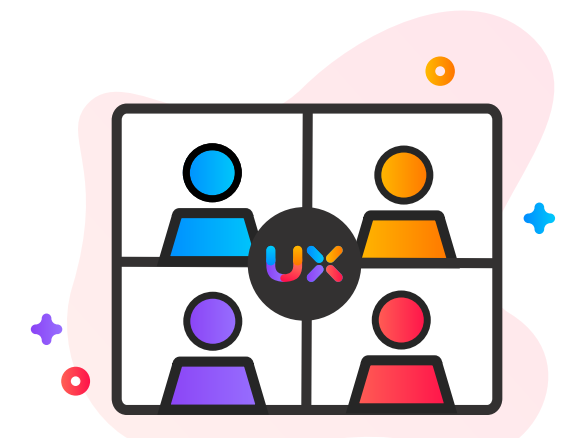
[icons File](#)



UX Expert Review



Customer Insights



Stakeholder Workshop



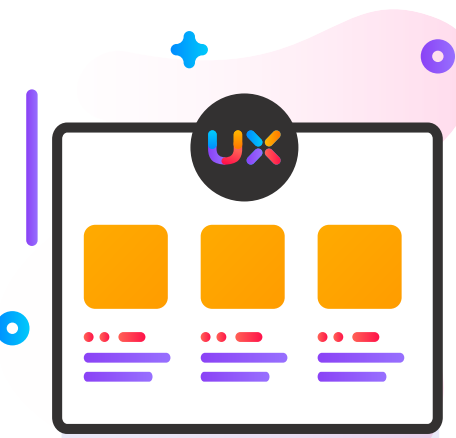
Concept Testing



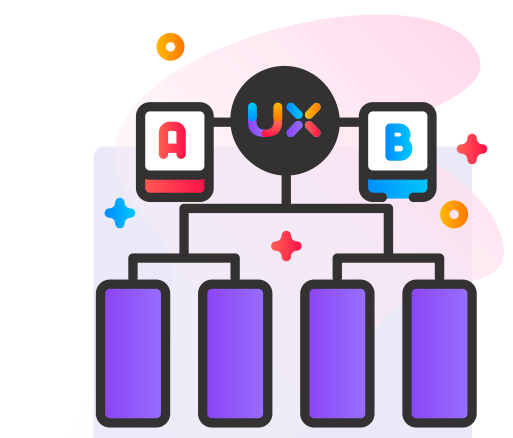
Design Guideline



Writing Guideline



Product Design



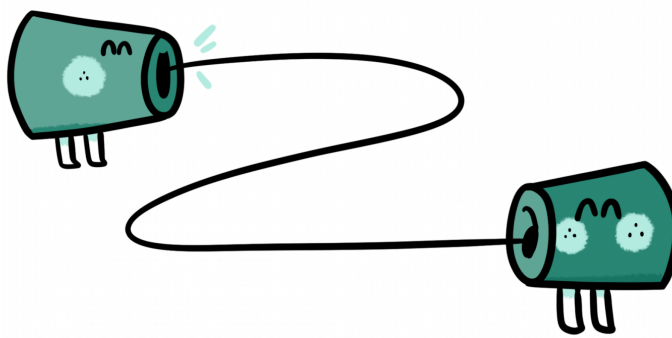
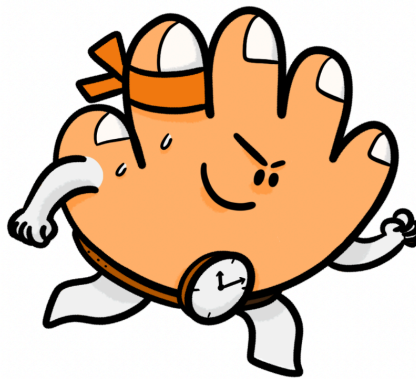
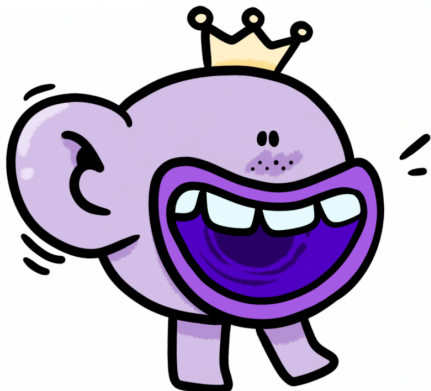
Prototyping



Usability Testing

ILLUSTRATION

Development process

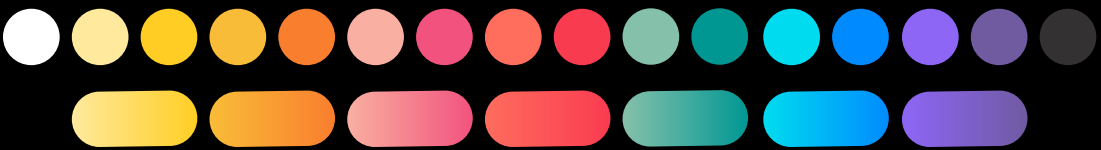


2023

BRAND GUIDELINES

Illustration

2025 concept



UX



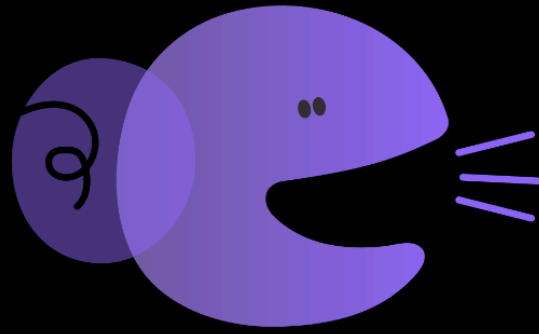
Empathy

Work with empathy with every stakeholder



Be curious & Keep learning

Interested in learning new things and stay open to new possibilities



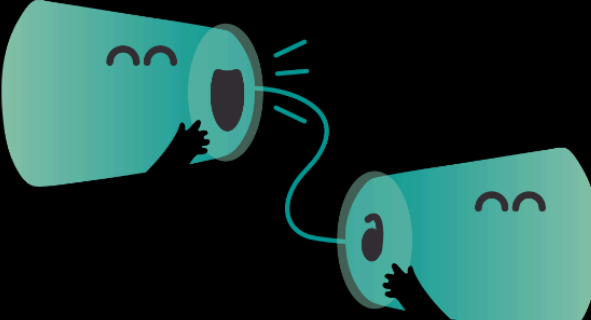
Active listening & Speaking up

Listen to understand and respond properly, not to judge. Dare to speak out and enter into discussion.



Start doing & Be practical

Can do attitude with a realistic plan



Give & Receive feedback

Feedback is key to any development.



Team success is my success

We're the one team. Going together, growing together.



Work with fun & happiness

Happy people produce great work.

innovation and unique design

intelligence and deep knowledge

compassion and support

Illustration

Key Design Elements: 3 Essential Guidelines

To ensure consistency with the brand identity and maintain visual harmony, the design must adhere to the following three key elements:

1. Color Palette & Usage

- Use the illustration color palette to maintain brand consistency.
- Main characters should incorporate gradient colors to add depth and dimension.
- Supporting elements should use solid colors with 100% and 50% opacity to introduce layering and depth as needed.

2. Organic Shapes & Negative Space

- Soft, rounded organic shapes should be used to create a smooth and friendly aesthetic.
- Negative space should be strategically utilized to enhance clarity, simplify the composition, and reduce unnecessary elements.
- Emphasize minimal design for a clean and structured visual layout.

3. Stroke Usage

- Strokes should not exceed 10% of the total design composition.
- Strokes should be used to express facial expressions or emphasize key details, bringing life and character to the illustration.
- Ensure stroke thickness and color complement the overall design, avoiding excessive complexity or visual clutter.

Download UX illustration

[illustration File](#)



Brand Elements

องค์ประกอบของแบรนด์ คือ ส่วนสำคัญที่กำหนดอัตลักษณ์ของแบรนด์ และช่วยสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง องค์ประกอบเหล่านี้มีบทบาทสำคัญในการสร้าง เอกลักษณ์ที่ชัดเจน และทำให้แบรนด์เป็นที่จดจำในทุกแพลตฟอร์มและทุกจุดสัมผัสกับลูกค้า



Brand Elements


ช่วยสร้างตัวตนของแบรนด์ให้แข็งแกร่ง



UX

Let's **TRANSFORM**
your product
experience together

The background features a repeating pattern of the letters 'U' and 'X' in various colors (blue, orange, purple, red) and a dark grey background.



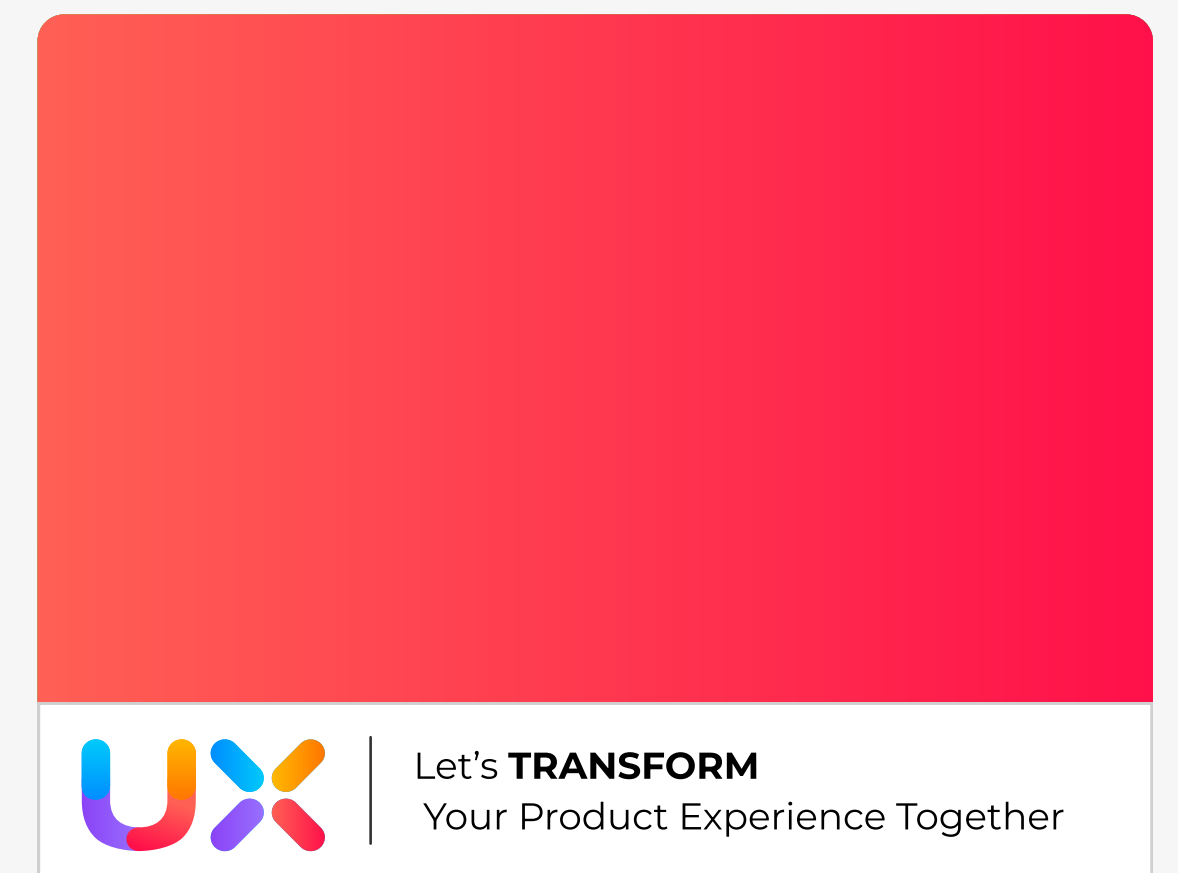
UX | Let's **TRANSFORM**
Your Product Experience Together



UX | Let's **TRANSFORM**
Your Product Experience Together



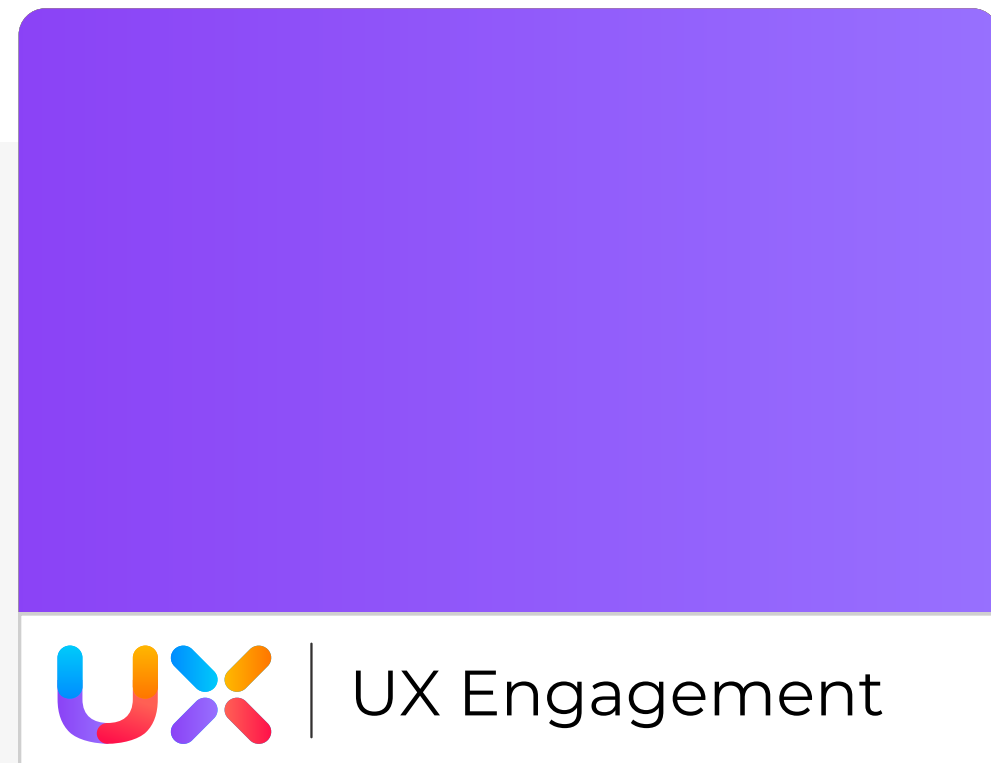
UX | Let's **TRANSFORM**
Your Product Experience Together



UX | Let's **TRANSFORM**
Your Product Experience Together

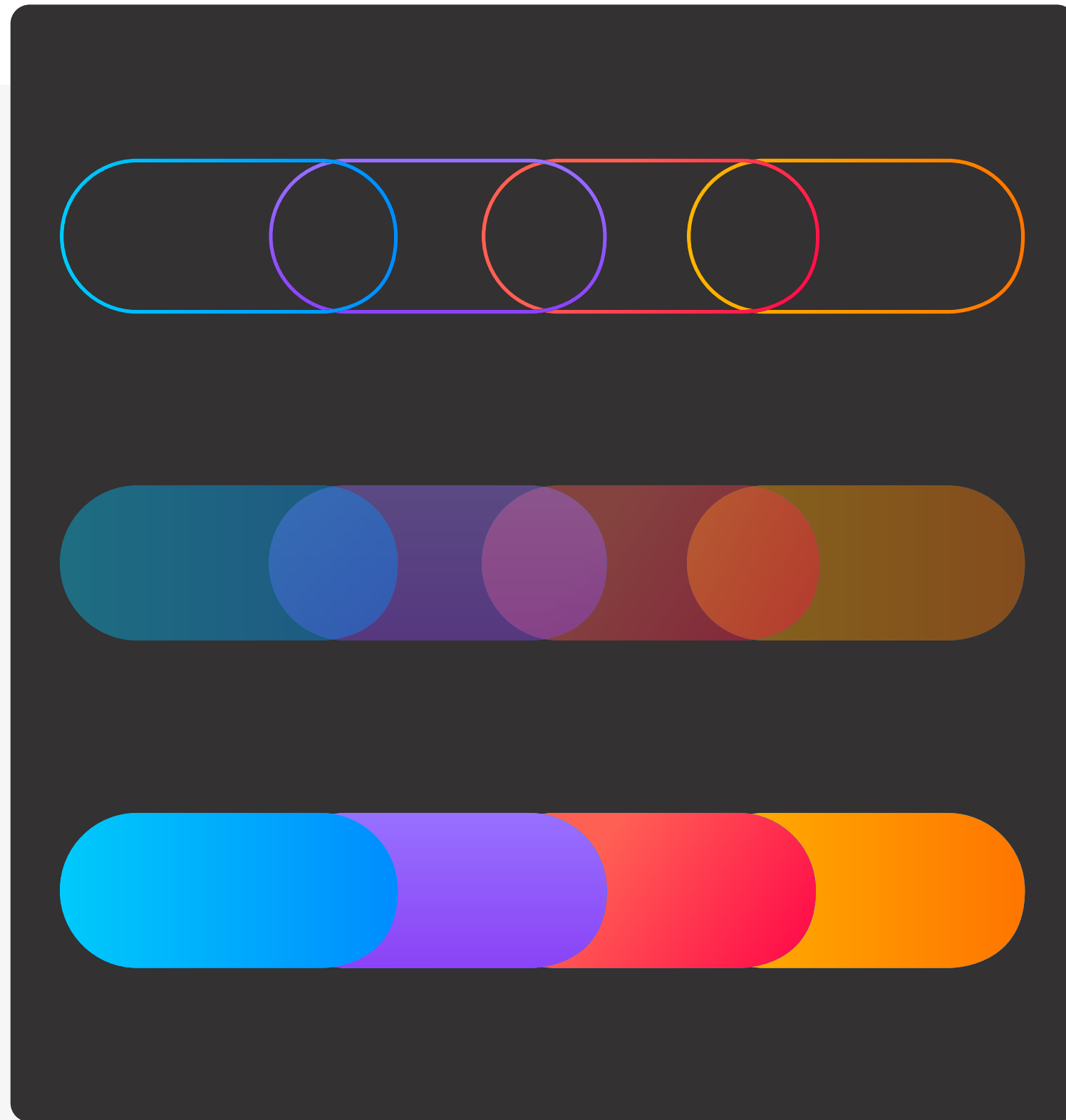
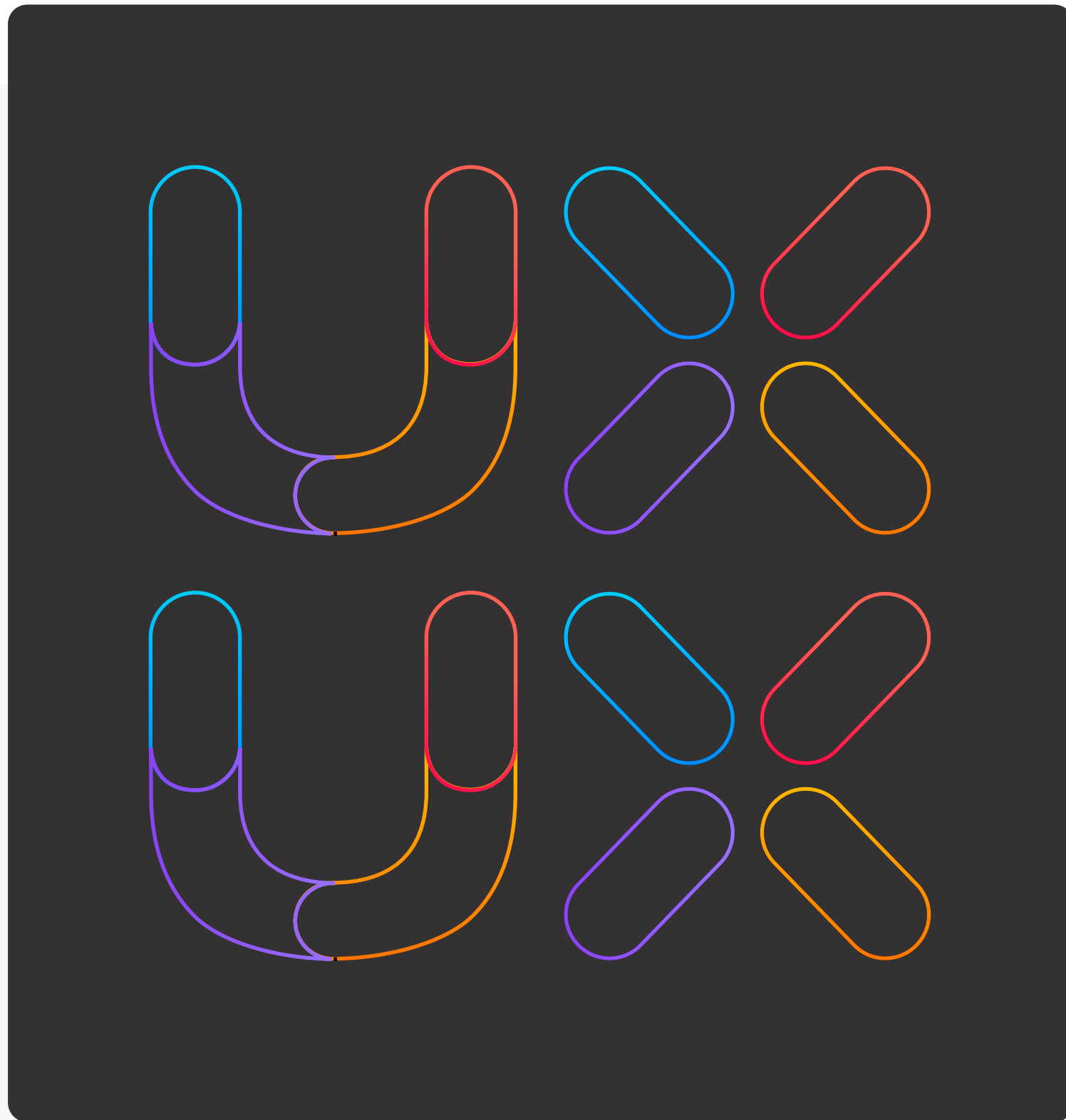
Brand Elements

เพิ่มการจดจำแบรนด์ (Brand Recognition) ในทุกช่องทาง ทำให้แบรนด์แข็งแกร่งขึ้น



Patterns

ระบบรูปทรงที่ได้รับแรงบันดาลใจจากเรขาคณิตของโลโก้ ช่วยสร้างลวดลายพื้นหลังที่สวยงาม, กราฟิกเคลื่อนไหว และไอคอนสัญลักษณ์ (เส้นขอบควรมีความหนา 2PT เสมอ ไม่ว่าจะใช้สำหรับขอบไอคอนหรือลวดลายต่างๆ)



Download UX Pattern

[Pattern File](#)

05

Voice & Tone

The way we speak



Voice

The voice of UX Services reflects our identity as a professional UX partner to leading businesses, committed to solving problems or creating new opportunities for businesses by developing impactful UX strategy and user experiences.

Empathetic

We recognize that every business challenge impacts real people. We speak with an understanding voice because we know feeling heard builds the foundation for effective partnerships.

✔ **Do:** "We understand how this issue can put pressure on your team."

✘ **Don't:** "We see this problem a lot. It's not a big deal!"

Confident

Since our statements are backed by proven expertise and insights focused on real business problems and measurable solutions, we speak confidently to give clients certainty that their challenges can be solved.

✔ **Do:** "Based on our past usability testing, this solution can increase the success rate of user onboarding by 20 percent."

✘ **Don't:** "We could try this solution and see what will happen."

Energetic

We approach challenges with positive energy and genuine curiosity. Our energetic voice inspires creative thinking and engaging to all stakeholders.

✔ **Do:** "This issue can be a great opportunity to improve the overall user journey."

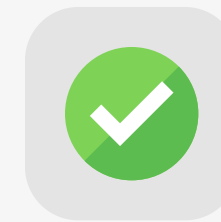
✘ **Don't:** "We don't have many options. Just do what we can and move on."

Tone

UX Services communicates with a professional tone that establishes our expertise and credibility.

While we can adapt our tone to better suit formal clients or informal channels, we always maintain a level of professionalism that reflects our position as a trusted UX partner for business leaders across industries

English



Do

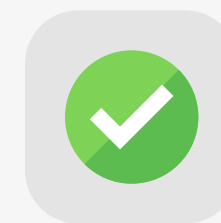
Hello
Are you sure about that?
That's outside our current scope
I apologize for the mistake
Sincerely,
This is a great news!
UX insights



Don't

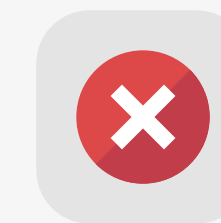
Hey there
For real?
That's not my job
My bad! Coffee hasn't kicked in yet
XOXO
OMG!!!
Shocking UX secrets!!!

Thai



Do

สวัสดีครับ/สวัสดีค่ะ
ทางลูกค้าแน่ใจนะครับ
งานนี้อยู่นอกสโคปที่เราตกลงกันไว้ นะคะ
ขอโทษครับ
ด้วยความเคารพ
เรายินดีที่จะประกาศว่า
แนวคิดเบื้องหลังงานออกแบบ UX



Don't

ดีจิบ/ดีจ้า
เอาจริงเหอครับ
เราไม่ได้ตกลงกันไว้แบบนี้ นะคะ
โทษทีครับ เข้าเส้นไปสมองยังไม่ทำงานครับ
ด้วยความคิดถึง
รู้ยังงงงง
เผยความลับงาน UX ที่คุณต้องทิ้ง

Brand Compliance

แบบทดสอบความสอดคล้องของแบรนด์

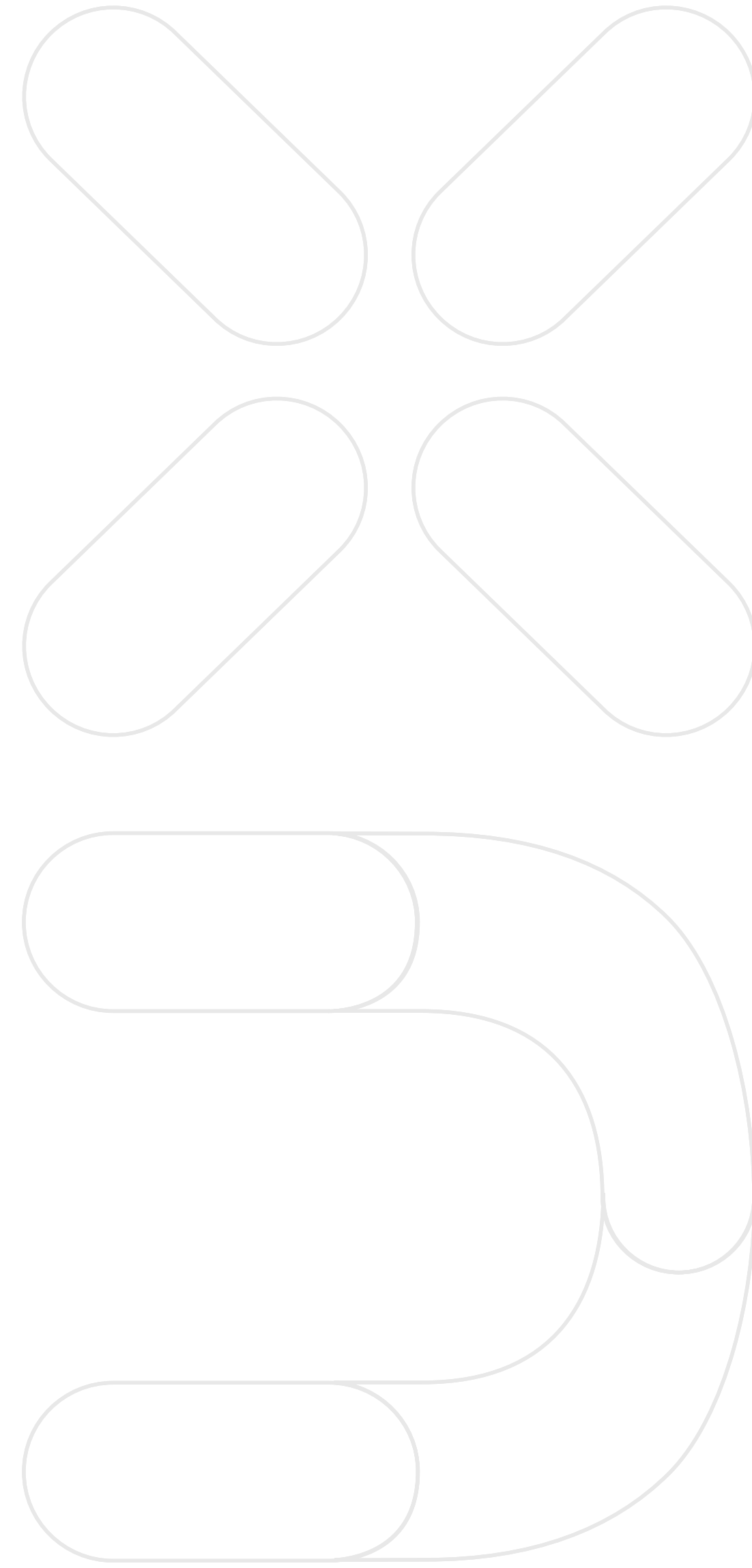


คำถามที่ 01

Logo UX

ข้อใดถูกต้อง?

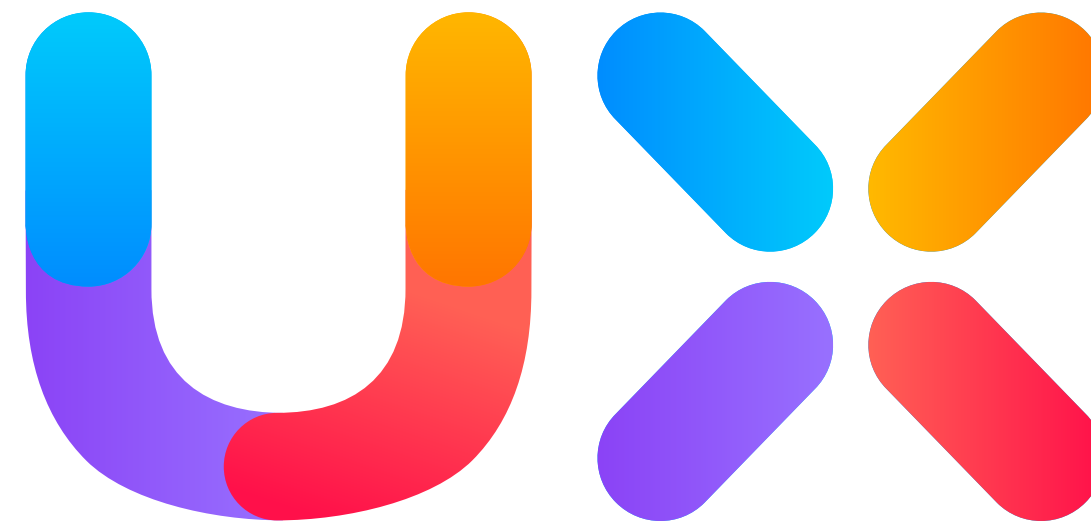
Which UX logo is correct?



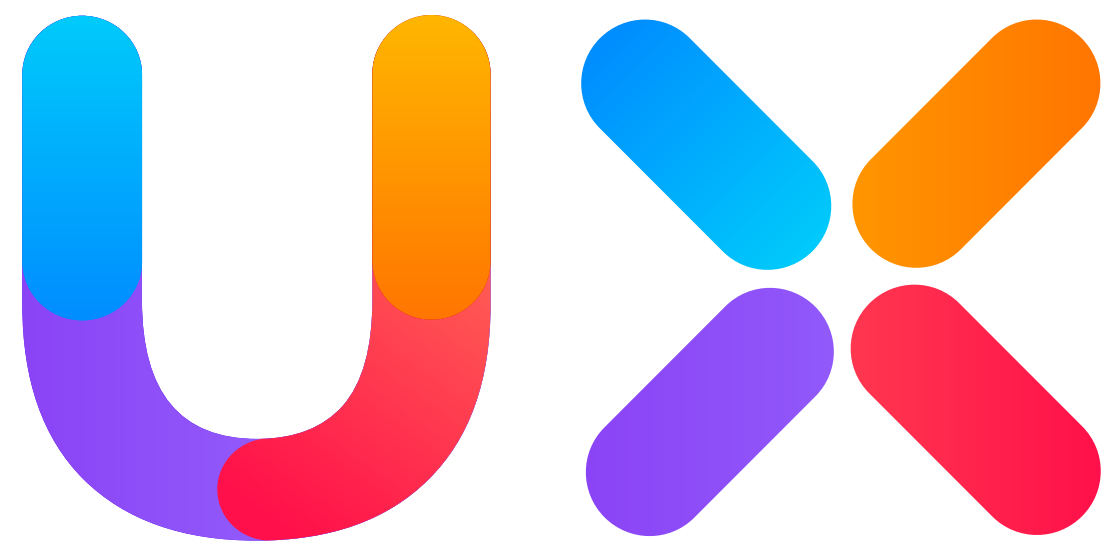
Logo UX ข้อใดถูกต้อง?



A



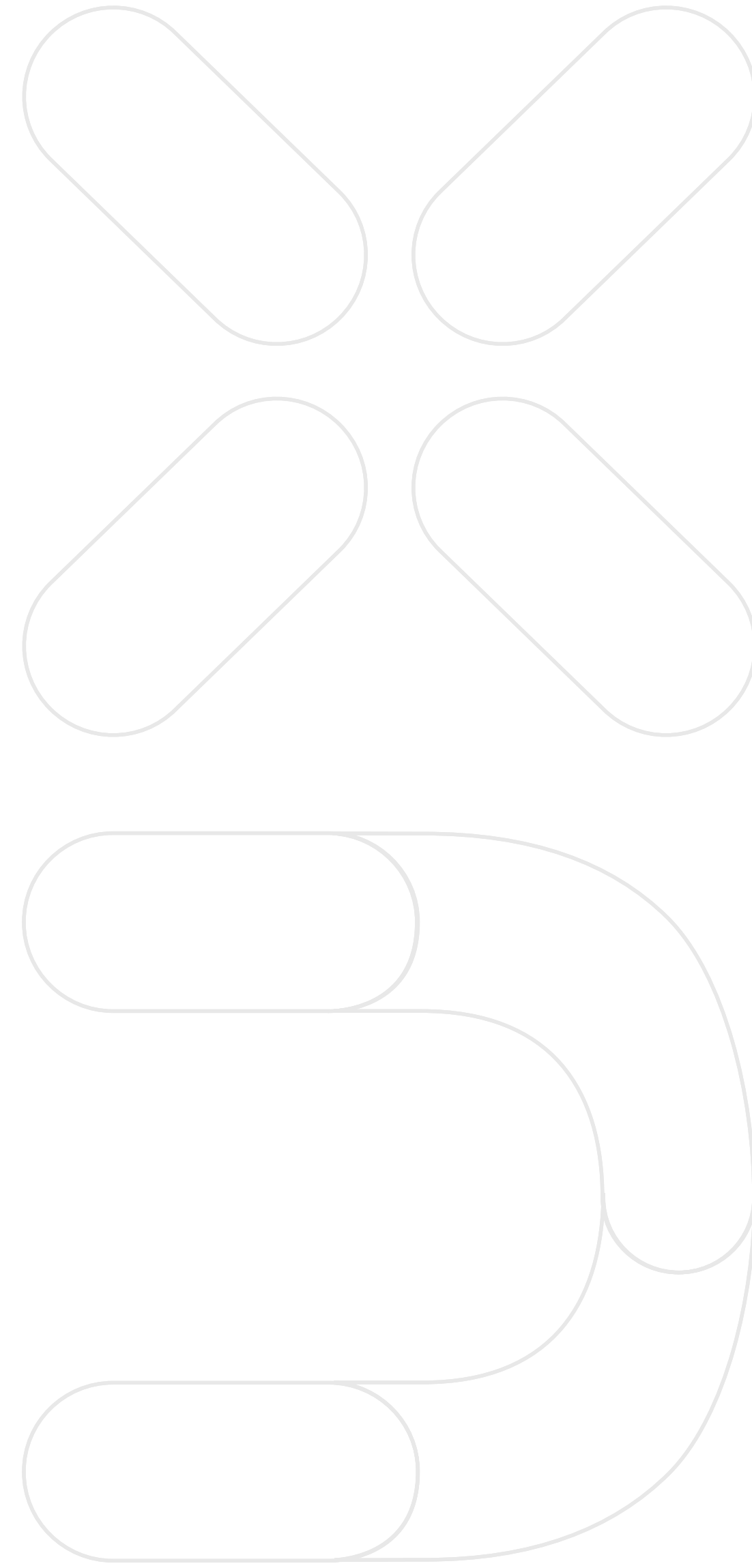
B



C



D



Logo UX ข้อใดถูกต้อง?



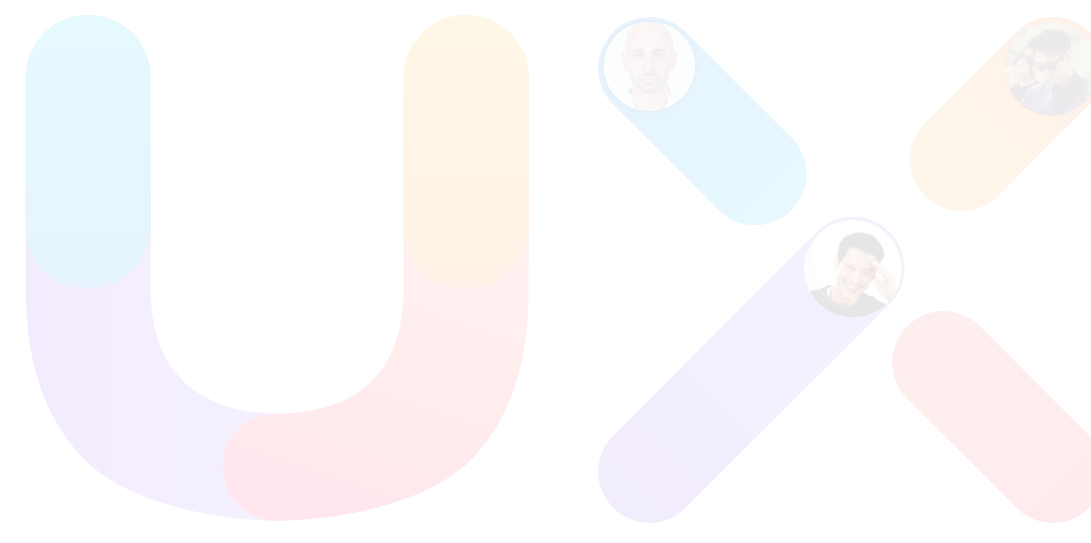
A



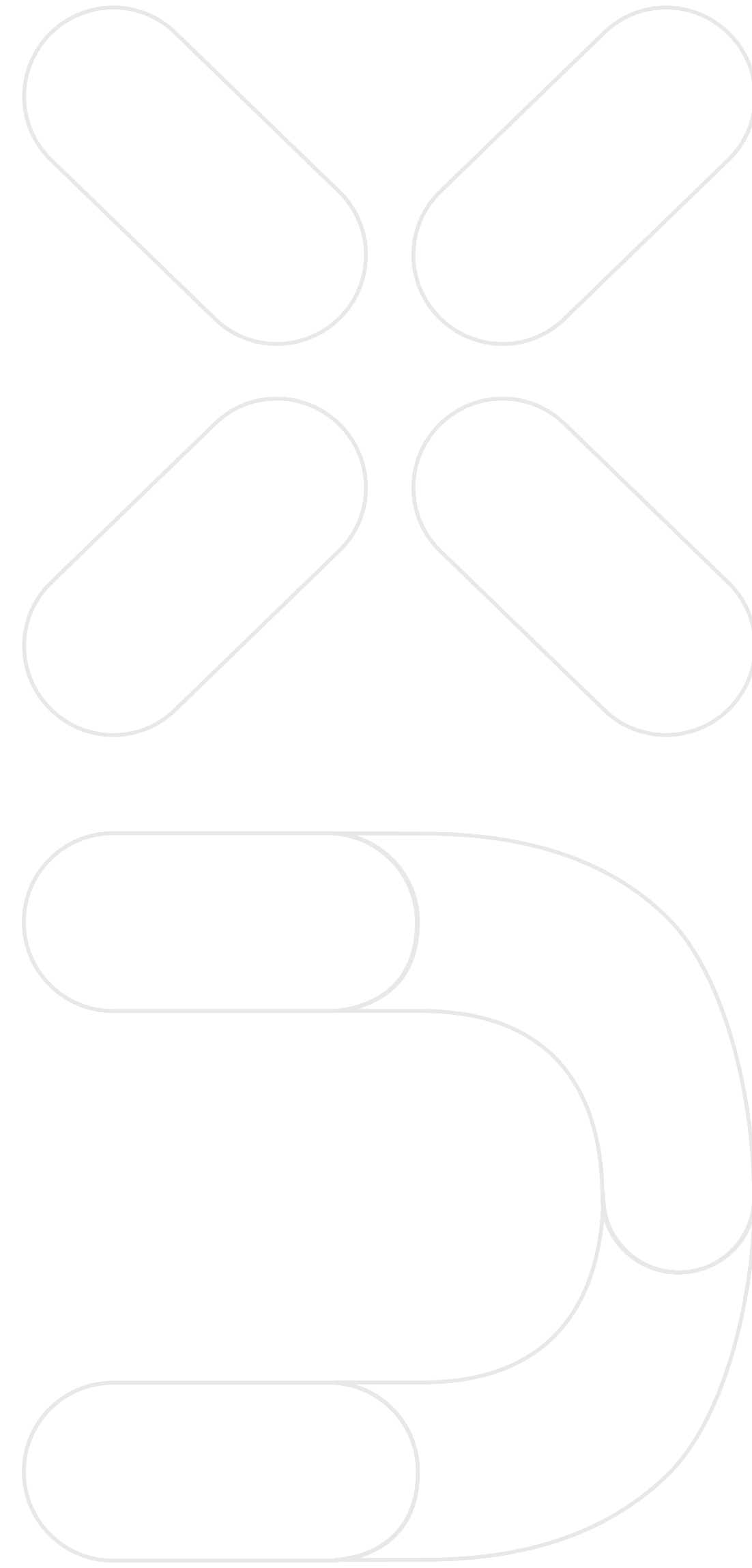
B ✓



C



D



คำถามที่ 02

สีประจำแบรนด์ UX
มีอะไรบ้างนะ?

What are the UX brand colors?



สีประจำแบรนด์ UX มีอะไรบ้างนะ?

Technology

- R22 G 200 B247
#16C8F7
P 115-6 C
C68 M0 Y0 K0
#00C2F3
- R0 G139 B255
#008BFF
P115-7 C
C86 M45 Y0 K0
#007Bc1

?

- R147 G115 B249
#9373F9
P 93-6 C
C54 M72 Y0 K0
#8560A8
- R139 G67 B247
#8B43F6
P96-7 C
C71 M85 Y0 K0
#69489D

?

- R249 G189 B56
#F9BD38
P 14-7c
C0 M31 Y85 K0
#FDB740
- R249 G12 B46
#F97E2E
P 30-7c
C0 M60 Y87 K0
#F58238

Passion

- R255 G109 B94
#FF6D5E
P 48-6 C
C0 M72 Y66 K0
#F26C57
- R250 G59 B81
#FA3B51
P48-6 C
C0 M87 Y58 K0
#DB4252

สีประจำแบรนด์ UX มีอะไรบ้างนะ?

Technology

- R22 G 200 B247
#16C8F7
P 115-6 C
C68 M0 Y0 K0
#00C2F3
- R0 G139 B255
#008BFF
P115-7 C
C86 M45 Y0 K0
#007Bc1

Wisdom ✓

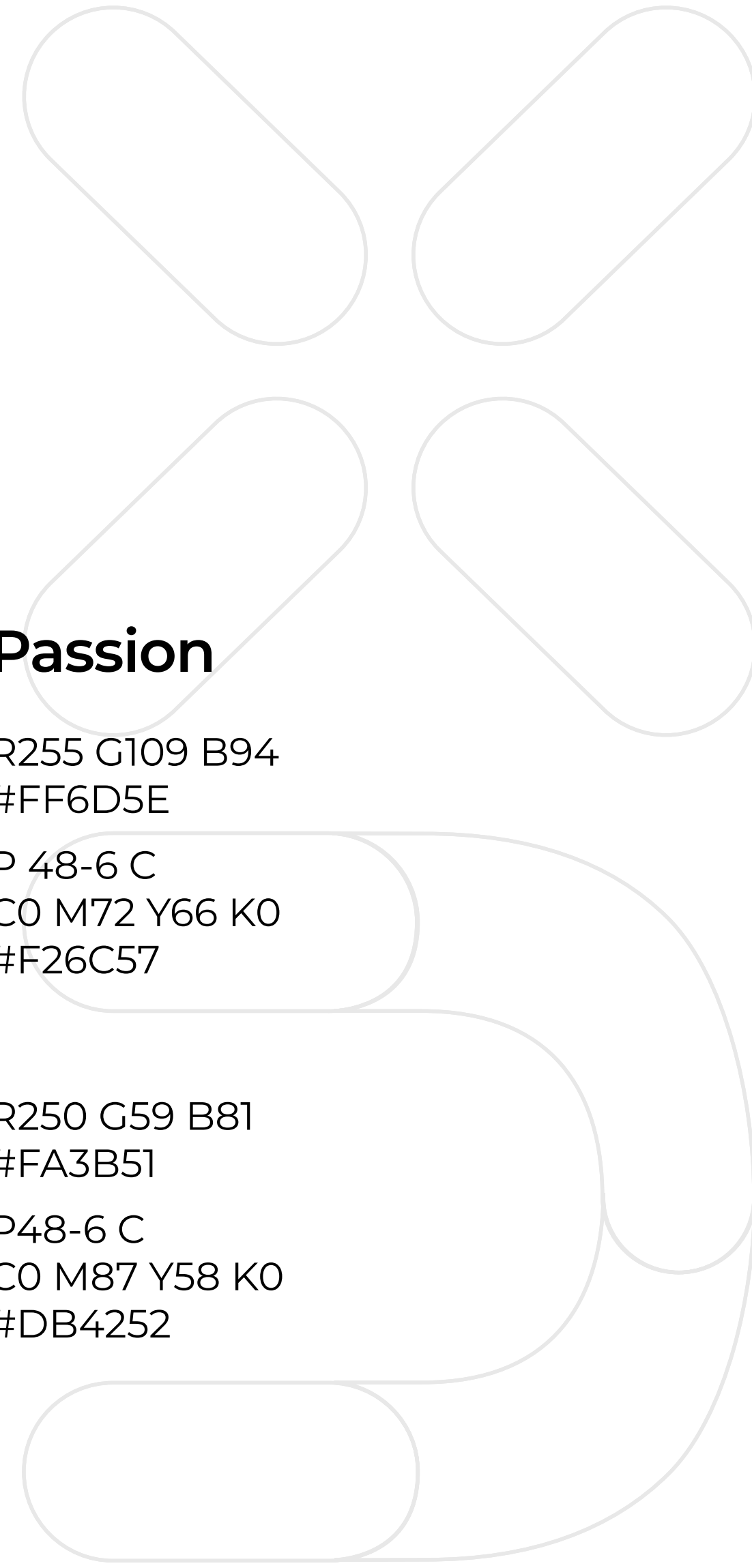
- R147 G115 B249
#9373F9
P 93-6 C
C54 M72 Y0 K0
#8560A8
- R139 G67 B247
#8B43F6
P96-7 C
C71 M85 Y0 K0
#69489D

Pioneer ✓

- R249 G189 B56
#F9BD38
P 14-7c
C0 M31 Y85 K0
#FDB740
- R249 G12 B46
#F97E2E
P 30-7c
C0 M60 Y87 K0
#F58238

Passion

- R255 G109 B94
#FF6D5E
P 48-6 C
C0 M72 Y66 K0
#F26C57
- R250 G59 B81
#FA3B51
P48-6 C
C0 M87 Y58 K0
#DB4252



คำถามที่ 03

Element ที่นำมาใช้
ข้อใดถูกต้อง?

Which element is correct?



Element ที่นำมาใช้ ข้อใดถูกต้อง?



A



B

Element ที่นำมาใช้ ข้อใดถูกต้อง?



A



B

คำถามที่ 04

บุคลิกของ UX
แบรนด์ มีอะไรบ้าง?

What is the UX brand's personality?



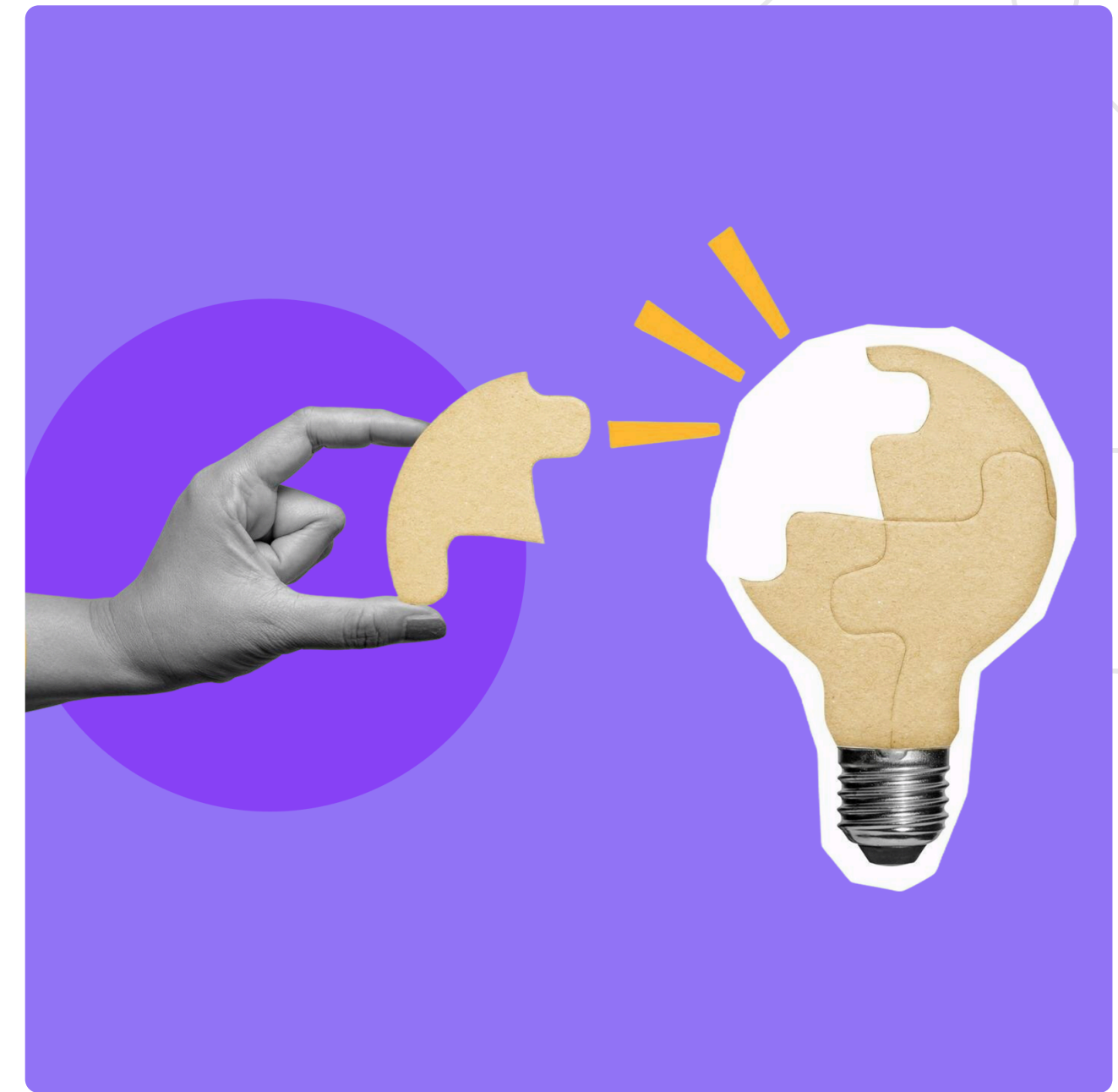
บุคลิกของ UX แบนด์ มีอะไรบ้าง?



?



?



?

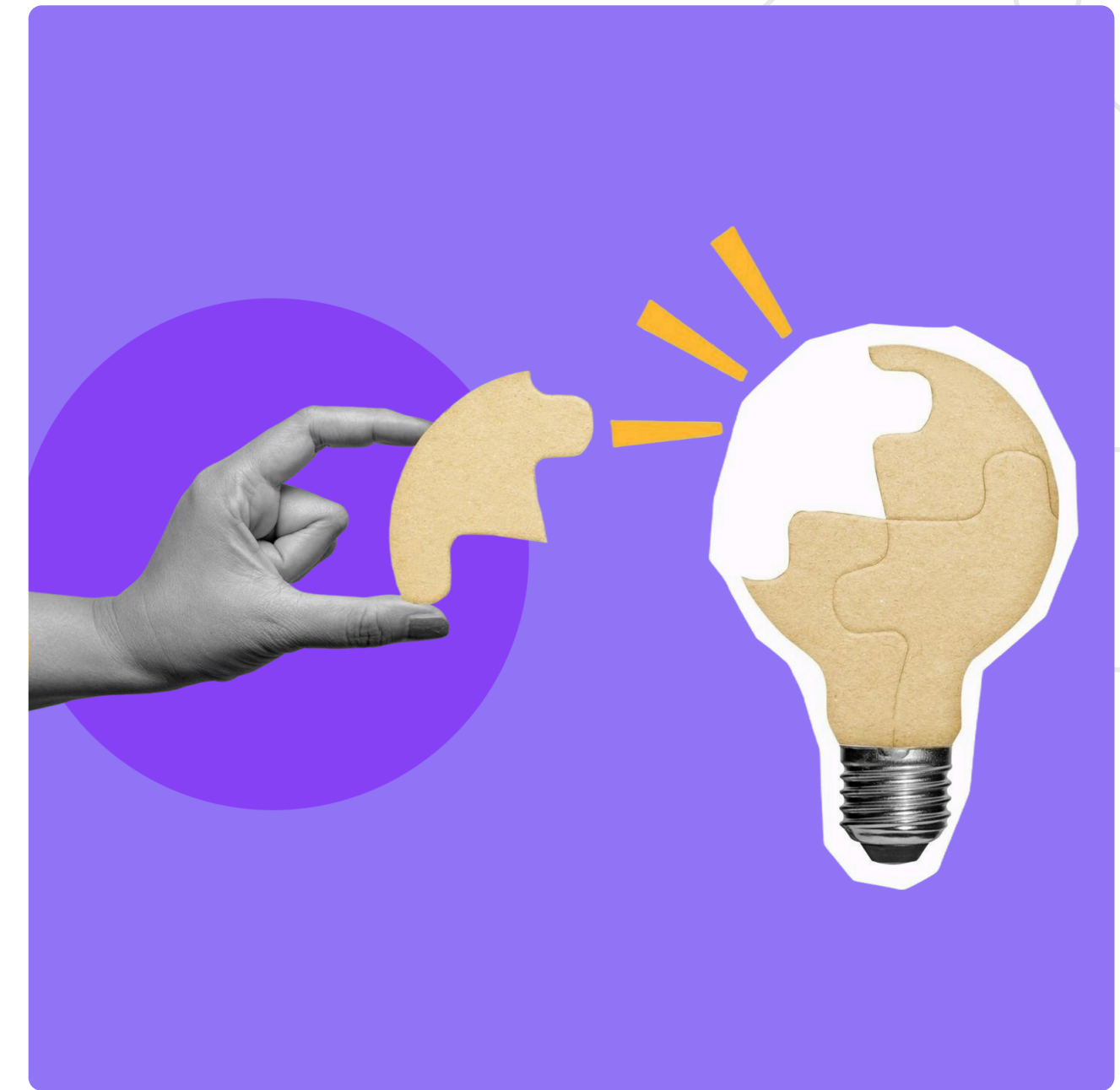
บุคลิกของ UX แบนด์ มีอะไรบ้าง?



Creator ✓



Sage ✓



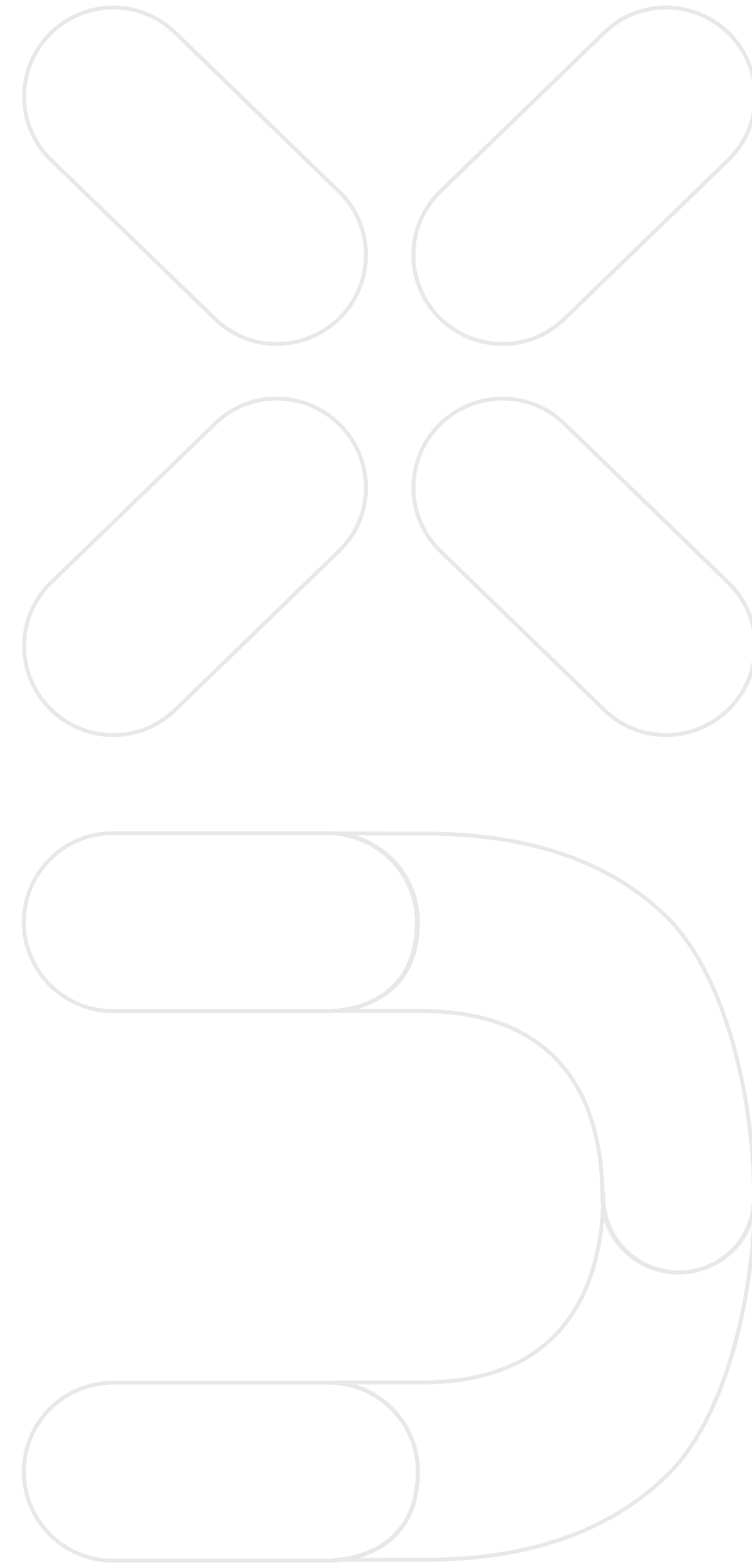
Caregiver ✓

คำถามที่ 05

Tagline

อันไหนถูกต้อง?

Which of the following taglines is correct?



Tagline อันไหนถูกต้อง?



A



B

Tagline อันไหนถูกต้อง?



A



B

Q&A



Mastering UX Brand Guidelines:
Feedback Form

