

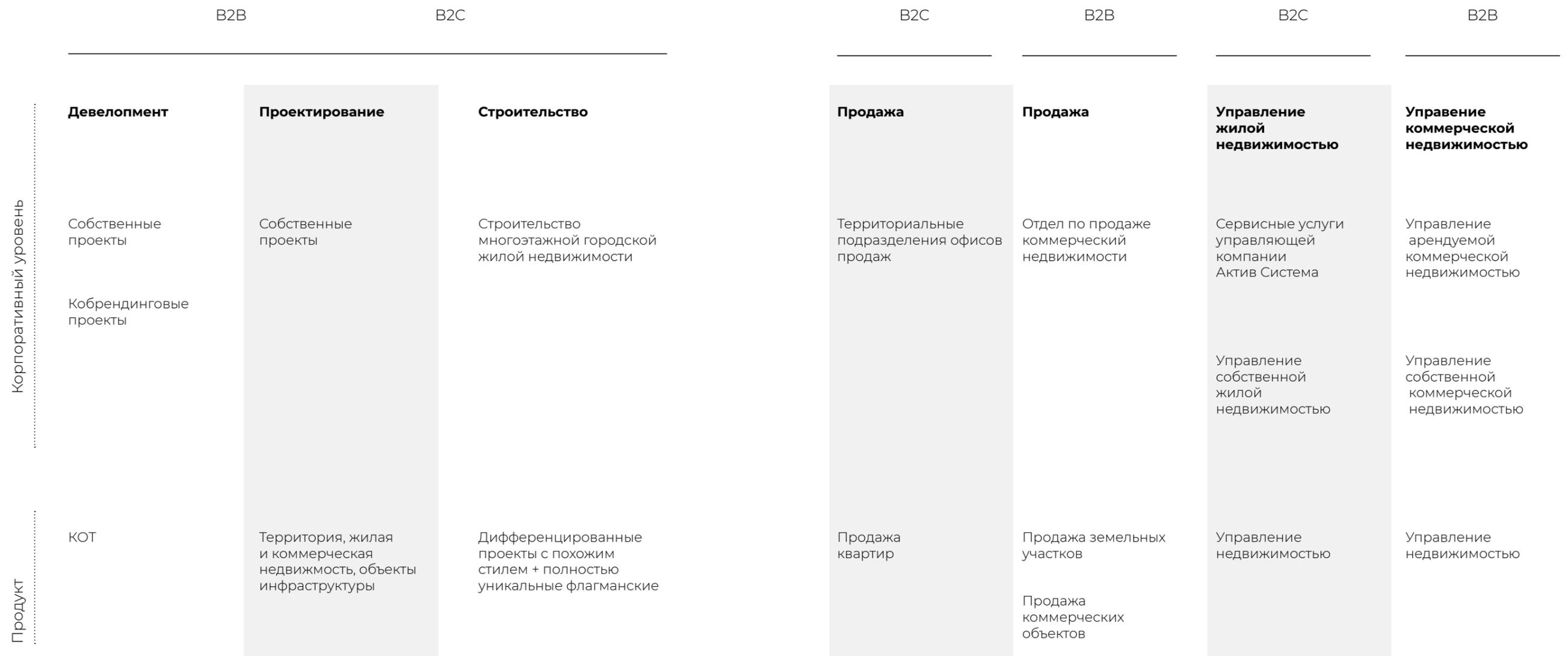


БРЕНДБУК

СОДЕРЖАНИЕ

СТРУКТУРА КОМПАНИИ И ПРОЕКТОВ	4	ФИРМЕННАЯ ЛИСТОВКА	94
BACKGROUND	6	ФИРМЕННЫЙ ФОН	96
ВОСПРИЯТИЕ	8	ШАБЛОН ПОДПИСИ ЭЛЕКТРОННОГО ПИСЬМА	98
ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ	10	ЗНАЧОК	100
НАША СТРАТЕГИЯ	12	ФУТБОЛКА	101
КЛИЕНТСКИЕ ПОЛИТИКИ	13	БЕЙСБОЛКА	102
ХАРАКТЕРИСТИКИ КОМПАНИИ	14	ДРЕСС-КОД СОТРУДНИКОВ	104
МИССИЯ	16	АВТООТВЕТЧИК	114
ВИДЕНИЕ	17	ВЫСТАВОЧНЫЙ СТЕНД	116
ЦЕННОСТНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ	18	СТОЙКА ПРОМОУТЕРА	118
КРЕДО	19	ТИПОВЫЕ МАКЕТЫ НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ	120
ВНУТРЕННИЙ БРЕНД	20	3.0 DIGITAL	
ВЕРБАЛЬНАЯ КОНЦЕПЦИЯ	22	ИНТЕРНЕТ-БАННЕРЫ	126
АРХИТЕКТУРА БРЕНДОВ	24	ПРАВИЛА И ШАБЛОНЫ ОФОРМЛЕНИЯ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ	132
		ФИРМЕННЫЕ ПИКТОГРАММЫ	140
1.0 ОСНОВНЫЕ КОНСТАНТЫ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ		4.0 ОФИС	
ПРАВИЛА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЛОГОТИПА	28	РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОФОРМЛЕНИЮ ЗОНЫ РЕСЕПШЕН	144
ПОСТРОЕНИЕ ЛОГОТИПА ПРОЕКТОВ ДЕВЕЛОПЕРА	38	РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОФОРМЛЕНИЮ ЗОНЫ ОЖИДАНИЯ	146
ЛОГОТИПЫ ПОДРАЗДЕЛЕНИЙ ДЕВЕЛОПЕРА	40	РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОФОРМЛЕНИЮ СТЕН В ОФИСЕ	150
ФИРМЕННЫЙ ЗНАК	42	ТАБЛИЧКИ НАВИГАЦИИ ОТДЕЛОВ	151
ШРИФТОВАЯ ГАРНИТУРА	44	ТАБЛИЧКИ ОТДЕЛОВ	152
ФИРМЕННАЯ ПАЛИТРА	46	ТАБЛИЧКА «ДЕЖУРНЫЙ МЕНЕДЖЕР»	154
ГРАФИЧЕСКИЙ МОТИВ	48	ТАБЛИЧКА «НА ВХОДЕ»	156
ФОТОСТИЛЬ	54	ТАБЛИЧКА «РЕЖИМ РАБОТЫ»	158
2.0 БАЗОВЫЙ КОМПЛЕКТ ФИРМЕННЫХ НОСИТЕЛЕЙ		5.0 СТРОЙКА	
КОРПОРАТИВНЫЕ ВИЗИТКИ	60	ТИПОВОЙ СОСТАВ ЭЛЕМЕНТОВ ОФОРМЛЕНИЯ	164
ПЕРСОНАЛЬНЫЕ ВИЗИТКИ	62	ВАРИАНТЫ ОФИСОВ	166
ПАПКА ДЛЯ ДОКУМЕНТОВ	64	ОСНОВНАЯ ВЫВЕСКА	168
ПАКЕТ БУМАЖНЫЙ ВЕРТИКАЛЬНЫЙ	66	ЗАБОР СТРОИТЕЛЬНОЙ ПЛОЩАДКИ	170
ПАКЕТ ПОКУПАТЕЛЯ (ПОЛИЭТИЛЕНОВЫЙ)	68	ПАСПОРТ ОБЪЕКТА	174
РУЧКА	70	ВХОД НА СТРОЙКУ	176
БЛОКНОТ	72	ФЛАГИ ГОРИЗОНТАЛЬНЫЕ	178
ФИРМЕННЫЙ БЛАНК	74	ФЛАГИ ВЕРТИКАЛЬНЫЕ	180
МАКЕТ ОБЪЯВЛЕНИЯ	76	КАРТА МАРШРУТА ЭКСКУРСИИ	182
БЛАНК ПОЗДРАВИТЕЛЬНОЙ ДОКУМЕНТАЦИИ	78	СТЕНД С КАРТОЙ ПРОЕКТОВ НА ОБЪЕКТЕ	184
ФЛАГ НАСТОЛЬНЫЙ	80	УКАЗАТЕЛИ ПРЕИМУЩЕСТВ	186
МАКЕТЫ ПОЗДРАВИТЕЛЬНЫХ ОТКРЫТОК	84	ЛИНЕЙКА ЭТАЖНОСТИ	188
СТОЙКА ДЛЯ POS-МАТЕРИАЛОВ	86	НАВИГАЦИОННЫЕ СТЕЛЫ	192
КАРТОЧКА КВАРТИРЫ	88	НАВИГАЦИОННЫЕ ТАБЛИЧКИ	194
ИМЕННОЙ БЕЙДЖ	90	НАВИГАЦИЯ В ДЕМОКВАРТИРАХ	196
БЕЙДЖ ПОДВЕСНОЙ	92		

СТРУКТУРА КОМПАНИИ



BACKGROUND

Девелоперская компания «Первостроитель» – продолжатель традиций одного из старейших строительных предприятий в Свердловской области — треста «Уралобувстрой», который был основан в 1934 году для создания фабрики «Уралобувь». Со временем трест был реорганизован сначала в отдел, а затем в управление капитального строительства, которое возводило промышленные и социальные объекты.

За годы работы управления было построено более 100 000 м² производственных площадей, 25 000 м² жилья в районе Втузгородка, 5 детских садов и ряда других социальных объектов.

В начале 2000-х годов управление капитального строительства было преобразовано в девелоперскую компанию «Уралобувь». В связи с новой градостроительной политикой топ-менеджмент компании принял решение о возведении на месте промышленных цехов современного жилого микрорайона «Университетский».

В 2015 году девелоперская компания «Уралобувь» переименована в «Первостроитель» в память о первых строителях современного Екатеринбурга, которые в начале XX века заложили в основу города принципы комплексного освоения территорий.

 ПЕРВОСТРОИТЕЛЬ



ВОСПРИЯТИЕ

ОПЫТ. МАСШТАБ. ВОЗМОЖНОСТИ.

Мы стремимся к тому, чтобы аудитория воспринимала нас как опытную и сильную компанию. Такое представление должно сложиться по отношению к бренду девелопера не только посредством внешних атрибутов бренда и коммуникации, но и за счет реального опыта взаимодействия с нашими продуктами и услугами.

Компания

Опытная девелоперская компания

которая создает

Продукт

большие жилые комплексы

где каждому доступны

Сервис

комфорт и широкий набор возможностей

ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ

В отношении покупателей для нас важно соответствовать сформированным ожиданиям аудитории. Мы работаем на рынке продуктов, к которым у наших клиентов существуют понятные требования. И наша задача в этом смысле — удовлетворить запросы клиента наилучшим образом. Комплексные проекты при этом предоставляют покупателям возможность выбора особенных вариантов для покупки.

НАШЕМУ ПОКУПАТЕЛЮ НЕ ВСЕ РАВНО!

**Мы строим и обслуживаем
дома и территории
для тех, кто стремится
реализовать свои
амбиции комфорта**

Наш покупатель разделяет традиционные ценности и интерес к инновациям комфорта

НАША СТРАТЕГИЯ

ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ ПРОДУКТА

Для удовлетворения потребностей и предпочтений различных подгрупп аудитории мы создаем проекты, отличающиеся по своим свойствам. При этом стремимся создать проекты, обладающие уникальными или относительными преимуществами.

ЦЕННЫЕ БРЕНДЫ

Компания и проекты стремятся стать значимыми и заметными для аудитории. Для нас важно, чтобы проекты имели ценность и вызвали предпочтение.

**Мы работаем
на массовом рынке
и адресуем значимое
предложение широкому
кругу покупателей.**

КЛИЕНТСКИЕ ПОЛИТИКИ

Для создания наилучшего продукта и предоставления услуг наилучшим образом мы фокусируемся на развитии следующих клиентских политик:

КАЧЕСТВО

Создание качественной недвижимости, соответствующей отраслевым стандартам и превосходящей их по выбранным в каждом проекте отдельным характеристикам.

ВЫБОР

Формирование дифференцированного портфеля проектов и продукта внутри каждого конкретного предложения.

ХАРАКТЕРИСТИКИ КОМПАНИИ

	Польза	Ценность	Осознание	Дизайн	Коммуникация	
Продукт Большие	Строительство крупных проектов в формате комплексного освоения территории	Возможность выбора Удобство	Выбор	Мы помогаем покупателям реализовать выбор комфортной недвижимости	Может приняться для разных направлений и проектов	Заявляем о масштабе проектов и их значимости
	Использование современных технических решений и устройств в строительстве и обслуживании недвижимости	Качество	Комфорт			
	Проекты разной ценовой категории и уровня комфорта. Большое количество вариантов проектов, планировок квартир. Большое количество различных МАФов на территории, зонирование территории дворов	Возможность выбора	Выбор			
Компания Опыт	Компания работает с 1934 года; в недвижимости реализовано несколько масштабных проектов	Опыт	Уверенность	Мы развиваем стабильную компанию, создающую комплексные проекты. Нам точно можно доверять	Подходящий для компании, претендующей на лидерство, соответствует сильной компании с хорошей историей	Демонстрируем уверенность и профессионализм
	В компанию входит несколько подразделений, выполняющих всю последовательность девелоперских проектов	Компетентность	Уверенность			
	Работают как сотрудники с большим опытом, так и молодые специалисты	Опыт и инновации	Уверенность			
Сервис Возможности	Клиенты доверяют свой выбор нам, совершая повторные покупки	Статус компании	Доверие			
	Применение современных технологий комфорта, здоровья, энергосбережения: систем энергосбережения и систем очистки воздуха и воды, BIM и пр.	Инновации	Комфорт	Мы открываем для покупателей новые возможности для комфорта, получения эмоций, удобной жизни. Даже если что-то используется редко, такая возможность есть всегда	Актуальный сегодня и в будущем, удобный и заметный	Демонстрируем возможности
	Система услуг управляющей компании, составляющая самостоятельный сервис	Сервисность	Удобство			
	Различные мероприятия на территории, организованные УК; развитие концепции coliving	Выбор событий	Эмоции			

НАША МИССИЯ

ГЕНИАЛЬНОСТЬ ВО ВСЕМ: ПРОСТОТА, ЛОГИКА, ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ, НУЖНОСТЬ

Гениальность во всем: простота, логика, последовательность, нужность.

И главное из всех слов — нужность. Мы должны быть нужны городу, мы должны быть его конструктивным гражданином, который живет не только для себя.

НАШЕ ВИДЕНИЕ

ОРГАНИЧНОЕ РАЗВИТИЕ КОМПАНИИ

Слаженная работа является основой нашего видения, потому что наш приоритет — это профессионализм на местах. Мы хотим, чтобы развитие компании происходило изнутри, поэтому стремимся, чтобы на каждой позиции работали люди, чей уровень компетенций является конкурентоспособным на федеральном уровне.

ЦЕННОСТНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ

ВОЗМОЖНОСТИ

Мы даем нашим клиентам широкий набор возможностей. Идея возможностей как достижения, ресурса, выбора, права — гибкая и при этом применимая для самых разных аспектов покупки и использования недвижимости.



КРЕДО

ВАЖНЫ ВСЕ.

ВАЖНО ВСЁ.

ВОЗМОЖНО ВСЁ

В работе над каждым проектом и деталью мы стремимся оценить значение каждой части проекта вне зависимости от масштаба и ее роли. В работе компании важны все сотрудники вне зависимости от опыта, возраста, должности. Команда девелопера работает над каждым проектом сообща.

«Нам не все равно» — именно так мы относимся к оценке решений, которые используем на каждом этапе работы.

Каждое конкретное решение, как результат неравнодушной работы, становится в итоге примером реализации широких возможностей наших клиентов.

ВНУТРЕННИЙ БРЕНД

КОМПАНИЯ ВОЗМОЖНОСТЕЙ

Мы — компания равных возможностей для сотрудников всех возрастов, любого опыта, самых разных направлений и специализаций.

Наша цель — создание условий для реализации потенциала каждого специалиста.

Мы стремимся создать удобные условия для работы, в которых сотрудники будут заинтересованы в достижении высоких результатов.

— **МЫ — ПЕРВОСТРОИТЕЛИ!**

— **Я — ПЕРВОСТРОИТЕЛЬ!**

Первостроители — это профессионалы с большими целями. Мы беремся за крупные проекты. Разделяем высокие цели. Продолжаем традиции и стремимся к будущему!

— **ПЕРВОСТРОИТЕЛИ — ЛЮДИ,
КОТОРЫМ НЕ ВСЕ РАВНО!**

— **ПЕРВОСТРОИТЕЛЬ —
КОМПАНИЯ ВОЗМОЖНОСТЕЙ!**



ВЕРБАЛЬНАЯ КОНЦЕПЦИЯ

Приведем несколько тезисов, которые соответствуют концепции бренда.

Отметим, что тезисы в равной степени подходят как для обращения к сотрудникам, так и для обращения к потенциальным покупателям.

- **ВАЖЕН КАЖДЫЙ.
ВАЖНО ВСЕ**
- **ВОЗМОЖНО ВСЕ**
- **НАМ НЕ ВСЕ РАВНО**
- **ПРИДАЕМ ЗНАЧЕНИЕ***
- **БУДЬТЕ УВЕРЕНЫ**
- **БОЛЬШИЕ ВОЗМОЖНОСТИ**
- **БОЛЬШИЕ РЕШЕНИЯ
(В КАЖДОЙ ДЕТАЛИ)**

* даже самой «незначительной» вещи, например, (чистому) воздуху

АРХИТЕКТУРА БРЕНДОВ

Среди всего множества проектов компания стремится реализовать концепцию дифференцированного портфеля проектов. Внутри проектов КОТ каждый объект наследует общие сквозные элементы стиля.

ДЛЯ ПРОЕКТОВ КОТ

«Адресные» проекты в пределах крупного проекта КОТ создаются на основе общего стиля

- Адресное название
- Логотип на основе зонтичного
- Стиль на основе зонтичного

ДЛЯ ДРУГИХ ПРОЕКТОВ

Особенные проекты создаются на основе собственного стиля

- Особенное название
- Особенный логотип
- Особенный стиль

1.0

**Основные константы
фирменного стиля**

ПРАВИЛА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЛОГОТИПА (ОСНОВНАЯ ВЕРСИЯ)

ВЕРСИИ ЛОГОТИПА

Ниже представлены основные рекомендуемые цветовые сочетания фона и логотипа.

Оригинальный логотип



Монохромная версия



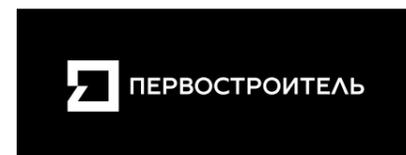
Логотип на светлом фоне



Не рекомендуется при цветном знаке полностью черная заливка уникального текстового начертания



Логотип на темном фоне



ПОЛЕ БЕЗОПАСНОСТИ ЛОГОТИПА

У каждой версии логотипа существует поле безопасности. Это пространство, в пределах которого не должно размещаться каких-либо объектов (других логотипов, графических элементов и т. п.). Поле безопасности формируется расстоянием с каждой стороны, равным высоте знака.

В случае необходимости возможно сокращение охранного поля по одной из 4 сторон, с сохранением пропорций остальных 3 сторон.

Рекомендуемое поле безопасности



Минимальное поле безопасности



Ситуационное поле безопасности



ПРАВИЛА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЛОГОТИПА С ДЕСКРИПТОРОМ

ВЕРСИИ ЛОГОТИПА

Ниже представлены основные рекомендуемые цветовые сочетания фона и логотипа.

Оригинальный логотип



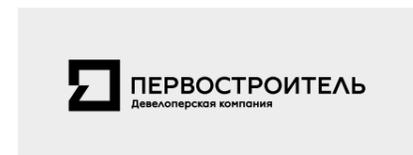
Монохромная версия



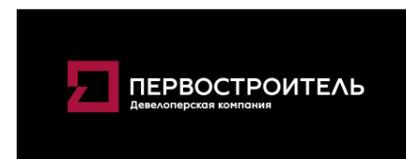
Логотип на светлом фоне



Не рекомендуется при цветном знаке полностью черная заливка уникального текстового начертания



Логотип на темном фоне



ПОЛЕ БЕЗОПАСНОСТИ ЛОГОТИПА

У каждой версии логотипа существует поле безопасности. Это пространство, в пределах которого не должно размещаться каких-либо объектов (других логотипов, графических элементов и т. п.). Поле безопасности формируется расстоянием с каждой стороны, равным высоте знака.

В случае необходимости возможно сокращение охранного поля по одной из 4 сторон, с сохранением пропорций остальных 3 сторон.

Рекомендуемое поле безопасности



Минимальное поле безопасности



Ситуационное поле безопасности



ПРАВИЛА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЛОГОТИПА (ВЕРТИКАЛЬНАЯ ВЕРСИЯ)

ВЕРСИИ ЛОГОТИПА

Ниже представлены основные рекомендуемые цветовые сочетания фона и логотипа.

Оригинальный логотип



ПЕРВОСТРОИТЕЛЬ

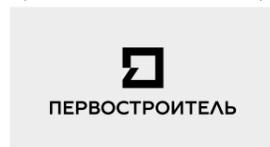
Монохромная версия



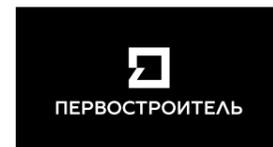
ПЕРВОСТРОИТЕЛЬ

Логотип на светлом фоне

Не рекомендуется при цветном знаке полностью черная заливка уникального текстового начертания



Логотип на темном фоне



ПОЛЕ БЕЗОПАСНОСТИ ЛОГОТИПА

У каждой версии логотипа существует поле безопасности. Это пространство, в пределах которого не должно размещаться каких-либо объектов (других логотипов, графических элементов и т. п.). Поле безопасности формируется расстоянием с каждой стороны, равным высоте знака.

В случае необходимости возможно сокращение охранного поля по одной из 4 сторон, с сохранением пропорций остальных 3 сторон.

Рекомендуемое поле безопасности



Ситуационное поле безопасности



Минимальное поле безопасности



ПРАВИЛА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЛОГОТИПА ВЕРТИКАЛЬНАЯ ВЕРСИЯ С ДЕСКРИПТОРОМ

ВЕРСИИ ЛОГОТИПА

Ниже представлены основные рекомендуемые цветовые сочетания фона и логотипа.

Оригинальный логотип



Монохромная версия

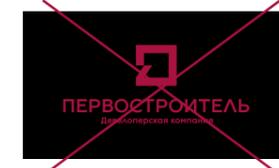
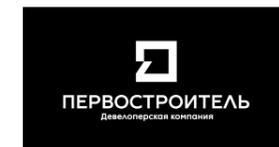
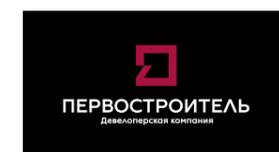


Логотип на светлом фоне

Не рекомендуется при цветном знаке полностью черная заливка уникального текстового начертания



Логотип на темном фоне



ПОЛЕ БЕЗОПАСНОСТИ ЛОГОТИПА

У каждой версии логотипа существует поле безопасности. Это пространство, в пределах которого не должно размещаться каких-либо объектов (других логотипов, графических элементов и т. п.). Поле безопасности формируется расстоянием с каждой стороны, равным высоте знака.

В случае необходимости возможно сокращение охранного поля по одной из 4 сторон, с сохранением пропорций остальных 3 сторон.

Рекомендуемое поле безопасности



Ситуационное поле безопасности



Минимальное поле безопасности



ПРАВИЛА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЛОГОТИПА

МИНИМАЛЬНЫЙ РАЗМЕР

Рекомендациями предусмотрен минимальный размер логотипа для печатных носителей и цифровой среды. Размеры указаны без учёта охранного поля. Не рекомендуется использовать логотипы меньших размеров. Также необходимо учитывать технические требования, предъявляемые типографиями для разных способов печати.

Горизонтальная
версия логотипа



Минимальная ширина – 25 мм

Вертикальная
версия логотипа



Минимальная ширина – 20 мм

Горизонтальная
версия логотипа



Минимальная ширина – 40 мм

Вертикальная
версия логотипа



Минимальная ширина – 30 мм

Горизонтальная версия логотипа
для цифровой среды



Минимальная ширина – 70 px

Вертикальная версия логотипа
для цифровой среды



Минимальная ширина – 50 px

ТИПОВОЕ ПОСТРОЕНИЕ ЛОГОТИПА ПРОЕКТОВ ДЕВЕЛОПЕРА

СХЕМА ПОСТРОЕНИЯ ЛОГОТИПОВ

Логотипы проектов компании могут иметь особенные оригинальные знаки, которые вписываются в квадрат, при этом шрифт во всех логотипах остается неизменным.

Построение логотипов (композиция) должно подчиняться единым принципам.

Это необходимо для того, чтобы логотипы вписывались в макеты фирменного стиля и рекламы, создаваемые по единым стандартам.



ПРИМЕР ОСНОВНЫХ ВЕРСИЙ ЛОГОТИПА



ЛОГОТИПЫ ПОДРАЗДЕЛЕНИЙ ДЕВЕЛОПЕРА

СХЕМА ПОСТРОЕНИЯ ЛОГОТИПОВ

Логотипы подразделений компании должны подчиняться единым принципам построения, что и логотип девелопера.

Это необходимо для того, чтобы логотипы вписывались в макеты фирменного стиля и рекламы, создаваемые по единым стандартам.



Цвет знака меняется в соответствии с фирменными цветами подразделения

Меняется название подразделения

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ЦВЕТА ДЛЯ ПОДРАЗДЕЛЕНИЙ ДЕВЕЛОПЕРА

Для подразделений рекомендуется использовать дополнительные цвета.

Дополнительные тона рекомендуется подбирать последовательно по часовой стрелке по цветовому кругу. Вариант цвета: насыщенный.



ФИРМЕННЫЙ ЗНАК

Фирменный знак может использоваться без текстовой части для оформления сувенирной продукции, в цифровой среде и прочих случаях, когда указание названия является необязательным.

Одновременное использование знака и логотипа на одном носителе не допускается.

ВЕРСИИ ЗНАКА



32 x 32 px

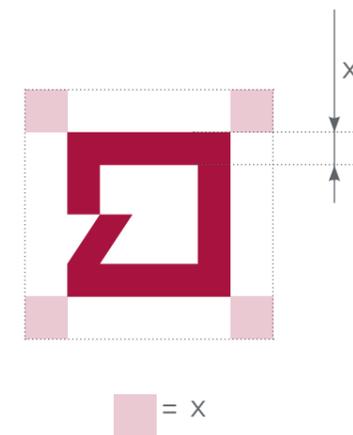


16 x 16 px

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЗНАКА

При использовании знака применяются правила, аналогичные правилам использования полной версии логотипа.

ПОЛЕ БЕЗОПАСНОСТИ ЗНАКА



ШРИФТОВАЯ ГАРНИТУРА

Стиль заголовков и подзаголовков должен отличаться от наборного текста для достижения акцента.

Для оформления текстов и в прочих случаях рекомендуется использовать предложенное далее сочетание шрифтов и их стилей.

В случае если по техническим причинам использование корпоративного шрифта невозможно, допускается его замена на один из системных предустановленных шрифтов типа Verdana.

Ad

ОСНОВНОЙ ШРИФТ

Шрифт для заголовков
Lack Regular
Скачать шрифт:
<http://velvetyne.fr/fonts/lack>

ПЕРВОСТРОИТЕЛЬ —
КОМПАНИЯ
ВОЗМОЖНОСТЕЙ

Шрифт для наборного текста
Inter Regular
Скачать шрифт:
<https://fonts.google.com/specimen/Inter?query=Inter>

Первостроитель —
компания
возможностей

Шрифт для написания цифр
в заголовках и рекламных макетах

Inter Medium
Скачать шрифт:
<https://fonts.google.com/specimen/Inter?query=Inter>

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

WEB-ШРИФТ

Шрифт для заголовков
Verdana Bold

ПЕРВОСТРОИТЕЛЬ —
КОМПАНИЯ
ВОЗМОЖНОСТЕЙ

Шрифт для наборного текста
Verdana Regular

Первостроитель —
компания
возможностей

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЙ ШРИФТ (СТАНДАРТНЫЙ ШРИФТ НА ПК)

Шрифт для заголовков
Verdana Bold

ПЕРВОСТРОИТЕЛЬ —
КОМПАНИЯ
ВОЗМОЖНОСТЕЙ

Шрифт для наборного текста
Verdana Regular

Первостроитель —
компания
возможностей

ФИРМЕННАЯ ПАЛИТРА

ОСНОВНЫЕ ЦВЕТА

Рекомендуется последовательно использовать фирменные цвета. Значения в RGB используются для экранного дизайна, Pantone — для печати.



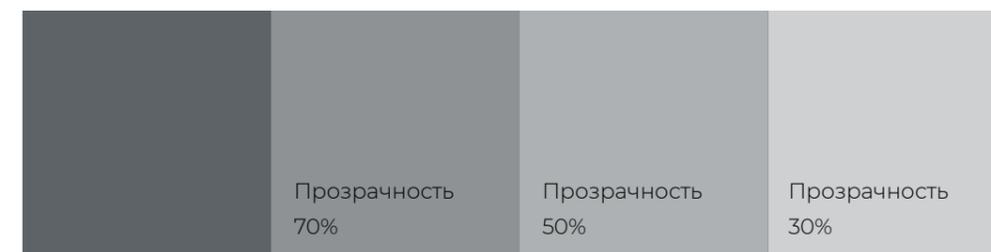
RGB 168 / 18 / 62
Pantone 1945
Web #a8123e

RGB 94 / 99 / 103
Pantone Color Gray 7
Web #5e6367

Pantone Metallics: 877

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ЦВЕТА

Дополнительные цвета используются для оформления элементов графического мотива и дополнительных элементов дизайна (фон, плашки и пр.).



RGB 94 / 99 / 103
Pantone Color Gray 7
Web #5e6367

ГРАФИЧЕСКИЙ МОТИВ

Графический мотив — это основной элемент дизайна, используемый при создании и оформлении носителей фирменного стиля компании, рекламных материалов ее проектов.

В рекламе основной принцип в графическом мотиве — облако диалога.

Рекомендуется последовательно и повсеместно использовать графический мотив для развития устойчивого образа бренда и его проектов среди целевой аудитории.



Создаем
ваш комфорт





Дополнительным объектом, формирующим графическую основу макетов, является полоса, располагающаяся в правой части макетов. В основе этой полосы находятся кадрированные элементы логотипа.

ФОТОСТИЛЬ

Рекомендуется использовать фотографии с людьми в естественных позах и с естественным выражением лица (естественные положительные эмоции). Возможно использование фотографий с людьми на однородном цветном фоне или в окружении, связанном с недвижимостью: двор, квартира.

Рекомендуется использовать фотографии, в которых присутствуют фирменные цвета (компании или проекта).

В фотографиях не должно быть засветов, солнечных бликов и каких-либо неестественных эффектов.





Примеры фотографий, отражающих настроение и характер бренда. Это люди, пользующиеся общественными и личными пространствами микрорайона и дома, взаимодействующие с ними.

2.0

**Базовый комплект
фирменных носителей**



КОРПОРАТИВНЫЕ ВИЗИТКИ

Визитные карточки изготавливаются из плотной матовой бумаги 300 г/м².

Размер визиток: 85 x 55 мм.

Фирменный знак: тиснение.

Минимальное значение кегля в макете для текста с контактными данными — 10 pt.

Шрифт: Lack Regular, Inter Light.





ПЕРСОНАЛЬНЫЕ ВИЗИТКИ

Визитные карточки изготавливаются из дизайнерской хлопковой бумаги 300 — 350 г/м².

Текст: высокая печать.

Размер визиток: 85 x 55 мм.

Минимальное значение кегля в макете для текста с контактными данными — 10 pt.

Шрифт: Lack Regular, Inter Light.



ПАПКА ДЛЯ ДОКУМЕНТОВ

Вариант 1



Папка изготавливается из плотного картона.
Формат: А4 (297 x 210 мм).
Нанесение: шелкография в 3 цвета.

Вариант 2



Папка изготавливается из плотного картона.
Формат: А4 (297 x 210 мм).
Нанесение: шелкография в 2 цвета.



ПАКЕТ БУМАЖНЫЙ ВЕРТИКАЛЬНЫЙ

Формат 250 x 350 x 70 мм.

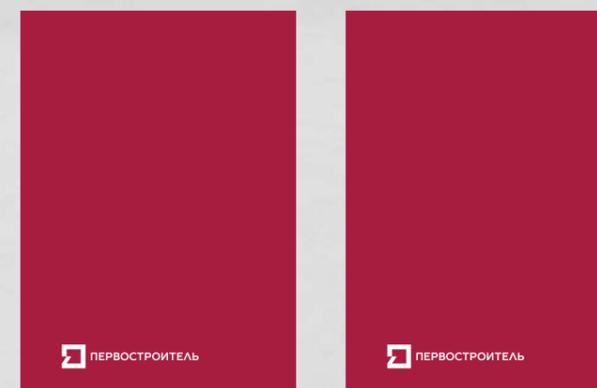
Мелованная бумага 130 — 170 г/м²,
офсетная печать 4 + 0, матовая
ламинация 32 мкм.

Сборка: люверсы, ручка — шнур.

Вариант 1



Вариант 2



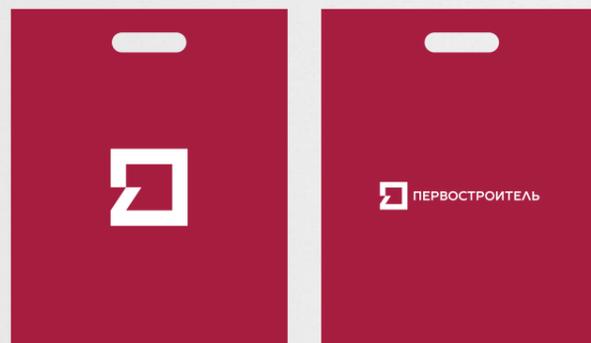
ПАКЕТ ПОКУПАТЕЛЯ (ПОЛИЭТИЛЕНОВЫЙ)

Пакет с прорубной ручкой.

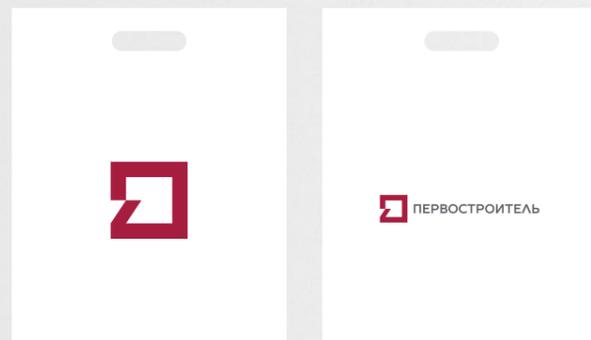
Формат: 300 x 350 мм.

Плотность ПВД: 70 – 80 микрон.

Вариант 1



Вариант 2



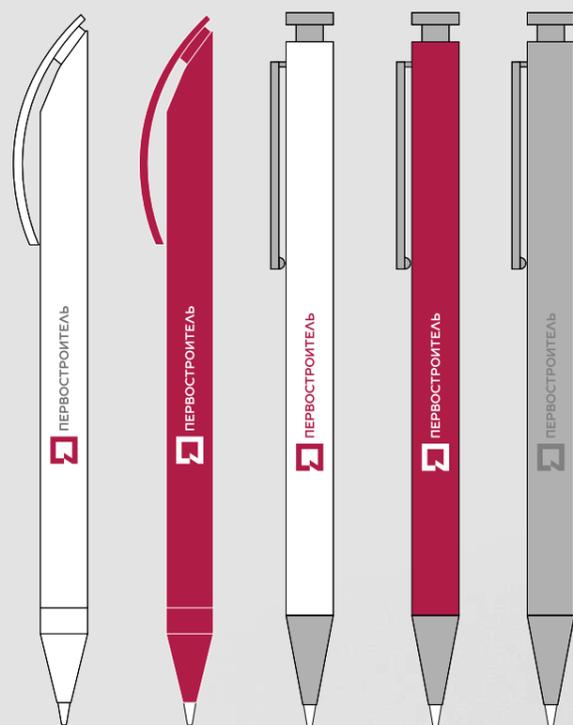
РУЧКА

При выборе ручки для брендинга нужно следовать следующим правилам:

Выбирать ручку максимально простого дизайна, но сделанную из качественных материалов.

Ручки должны быть фирменных или близких к ним цветов.

Нанесение: тампопечать в 2 цвета. Логотип может быть нанесен в цвете Pantone Metallics 877.



БЛОКНОТ

Формат блокнота А 5.

Для печати блокнота рекомендуется для обложки использовать плотный картон (от 400 гр/м²) без текстуры, допустимо использовать мелование и тиснение фирменного знака.

Цвет колец: Pantone Metallics 877.



Вариант 1



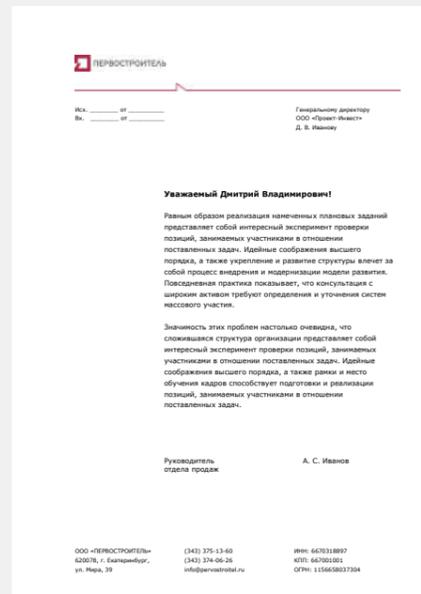
Вариант 2



Вариант 3
с тиснением знака



ФИРМЕННЫЙ БЛАНК



Бланк для оформления типовой деловой документации (писем) рекомендуется изготавливать с использованием типографской печати.

Формат: А4 (297x210 мм)

Цветность: 4+0
(допускается черно-белая печать)

Блок контактов:
Шрифт стандартный – Verdana (Regular)
Кегль – 8 pt
Выравнивание – выключка влево

Блок адресата:
Шрифт стандартный – Verdana (Regular)
Кегль – 8 pt
Выравнивание – выключка влево

Заголовок:
Шрифт стандартный – Verdana (Regular)
Кегль – 12 pt
Выравнивание – выключка влево

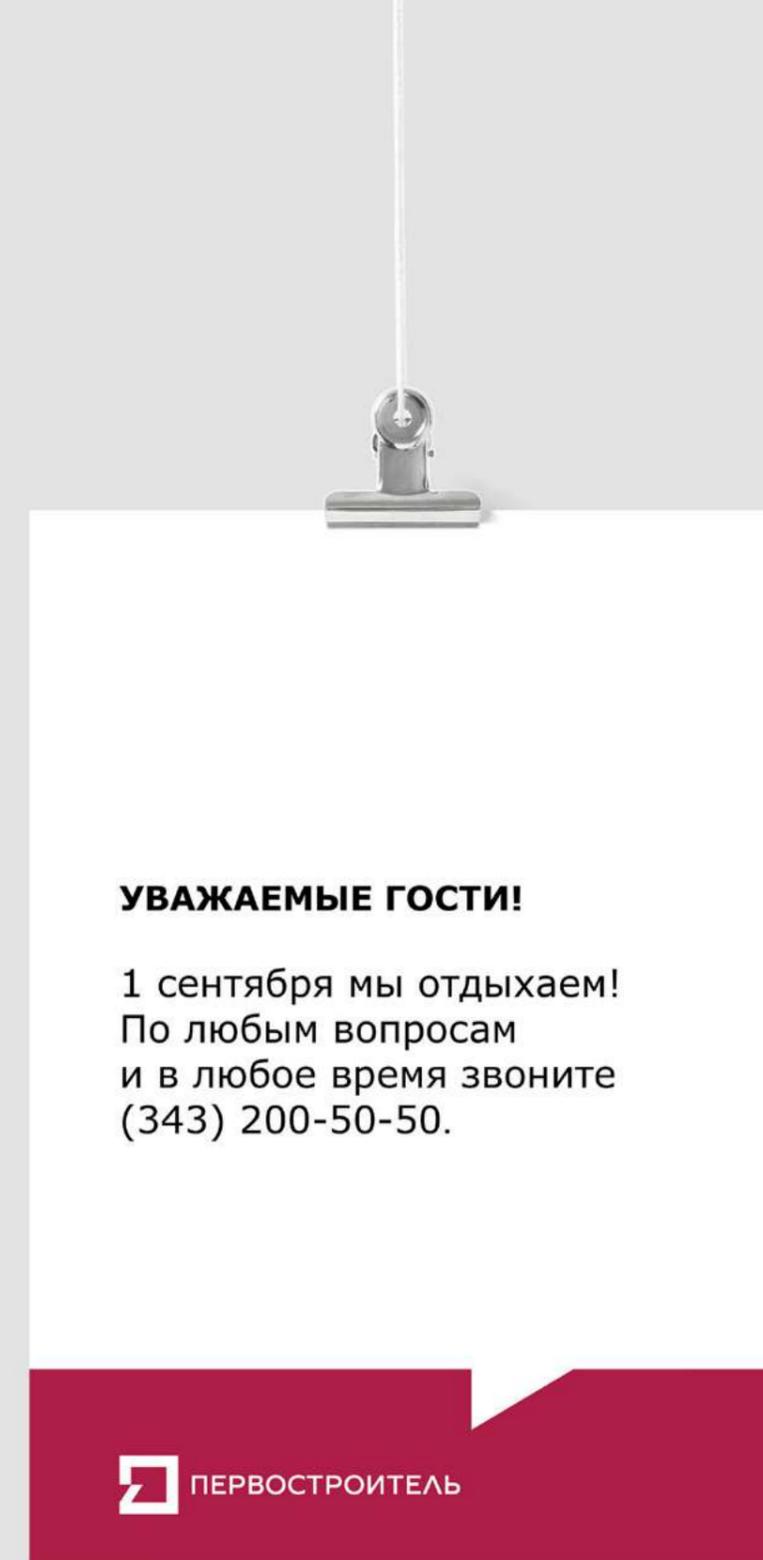
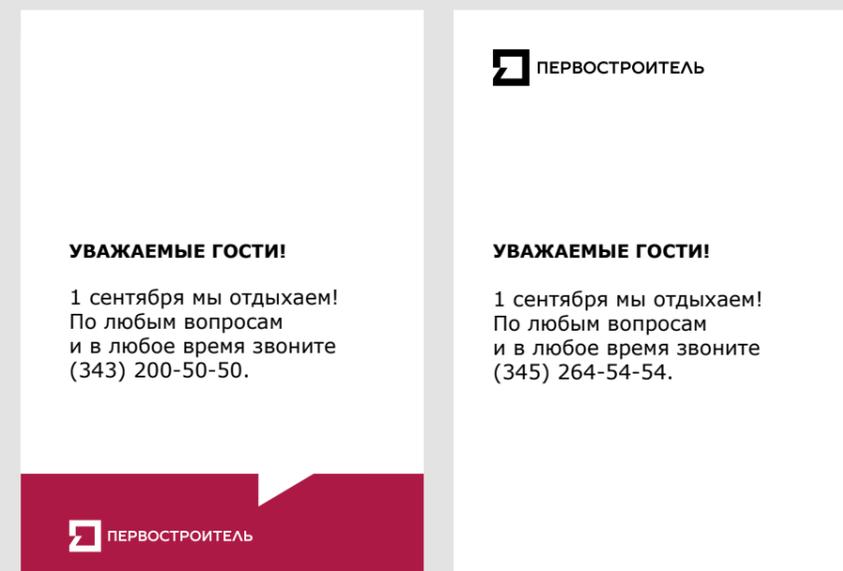
Основной текст:
Шрифт стандартный – Verdana (Regular)
Кегль – 10 pt
Выравнивание – выключка по ширине



МАКЕТ ОБЪЯВЛЕНИЯ

Объявления печатаются на белой бумаге формата А 4. В случае если печать производится на черно-белом принтере, используется специальный монохромный макет.

Объявления могут размещаться на специальных досках объявлений, а также в прозрачных пластиковых держателях.



БЛАНК ПОЗДРАВИТЕЛЬНОЙ ДОКУМЕНТАЦИИ

Бланк изготавливается
из плотного картона.

Формат — А 4.



ФЛАГ НАСТОЛЬНЫЙ

Односторонние тканевые флажки изготавливают из тонкого материала, который легко пропитывается чернилами. Изображение одинаково четко проступает на обеих сторонах флага.

Размер: 100 x 150 мм.

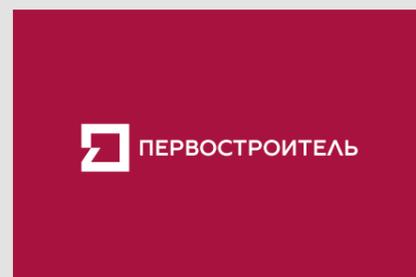
Технология: сублимации на полиэфирных тканях.

Цвет держателя для флажков может быть Pantone Metallics 877.

Вариант 1



Вариант 2



МАКЕТЫ ПОЗДРАВИТЕЛЬНЫХ ОТКРЫТОК

Открытки изготавливаются из плотного дизайнерского картона.

Формат открытки — европейский 210 x 100 мм.

Методом вырубки сделаны окошки, через которые видна внутренняя часть открытки.

Цвет внутренней части открыток может быть Pantone Metallics 877.

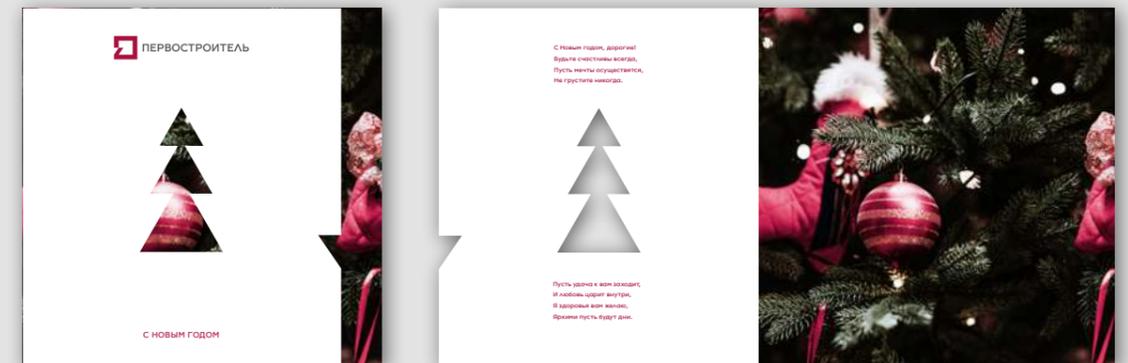


Открытки изготавливаются из плотного дизайнерского картона.

Формат открытки — 200 x 200 мм.

Методом вырубки сделаны окошки, через которые видна внутренняя часть открытки.

В последующие годы могут меняться вырубные формы и изображения внутри открыток



СТОЙКА ДЛЯ POS-МАТЕРИАЛОВ

Стойка используется для распространения промоматериалов. При разработке дизайна обязательным является использование крупного логотипа, графического мотива, контактной и юридической информации.

Размер: 45 x 155 см.

Стойки в стиле компании используются для распространения информации о всех проектах вне зависимости от класса и типа проекта. Число и формат держателей для POS-материалов может меняться.

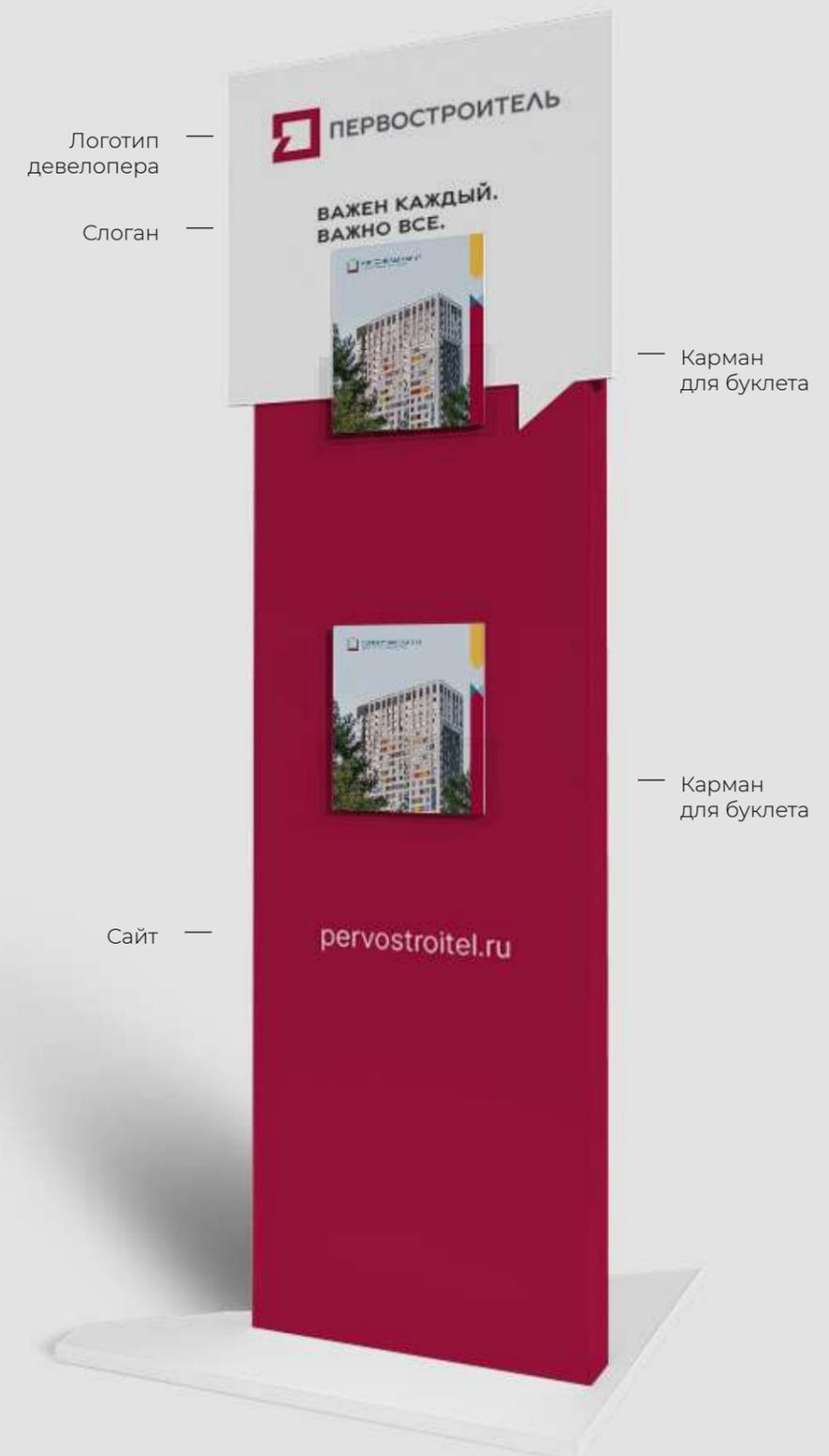
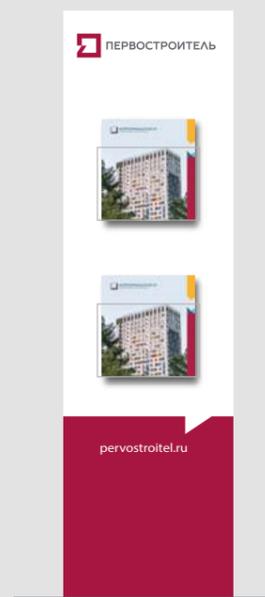
Вариант 1



Вариант 2



Вариант 3



КАРТОЧКА КВАРТИРЫ

Генерируется в CRM-системе или на сайте, может быть распечатана как вариант выбранной квартиры.



ПЕРВОСТРОИТЕЛЬ

Проспект Мира
Первый комплекс Екатеринбурга

Евро 3-комнатная квартира с двумя спальнями

Секция	Этаж	Номер квартиры
11.2a	3	7

Площадь	Стоимость
73,85	8 000 000

Основные преимущества

- Приточно-вытяжная вентиляция с рекуперацией
- Колесные (1 этаж)
- Приточно-вытяжная вентиляция с рекуперацией
- Колесные (1 этаж)

Квартира на схеме ЖК Квартира на этаже

ПЕРВОСТРОИТЕЛЬ

Адрес объекта
г. Екатеринбург, проспект Мира, д. 41

Срок сдачи
1 квартал 2025

Отдел продаж
г. Екатеринбург, проспект Мира, д. 41

Режим работы
Пн-Пт 09:00-19:00
Суббота 10:00-16:00

Телефон
+7 (343) 375-99-99

Электронная почта
sales@pervostroitel.ru

Адрес объекта
г. Екатеринбург, проспект Мира, д. 41

Срок сдачи
1 квартал 2025

Отдел продаж
г. Екатеринбург, проспект Мира, д. 41

Режим работы
Пн-Пт 09:00-19:00
Суббота 10:00-16:00

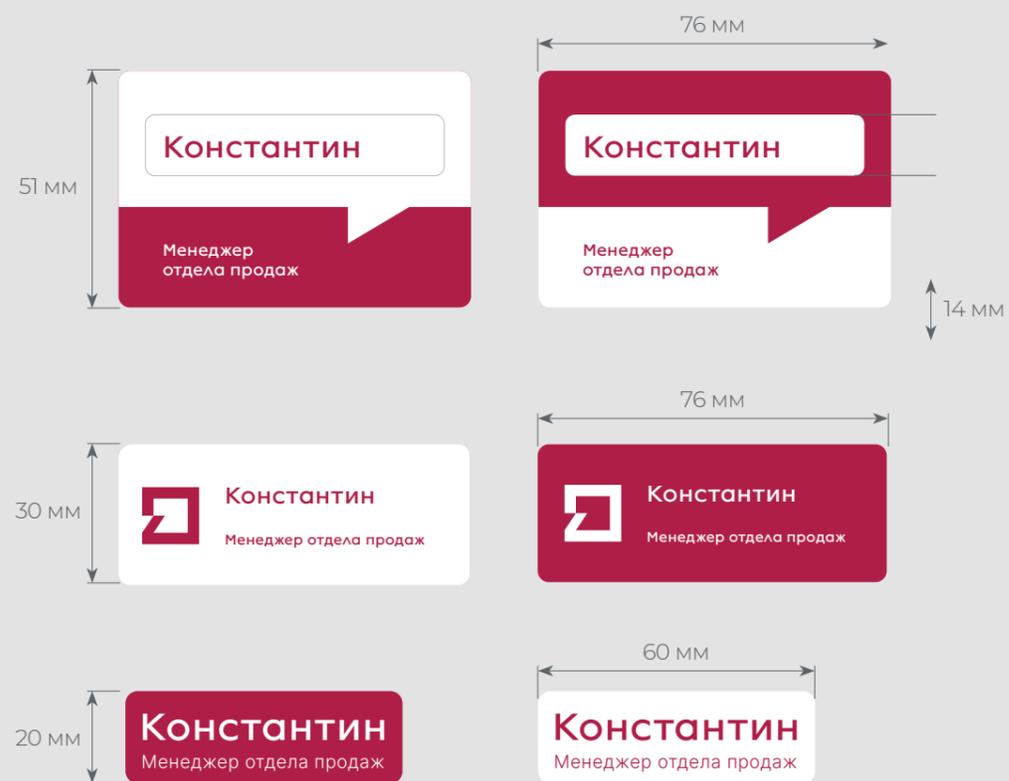
Телефон
+7 (343) 375-99-99

Электронная почта
sales@pervostroitel.ru

Квартира на схеме ЖК Квартира на этаже

ИМЕННОЙ БЕЙДЖ

Бейдж изготавливается из плотного пластика с печатью.
Крепится к одежде сотрудников с помощью магнита.



Цвет может быть Pantone Metallics 877.

Константин
Менеджер отдела продаж



БЕЙДЖ ПОДВЕСНОЙ

Бейдж изготавливается из плотного цветного пластика с печатью.

Размер — 80 x 120 мм.



ФИРМЕННАЯ ЛИСТОВКА

Рекомендуется изготавливать с использованием типографской печати.

Цветность: 4 + 4.

Формат: А 4, Евро на 3 сгиба.



ПОПУЛЯРНЫЕ ВОПРОСЫ ЗАСТРОЙЩИКУ

Среди множества вопросов от будущих жильцов мы решили выбрать два самых популярных и подробно ответить на них. Вы узнаете о том, как получить ключи от новой квартиры, а также о том, когда лучше начинать ремонт.

Когда можно приступить к ремонту?

- ▶ Дождитесь сдачи дома и получите ключи от квартиры.
- ▶ Для получения ключей подпишите акт о приеме-передачи квартиры.
- ▶ Когда подпишите документ — можно приступать к ремонту в квартире.
- ▶ Если в квартире планируется перепланировка — стоит дождаться присуждения права собственности.
- ▶ Как только ваша квартира станет документально вашей, приступайте к ремонту.

Как получить ключи от квартиры?

- ▶ Дождитесь сдачи дома. Мы заранее оповестим вас о дате готовности квартир.
- ▶ Выберите день и время, когда вам будет удобно осмотреть и принять квартиру.
- ▶ Приезжайте на осмотр квартиры. Если возникнут вопросы — сразу задайте их специалисту.
- ▶ Подпишите акт приема-передачи квартиры.
- ▶ Забирайте ключи от квартиры — теперь она ваша!

ПОПУЛЯРНЫЕ ВОПРОСЫ ЗАСТРОЙЩИКУ

Среди множества вопросов от будущих жильцов мы решили выбрать два самых популярных и подробно ответить на них. Вы узнаете о том, как получить ключи от новой квартиры, а также о том, когда лучше начинать ремонт.

Когда можно приступить к ремонту?

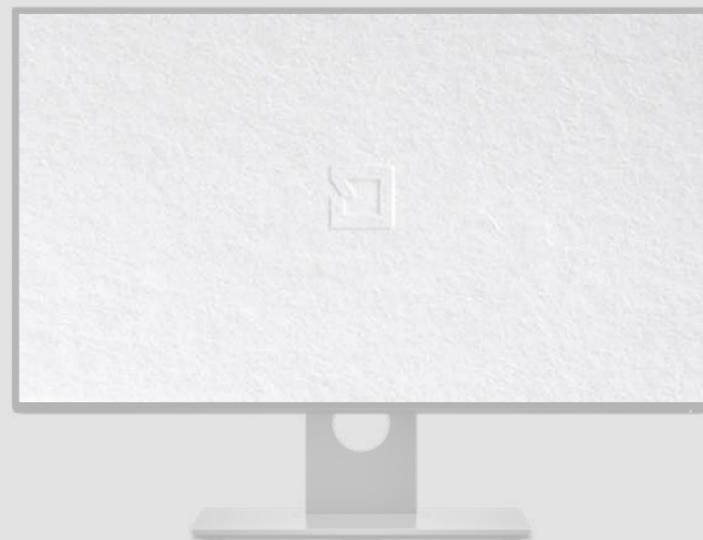
- ▶ Дождитесь сдачи дома и получите ключи от квартиры.
- ▶ Для получения ключей подпишите акт о приеме-передачи квартиры.
- ▶ Когда подпишите документ — можно приступать к ремонту в квартире.
- ▶ Если в квартире планируется перепланировка — стоит дождаться присуждения права собственности.
- ▶ Как только ваша квартира станет документально вашей, приступайте к ремонту.

Как получить ключи от квартиры?

- ▶ Дождитесь сдачи дома. Мы заранее оповестим вас о дате готовности квартир.
- ▶ Выберите день и время, когда вам будет удобно осмотреть и принять квартиру.
- ▶ Приезжайте на осмотр квартиры. Если возникнут вопросы — сразу задайте их специалисту.
- ▶ Подпишите акт приема-передачи квартиры.
- ▶ Забирайте ключи от квартиры — теперь она ваша!

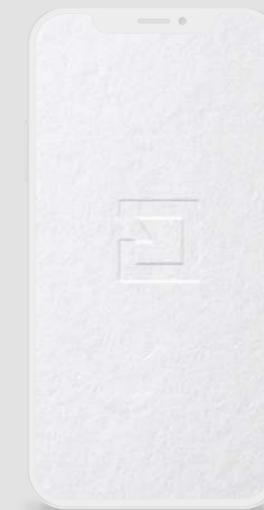
ФИРМЕННЫЙ ФОН РАБОЧЕГО СТОЛА ДЛЯ ПК

Рекомендуется использовать фирменные фоны на компьютерах сотрудников.



ФИРМЕННЫЙ ФОН ДЛЯ СОТОВОГО ТЕЛЕФОНА

Рекомендуем использовать для сотовых телефонов сотрудников компании фирменный фон.

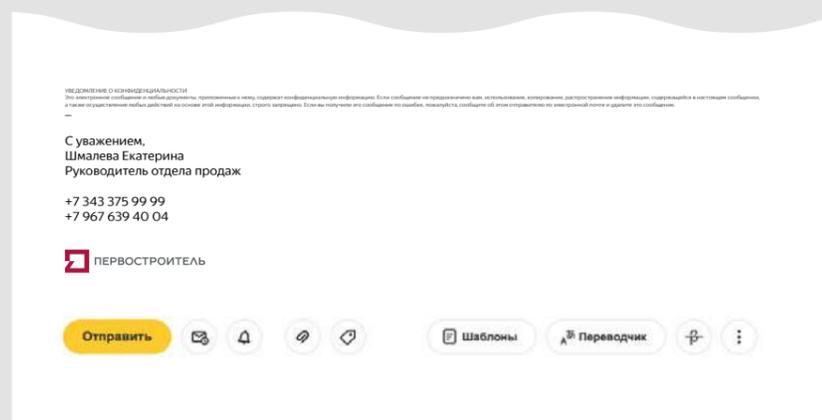


ШАБЛОН ПОДПИСИ ЭЛЕКТРОННОГО ПИСЬМА

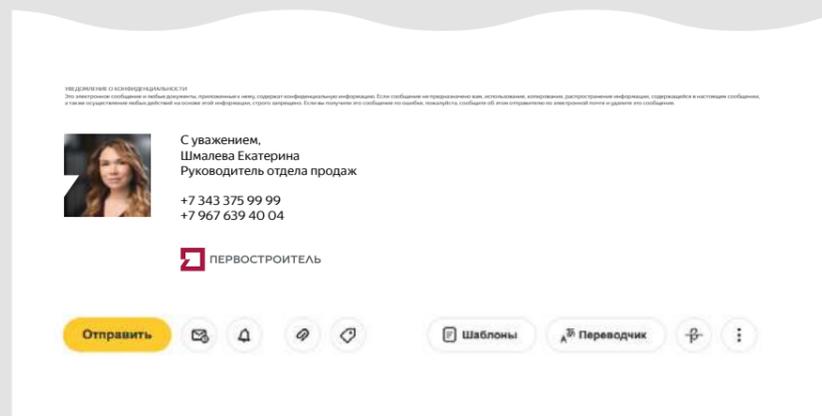
В электронных письмах используется два варианта оформления подписи:

- блок, состоящий из логотипа компании и контактной информации;
- блок контактной информации с фотографией отправителя, логотипом.

Вариант 1



Вариант 2

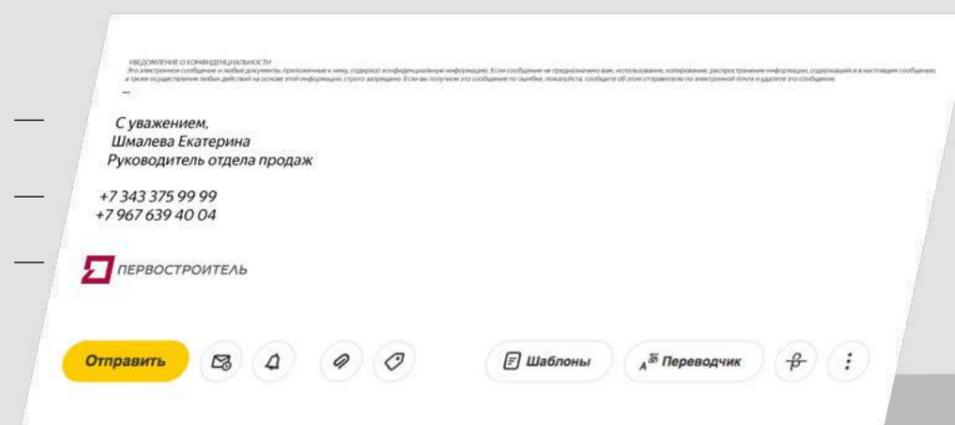


Уведомление о конфиденциальности

Имя, фамилия
Должность

Телефон

Логотип





ЗНАЧОК

Материал: металл.

Технологии нанесения: холодные, полированные эмали, лаки, смолы.

Вид крепления: «бабочка», винт, игла.

Вариант 1
без залитого центра,
крепление — игла



Вариант 2
с залитым центром,
крепление — «бабочка»



Вариант 3
без залитого центра, крепление —
игла, цвет/материал —
серый металлик





ФУТБОЛКА

Фирменные футболки изготавливаются из хлопка.

Логотип размещается на груди по центру.

Тип нанесения: сублимация на ткани.

БЕЙСБОЛКА

Логотип — 80 x 14,5 мм.

Отступ от края кепки — ~30 мм.

Тип нанесения: вышивка или сублимация на ткани.

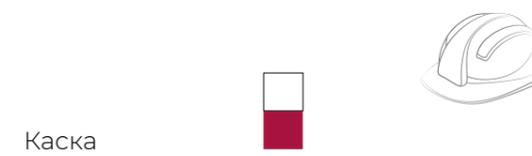
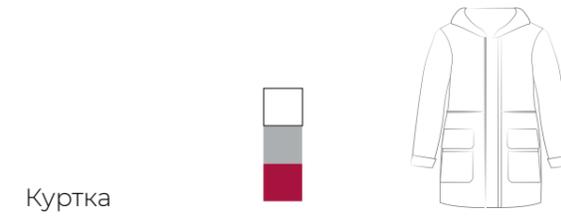
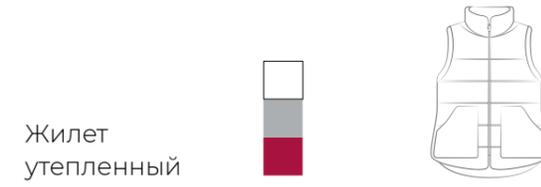
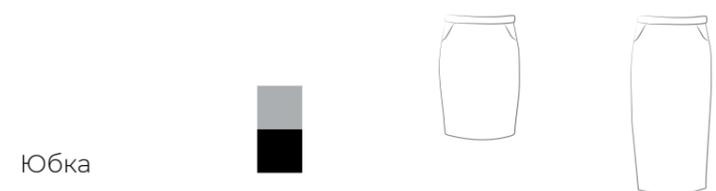
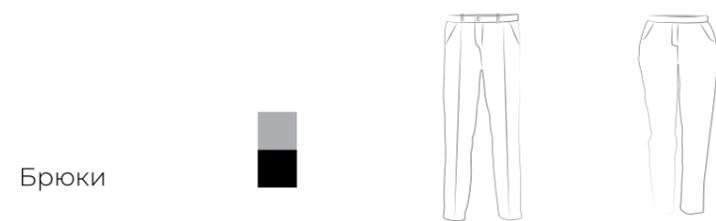
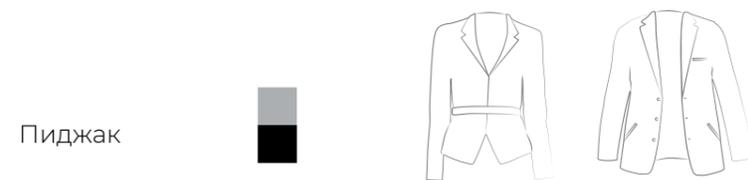
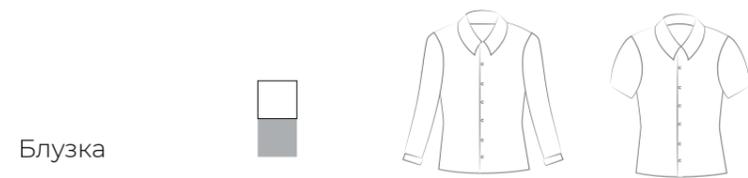
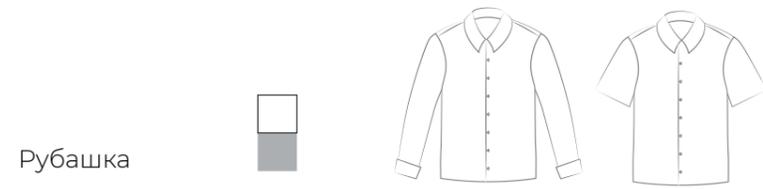


ДРЕСС-КОД СОТРУДНИКОВ

Рекомендуется придерживаться общих нестрогих рекомендаций по внешнему виду сотрудников. Дресс-код — это инструмент, с помощью которого возможно дополнить чувство общности коллектива и восприятие компании как целостной организации людей. Далее представлены ключевые принципы формирования комплектов одежды и рекомендации по фасонам и цветам одежды.

	Офисные сотрудники	Отдел продаж	Администратор	Строители
Футболка		■		■
Рубашка	■	■	■	
Блузка	■	■	■	
Пиджак	■	■	■	
Жилет утепленный		■	■	
Куртка		■		■
Брюки	■	■	■	■
Юбка	■	■	■	
Куртка строителя				■
Комбинезон строителя				■
Каска		■		■
Аксессуары	■	■	■	

ВОЗМОЖНЫЕ ФАСОНЫ И ЦВЕТА ОДЕЖДЫ



ПРИМЕР КОМПЛЕКТОВ ОДЕЖДЫ

Акценты и детали делают внешний вид совершенным и законченным. В современном, даже самом строгом наряде допустимы и качественный джемпер, и трикотажный жилет, и запонки на манжетах белой сорочки.

Шейные платки и галстуки фирменных цветов помогут подчеркнуть принадлежность к коллективу.

Во время работы необходимо носить именную бейдж.



ЖИЛЕТ МЕНЕДЖЕРА



КУРТКА



ДРЕСС-КОД СТРОИТЕЛЕЙ

Строителям рекомендуется надевать спецодежду серого цвета со вставками фирменного цвета.

Тип нанесения: вышивка, сублимация на ткани или шелкотрафаретная печать.



АВТООТВЕТЧИК

Рекомендуется в начале приветствия использовать фразы и формулировки, отражающие ценностное предложение девелопера, например:

Вариант 1

«ДОБРЫЙ ДЕНЬ! ВЫ ПОЗВОНИЛИ
В “ПЕРВОСТРОИТЕЛЬ” — ДЕВЕЛОПЕРСКУЮ
КОМПАНИЮ БОЛЬШИХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ.»

Вариант 2

«ЗДРАВСТВУЙТЕ!
ЭТО “ПЕРВОСТРОИТЕЛЬ” — КОМПАНИЯ
БОЛЬШИХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ!»

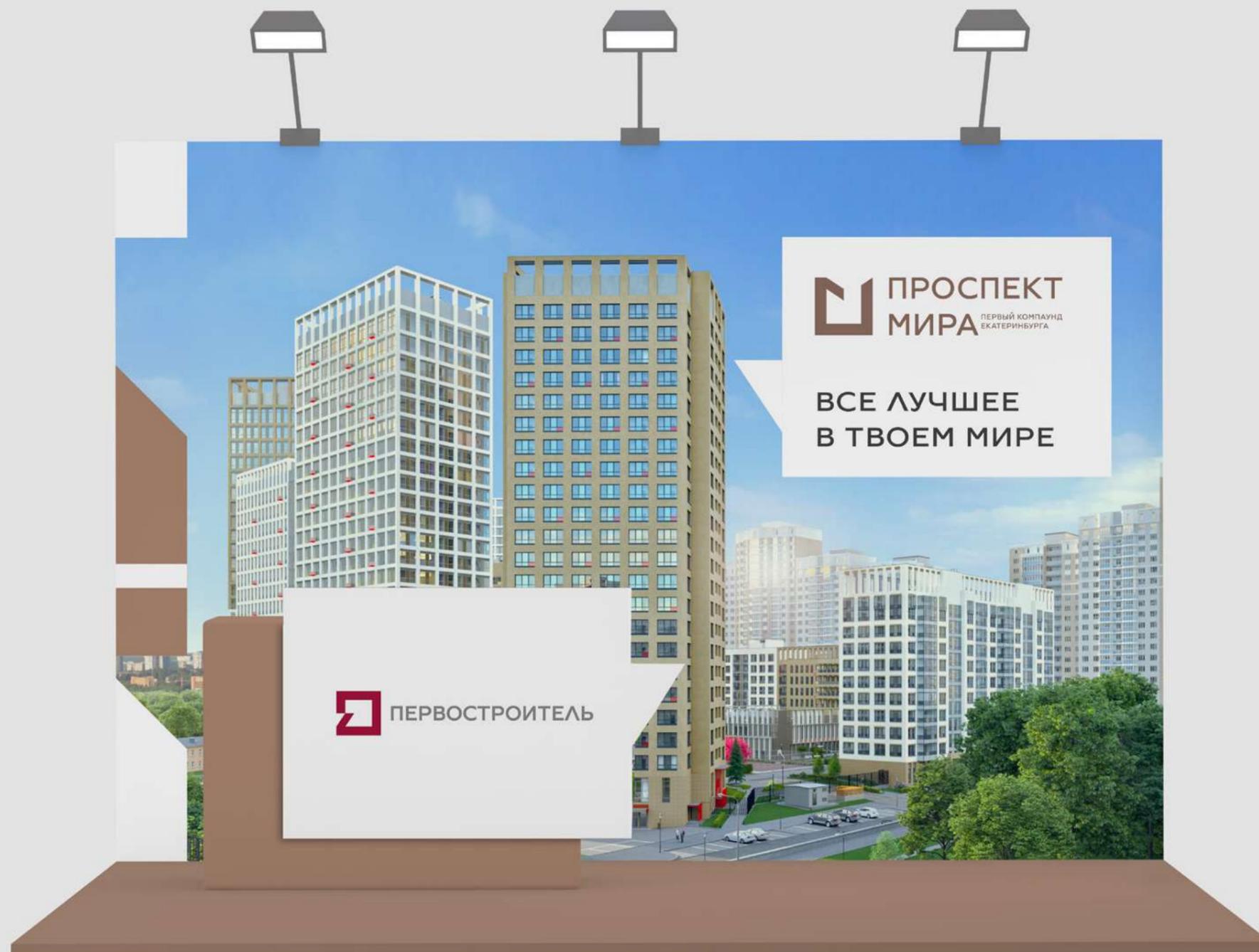
Голос: мужской, спокойный, уверенный.

Мелодия: современная, ритмичная, фоновая,
нейтральная по тематике.

ВЫСТАВОЧНЫЙ СТЕНД



СТОЙКА ПРОМОУТЕРА. ПРЕСС-ВОЛЛ



ТИПОВЫЕ МАКЕТЫ НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ

Далее представлены типовые макеты наружной рекламы, которые могут использоваться для продвижения компании.

СОСТАВ МАКЕТА

В основном все рекламные макеты содержат ограниченный набор блоков, показанных на примере справа.

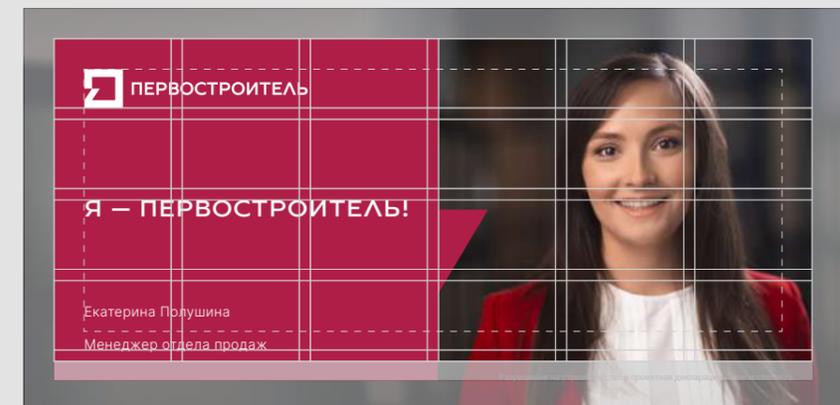
Макет делится на 6 столбцов.

Часть макета отводится под фотографию.

Логотипы и все надписи располагаются на макете с одинаковыми отступами от краев, которые занимают около 5 % от ширины макета (но не меньше 1,5 охранного поля логотипа). Исключения по отступам есть только по расположению дисклеймера – не менее охранного поля логотипа.

Текст сверстан согласно логике повествования: заголовок крупно, мельче поясняющий текст.

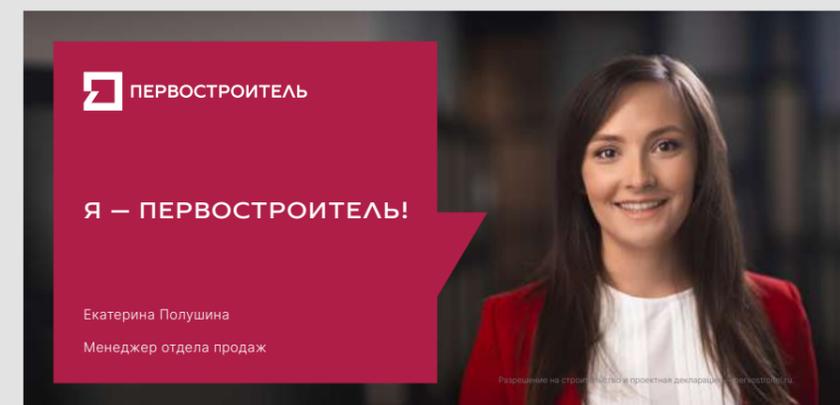
Весь текст набран фирменным шрифтом.



Логотип
девелопера

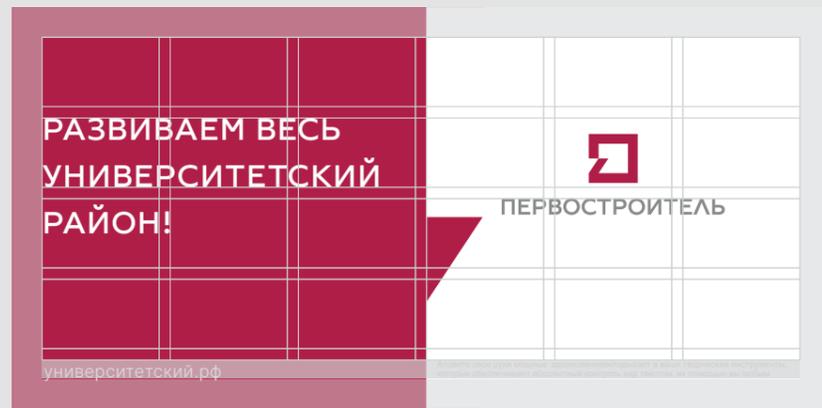
Ключевой
заголовок

Ключевое
изображение



Графический
мотив

Дисклеймер



Ключевой заголовок

Логотип девелопера



Сайт

Графический мотив

Дисклеймер



3.0

Digital

ИНТЕРНЕТ-БАННЕРЫ

ШАБЛОНЫ ВЕБ-БАННЕРОВ

В основном все рекламные макеты содержат ограниченный набор блоков, показанных на примере справа.

Макет делится на 6 столбцов.

Часть макета отводится под фотографию.

Логотипы и все надписи располагаются на макете с одинаковыми отступами от краев, которые занимают около 5 % от ширины макета (но не меньше 1,5 охранного поля логотипа). Исключения по отступам есть только по расположению дисклеймера – не менее охранного поля логотипа.

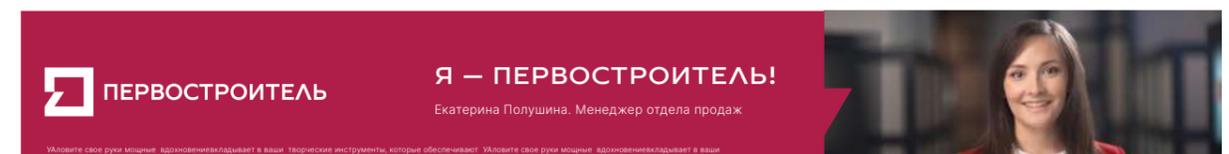
Текст сверстан согласно логике повествования: заголовок крупно, мельче поясняющий текст.

Весь текст набран фирменным шрифтом.



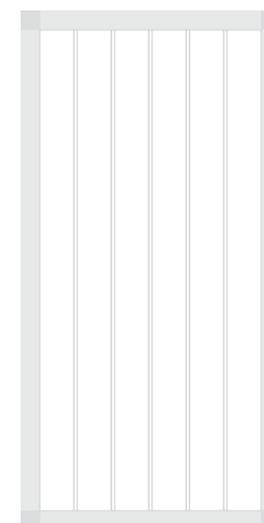
Логотип
девелопера

Ключевой
заголовок



Дисклеймер

Ключевое
изображение

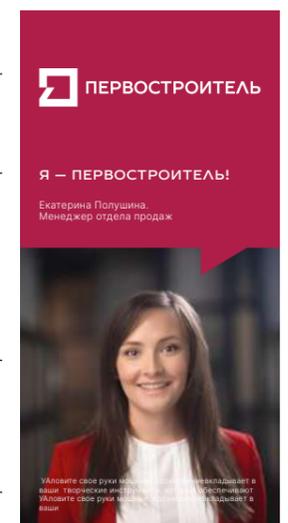


Логотип
девелопера

Ключевой
заголовок

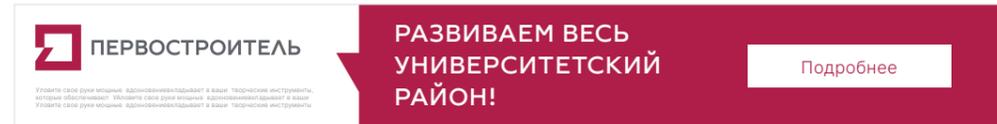
Ключевое
изображение

Дисклеймер

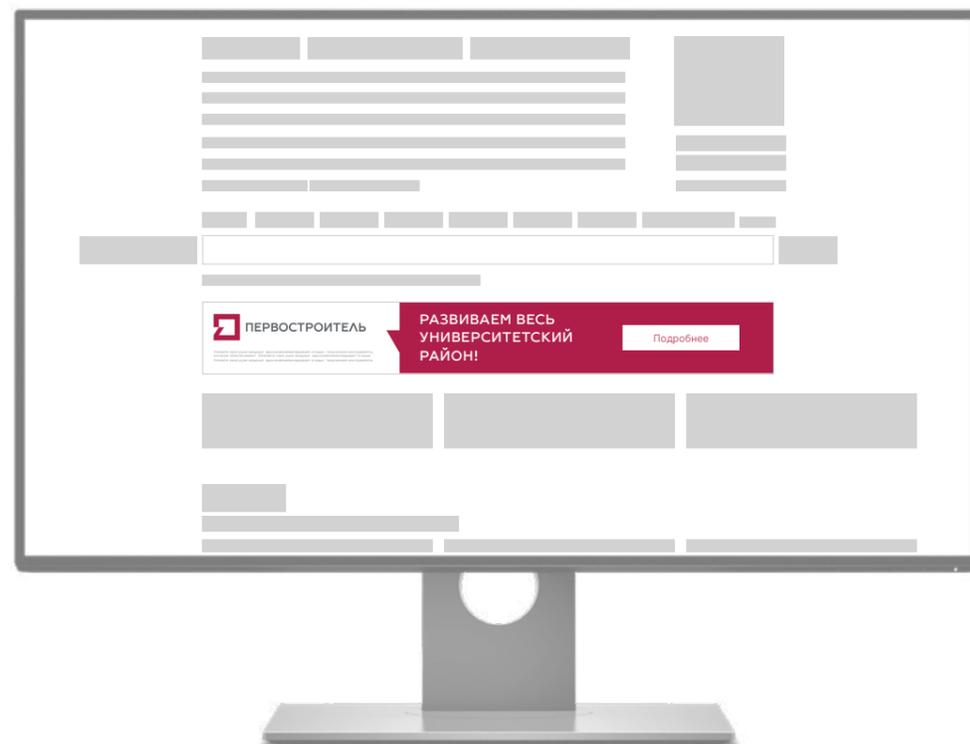
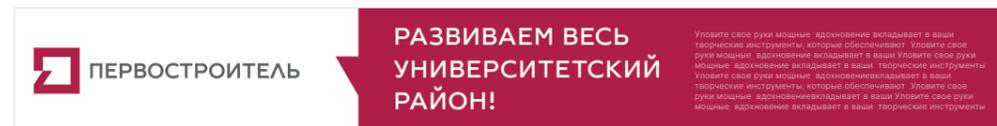
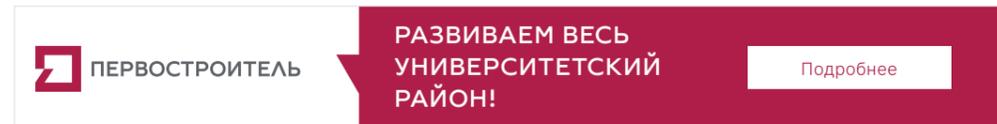


ВЕБ-БАННЕР, ДЛИННЫЙ

Статичный

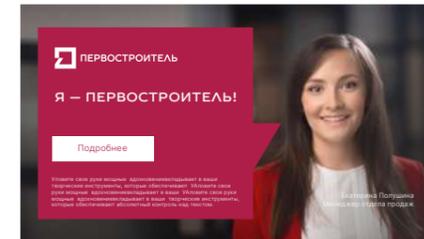


Анимированный

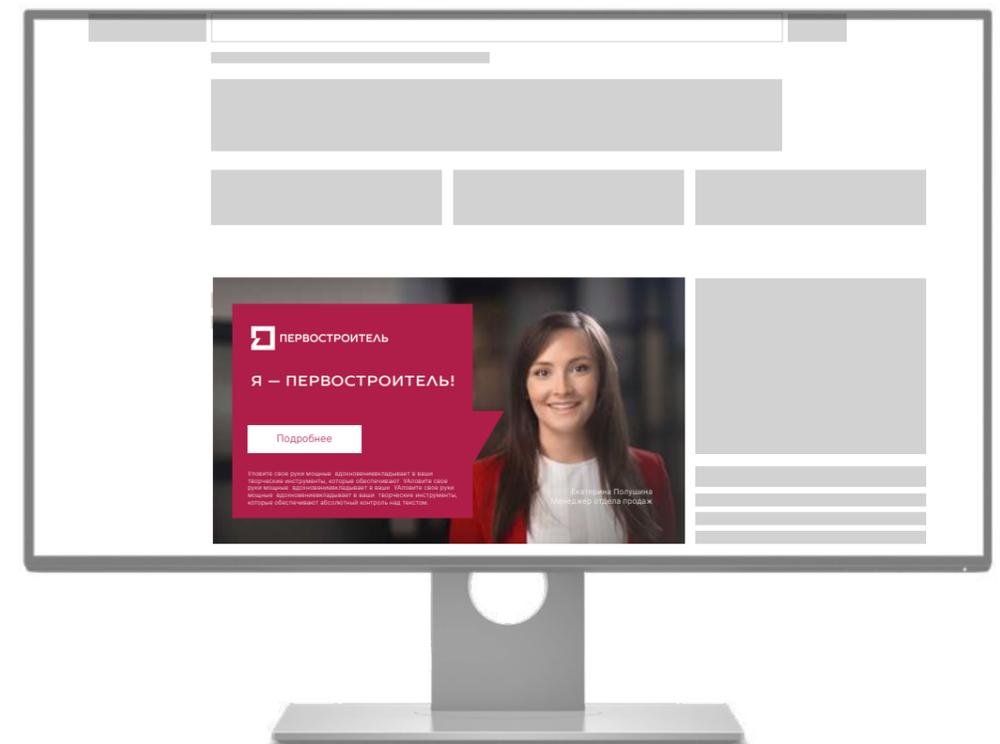
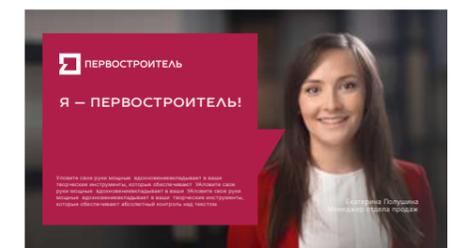
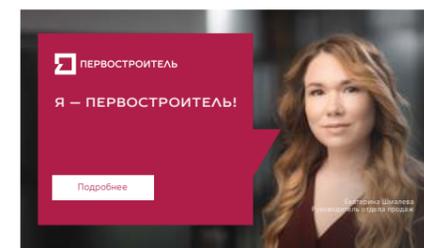


ВЕБ-БАННЕР, ГОРИЗОНТАЛЬНЫЙ ПРЯМОУГОЛЬНИК

Статичный



Анимированный



ВЕБ-БАННЕР, ВЕРТИКАЛЬНЫЙ ПРЯМОУГОЛЬНИК

Статичный

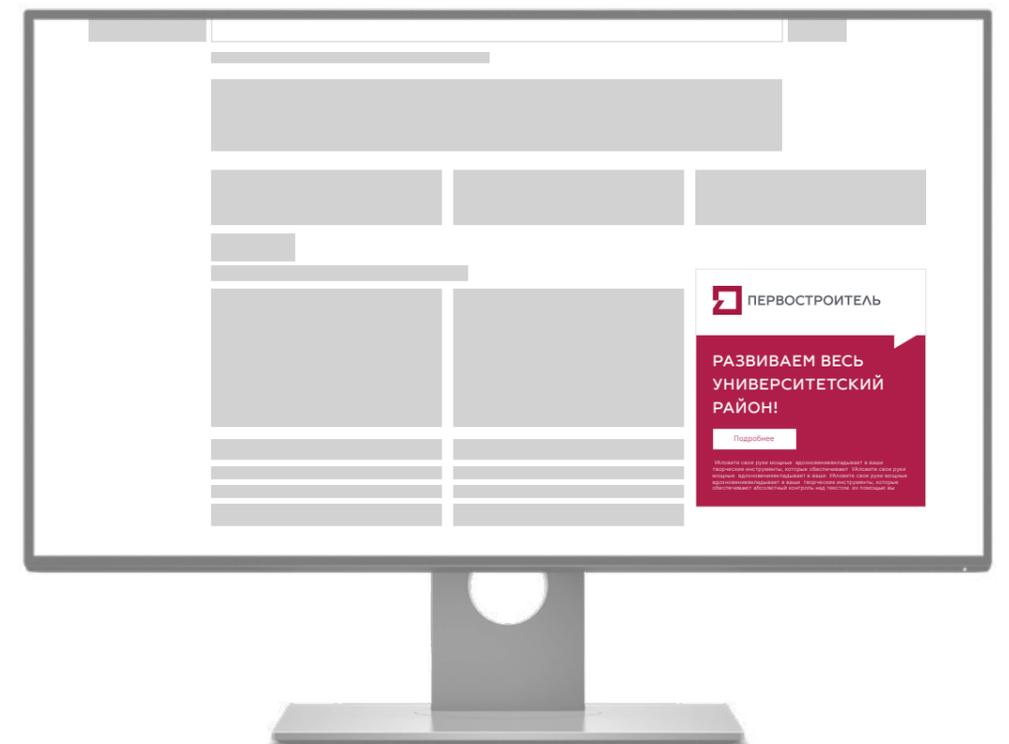
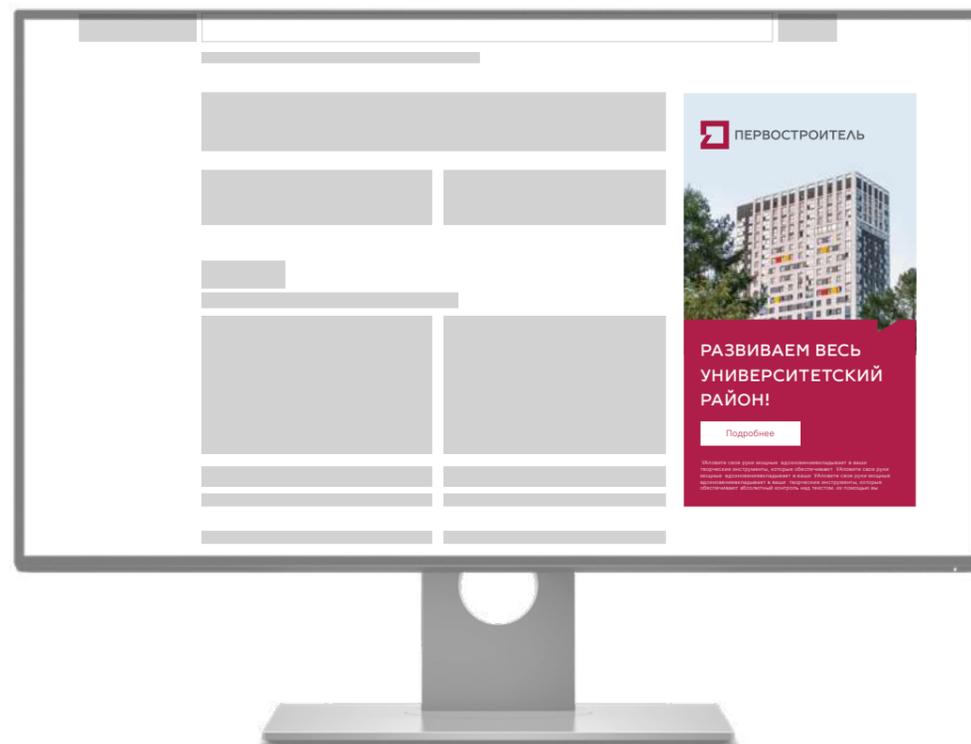
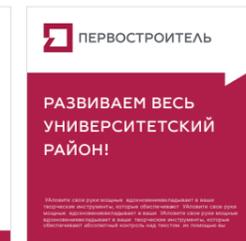
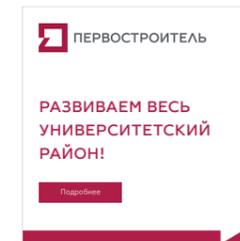
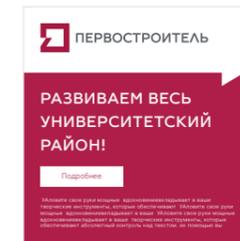
Анимированный



ВЕБ-БАННЕР, КВАДРАТ

Статичный

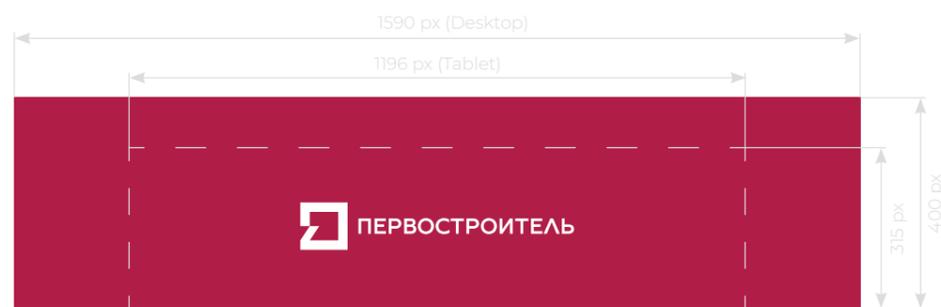
Анимированный



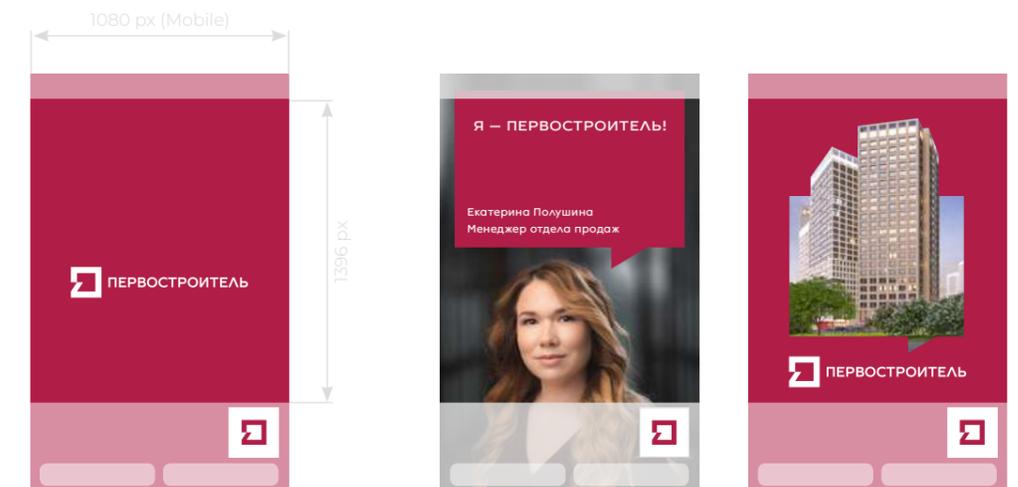
ПРАВИЛА И ШАБЛОНЫ ОФОРМЛЕНИЯ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ

ВКОНТАКТЕ

Размер обложки для сообщества или группы «ВКонтакте»



Полный / развернутый вид обложки для мобильной версии



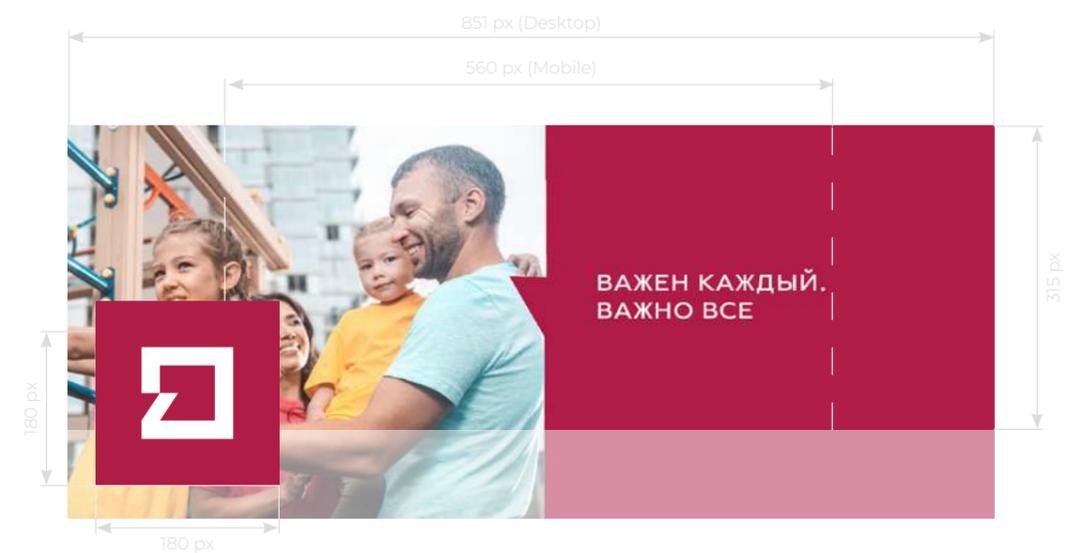
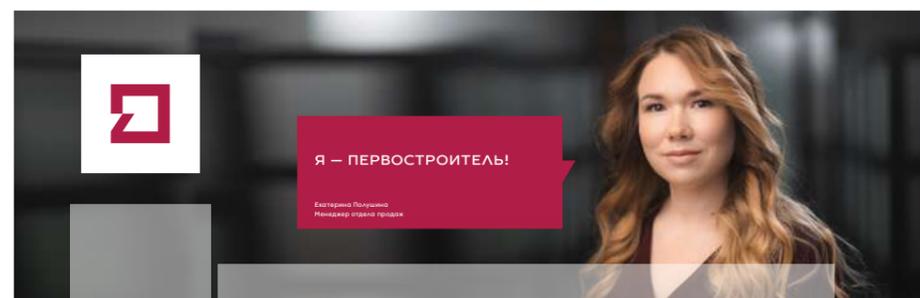
Userpic



ПРАВИЛА И ШАБЛОНЫ ОФОРМЛЕНИЯ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ

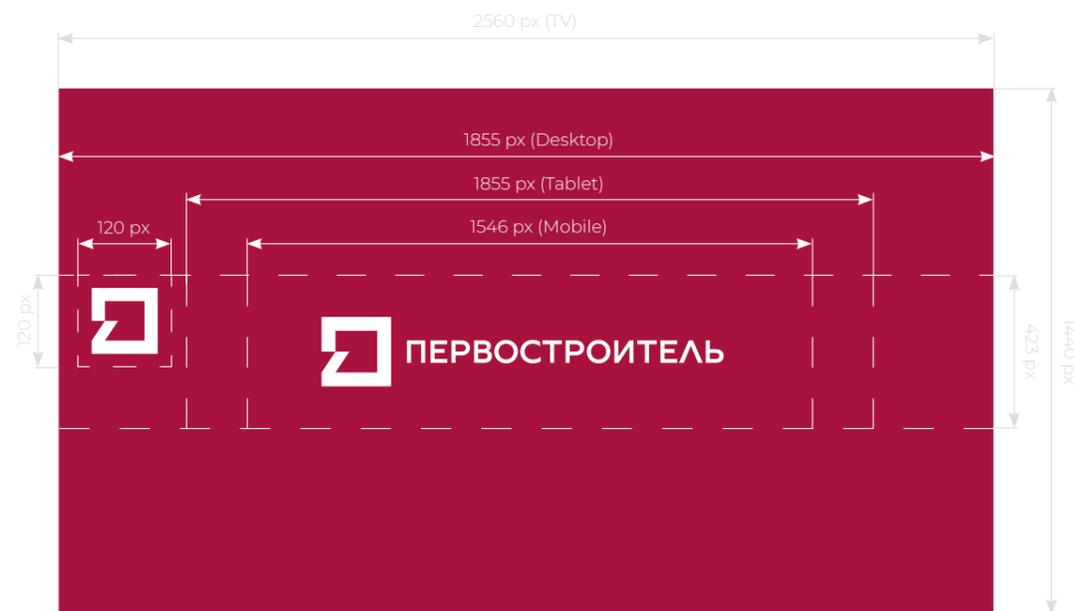
FACEBOOK

Размер обложки для сообщества
или группы Facebook

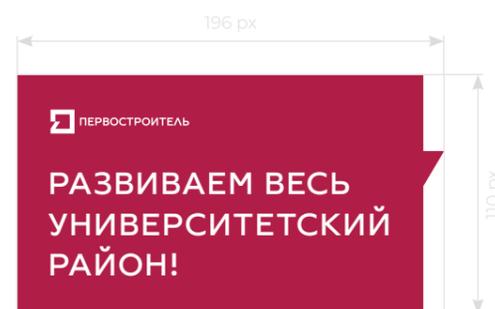


ПРАВИЛА И ШАБЛОНЫ ОФОРМЛЕНИЯ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ

YOUTUBE



Миниатюра

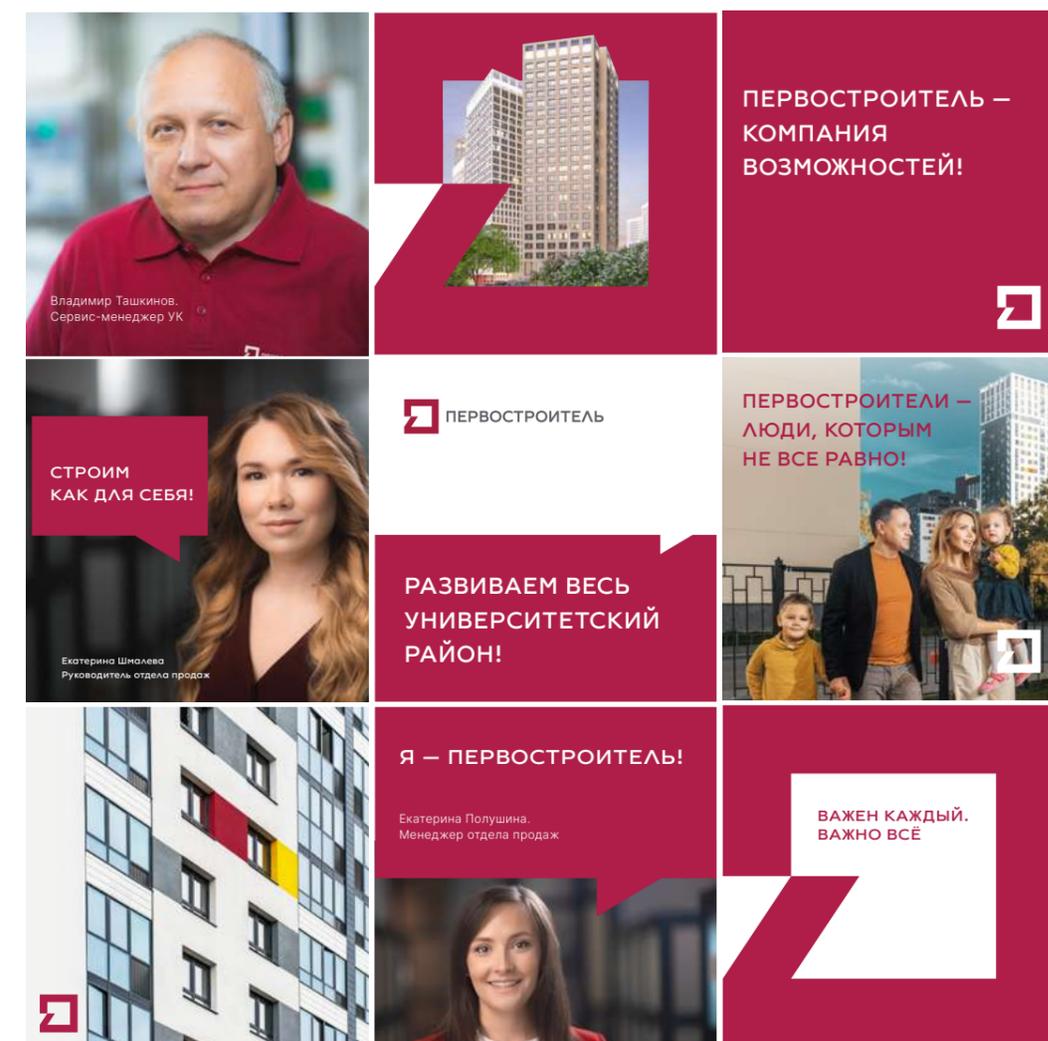
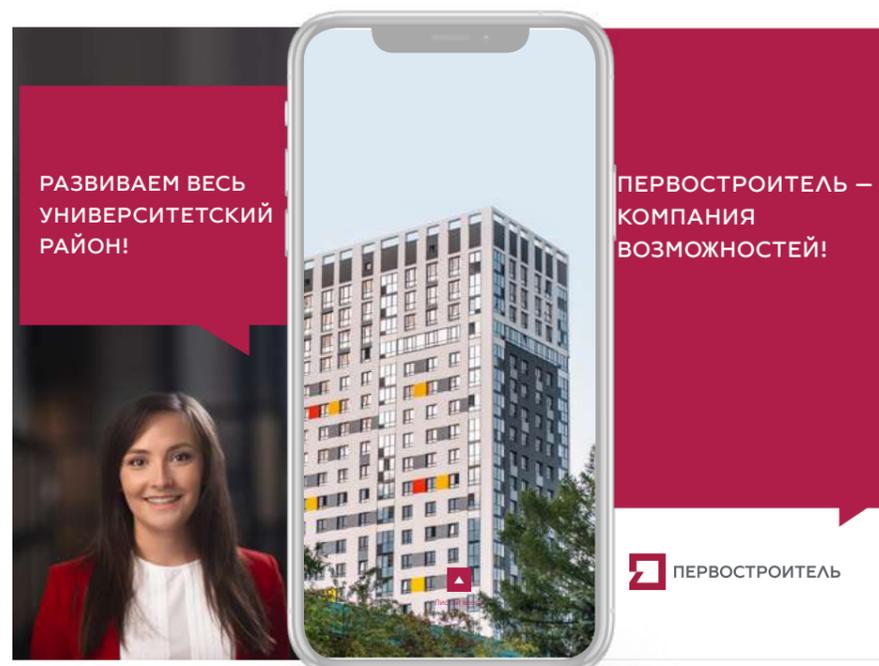


ПРАВИЛА И ШАБЛОНЫ ОФОРМЛЕНИЯ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ

ПОСТЫ ДЛЯ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ

Для оформления постов в социальных сетях используются следующие шаблоны:

- Фотографии + логотип
- Фотографии + текст + логотип
- Текст + логотип



ФИРМЕННЫЕ ПИКТОГРАММЫ

Используются для оформления любых коммуникаций и элементов навигации. Набор фирменных пиктограмм может дополняться новыми изображениями. Иконки должны быть построены при помощи линейной графики, иметь одинаковую толщину линии, соответствовать общему уровню детализации и распределению массы внутри изображения.

ВАЖНЫЕ ОБЪЕКТЫ ИНФРАСТРУКТУРЫ ГОРОДА

Значимые объекты для использования на карте оформляются в минималистичном стиле. Прорисовывается узнаваемый контур объекта.



Аптека



Продукты



Супермаркет



Аэропорт



Ресторан



Кофе



Больница



Университет



Театр



Спорт



Почта



Парковка



Направления



Лестница



Огнетушитель



Лифт



Туалет М



Туалет Ж



Ровные стены



Широкие окна

4.0

Офис

РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОФОРМЛЕНИЮ ЗОНЫ РЕСЕПШЕН

Основной цвет в офисе светло-серый или белый.

На стены могут быть нанесены фирменные паттерны, фразы и цитаты, раскрывающие ценностное предложение бренда девелопера для покупателей квартир.

Яркими акцентами зоны ресепшен могут стать:

- стойка ресепшен
- вывеска логотип
- флажки на столе
- телевизор для промороликов



КОМПАНИЯ
БОЛЬШИХ
ВОЗМОЖНОСТЕЙ

РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОФОРМЛЕНИЮ ЗОНЫ ОЖИДАНИЯ

В просторной и комфортабельной зоне ожидания на стены могут быть нанесены фирменные паттерны, фразы и цитаты, раскрывающие ценностное предложение бренда девелопера для покупателей квартир.

Яркими акцентами зоны ожидания могут стать:

- диван с яркими подушками
- журнальный столик
- телевизор для промороликов
- кулер в цветном чехле
- чайные пары фирменных цветов
- папки в фирменных цветах



ОСНОВАНИЕ ТРЕСТА
«УРАЛОБУВЬСТРОЙ»

1934

2000

ПРЕОБРАЗОВАНИЕ
В ДЕВЕЛОПЕРСКУЮ
КОМПАНИЮ «УРАЛОБУВЬ»

ПЕРЕНЕСЕНИЕ
В «ТОРГОВЫЙ ЦЕНТР»

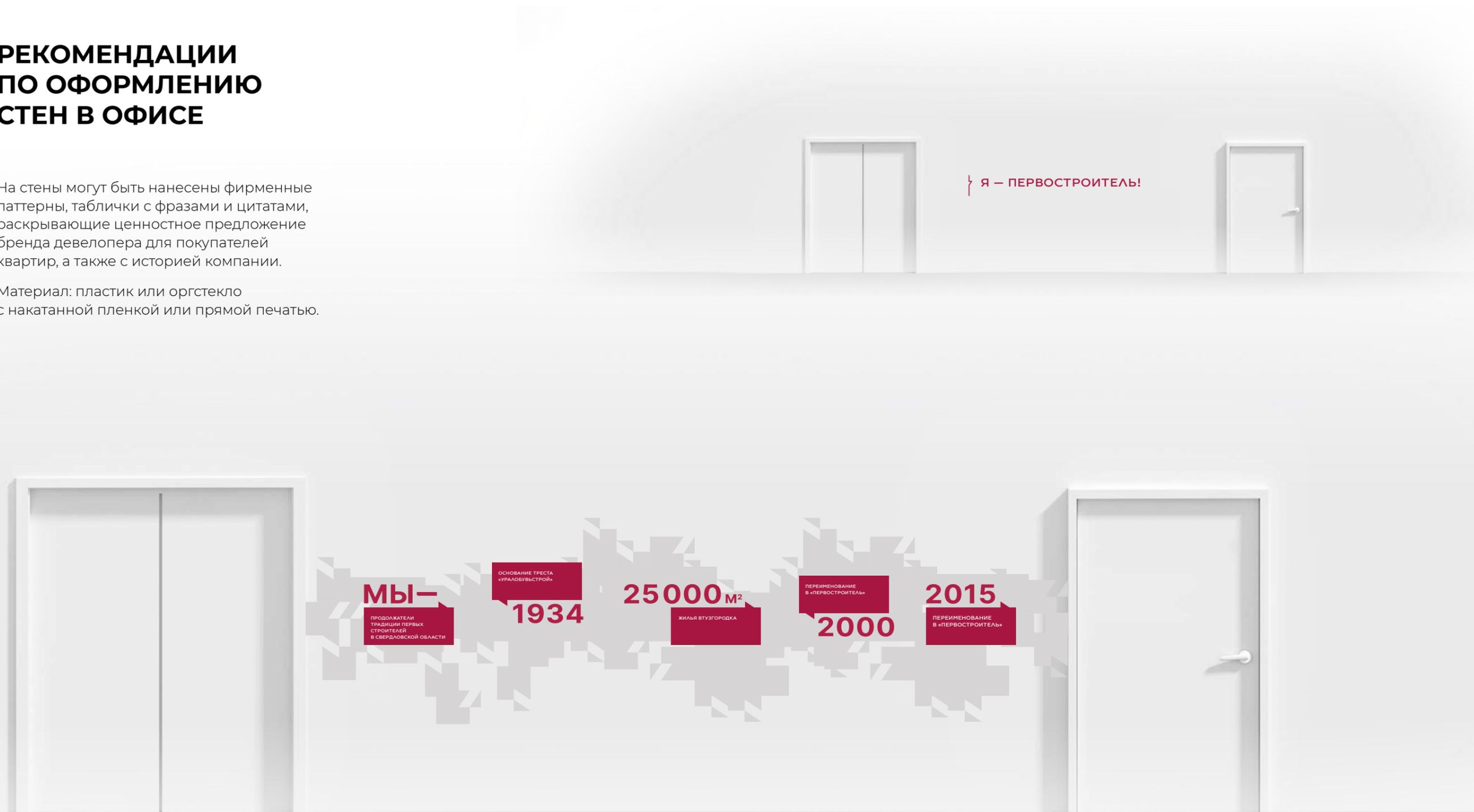
2015

КОМПАНИЯ БОЛЬШИХ
ВОЗМОЖНОСТЕЙ

РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОФОРМЛЕНИЮ СТЕН В ОФИСЕ

На стены могут быть нанесены фирменные паттерны, таблички с фразами и цитатами, раскрывающие ценностное предложение бренда девелопера для покупателей квартир, а также с историей компании.

Материал: пластик или оргстекло с накатанной пленкой или прямой печатью.

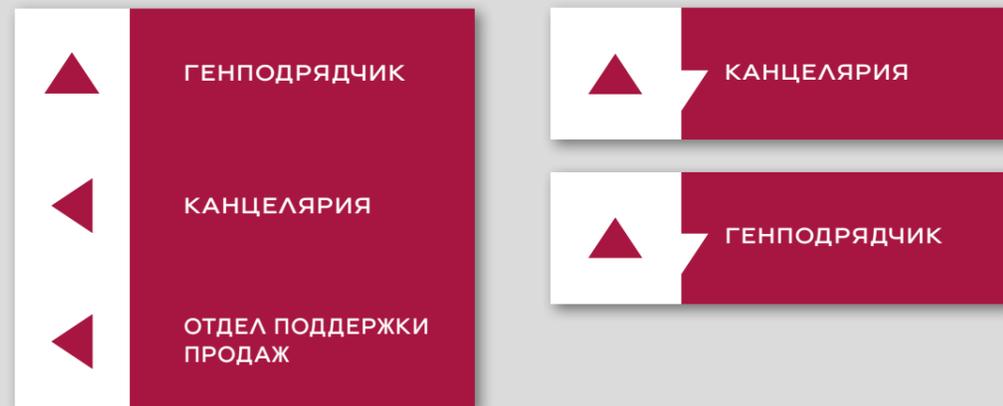


ТАБЛИЧКИ НАВИГАЦИИ ОТДЕЛОВ

Навигационные таблички помогают ориентироваться клиенту в помещении.

Материал: пластик с накатанной пленкой.

Размер: 400 x 150 мм.



ТАБЛИЧКИ ОТДЕЛОВ

Возможно использование таблички как отдельно, так и в сборе в один блок.

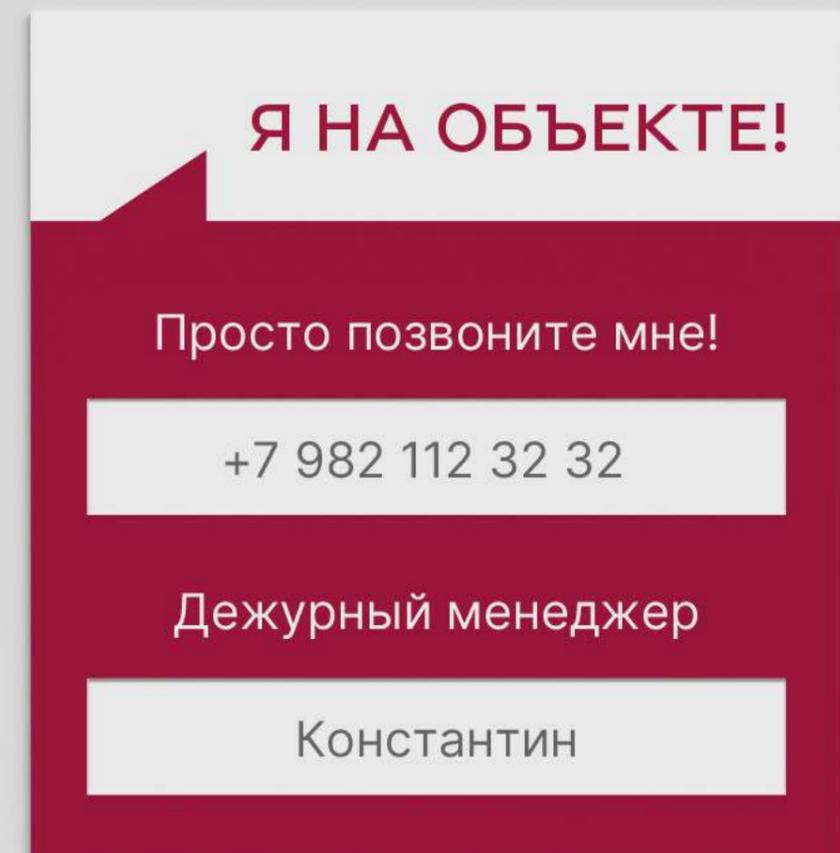
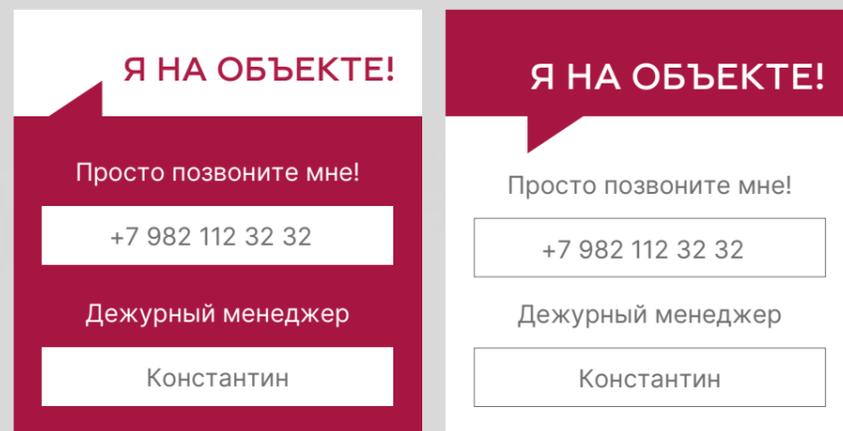
Материал: пластик с накатанной пленкой.



ТАБЛИЧКА «ДЕЖУРНЫЙ МЕНЕДЖЕР»

Материал: пластик
с накатанной пленкой
или прямой печатью.

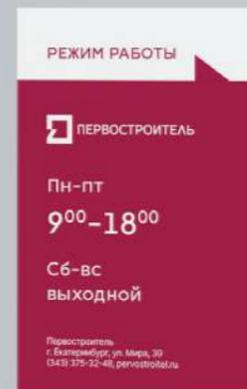
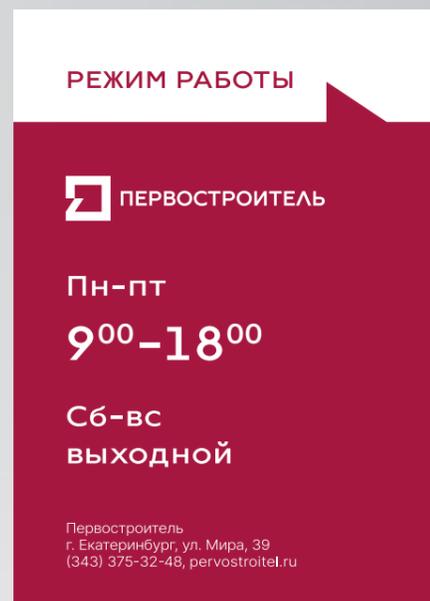
Телефон и имя — сменный блок.



ТАБЛИЧКА «НА ВХОДЕ»

Материал: пластик
с накатанной пленкой
или прямой печатью.

Размер: 300 x 400 мм.



ТАБЛИЧКА «РЕЖИМ РАБОТЫ»

Табличка изготавливается
из пленки с печатью.

Размер: 300 x 350 мм.

РЕЖИМ РАБОТЫ

 ПЕРВОСТРОИТЕЛЬ

Пн-Вс

9⁰⁰-19⁰⁰

Первостроитель
г. Екатеринбург, ул. Мира, 39
(343) 375-32-48, pervostroitel.ru

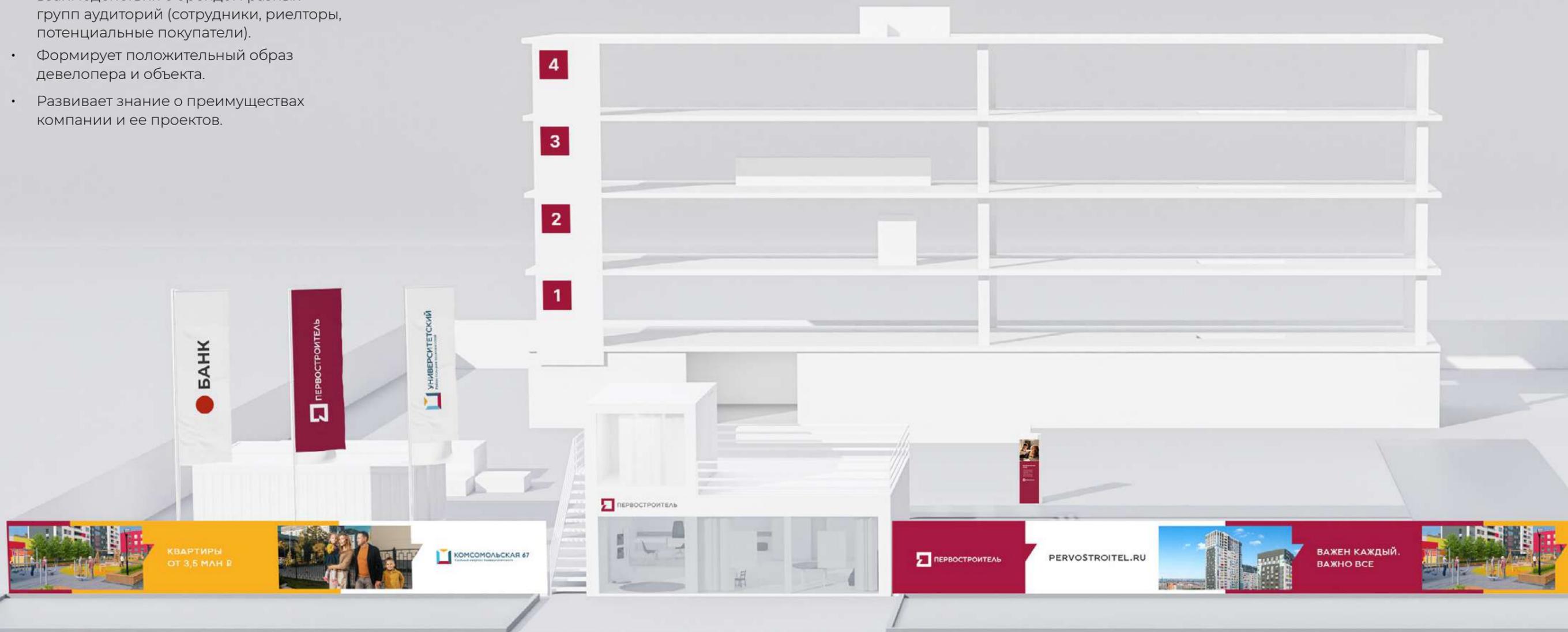


5.0

Стройка

Правильно оформленная строительная площадка решает следующие маркетинговые задачи:

- Привлечение внимания к объекту.
- Повышение качества опыта взаимодействия с брендом разных групп аудиторий (сотрудники, риелторы, потенциальные покупатели).
- Формирует положительный образ девелопера и объекта.
- Развивает знание о преимуществах компании и ее проектов.



ТИПОВОЙ СОСТАВ ЭЛЕМЕНТОВ ОФОРМЛЕНИЯ

Оформление строительной площадки предполагает обустройство ряда элементов, представленных на схеме. Состав, расположение и последовательность могут меняться в зависимости от задач и окружения.

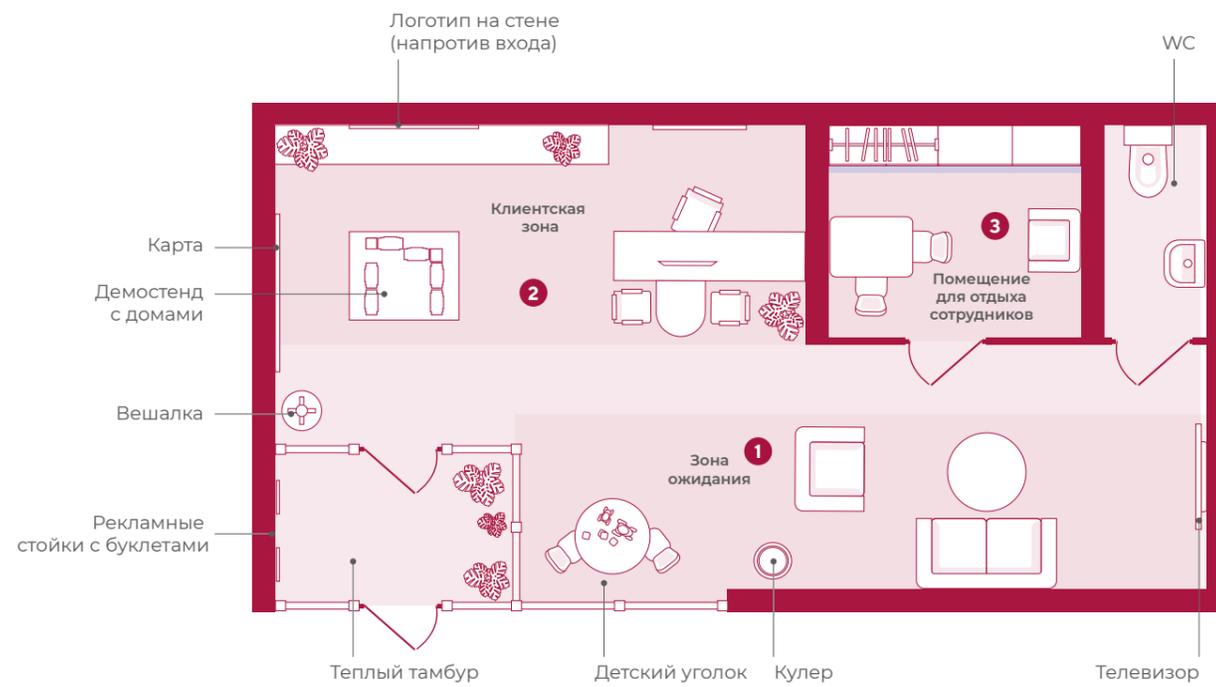
К ключевым объектам можно отнести:

- Забор строительной площадки
- Офис продаж
- Флаги
- Паспорт объекта



ВАРИАНТЫ ОФИСОВ

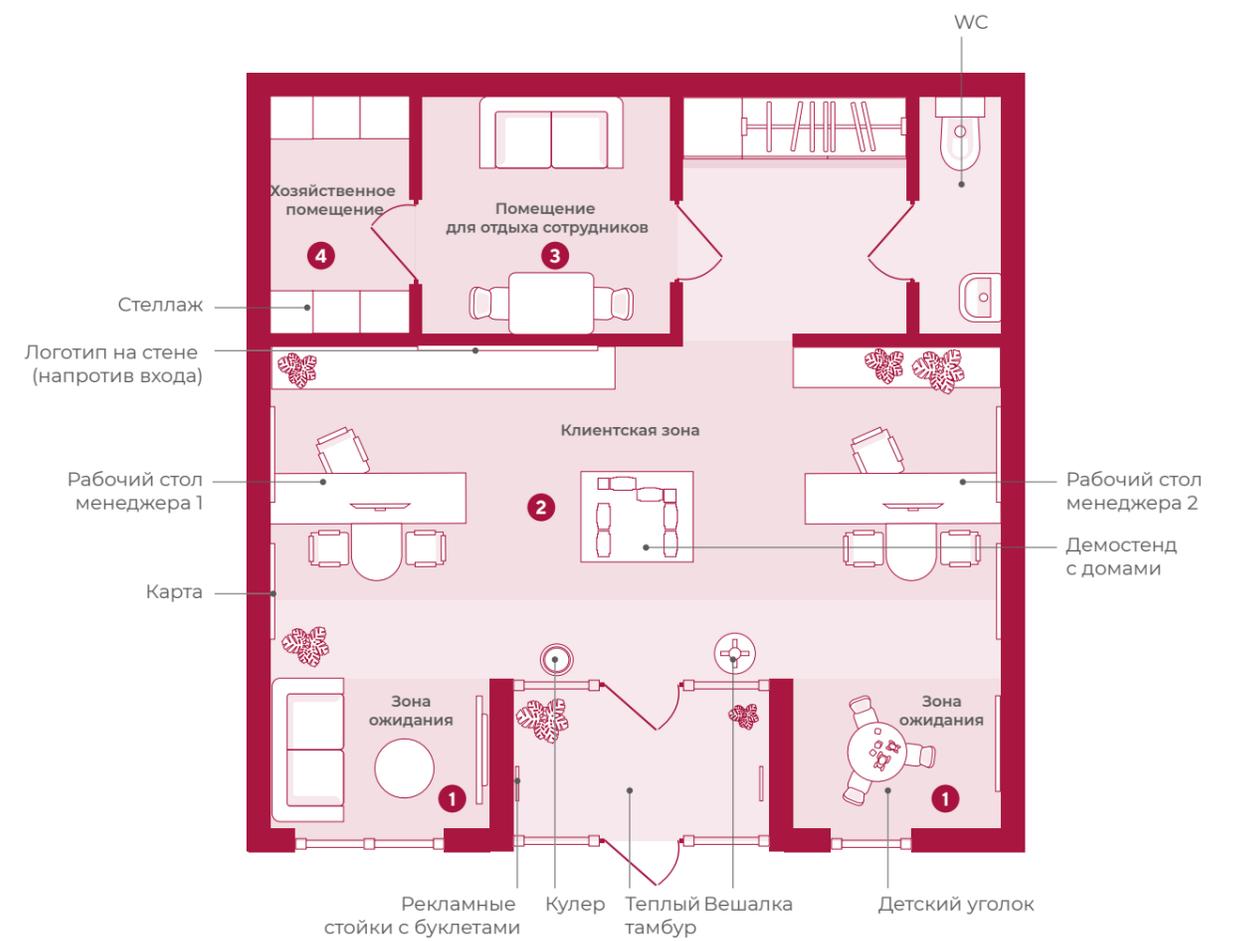
1 МЕНЕДЖЕР



ОФИС ПРОДАЖ ФУНКЦИОНАЛЬНО РАЗДЕЛЕН НА НЕСКОЛЬКО ЗОН:

- 1 Зона ожидания с детским уголком
- 2 Клиентская зона со столами менеджеров и креслами посетителей
- 3 Помещение для отдыха сотрудников
- 4 Хозяйственное помещение

2 МЕНЕДЖЕРА

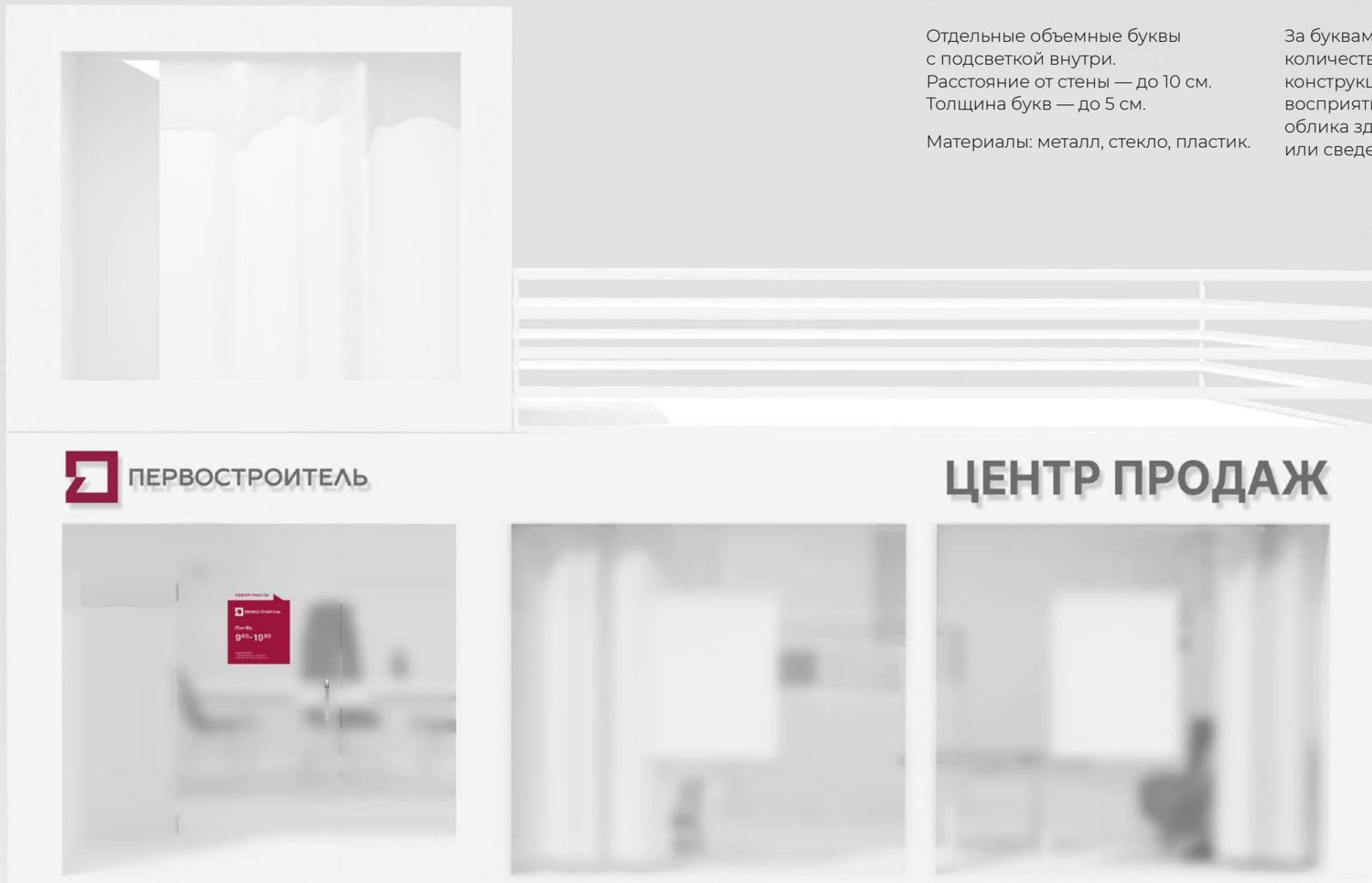


ОСНОВНАЯ ВЫВЕСКА

Отдельные объемные буквы
с подсветкой внутри.
Расстояние от стены — до 10 см.
Толщина букв — до 5 см.

Материалы: металл, стекло, пластик.

За буквами виден фасад,
количество цветов и элементов
конструкции вывески, мешающих
восприятию архитектурного
облика здания, отсутствуют
или сведены к минимуму.



ЗАБОР СТРОИТЕЛЬНОЙ ПЛОЩАДКИ

Забор на строительной площадке оформляется с использованием модулей в стиле девелопера и жилого комплекса.

Соотношение сторон модулей — 1 : 2.

Стиль девелопера используется с целью формирования устойчивого образа компании среди широкой аудитории.

При оформлении модулей забора с текстами о преимуществах проекта могут использоваться фирменные элементы и цвета проектов.

ПРИМЕР СЕКЦИЙ, ВЫПОЛНЕННЫХ В ФИРМЕННОЙ ПАЛИТРЕ ЖК

СЕКЦИИ ЗАБОРА В ФИРМЕННОМ СТИЛЕ ДЕВЕЛОПЕРА:

- Контакты (сайт)
- Логотип девелопера

СЕКЦИИ ЗАБОРА В ФИРМЕННОМ СТИЛЕ ЖИЛОГО КОМПЛЕКСА:

- Логотип ЖК
- Категория
- УТП
- Рендеры проекта

Логотип девелопера



Контакты (сайт)

PERVOSTROITEL.RU

Рендер проекта



УТП

ВАЖЕН КАЖДЫЙ.
ВАЖНО ВСЕ

Рендер проекта



Категория

КВАРТИРЫ
ОТ 3,5 МЛН ₽

Модуль в стиле ЖК



Логотип ЖК

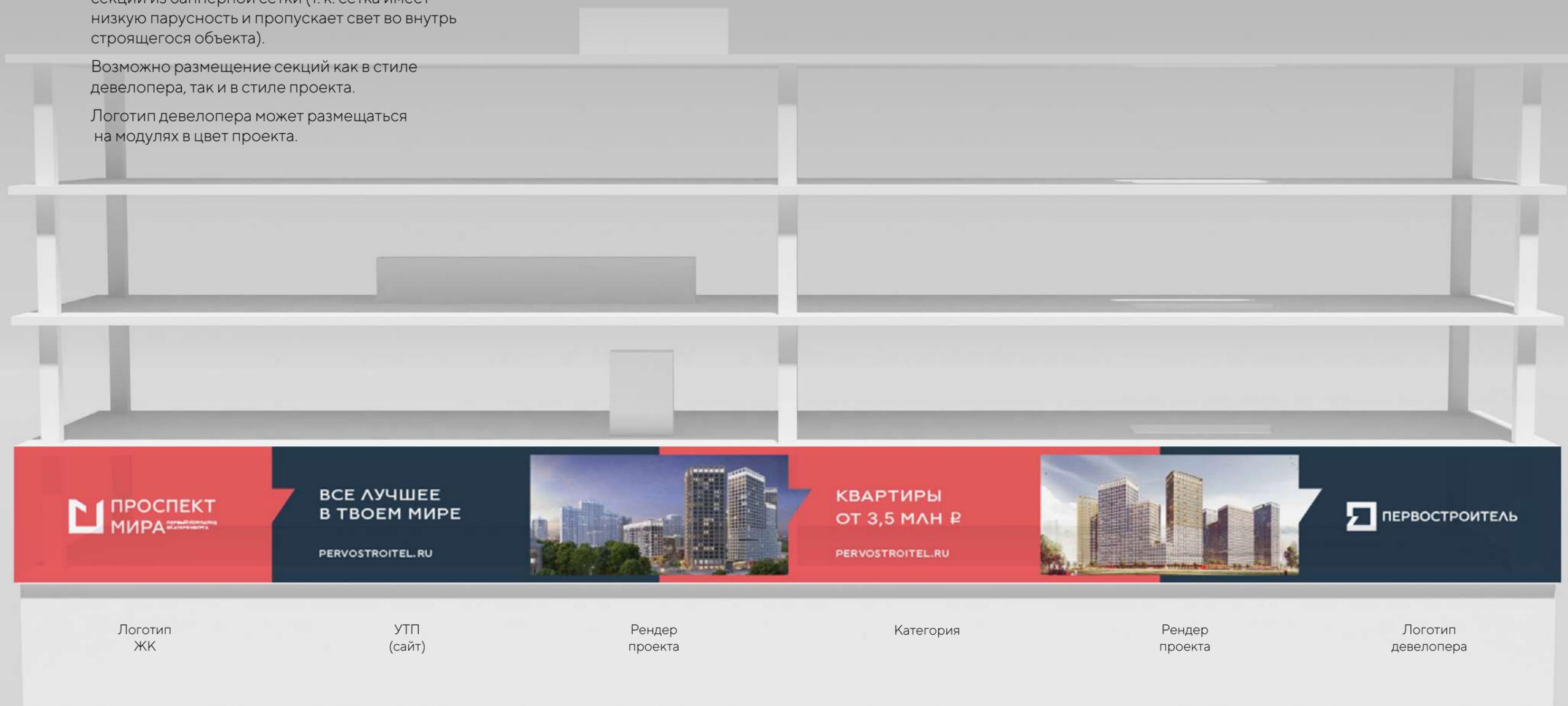
КОМСОМОЛЬСКАЯ 67
Удобный квартал Университетского

СЕКЦИИ ЗАБОРА НА ФАСАДЕ

При необходимости секции забора могут крепиться на фасаде строящегося здания на уровне второго этажа со стороны наибольшего клиентопотока. Желательно изготавливать секции из баннерной сетки (т. к. сетка имеет низкую парусность и пропускает свет во внутрь строящегося объекта).

Возможно размещение секций как в стиле девелопера, так и в стиле проекта.

Логотип девелопера может размещаться на модулях в цвет проекта.



ПАСПОРТ ОБЪЕКТА

Паспорт объекта содержит обязательную по закону информацию.

Оформляется в соответствии с фирменным стилем проекта.

Паспорт объекта размещается у въезда на строительную площадку и может быть как одной из секций забора, так и отдельным элементом.



Паспорт объекта

Жилой комплекс «Прспект Мира»

Жилые дома с помещениями торгово-офисного назначения и наземной автостоянкой, расположенные по адресу: г. Екатеринбург, ул. Мира, 14

Разрешение на строительство: № 000-000004-123-2020

Застройщик: ООО «Первостроитель»
Генеральный директор: Иванов И.И.
Телефон: (343) 375-32-48

Технический заказчик: ООО «Первостроитель»
Генеральный директор: Иванов И.И.
Телефон: (343) 375-32-48

Начало строительства: III кв. 2018 г.
Конец строительства: II кв. 2020 г.

(343) 375-32-48
pervostroitel.ru



ВХОД НА СТРОЙКУ

Оформление входа на стройку

- Твердая дорожка (гравий, плиты).
- Ограждения (забор, ленты, ограничители).
- Информационные стенды.
- Освещение.

При разработке маршрута важно уделить особое внимание безопасности посетителей и предусмотреть места, в которых посещение объекта не будет представлять угроз здоровью. Также важно предусмотреть для посетителей каски, дождевики или зонты, резиновые сапоги и другой инвентарь.

УДОБНЫЙ КВАРТАЛ

ДОБРО ПОЖАЛОВАТЬ!



 ПЕРВОСТРОИТЕЛЬ

PERVOSTROITEL.RU

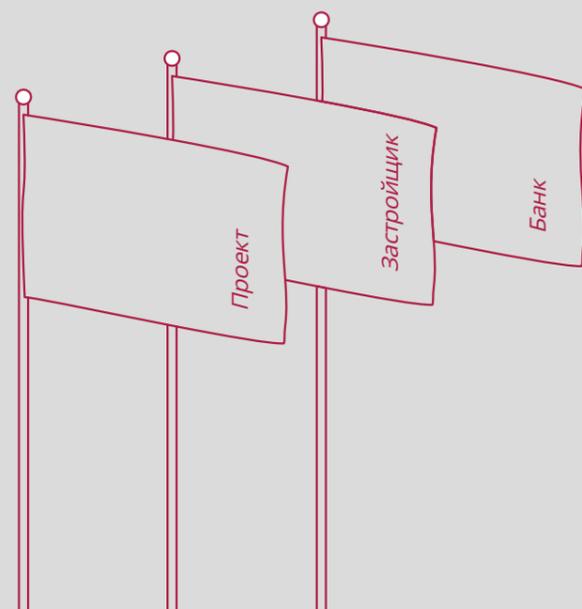
ФЛАГИ ГОРИЗОНТАЛЬНЫЕ

Флаги — элемент имиджевого продвижения проекта.

Пропорции флага — 1 : 1,5.

На строительной площадке могут быть размещены несколько видов флагов:

- флаг застройщика,
- флаг проекта,
- флаг банка-партнера.



ФЛАГИ ВЕРТИКАЛЬНЫЕ

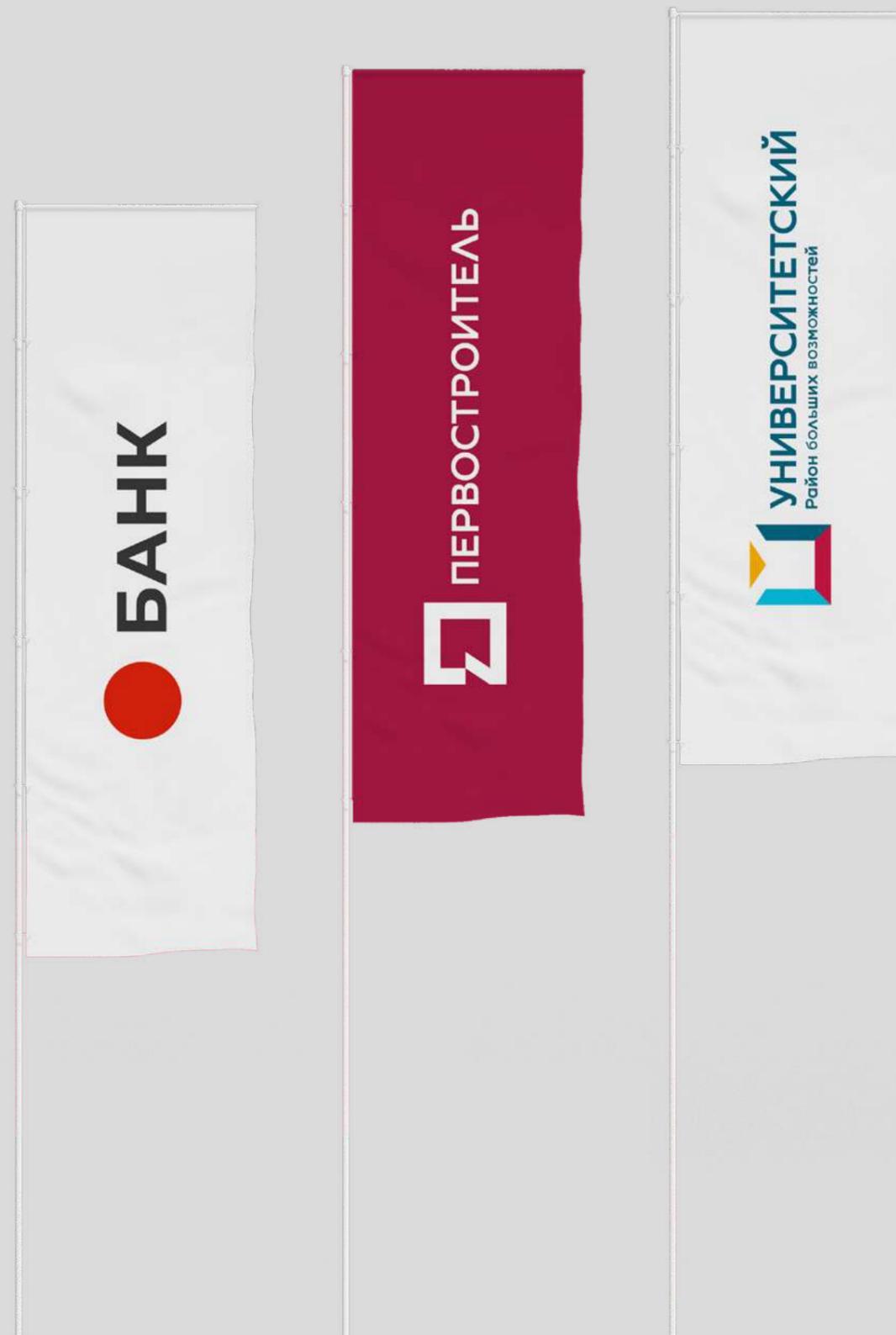
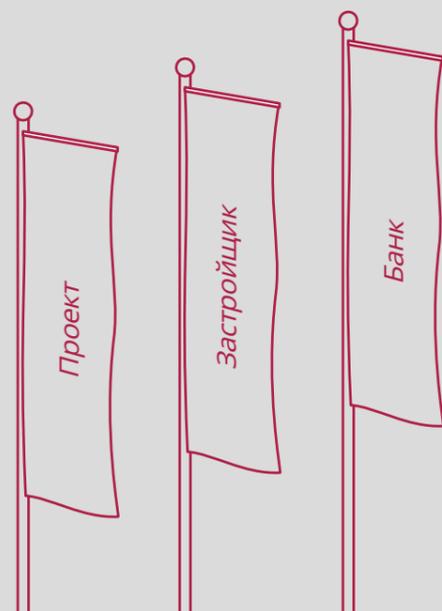
Флаги изготавливаются из плотной ткани, устойчивой к влаге и порывам ветра.

Флаги размещаются у офиса продаж, а также по периметру места строительства комплекса.

На строительной площадке могут быть размещены несколько видов флагов:

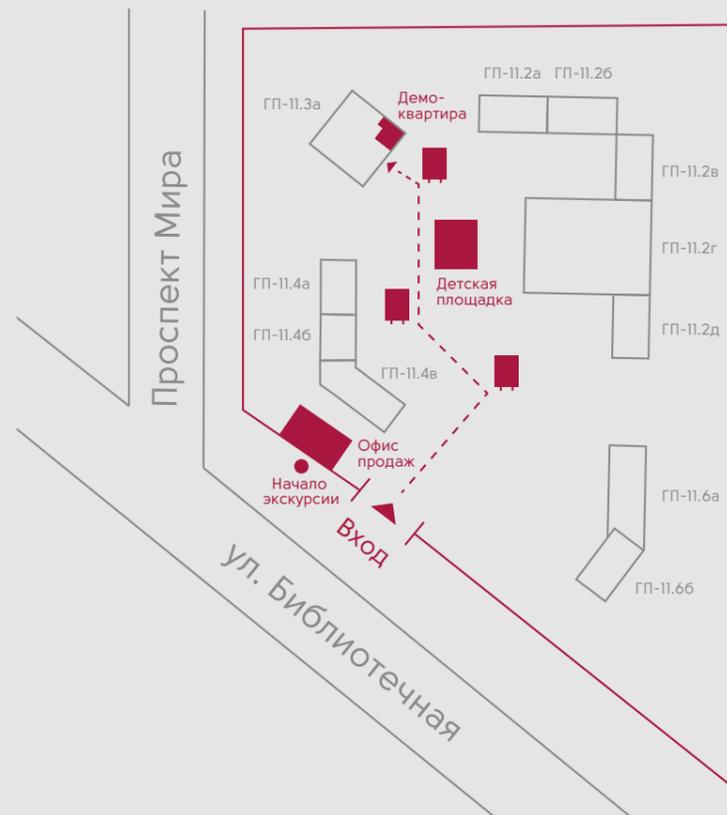
- флаг застройщика,
- флаг проекта,
- флаг банка-партнера.

Рекомендуем использовать флаги с коленом сверху. Так флаги будут читабельны даже в безветренную погоду.



КАРТА МАРШРУТА ЭКСКУРСИИ

Карта маршрута экскурсии демонстрирует посетителям объекта расположение ключевых объектов на территории и позволяет менеджеру отдела продаж нагляднее объяснить содержание будущего рассказа о продукте.



СТЕНД С КАРТОЙ ПРОЕКТОВ НА ОБЪЕКТЕ

Карта дает представление клиенту о расположении других проектов девелопера и важных инфраструктурных объектов в районе.

На стенде также может быть размещен qr-код, ссылка которого ведет на сайт с описанием района.

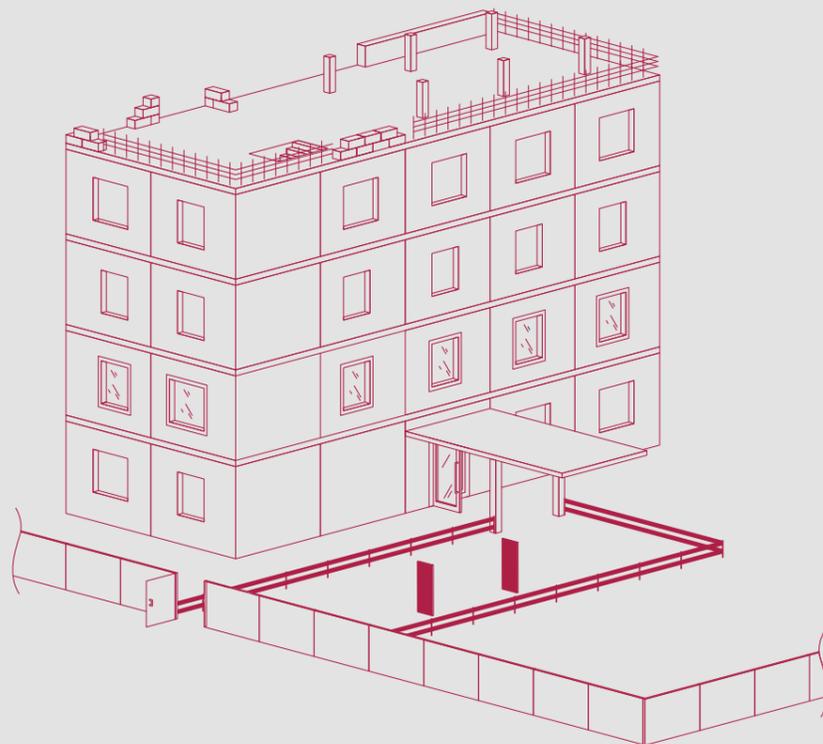


УКАЗАТЕЛИ ПРЕИМУЩЕСТВ

Информационные стелы располагаются вдоль демонстрационного маршрута и раскрывают уникальные преимущества проекта.

«Дорожка продаж» помогает менеджеру проводить презентацию проекта, не упустив важных деталей.

На стенде может быть размещен qr-код, ссылка которого ведет на описание или видео-рассказ о преимуществе.



Ключевое изображение



QR-код



УТП

Безбарьерная территория.

Описание

Подъезды без ступеней и пандусов, чтобы велосипедистам, мамам с колясками или маленькими детьми и людям с ограниченными возможностями здоровья было удобно.

Логотип девелопера

 ПЕРВОСТРОИТЕЛЬ

ЛИНЕЙКА ЭТАЖНОСТИ

Линейка этажности строящегося дома используется для отображения динамики строительства.

Этажность обозначается цифрами на табличках.

Оформляется в соответствии с фирменным стилем компании.

Таблички подсвечиваются в темное время суток.

Рекомендуемый размер табличек — 1 x 1 м.

В зависимости от удаленности от транспортной магистрали и строительных особенностей дома размер табличек и материал, из которого они изготавливаются, могут изменяться.

Таблички размером от 2,5 x 2,5 м рекомендуется изготавливать из баннерной сетки.

Вариант 1



Вариант 2



Вариант 1

Рекомендуемый размер табличек — 1 x 1 м.

Материал: ПВХ или баннерная ткань.

Таблички такого размера крепятся на строящиеся здания, расположенные на первой транспортной линии. Таблички крепятся на черновую стену здания.



Вариант 2

Размер табличек – от 2,5 x 2,5 м.

Материал: баннерная сетка.

Т. к. сетка имеет низкую парусность и пропускает свет во внутрь строящегося объекта, таблички такого размера могут крепиться на строящиеся здания, расположенные в глубине застройки. Таблички крепятся на межэтажные перекрытия, когда нет еще возведенных стен.

НАВИГАЦИОННЫЕ СТЕЛЫ

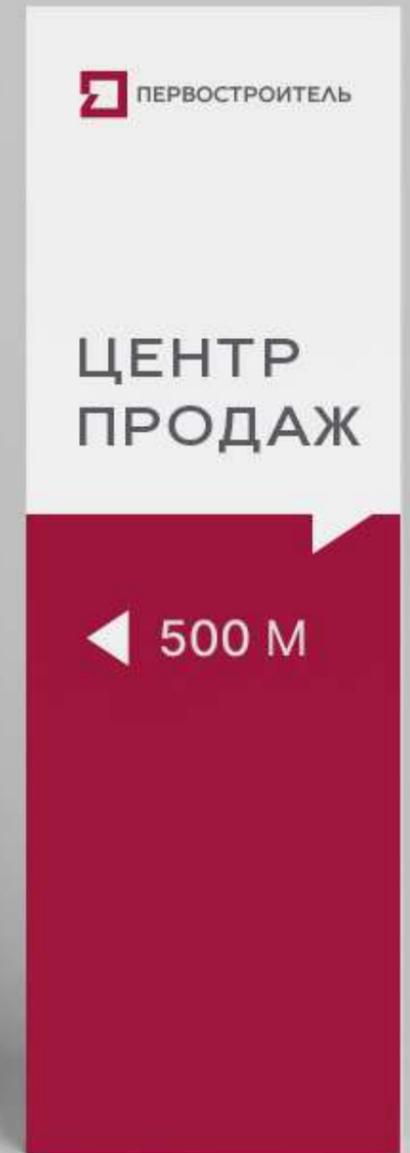
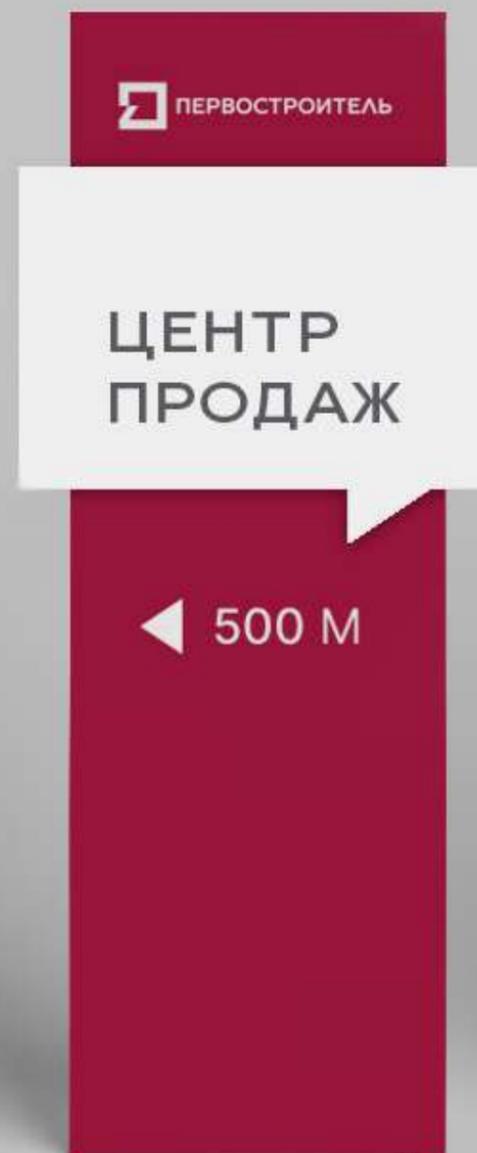
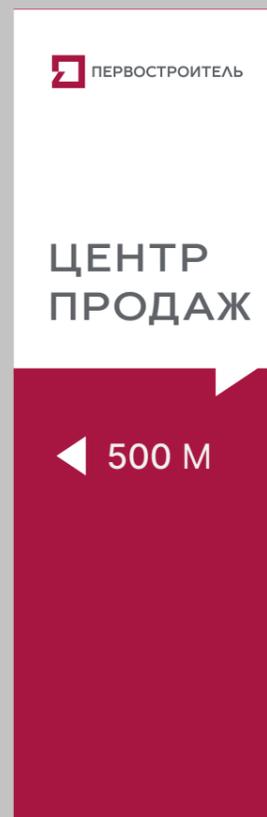
Могут быть установлены на перекрестке.

Основная задача – создать понимание, где расположен офис продаж.

Вариант 1



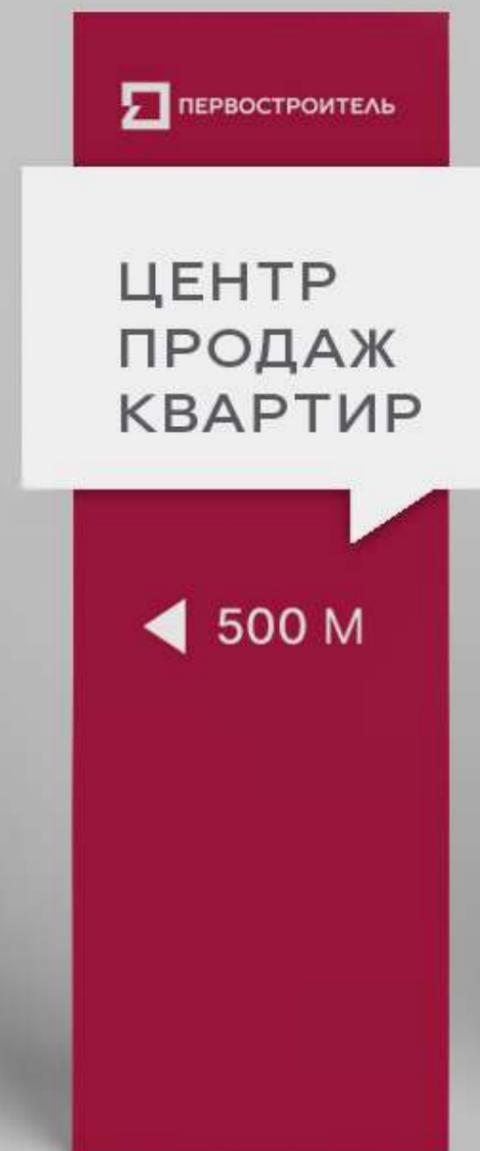
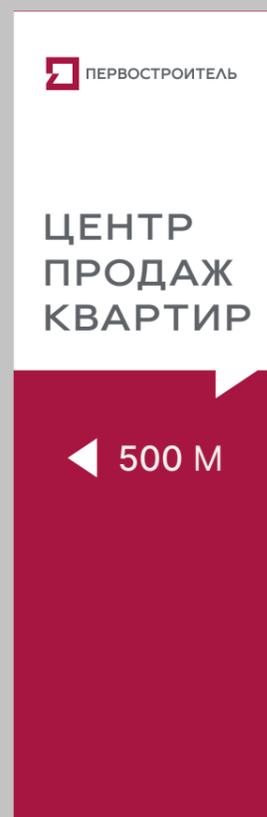
Вариант 2



Вариант 3



Вариант 4



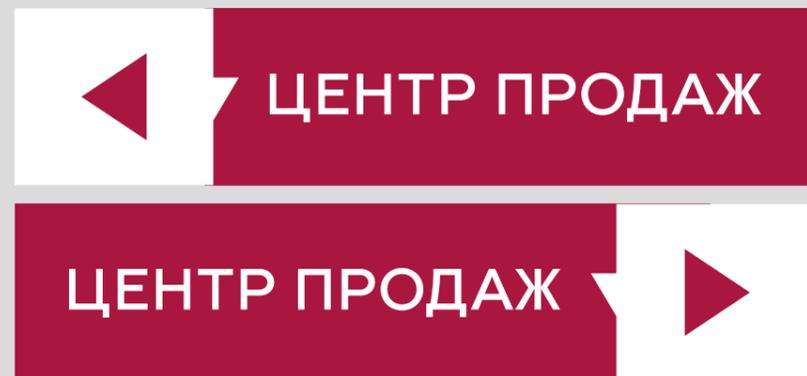
НАВИГАЦИОННЫЕ ТАБЛИЧКИ К ОФИСУ ПРОДАЖ

Навигационные таблички помогают ориентироваться клиенту. Размещаются для указания направления к офису продаж.

Материал: плотный пластик или металл с накатанной пленкой.

Желательно изготавливать и оборудовать указатели с подсветкой.

Вариант 1



Вариант 2



НАВИГАЦИЯ В ДЕМОКВАРТИРАХ

Таблички изготавливаются из плотного пластика. Поверхность — матовая.

Для лучшего ориентирования в демоквартирах и наглядной демонстрации преимуществ рекомендуется использовать навигационные таблички.

Материал: плотный пластик, матовая поверхность.

Типы табличек

- 1. Таблички с указателем:** используются в случаях, когда крепление на сам объект невозможно (видеодомофон, выключатель и пр.).
- 2. Таблички с описанием планировок:** размещаются на дверь при входе или напротив нее непосредственно внутри квартиры.
- 3. Таблички с указанием места:** используются для обозначения отделки и материалов, когда возможно крепление непосредственно на саму поверхность или объект.
- 4. Таблички с дополнительным пояснением:** крепятся рядом с основной табличкой.
- 5. Таблички с дополнительным изображением:** крепятся рядом с основной табличкой.

Представленные размеры макетов являются рекомендуемыми и могут быть изменены с сохранением пропорций.



ТИПОВЫЕ РЕШЕНИЯ ДЛЯ НАВИГАЦИИ В ДЕМОКВАРТИРАХ

При размещении табличек важно соблюдать принцип, по которому они не устанавливаются вплотную друг к другу. Также таблички не должны размещаться вплотную к краю поверхности стены.



