

Руководство по использованию фирменного стиля

Жилой комплекс Утро на Репина

Утро на Репина

содержание

позиционирование

1. логотип

| | |
|-----------------------------|----|
| логотип | 4 |
| дополнительные версии | 5 |
| охранное поле | 6 |
| инверсия | 7 |
| масштабирование | 8 |
| фирменные цвета | 9 |
| шрифтовая схема | 11 |

2. носители

| | |
|---|----|
| билборд | 12 |
| буклет | 13 |
| таргетированная и контекстная реклама | 17 |

описание

ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ

Дом для молодожёнов рядом с лесом. Островок хюгге среди природы, который находится в городе.

Характер бренда

Нежный, эмоциональный, с ноткой провокации.

Ядро ЦА

Молодые семьи, молодые пары.

Ценности бренда

Семейные ценности, отношения, эмоции, комфорт.

Идея

Новый ЖК — для тех, кто хочет получать удовольствие от жизни и радоваться каждому дню. Жить одновременно и в городе, и в лесу — идеальное сочетание новейших технологий, близости всей городской инфраструктуры и природной атмосферы.

ЛОГОТИП

ЛОГОТИП

Логотип – это лицо бренда: первое, с чем сталкивается клиент при взаимодействии с брендом.

Основная версия логотипа размещена справа.

Знак представляет собой сочетание рукописного леттеринга и шрифтовой композиции на основе гротеска.



ЛОГОТИП

ЛОГОТИП / дополнительные версии



Полная версия логотипа (знак + дескриптор)



Версия с написанием друг под другом (без дескриптора)



Версия в строку



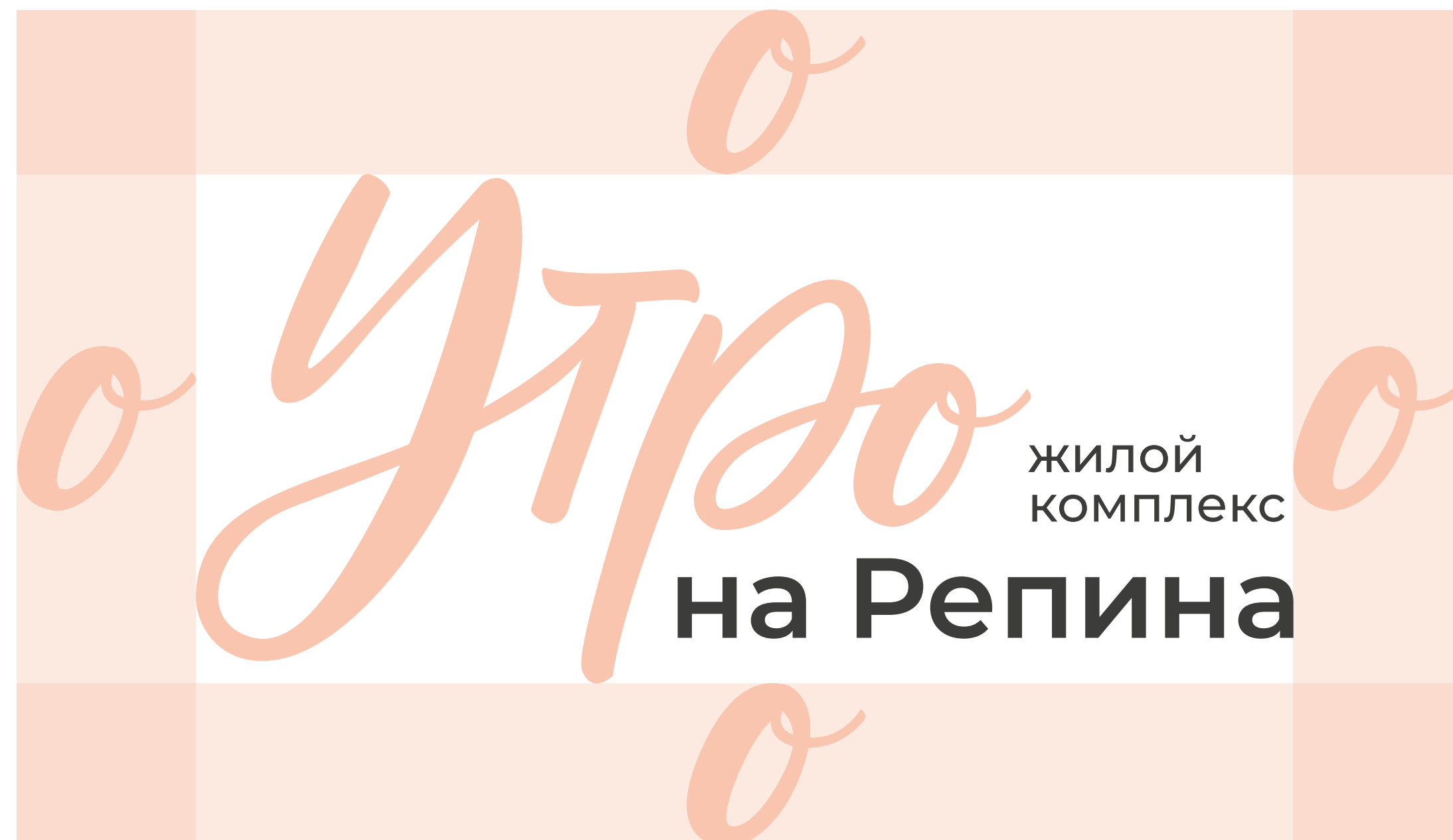
Версия в строку (без дескриптора)

ЛОГОТИП

охранное поле

Охранное поле равно ширине и высоте модуля, его необходимо соблюдать при создании рекламных макетов.

Охранное поле — это минимально допустимое пространство вокруг логотипа.



Недопустимо использовать логотип без учёта охранного поля.

ЛОГОТИП

ИНВЕРСИЯ

Если фон разрабатываемого макета отличен белому, то используется инверсия основного логотипа или части логотипа (то же относится к дополнительным версиям).

Фоном могут быть цвета, предусмотренные данным руководством, другие контрастные цвета или фотографии.



Утро
жилой комплекс
на Репина



Утро
жилой комплекс
на Репина



Утро
жилой комплекс
на Репина

ЛОГОТИП

масштабирование

Справа приведены допустимые версии логотипа. При минимальных размерах используется версия логотипа без дескриптора или дополнительная версия.

Утро жилой комплекс
на Репина

30 мм

*Утро
на
Репина*

20 мм

ЛОГОТИП

фирменные цвета

Фирменные цвета помогают создавать узнаваемый образ бренда.

Представленная цветовая палитра рекомендована к использованию на всех носителях рекламной коммуникации (презентационные материалы и полиграфическая продукция).

#FFFFFF
CMYK 0\0\0\0
RGB 255\255\255

#DBA9A5
CMYK 15\40\30\0
RGB 219\169\165

#EBC3AF
CMYK 0\30\30\0
RGB 235\195\175

#E5D9CC
CMYK 12\15\21\0
RGB 229\217\204

#3F3E3E
CMYK 0\0\0\90
RGB 63\62\62

ЛОГОТИП

фирменные цвета / дополнительные цвета

Дополнительные цвета расширяют цветовую палитру и позволяют создавать более разнообразный дизайн, оставаясь в рамках фирменного стиля.

#F2C9A1
CMYK 12\15\21\0
RGB 231\200\162

#DFCEC0
CMYK 15\20\25\0
RGB 217\204\191

#6B6A69
CMYK 55\45\45\30
RGB 107\106\105

#A48878
CMYK 30\40\45\20
RGB 155\135\120

ШРИФТОВАЯ СХЕМА

Шрифты фирменного стиля помогают подчеркнуть уникальность фирменного стиля, сформировать единую стилевую концепцию бренда и подчеркнуть его репутацию. Они используются в логотипе, на рекламных носителях и любой другой фирменной продукции.

Шрифт для набора заголовков

Lumios Marker

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЬЫЪЭЮЯ

абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщьюя

0123456789

Шрифт для набора подзаголовков

Montserrat SemiBold

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЬЫЪЭЮЯ

абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщьюя

0123456789

Шрифт для набора основного текста

Montserrat Medium

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЬЫЪЭЮЯ

абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщьюя

0123456789

носители

билборд

Пример вёрстки рекламного билборда

Рекламный билборд жилого комплекса

обычно содержит:

- графическую часть
- иллюстрация, фотография и др.
- информационную часть
- логотип жилого комплекса
- уникальное торговое предложение (УТП)
- номер телефона
- дисклеймер



Все элементы расположенные на макете должны быть контрастного цвета по отношению к фону. Важный текст необходимо сделать крупным кеглем, что бы водитель успел заметить/прочесть во время движения.

Слоган

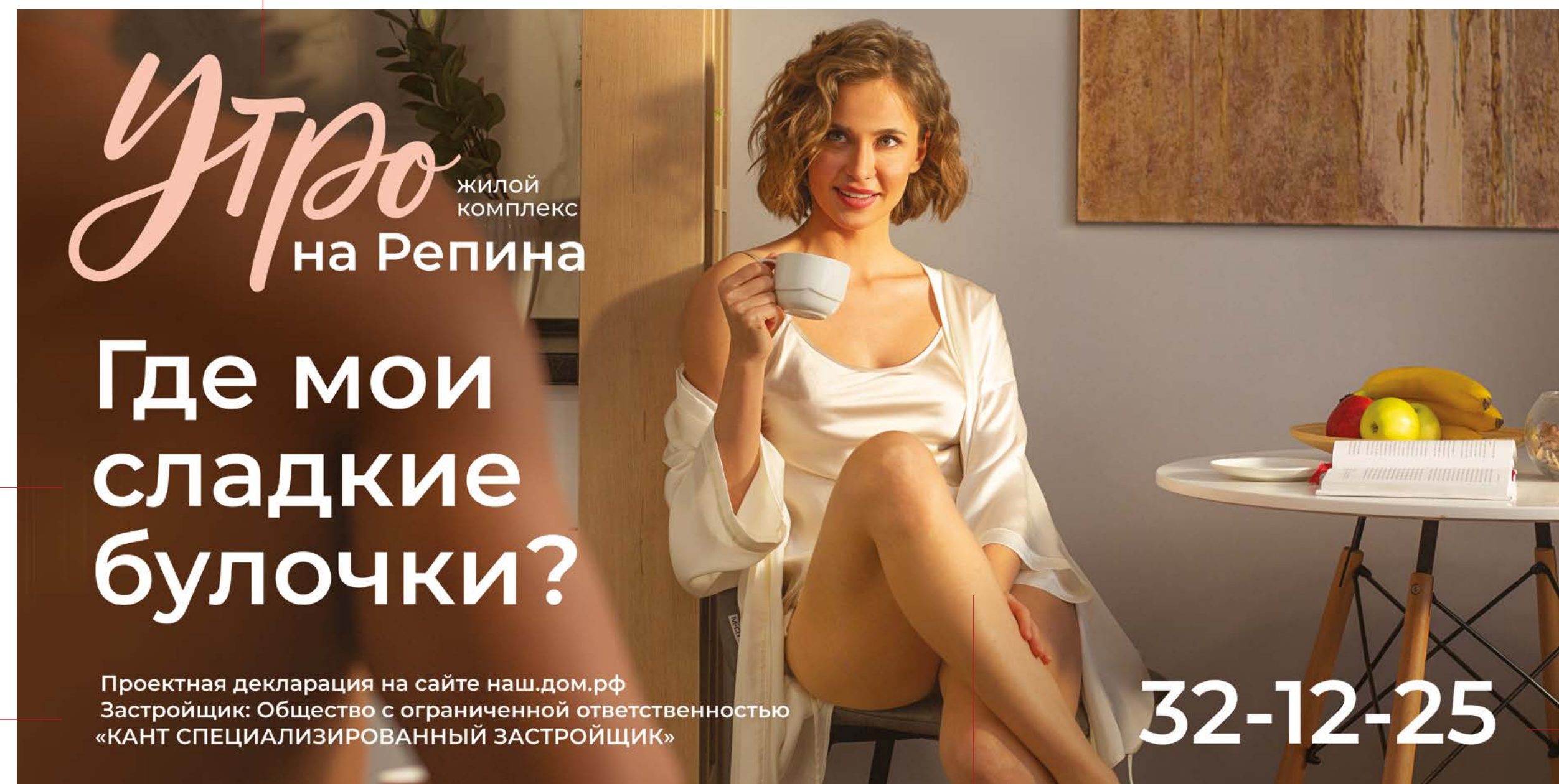
Дисклеймер

Минимальный размер кегля для дисклеймера 18 пунктов при масштабе макета 1:10



Необходимо уточнять у юридического отдела актуальный дисклеймер на момент вёрстки, печати и публикации носителей

Логотип жилого комплекса



Графическая часть

Номер телефона

носители

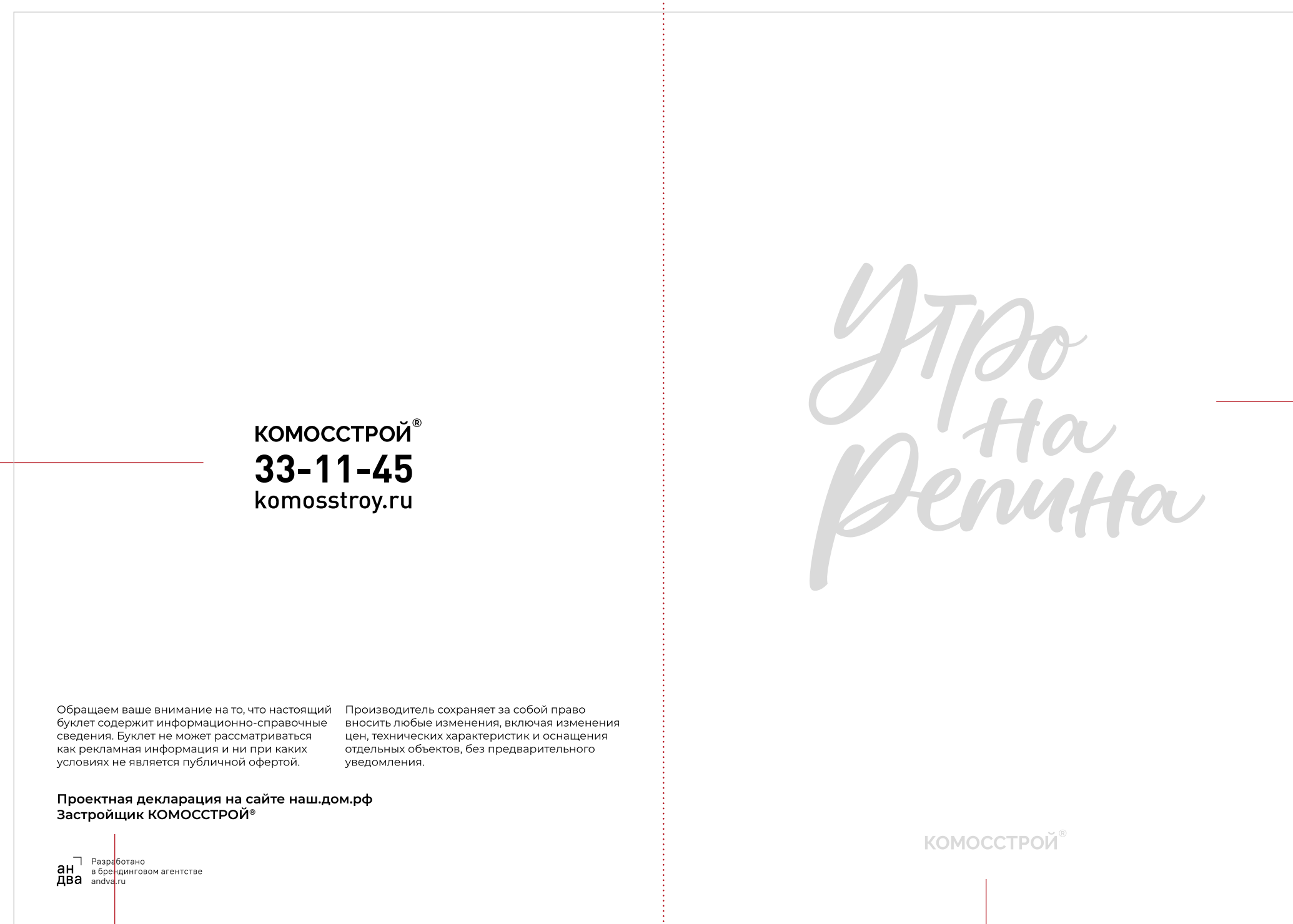
буклет / пример вёрстки обложки и оборотной стороны буклета

В структуре буклета важную роль играют **лицевая и оборотная часть обложки.**

На них размещаются:

- логотип жилого комплекса
- рекламная графика
- юридическая информация
- логотип застройщика
- контактная информация застройщика

Контактный блок



Дисклеймер

Логотип жилого комплекса

Способ печати —
конгревное тиснение

Логотип застройщика

Способ печати —
фольгирование серебром



Необходимо уточнять у юридического отдела актуальный дисклеймер на момент вёрстки, печати и публикации носителей

носители

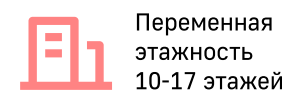
буклет / пример вёрстки информационного разворота

На типовой странице буклета необходимо разместить:

- рубрикатор
- номер страницы
- заголовок или УТП
- основной текст
- рекламные материалы (фотографии, иллюстрации или рендеры)

Заголовок

Преимущества



Переменная этажность 10-17 этажей



Закрытый охраняемый двор



Высота потолка 2,6-2,8 метра



Просторные холлы



Вход в подъезд с уровня земли



Многоуровневое освещение территории



Общие колясочные на первом этаже



Лифты Otis



Индивидуальные кладовые



Расширенный пакет системы Умный дом

Основной текст
Минимальный размер кегля для основного текста в буклете с форматом страниц А4 — 14 пунктов. Текст большого объема лучше заменить инфографикой.



Фотографии, рендеры, иллюстрации

Цветовой режим фотографий и иллюстраций — CMYK, dpi 300.

Номер страницы

носители

буклет / карта района

В обязательном порядке обозначаются сады, школы, магазины, остановки.

Для понимания масштаба на карту наносятся все объекты (водоёмы, зелёные зоны, жилые и нежилые строения)



Логотип жилого комплекса

План жилого комплекса

Желательно делать карту на светлом фоне для лучшего восприятия

Компас со всеми сторонами света

Описание условных обозначений

буклет / схемы планировочных решений

Номер дома и секции

1 дом
1 секция

Номер этажа

Первый этаж



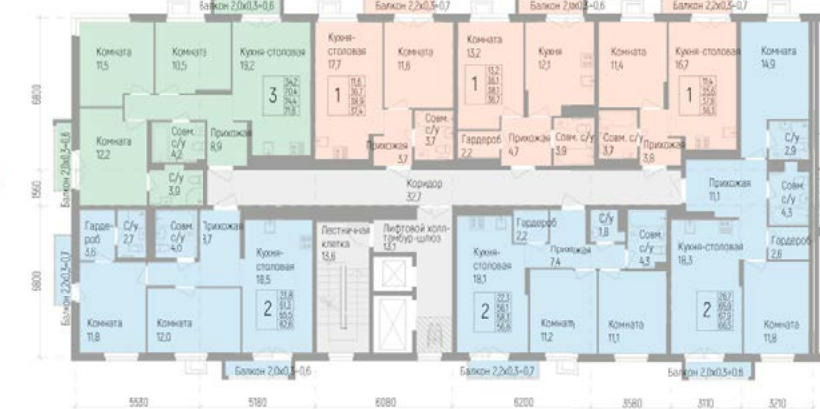
2-4 этаж



Положение планировки относительно сторон света, указать все стороны света

*З
Ю
С
В*

Типовой этаж



16-17 этаж



Схема расположения домов, близлежащие объекты для ориентирования, дополненная компасом

Юридическая информация

20 — Площади и конфигурации могут незначительно отличаться

тип квартиры

| | |
|---|--|
| 1 | площадь жилых комнат (м ²) |
| 2 | общая площадь квартиры без учёта площадей балконов, лоджий, террас (м ²) |
| 3 | общая площадь квартиры с учётом площадей балконов, лоджий, террас (м ²) |
| 4 | площадь квартиры с учётом коэффициентов балконов, лоджий, террас (м ²) |

21

К схемам планировочных решений прилагается таблица с расшифровкой обозначений

носители

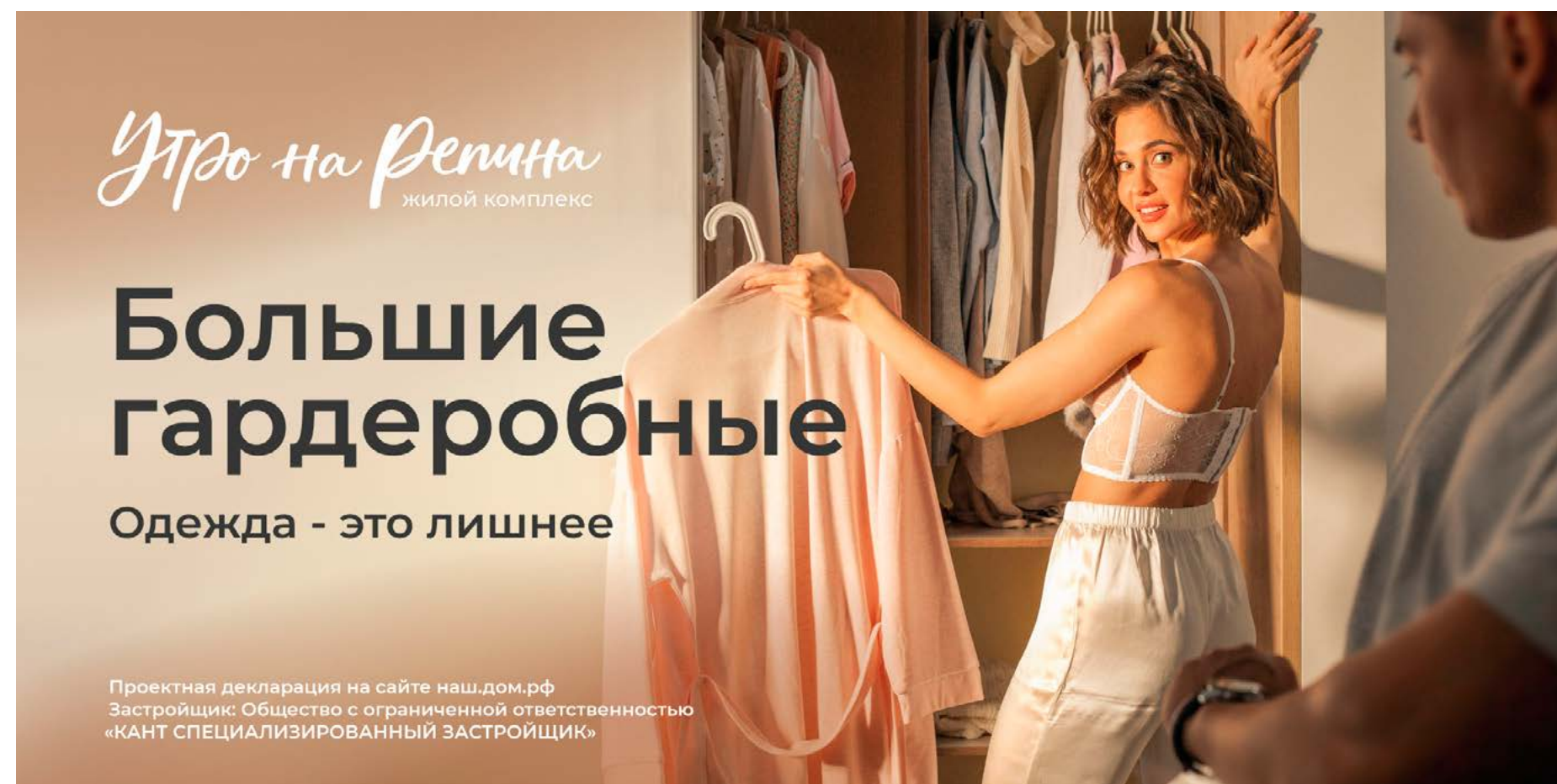
таргетированная и контекстная реклама

Баннеры для рекламы в интернете разрабатываются в двух типах:
таргетированная реклама – реклама для социальных сетей (ВКонтакте) и **контекстная реклама** – Яндекс. Директ.

На макете в обязательном порядке **должны** присутствовать:

- логотип ЖК
- дисклеймер

Таргетированная реклама – ВКонтакте



ВКонтакте
537x240 px

Размеры можно взять из требований рекламных площадок

носители

таргетированная и контекстная реклама

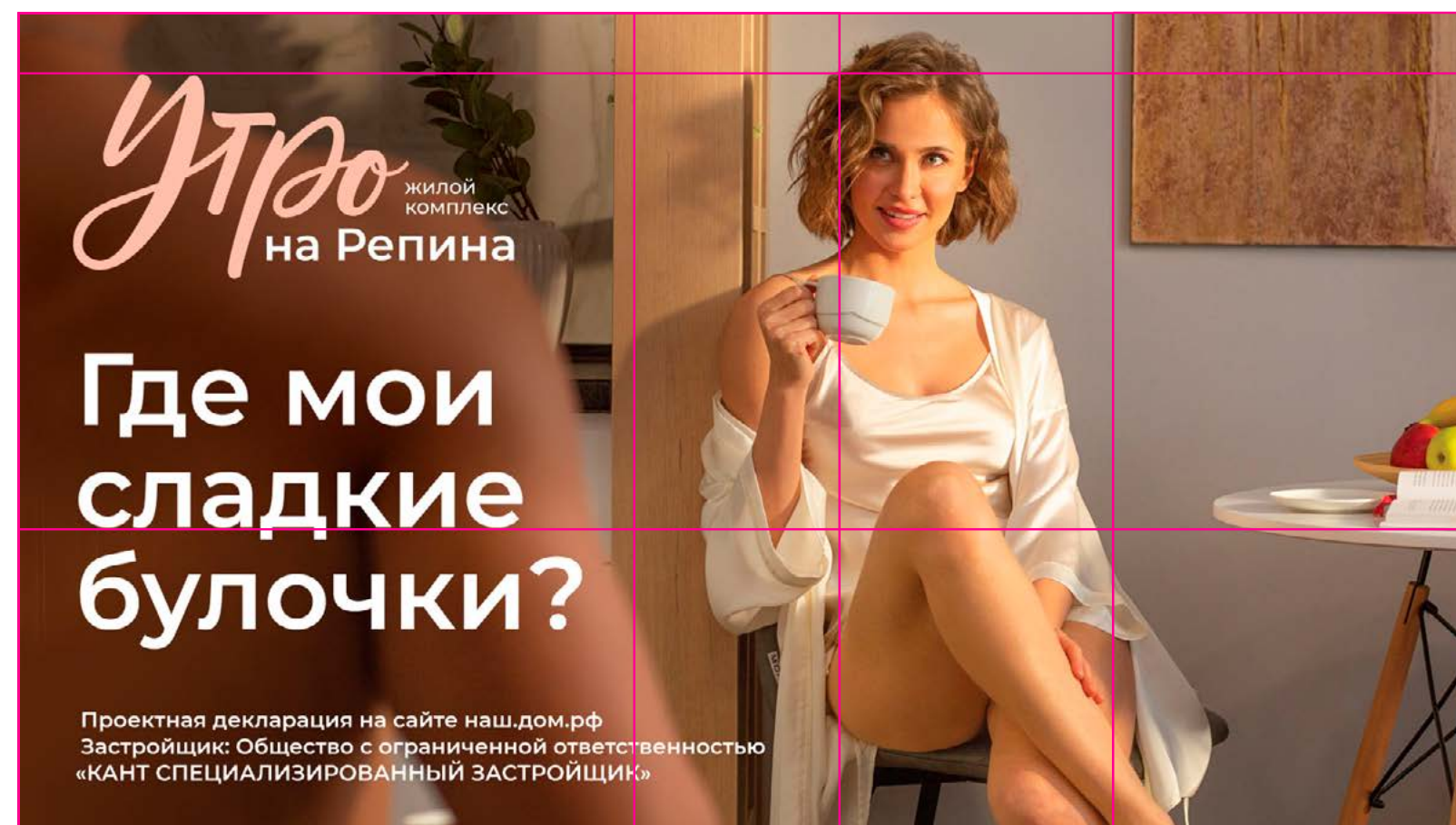
Особенностью размещения рекламы в Яндекс.Директ является нестандартная

обрезка изображения.

На макете в обязательном порядке **должны** присутствовать:

- логотип ЖК
- дисклеймер

Контекстная реклама – Яндекс.Директ



На схеме (розовыми линиями) изображено, каким образом может быть обрезан баннер. Основную информацию лучше размещать справа, слева — изображения и рендеры.

Яндекс.Директ
1600x900 px

Размеры можно взять из требований рекламных площадок

спасибо за внимание!

2022

Разработано в брендинговом агентстве

ан
два