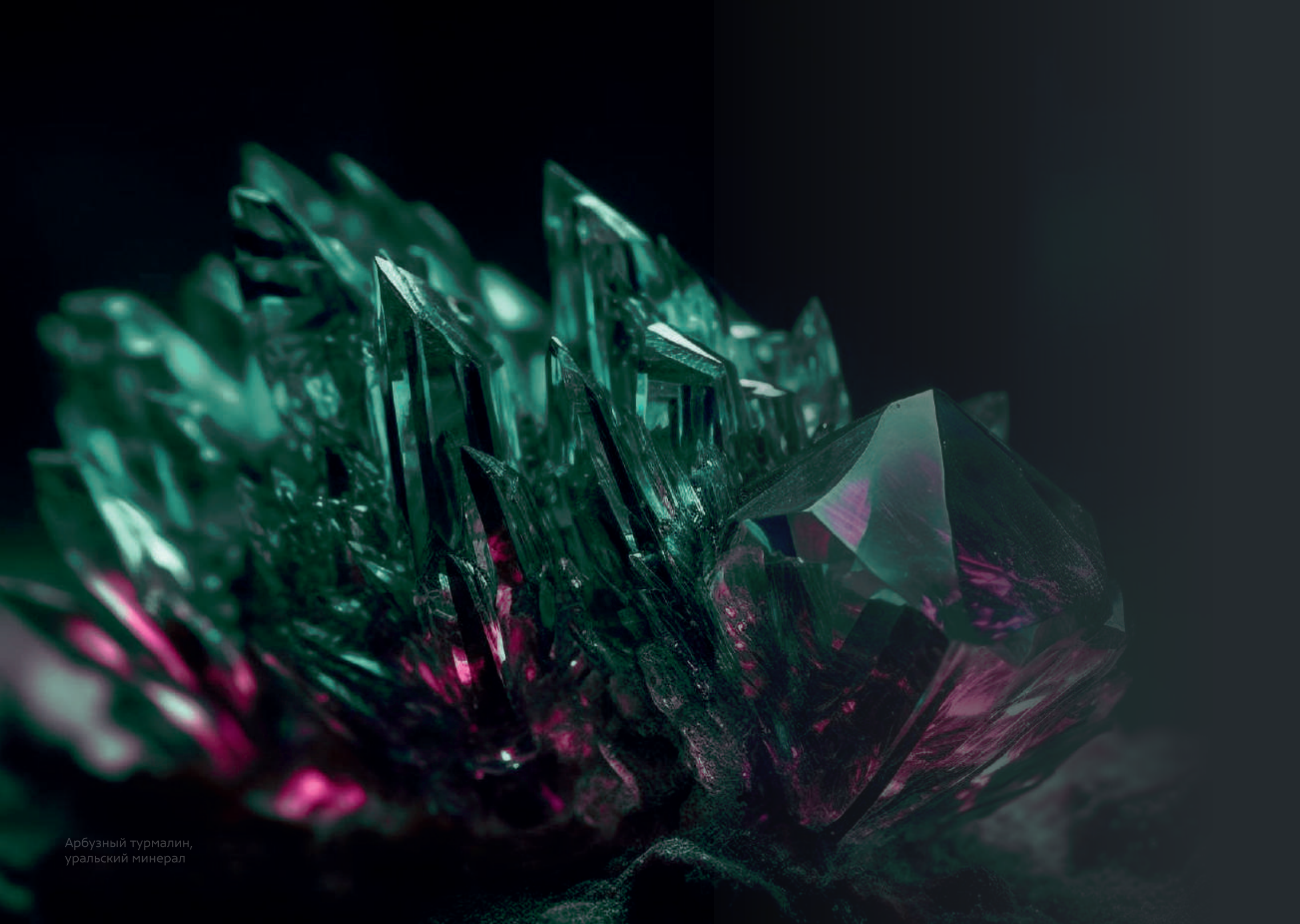


практика,

платформа бренда, слоган, логотип, палитра, типографика, коммуникация

брендбук, ОДНИМ СЛОВОМ



Арбузный турмалин,
уральский минерал

содержание

О компании ————— **3**

Платформа бренда ————— **6**

Платформа
Миссия
Ценности
Пирамида бренда
Принципы

Идея бренда ————— **19**

Логотип и знак ————— **23**

Основная версия
Лого с дескриптором
Знак
Охранное поле
Лого со слоганом

**Константы
фирменного стиля** ————— **35**

Палитра
Типографика
Фотостиль
Фирменная графика
Иконки

Правила коммуникации ————— **61**

Tone of voice
Редполитика
Слоганы

Деловая коммуникация ————— **77**

**Презентационные
материалы** ————— **85**

**Коммуникационный
дизайн** ————— **95**

О компании,

Инвестиционно-строительная компания Практика основана в 2007 году. Включает в себя группу компаний в области девелопмента, строительства и управления недвижимостью.

Практика выступает в роли инвестора и девелопера при строительстве объектов недвижимости, выполняет функции генерального подрядчика, а также предоставляет услуги общестроительных работ. По окончании строительства собственных объектов компания продолжает их сопровождать силами управляющей компании.

Одним словом, Практика - это команда, которая отвечает за свои слова и всегда стремится к тому, чтобы результат превзошел ожидания.



Это брендбук Практики.

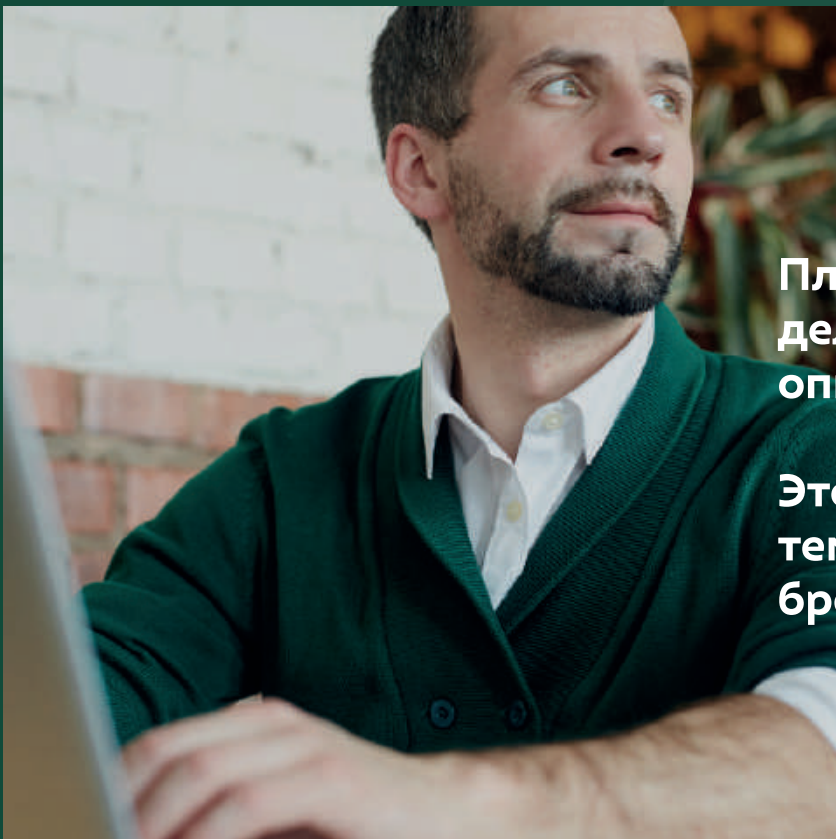
Он разработан, чтобы поддерживать единый облик бренда.

Каждый, кто представляет компанию в медиапространстве и работает с фирменными материалами, найдет здесь понятные инструменты для разработки новой коммуникации.

Брендбук собрал не только информацию о логотипе, фирменном стиле и правилах их использования, но и смысловые константы бренда: миссию, ценности и принципы.

платформа бренда,

платформа,



Платформа бренда позволяет регулировать деловую, рекламную и личную коммуникацию, опираясь на ценности и этику компании.

Этот раздел полезен всем сотрудникам - даже тем, кто не будет работать с дизайном и создавать бренд-материалы.

манифест:



Мы — команда, которая строит качественные и современные объекты для жизни и работы.

Мы опираемся на желания клиентов, партнеров и коллег и превосходим их ожидания.

Мы уверены, что результат нашей работы может улучшать жизнь людей.

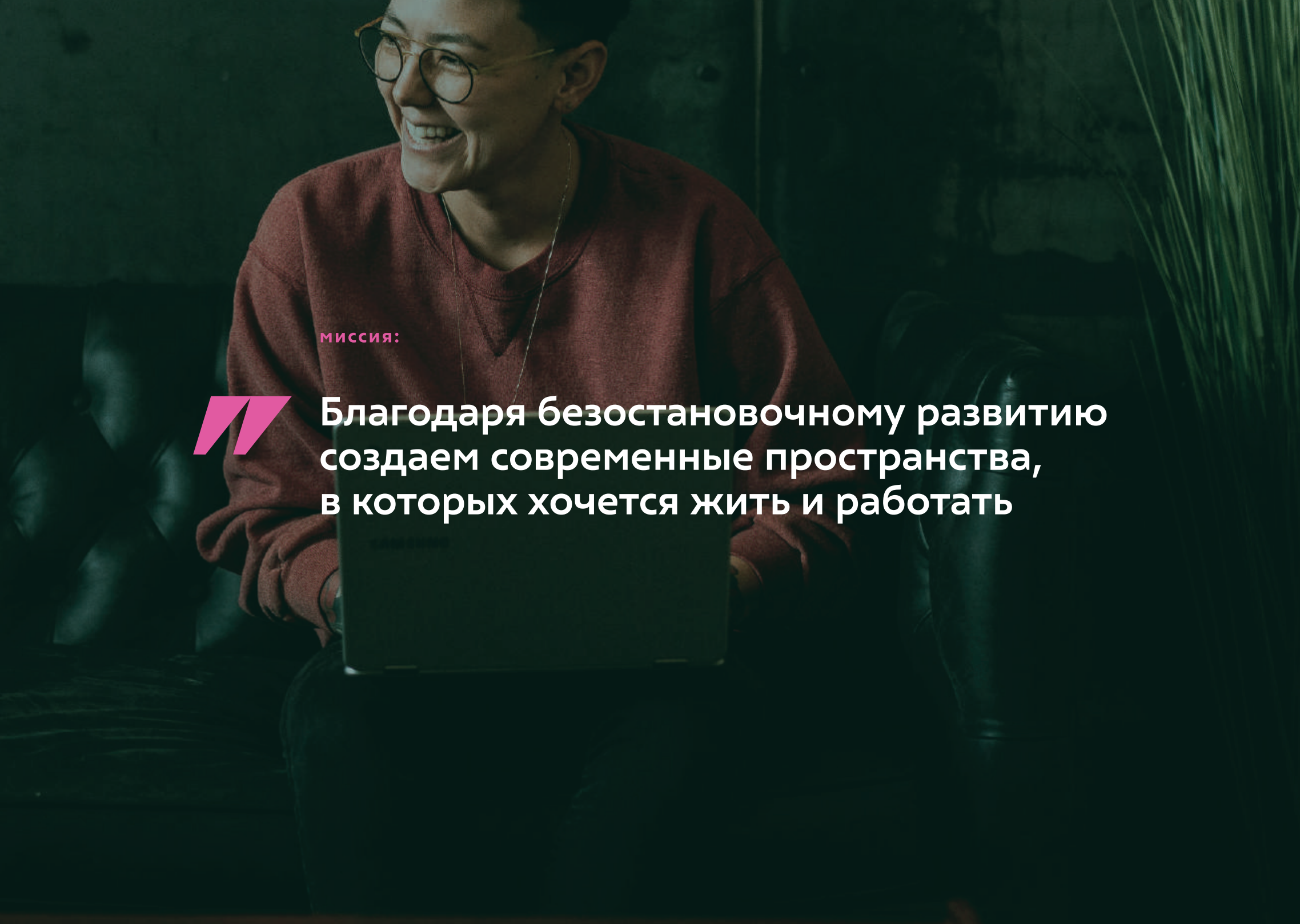
**Одним словом мы связаны.
И это слово — Практика.**

МИССИЯ,



Миссия Практики отражает философию бренда — говорить кратко, ёмко и по делу. И этим отличаться от конкурентов.

Миссия показывает ориентированность на результат и эмоциональную привязку всех целевых групп: Практику любят сотрудники, хотят покупатели и уважают партнеры.



МИССИЯ:



**Благодаря безостановочному развитию
создаем современные пространства,
в которых хочется жить и работать**

ценности,



Ценности задают тон коммуникации сотрудников, помогают находить решения в этически-сложных ситуациях и вдохновляют команду быть сопричастными бренду.

Каждая из пяти ценностей выражена одним словом - это позволяет легко их запомнить, а описание раскрывает суть.

ценности,

— Клиенты

Мы меняем пространство и повышаем уровень жизни наших клиентов. Мы используем современные технологии и предоставляем качественные услуги. Мы дорожим доверием и выполняем взятые на себя обязательства.

— Команда

Команда – это фундамент, на котором строится компания. Поэтому мы привлекаем и удерживаем высококлассных специалистов во всех сферах нашего бизнеса. Мы создаём и поддерживаем атмосферу вовлечённости и сотрудничества внутри компании. Мы поощряем инициативу и проявления лучших профессиональных и личностных качеств.

— Развитие

Оптимизация процессов и действий - основа нашей стратегии развития. В процесс модернизации мы вовлекаем всех - от топ-менеджеров до рядовых сотрудников. Мы фокусируемся на непрерывном совершенствовании процессов разработки, производства, управления, а также всех аспектов жизни.

— Проактивность

Мы активно меняем мир, стремимся опередить рынок, внедряем инновации, обеспечивающие быстрое и эффективное строительство объектов любой сложности. Мы знаем и ценим наших конкурентов, и перенимаем от них лучшее.

— Экологичность

Мы стремимся создать экологичную среду: строим из материалов, безопасных для природы и здоровья, не допускаем попадания загрязнений в воду, почву и воздух. Мы формируем у сотрудников компании осознанное отношение к ведению здорового образа жизни, прививаем культуру занятий спортом.

пирамида бренда,

суть бренда

Надежный партнер и застройщик,
который отвечает за свои слова
и превосходит ожидания.

характер бренда

Сдержанный профессионал:
тактичный, объективный, умный, харизматичный

ценность бренда

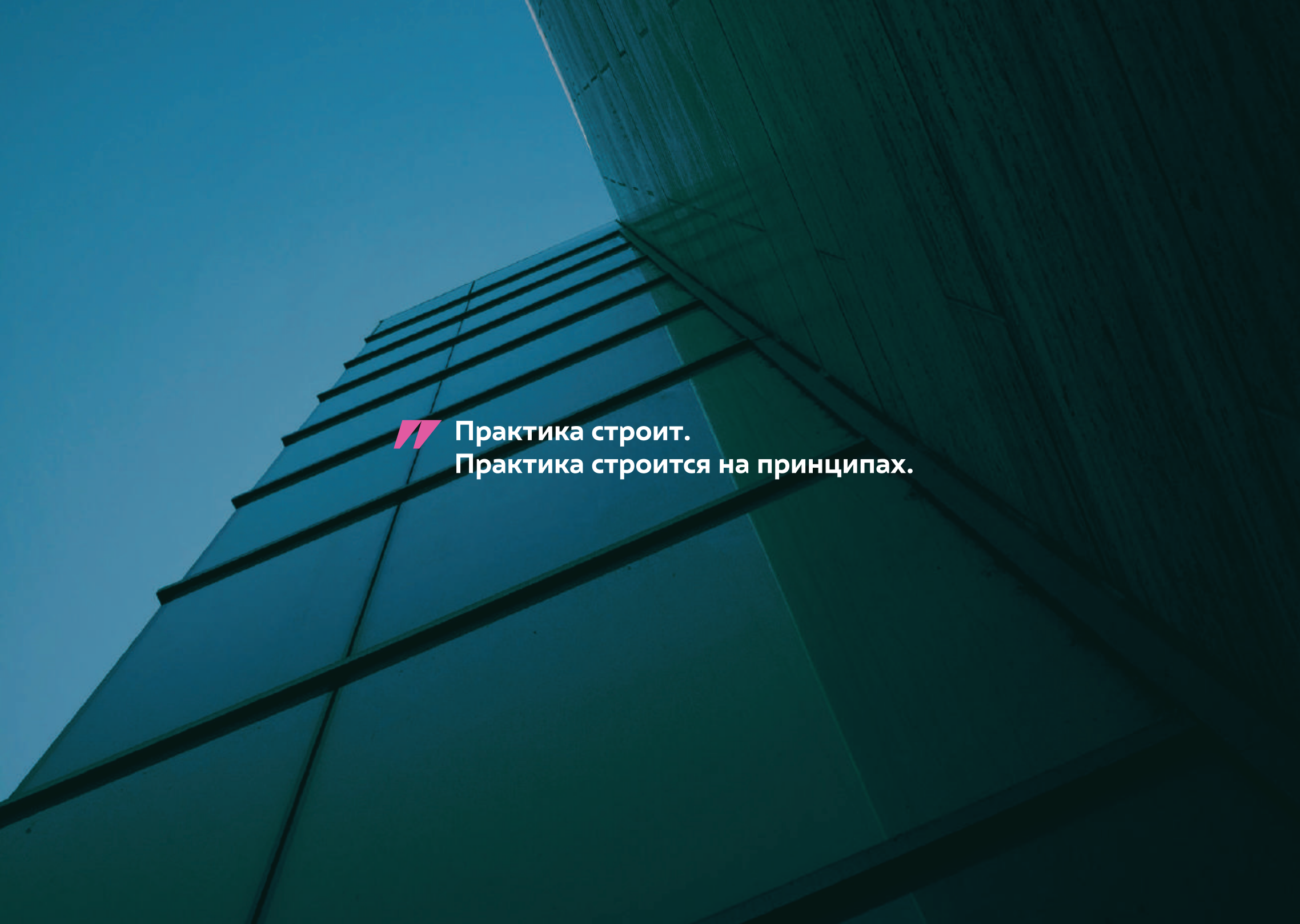
Создание объектов недвижимости, отвечающих всем современным требованиям и трендам.
Надежное, ориентированное на долгосрочные отношения партнерство.
Прозрачные возможности для роста и развития.

практическая польза

Гарантия ожидаемого результата;
Прозрачное партнерство;
Качественные современные объекты недвижимости;
Широкая экспертиза.

эмоциональная польза

Уверенность, что Практика не подведет;
Гордость быть сопричастным;
Дополненная ценность объектов благодаря
качеству и безупречной репутации Практики.



Практика строит.
Практика строится на принципах.

принципы,

принципы,

1 Фокус на клиентах

Для нас важнее всего, чтобы наш продукт и услуги удовлетворяли потребности клиентов.

2 Непрерывные изменения

Постоянные небольшие позитивные перемены во всех сферах организации — снабжении, производстве, сбыте, личностных взаимоотношениях — ведут к ощутимому результату.

3 Открытое признание проблем

Все проблемы открыто выносятся на обсуждение — там, где нет проблем, совершенствование невозможно.

4 Пропаганда открытости

Малая степень обособленности между отделами и рабочими местами.

5 Создание рабочих команд

Каждый сотрудник становится членом рабочей команды и соответствующего кружка качества.

6 Управление проектами при помощи межфункциональных команд

Ни одна команда не будет работать эффективно, если она действует только в одной функциональной группе.

принципы,

7 Формирование «поддерживающих взаимоотношений»

Для организации важны не только и не столько финансовые результаты, сколько вовлечённость работников в деятельность и хорошие взаимоотношения между ними, поскольку это неизбежно (пусть и не в данном отчётном периоде) приведёт организацию к высоким результатам.

8 Развитие по горизонтали

Личный опыт должен становиться достоянием всей компании.

9 Развитие самодисциплины

Умение контролировать себя и уважать как самого себя, так и других работников и организацию в целом.

10 Самосовершенствование

Работник должен приучить себя определять вопросы, за которые отвечает лично, в отличие от тех, за которые отвечают другие, и начинать с решения собственных задач.

11 Информирование каждого сотрудника

Весь персонал должен быть полностью информирован о своей компании и происходящих в ней процессах.

12 Делегирование полномочий каждому сотруднику

Передача определённого объёма полномочий каждому сотруднику. Это становится возможным благодаря обучению по многим специальностям, владению широкими навыками и умениями.

принципы,

13 Управление начинается с планирования

Управлять - значит начать с планирования, и по итогу сравнить план с результатом.

14 Анализ происходящего и действие на основе фактов

Делать выводы необходимо, опираясь на достоверные данные.

15 Устранение основной причины и предотвращение рецидивов

Не путать причину проблемы с её проявлениями.

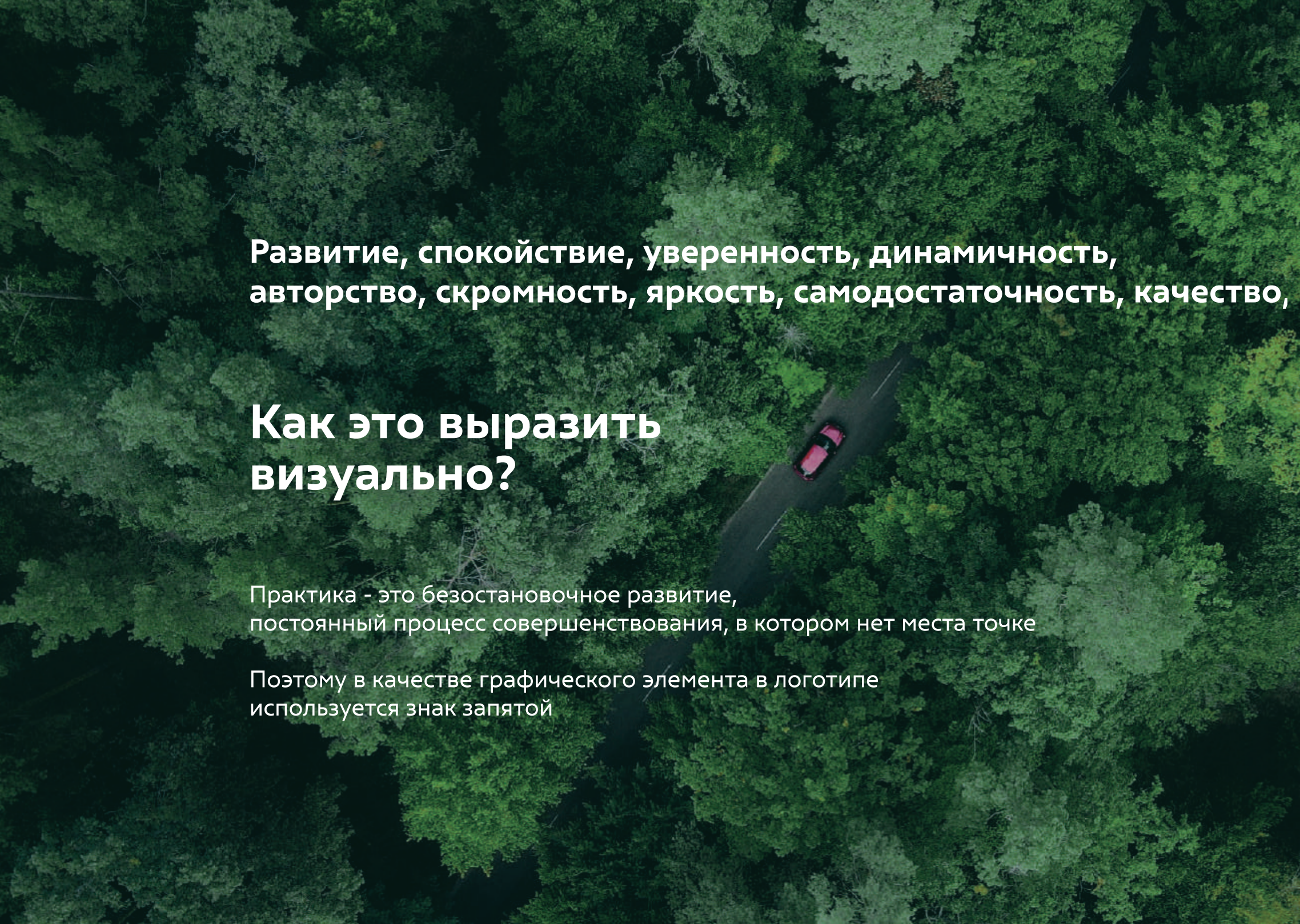
16 Встраивание качества в процесс как можно раньше

Качество должно встраиваться в процесс. Проверка не создаёт качества.

17 Стандартизация

В компании всегда должны быть внедрены методы, позволяющие закрепить достигнутый успех.

идея бренда,

An aerial photograph of a dense, lush green forest. A dark asphalt road with a white center line winds through the trees. A red car is driving on the road, moving away from the viewer. The text is overlaid on the left side of the image.

**Развитие, спокойствие, уверенность, динамичность,
авторство, скромность, яркость, самодостаточность, качество,**

Как это выразить визуально?

Практика - это безостановочное развитие,
постоянный процесс совершенствования, в котором нет места точке

Поэтому в качестве графического элемента в логотипе
используется знак запятой

слоган:

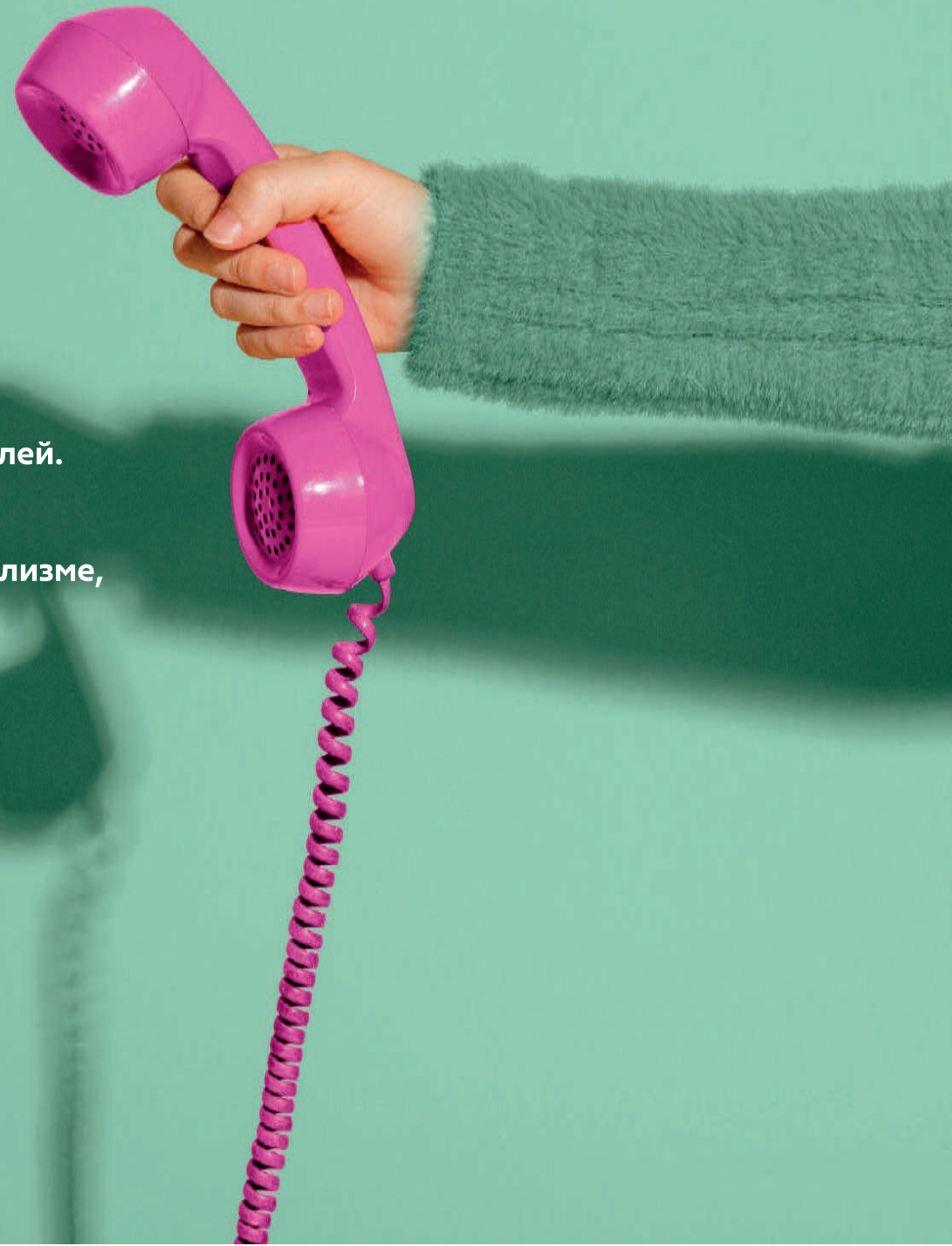
практика, одним словом

о чем говорит слоган?

Практика — как компания и понятие —
содержит в себе множество смыслов и деталей.

Не нужно подбирать подходящие слова —
о качестве, подходе, команде, профессионализме,
партнерстве, можно сказать кратко.

**Практика,
ОДНИМ СЛОВОМ**



ЛОГОТИП И ЗНАК,

ПРАКТИКА!

Основная версия
логотипа

практика,

Логотип с дескриптором

для вертикальной
или квадратной
области размещения

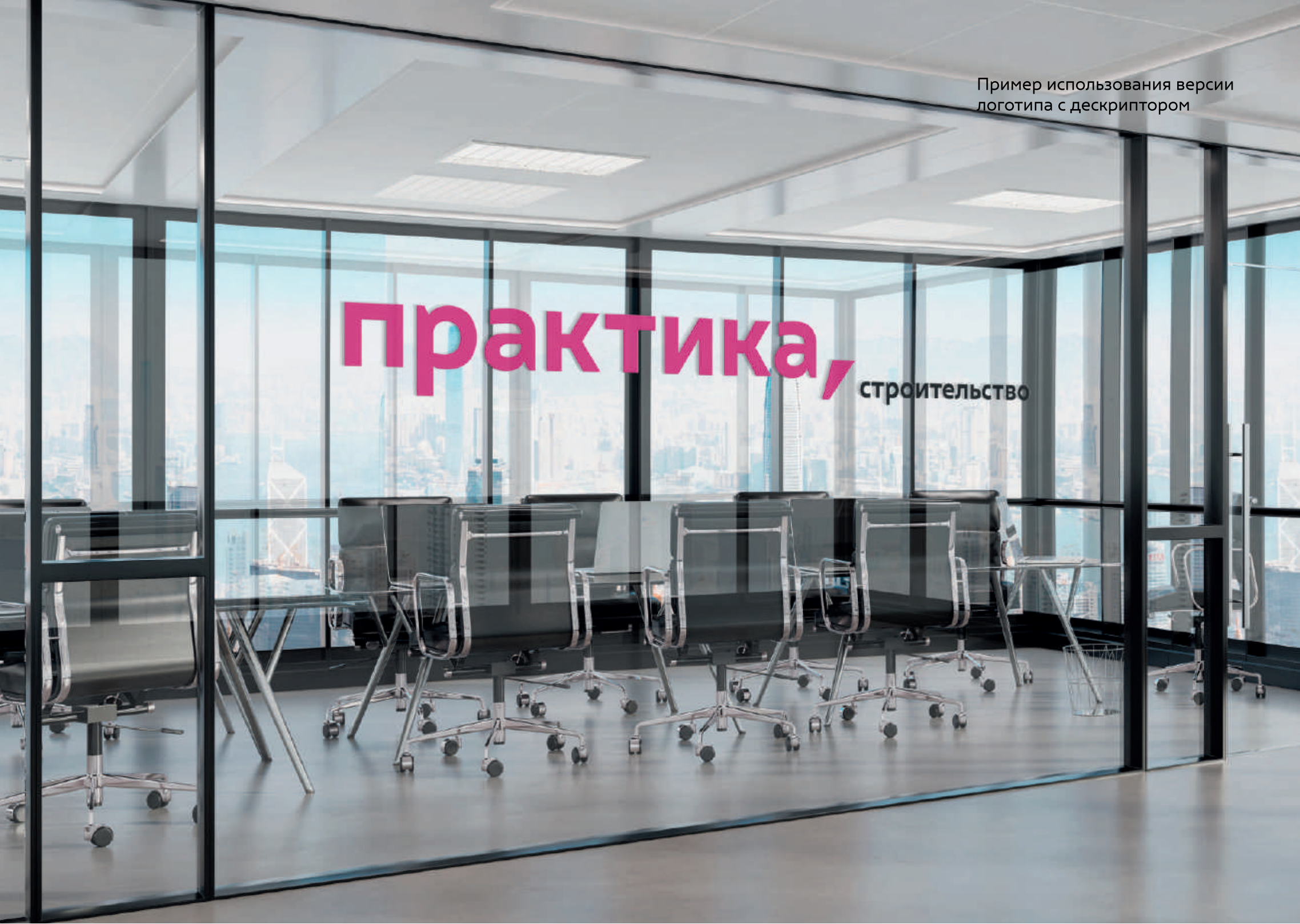
практика,
строительство

для горизонтальной
области размещения

практика, строительство

Пример использования версии
логотипа с дескриптором

практика, строительство



Логотипы зонтичных брендов

Практика всегда
отличается по цвету от названия
зонтичного бренда.

При этом Практика и название
разные по размеру, но равнозначные
по насыщенности цветов.

практика,
девелопмент

практика, девелопмент

практика,
консалтинг

практика, консалтинг

Знак

Знак используется отдельно от логотипа, в случаях, когда идентичность бренда очевидна или нет возможности использовать полную версию логотипа



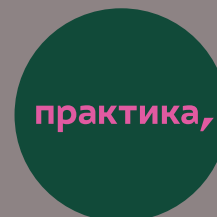


Использование на иконках

если формат позволяет, то
знак размещаем в правом
нижнем углу



если есть необходимость
использовать лого целиком,
то размещаем малиновый лого
на зеленом фоне



для маленьких форматов
используем малиновый знак
на графитовом фоне



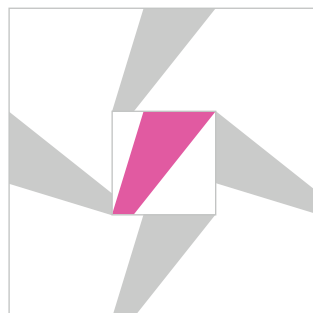
Охранное поле

В области охранного поля
не должно находиться других элементов

для логотипа



для знака



Как нельзя использовать ЛОГОТИП И ЗНАК

практика,

нельзя менять пропорции
элементов в логотипе

практика, строительная
компания
ОДНИМ СЛОВОМ

нельзя совместно использовать
логотип с дескриптором и слоган

 **практика,**

нельзя использовать
логотип с дополнительным знаком

практика,
девелопмент

нельзя менять пропорции
и расположение элементов
в логотипах зонтичных брендов

практика,
ОДНИМ СЛОВОМ

нельзя менять пропорции,
шрифты и расположение
в блоке «логотип+слоган»

практика,

нельзя менять в логотипе
цвета отдельных элементов

Логотип со слоганом

Слоган «одним словом» - важная составляющая айдентики.
Он часто используется вместе с логотипом.

для вертикальной
или квадратной
области размещения

практика,
ОДНИМ СЛОВОМ

для горизонтальной
области размещения

практика, **ОДНИМ СЛОВОМ**

константы фирменного стиля,

палитра, типографика, фотостиль, графика,

палитра, 

Палитра бренда – контрастная и внушающая доверие.
Она привлекает внимание и создаёт визуальную
отстройку от конкурентов.



практика,
внимательна
к людям

спокойный
изумрудный

практика,
уверенная
и смелая

яркая
фуксия

практика,
обладает опытом
и знаниями

глубокий
графитовый

Спокойный изумрудный

Часто работает
в качестве фонового,
в основном для неформальных
коммуникаций.

Различные оттенки нужны
для достижения контрастности
с другими фирменными цветами.

RGB 30, 77, 57
CMYK 85, 43, 75, 48

RGB 39, 95, 74
CMYK 83, 38, 71, 34

RGB 110, 154, 137
CMYK 61, 24, 48, 6

RGB 193, 225, 213
CMYK 24, 0, 21, 0

Яркая фуксия

Используется
для логотипа или мелких акцентов.

Не используется в качестве
фонового.

Различные оттенки нужны
для достижения контрастности
с другими фирменными цветами.

RGB 223, 83, 152
CMYK 7, 79, 0, 0

RGB 196, 42, 122
CMYK 22, 93, 13, 2

RGB 231, 159, 194
CMYK 7, 48, 3, 0

Глубокий графитовый

Часто работает
в качестве фонового,
в основном для официальных
коммуникаций.

Различные оттенки нужны
для достижения контрастности
с другими фирменными цветами.

RGB 45, 47, 49
CMYK 73, 62, 56, 67

RGB 152, 140, 139
CMYK 39, 38, 35, 16

RGB 214, 200, 180
CMYK 18, 20, 30, 2

практика,
практика,



практика,
практика,
практика,



практика,
практика,
практика,



практика,
практика,



практика,
практика,
практика,



практика,
практика,
практика,



типографика 

Основной шрифт

Шрифт Frederic
в четырех начертаниях,
закрывающих все потребности
в рамках айдентики.

Frederik

UltraLight

Frederik

Regular

Frederik

Medium

Frederik

Bold

Official license
by The Northern Block

**для дескрипторов,
слоганов, зонтичных
названий, всегда
используется
начертание Bold**

Дополнительный шрифт

Для больших блоков текста,
диджитала, дополнительной
информации и т.д., используется
шрифт Roboto во всем многообразии
его начертаний

Roboto
Roboto
Roboto
Roboto
Roboto
Roboto

Бесплатная
лицензия

фотостиль, 

Пример коммуникации
с изображением

Слоган - Frederic Bold

Описание - Roboto Regular

Изображение в фирменном
фотостиле

**Как мы
и планировали!**

Семейные
планировки
с еврокухней

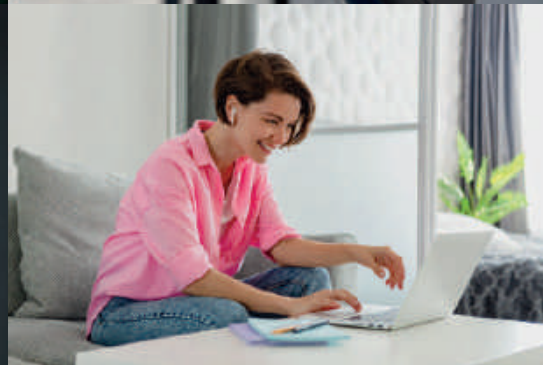


практика,
строительство

Да

Люди, предметы и события
в естественной среде,
живые эмоции,
натуральный свет

Цветовые сочетания
близкие или гармоничные
с фирменной палитрой



нет

Постановочные, студийные фотографии, с чрезмерными эмоциями.

Темные или нечеткие снимки.

Изображения, не сочетающиеся с фирменной палитрой.

Провокационные, двусмысленные, а также изображения в технике коллажа.



графика,

Пример использования
фирменного элемента



ДОМ
СВЯЗАН
С УЮТОМ

практика,
управленческая
компания

praktika.ru

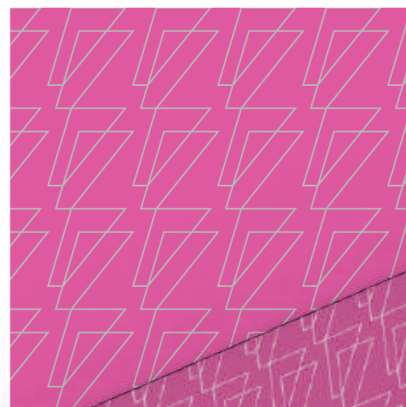
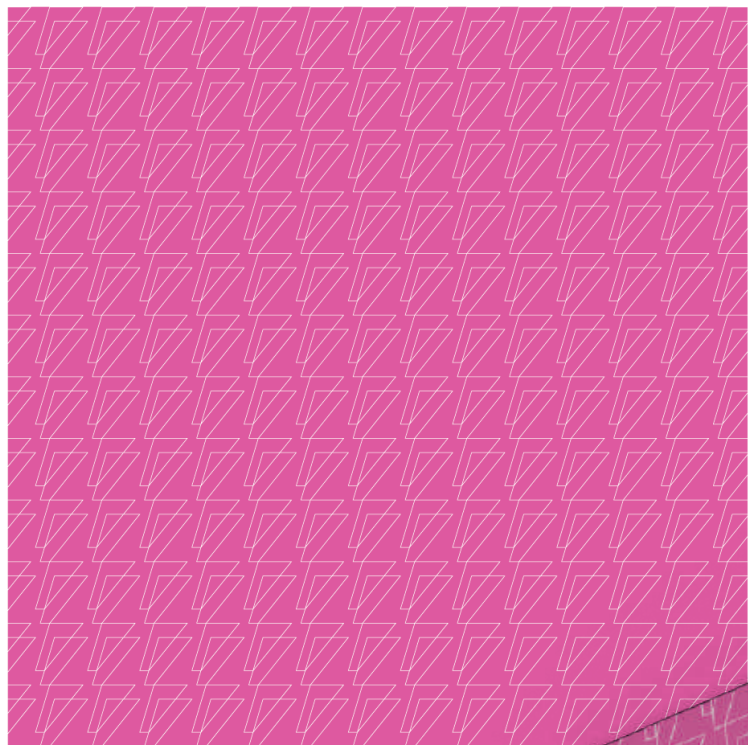
Паттерн 1

В фирменном стиле Практики
предусмотрено 2 вида паттернов:

первый - более плотный графически
второй - более деликатный

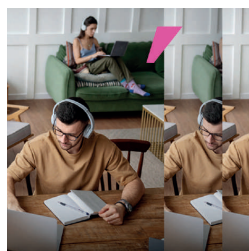


Паттерн 2



Фирменный знак может использоваться как графический элемент

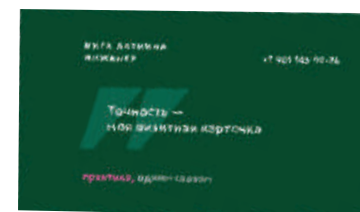
Запятая - небольшой
цветовой акцент



Крупный фоновый элемент,
«луч», для выделения смысловых
акцентов на макете



Кавычки - для текстовых
макетов, для выделения цитат
или прямой речи



Виды макетов: с типографикой

Вариант макетов, на которых акцент сделан на копирайте.

В минималистичном варианте подходит для официальной коммуникации, в насыщенном варианте подходит для неофициальной.

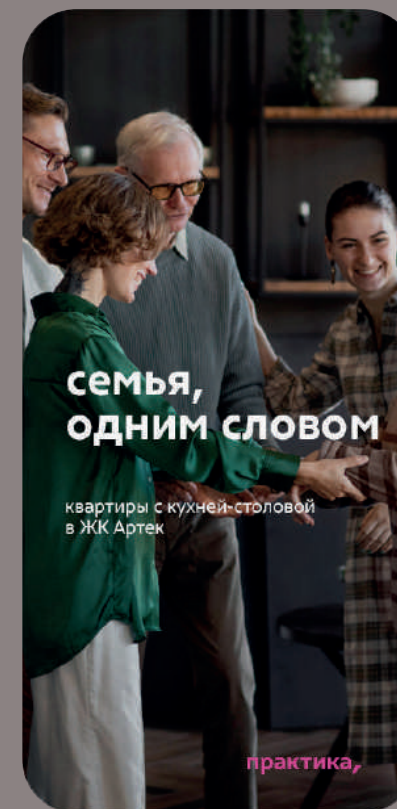
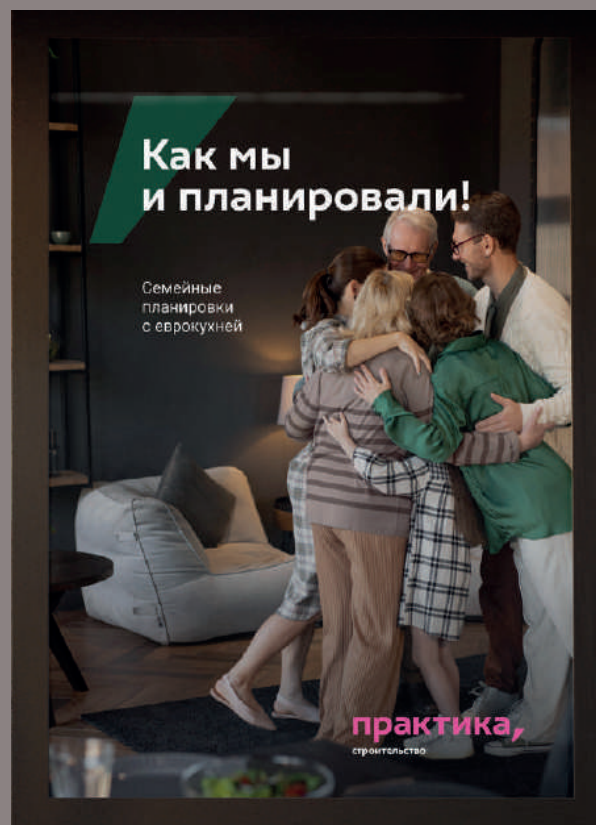


Здесь и далее представлены виды макетов, копирайты и принципы их создания расположены в другом разделе

Виды макетов: с фоновым изображением

Изображение в фирменном стиле,
логотип, текст и другие элементы должны
оставаться контрастными и читаемыми.

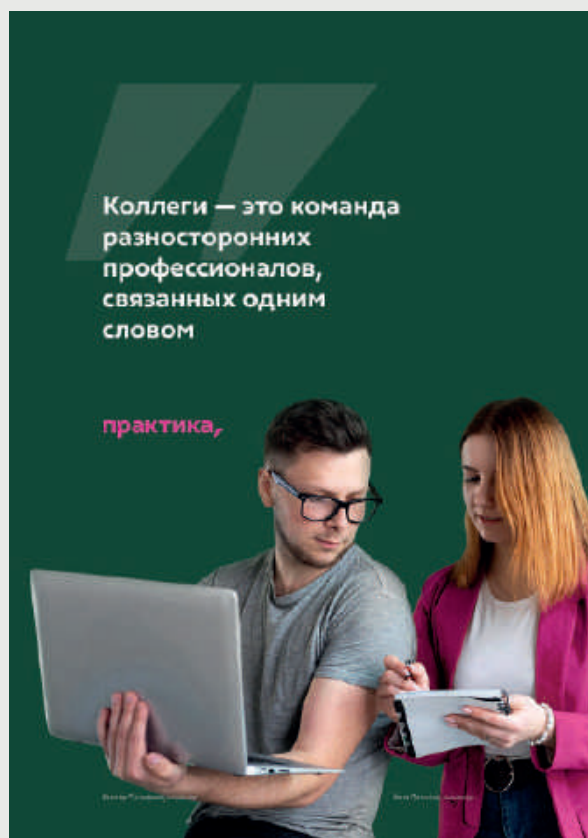
Используется для неформальных
коммуникаций



Виды макетов: с вырезанным изображением

Вырезанное изображение в фирменном стиле,
на фирменном фоне

Подходит для официальных и для
неформальных коммуникаций

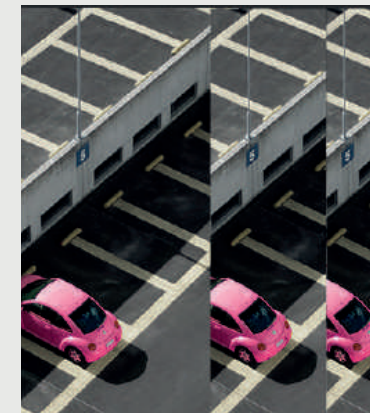
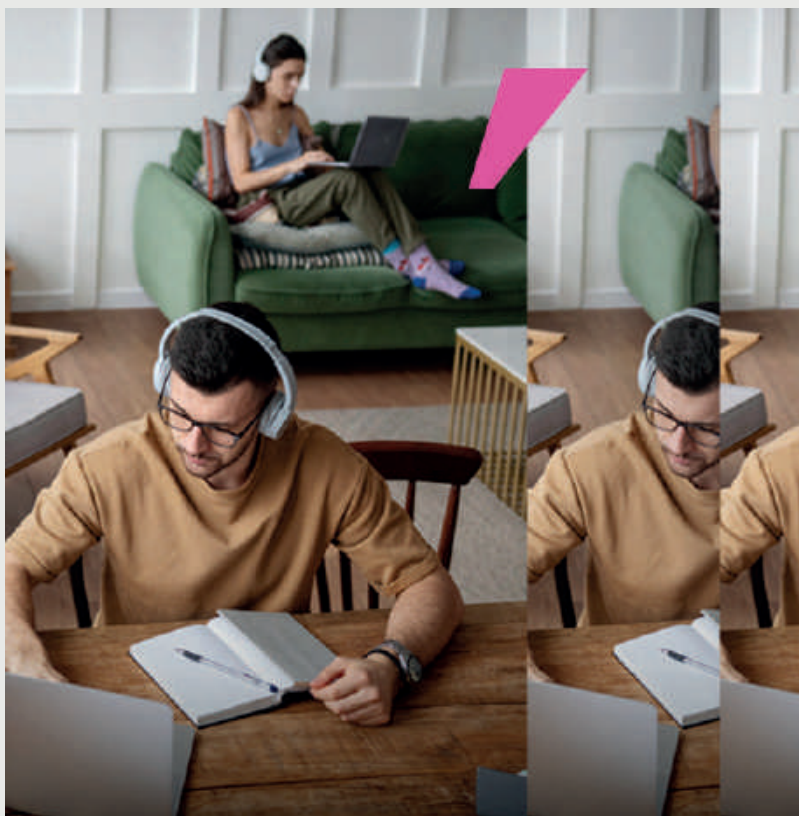


Виды макетов: на основе изображения

Повторяющееся изображение продолжает глобальную идею айдентики о безостановочном развитии.

Изображение должно быть в фирменном фотостиле, в основную часть должна попадать основная смысловая нагрузка. Граница посторений должна быть четко заметна.

Используется для неформальной коммуникации

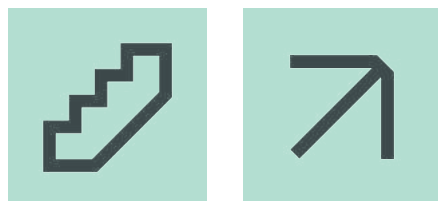


Ориентировочные пропорции



Навигационные иконки

Навигационные иконки могут комбинироваться с надписями



Информационные иконки

Фирменные иконки сделаны в минималистичном стиле, без лишних деталей. Состоят из плотных линий, с четкими углами и скосами, чтобы сохранить визуальную преемственность с фирменным знаком.

Фирменные цвета могут использоваться для усиления характера сообщения: запрещающие, предупреждающие - малиновые; информирующие - зеленые.



правила коммуникации,

редполитика, слоганы,



Все, что Практика говорит
и пишет, соответствует
ее миссии и ценностям.



редполитика,

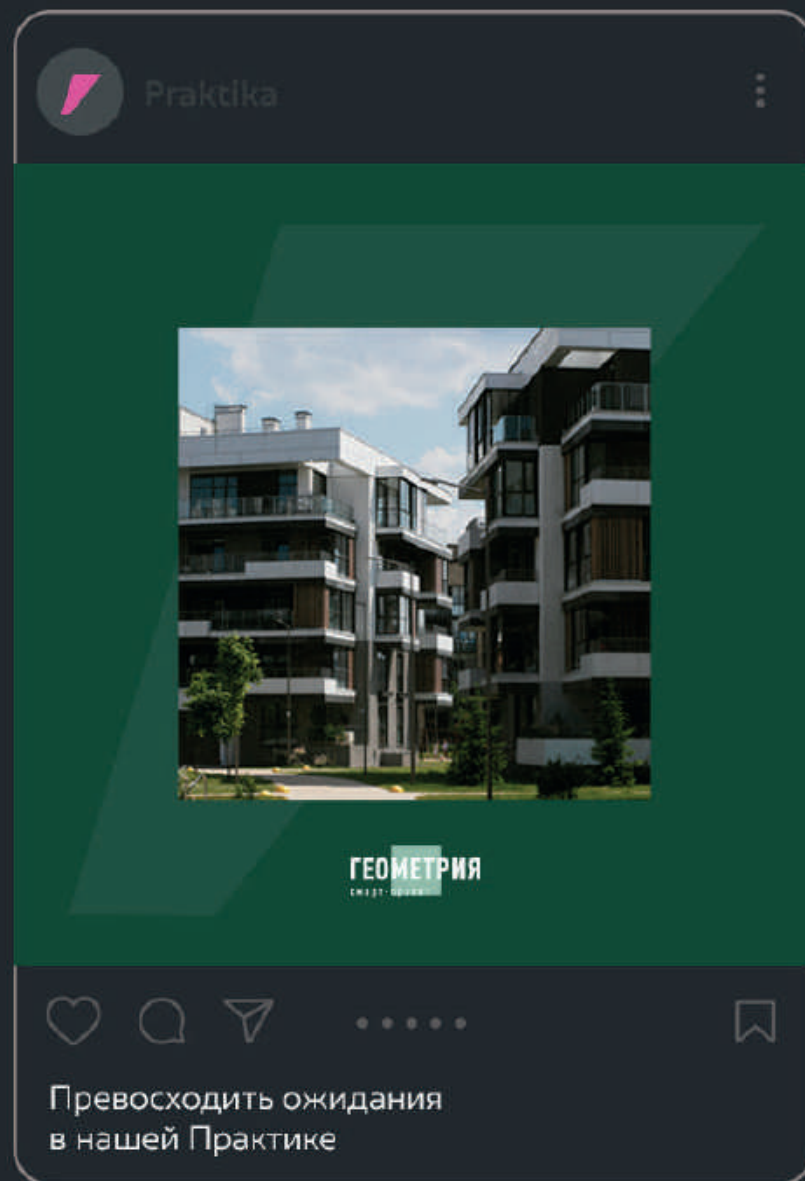


Редполитика Практики задаёт правила, по которым компания общается со своими клиентами, коллегами и партнерами.

Этот свод правил помогает Практике выработать узнаваемый стиль во всех каналах общения: на сайте, в рекламе, рассылках, СМС, переписке по почте.

Редполитика не делает коммуникацию сухой и скучной – наоборот, она упрощает работу сотрудникам Практики, потому что помогает разобраться, как писать в спорных или сложных случаях.

Разное использование контекстов слова «практика»
на примере постов для соцсетей





**называем компанию
правильно**

**Название компании пишется
с заглавной буквы без кавычек - Практика.**

*Например:
Ищете надежного застройщика? Познакомьтесь с Практикой!*

**Если перед названием используем родовое слово:
компания, застройщик, бренд, — название
берём в кавычки.**

*Например:
Бренд «Практики» обновился, стал ярким и прогрессивным. А с качеством
всё по-прежнему – повышается год от года.*

**В договорах, актах, счетах название компании пишем,
как в учредительных документах: ООО «Практика».**

*А также:
ООО «Управляющая компания «Практика»
и ООО Специализированный застройщик «СК Практика»*



В текстах используем сокращения корректно

используем систему СИ, если это международные единицы измерения величин: **кг, га, м, км;**

из середины исключаем несколько букв, идущих подряд, и ставим дефис: **кол-во, неск-ко, мн-во;**

исключаем буквы из середины, оставляя первую, последнюю и одну или несколько в середине. В этом случае пишем без точки. Чаще выкидывают гласные и оставляют согласные: **млн, млрд, тчк.** отбрасываем конец слова и ставим точку: **кв., сокращ.**

«Рубли» в сплошном тексте — статьях, анонсах, буклетах, презентациях, — не сокращаем. Сокращение уместно в таблицах, формулах. В этом случае используем знак рубля — ₺ или сокращение «руб.» с точкой.



**просто
даже о важном**

Мы пишем просто, потому что ценим время клиента и сотрудников компании. Клиент быстрее поймёт, если мы напишем ему однозначно. Когда клиент понимает нас сразу, то получает удовольствие от общения без уточняющих вопросов.

Обращение на «Вы» с большой уместно в личной переписке, когда заранее задана дистанция - например, в письме министру строительства.
Когда мы общаемся с клиентами или коллегами с помощью сайта, рекламы и рассылок, используем «вы» со строчной. Практика знает, что вежливость проявляется не в словах, а во внимании и заботе о клиенте.

Номера телефонов мы записываем в формате +7 999 123-45-67. Так их легко воспринимать, сохранять и копировать.



свобода от канцеляризов

Практика вызывает уважение реализацией сложных проектов, а не сложными словами. Поэтому в текстах мы не используем канцеляризы и обороты, которые пригодны для официальных документов, а не для общения.

Глаголы, которые обозначают не действие, а состояние, не используем:

Коллега **находится** в отпуске

Коллега в отпуске

Мы **осуществили** рассылку писем клиентам

Мы отправили письма клиентам

Практика **осуществляет деятельность, направленную на улучшение** жилищных условий тысяч семей

Практика строит красивые и качественные дома

Приносим извинения

Извините



**говорим то,
за что отвечаем**

В текстах Практика не использует выгоревшие слова,
а также эпитеты, которые не вызывают доверия.

Высокотехнологичный, качественный, инновационный - эти
слова используют все конкуренты, а Практике они не нужны,
ведь все слова она подтверждает делом.

Гарантированно
надежный застройщик



Сдаём дома в срок.
А 20% из них построили
на год раньше.

Высококачественные
материалы

Сертификаты и документы
на все строительные материалы
доступны на сайте.

**Да, иногда текста становится больше.
Но каждое слово в нем – предельно честное.**





соблюдаем
инфостиль

Инфостиль – это когда текст понятен и полезен.
В нем нет «воды», его не надо перечитывать, чтобы
понять суть.

Чтобы писать кратко, четко и ёмко не обязательно быть
профессиональным копирайтером.

Любой текст легко проверить и отредактировать
в этом сервисе glvrd.ru



слоганы,

принцип использования слогана

Слоган «одним словом» — это динамическая константа коммуникации.



Слоган используется исключительно с массивом текста, когда нужно подытожить информацию.



Слоган, даже в сочетании с основным логотипом, не используется на макетах без текстовой информации.



Помимо основной версии «Практика, одним словом» можно использовать вспомогательные слоганы на основе данной конструкции.

Например, допустимы сочетания:

При строительстве квартала «Изумрудный бор» сдали дом на год раньше запланированных сроков.

Практика, одним словом.

Имиджевая наружная реклама

Задача имиджевой наружной рекламы - закрепить знание о Практике и повысить уровень доверия к компании.

Креатив строится на основе текущего слогана.

На макете перечисляются преимущества, характеристики, реализованные проекты, достижения и пр., которые завершаются слоганом «Практика, одним словом».

Подобные макеты не содержат call to action, но могут включать адрес сайта и телефон.

Гарантия результата, соответствие стандартам,
свежие идеи, нестандартный подход, стильная
архитектура, качественные материалы,
сдача раньше плана,

практика,
ОДНИМ СЛОВОМ

gk-praktika.ru

Прочие имиджевые носители

В соответствии с редполитикой в зависимости от задачи можно использовать краткие, привлекающие внимание копирайты.

Примеры слоганов, которые можно использовать:

Практика, есть все основания

Практика, строит по любви и по расчету

Практика, выигрывает по правилам

Практика, прокладывает путь

Практика, увлечены проектами

Практика, строим настоящее для будущего

Пример слоганов
для визуалов в соцсетях

**практика,
строит по любви
и по расчету**



**практика,
есть все
основания**

уникальные проекты
для жизни



**практика,
прокладывает
путь**



gk-praktika.ru

деловая коммуникация,



Коммуникация, направленная на взаимодействие с бизнес-партнерами и государственными структурами максимально сдержанная. Она не транслирует эмоции, показывает выгоду от сотрудничества с Практикой и преимущества компании через четкую формулировку фактов.

На макетах не используется эмоциональный слоган.

Это касается не только pr- и рекламных макетов, но и персональных точек контакта. Визитки, автоподписи, используемая на встречах полиграфия брендируется минималистично, без дополнительного копирайта.

эта палитра (пропорции цветов) используется, когда нужно
представить факты, продемонстрировать профессионализм, оформить деловую документацию, донести преим

деловая, ОДНИМ СЛОВОМ



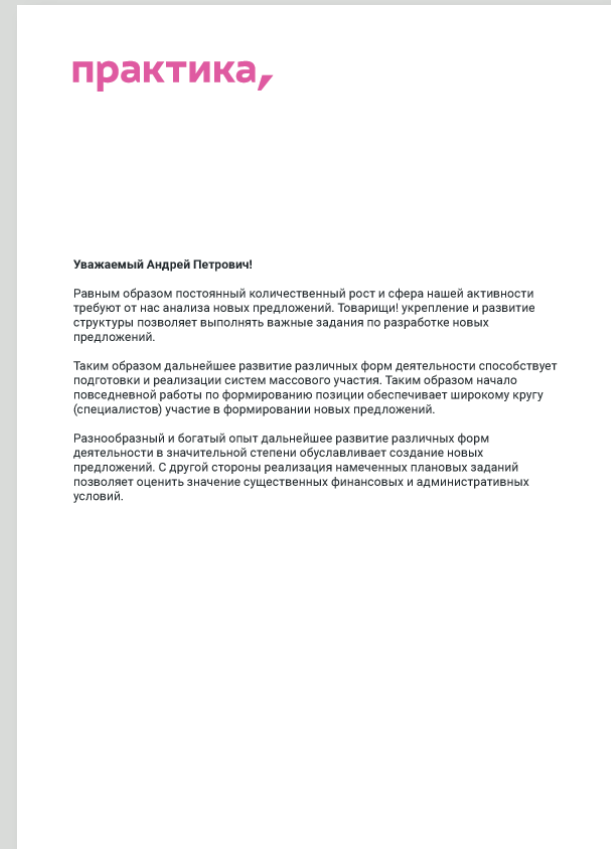
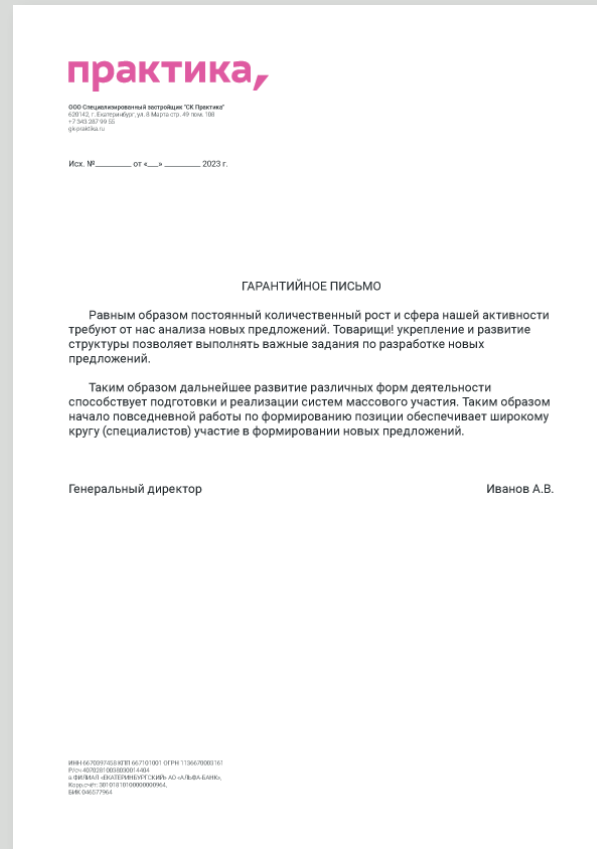
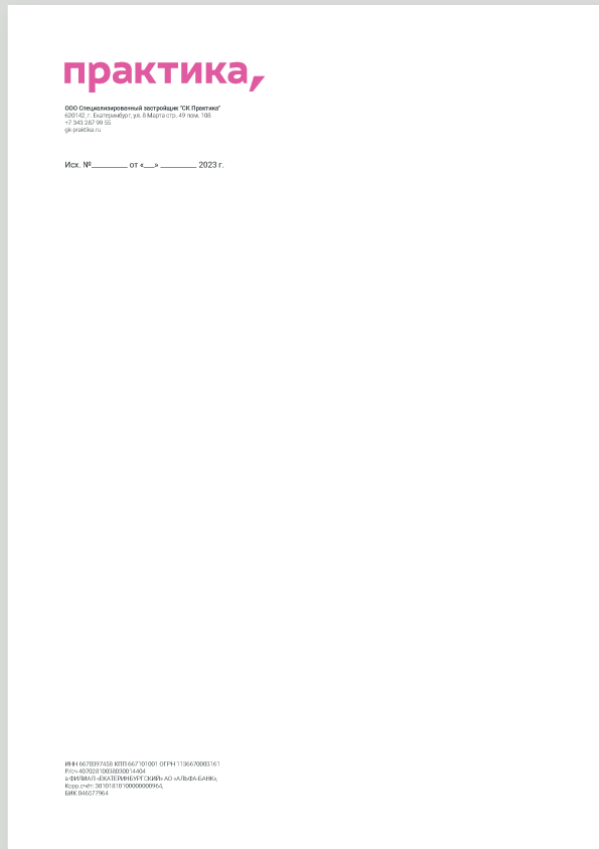
Пример нанесения
на строительную каску



Пример фирменного конверта
черная бумага, тиснение



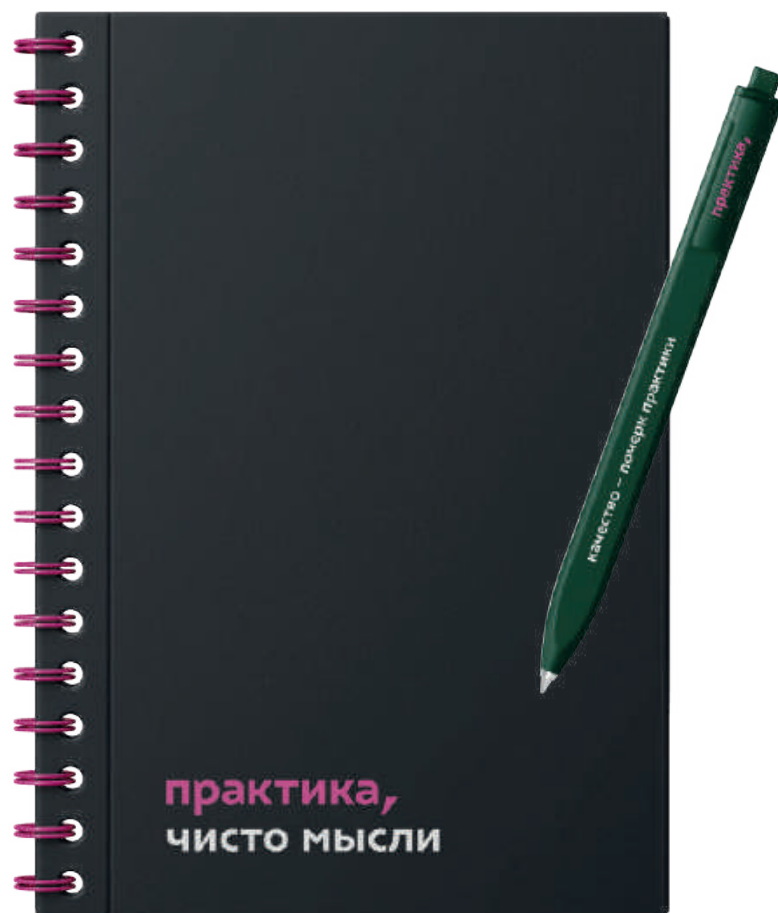
Пример фирменного бланка



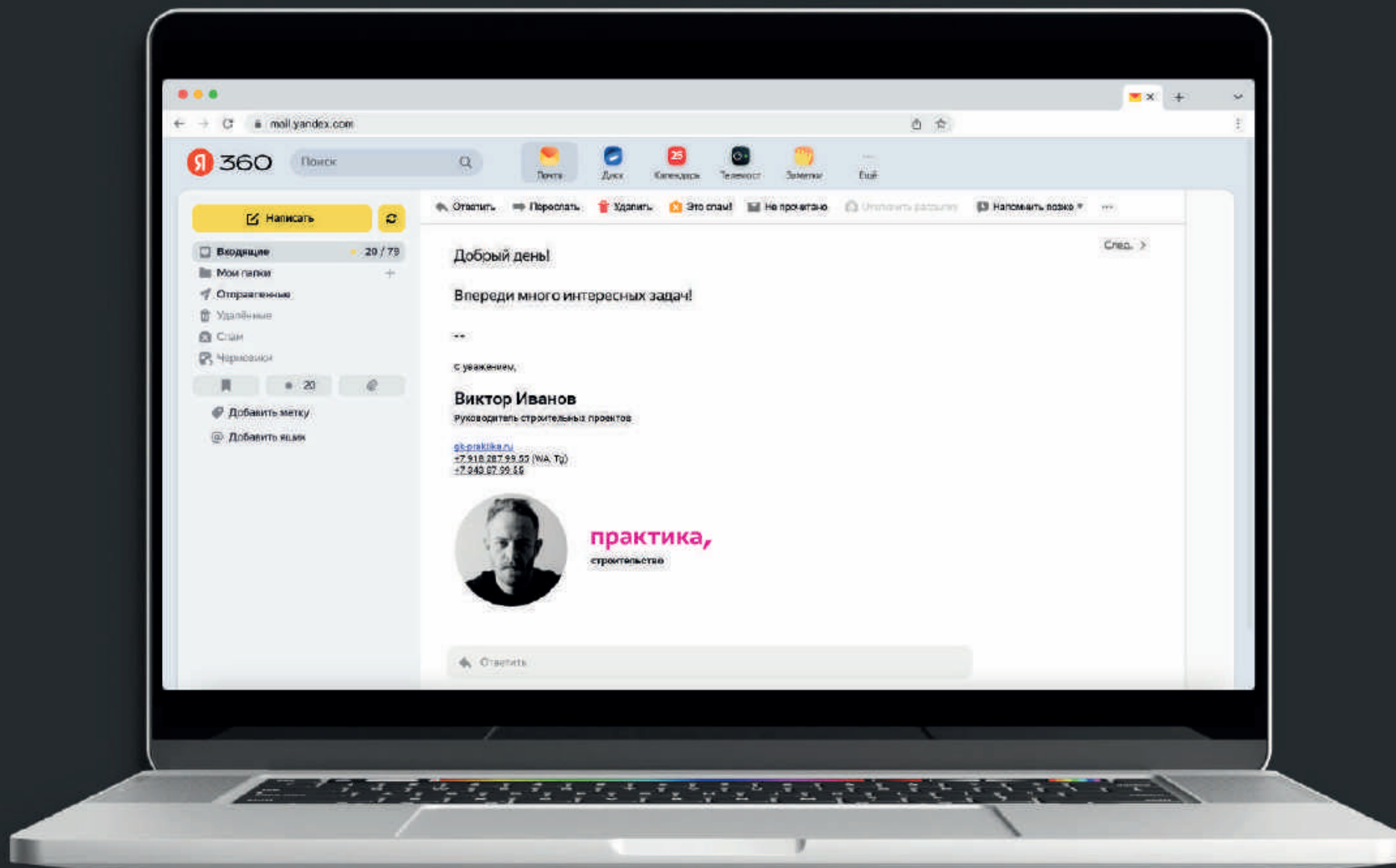
Пример папки для документов



Пример брендинга
канцелярии



Подпись
для корпоративных
писем



презентационные материалы,



Дизайн-макеты, размещаемые в широкоохватных каналах (журналы, digital-реклама, наружная реклама, ambient, носители в офисе компании) направлены на смешанную аудиторию - в большей мере на покупателей, но также на представителей бизнеса, коллег, администрацию города и пр.

Подобные макеты содержат идейный копирайт, поддерживающий статус и значимость компании.

Комплексная интегрированная типовая модель девелоперской компании

Автор и разработчик: Иван Тетякин

практика,

Особенности отрасли девелопмента коммерческой недвижимости

- Большая капиталоемкость**
высокие затраты на приобретение земли, высокие затраты на разработку
- уникальность проектов**
высокая уникальность объектов недвижимости
- отсутствие школы девелопмента**
высокая уникальность объектов, отсутствие опыта в отрасли
- государственное регулирование**
высокие затраты на получение разрешений, высокая конкуренция
- высокая конкуренция**
высокие затраты на маркетинг, высокие затраты на привлечение клиентов

Пример отчёта значений показателя за период

Период	Значение
Q1	~45
Q2	~85
Q3	~15
Q4	~65

Таймлайн проекта

- 1 lorem ipsum
- 2 lorem ipsum
- 3 lorem ipsum
- 4 lorem ipsum
- 5 lorem ipsum

Цель разработки типовой интегрированной модели компании

Предоставить клиентам доступ к информации о состоянии рынка недвижимости, а также обеспечить клиентам возможность получения информации о состоянии рынка недвижимости, а также обеспечить клиентам возможность получения информации о состоянии рынка недвижимости.

Эксплуатация инженерно-технических систем объекта

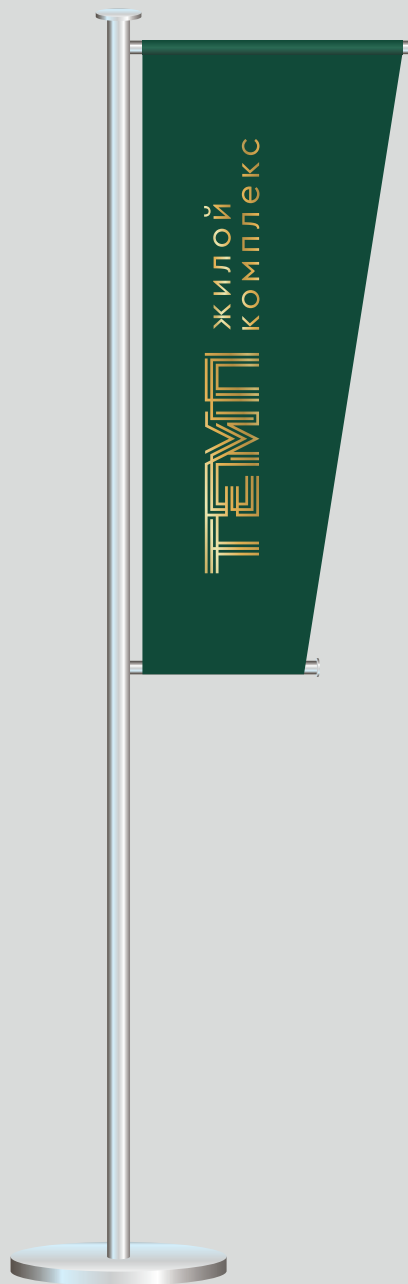
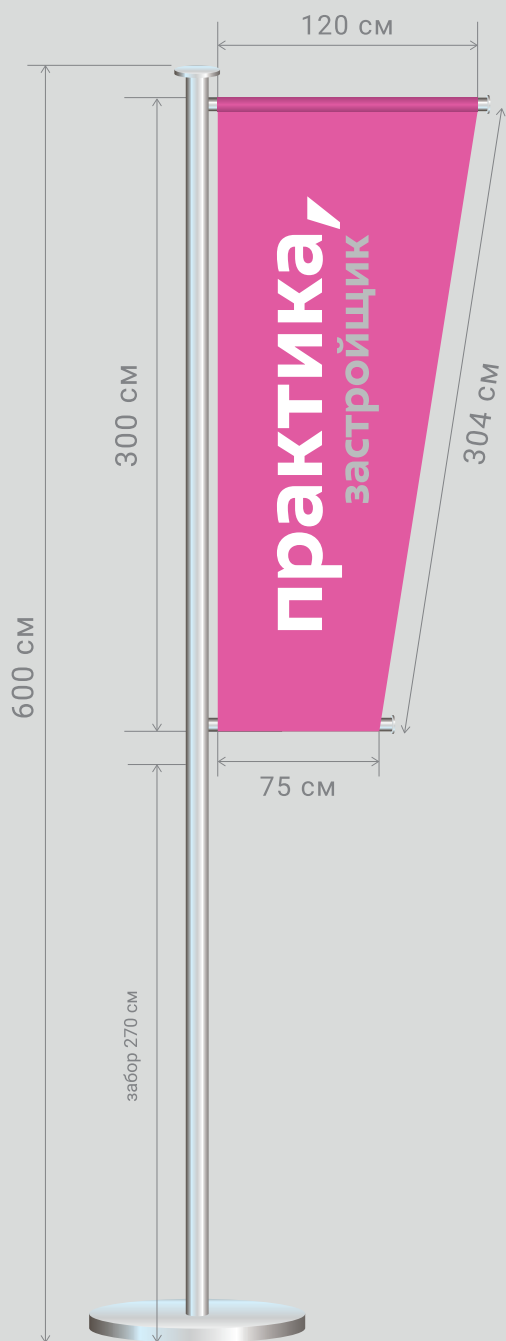
- регулирование**
предоставление информации о состоянии системы
- уникальность проектов**
высокая уникальность объектов недвижимости
- капиталоемкость**
высокие затраты на приобретение земли, высокие затраты на разработку
- высокая конкуренция**
высокие затраты на маркетинг, высокие затраты на привлечение клиентов

Пример отчёта значений показателя за период

Период	Значение
Q1	25%
Q2	25%
Q3	37%
Q4	13%



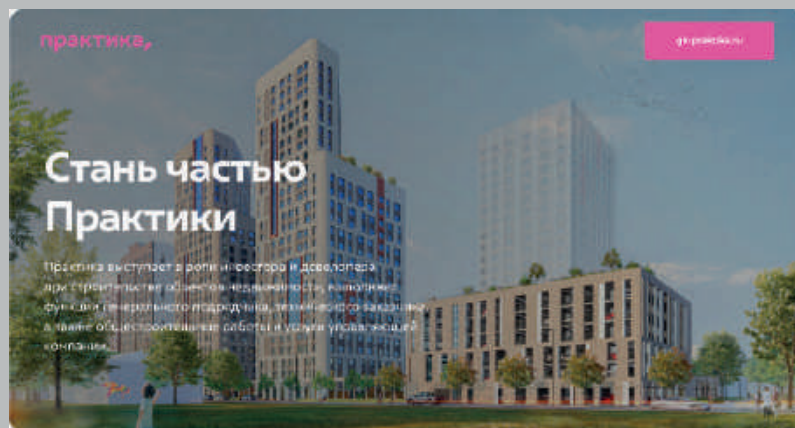
Пример флагов



практично, одним словом

практично, одним словом

Страница компании на Headhunter.ru продолжает фирменный стиль Практики и рассказывает о преимуществах работы в команде компании



Команда — это фундамент, на котором строится компания. Поэтому мы:



Привлекаем и удерживаем

максимально эффективные кадры, обеспечивая им комфортную среду для работы.



Создаём и поддерживаем

атмосферу открытости и сотрудничества внутри компании.



Поощряем инициативу

и предоставляем лучшие профессиональные и личностные условия.

с 2007 года

на рынке

591 тыс. м2

площади недвижимости в стадии строительства и ввода в эксплуатацию

3 основных направления

девелопмент | управление | строительство

Мы — команда, которая строит настоящие и современные объекты для жизни и работы. Мы опираемся на таланты клиентов, партнёров и коллег и превосходим их ожидания. Мы уверены, что результат нашей работы может изменить жизнь людей.

Одним словом мы связаны. И это слово — Практика.



Миссия Практики

Благодаря беспрерывному развитию создаём современные пространства, в которых хочется жить и работать

Наши ценности

- Клиенты
- Команда
- Развитие
- Прозрачность
- Экологичность



Адрес офиса: Екатеринбург, ул. 8 марта, 49

В нём есть все для продуктивной и комфортной работы:

- Удобные рабочие места
- Переговорные
- Зоны отдыха

Присоединись к сильной команде!

Концепт фирменных пакетов



Пример фирменной кружки





Формат А5



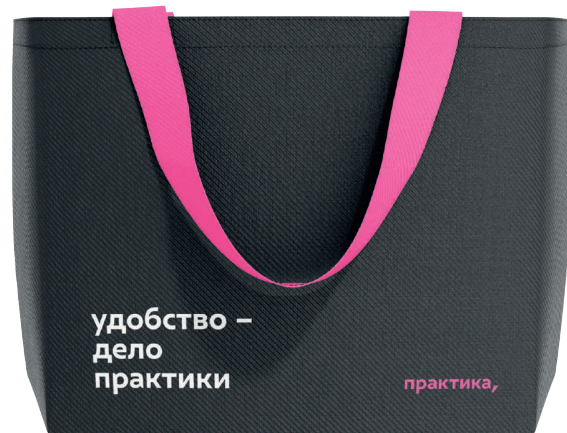
Пример фирменных сумок-шоперов



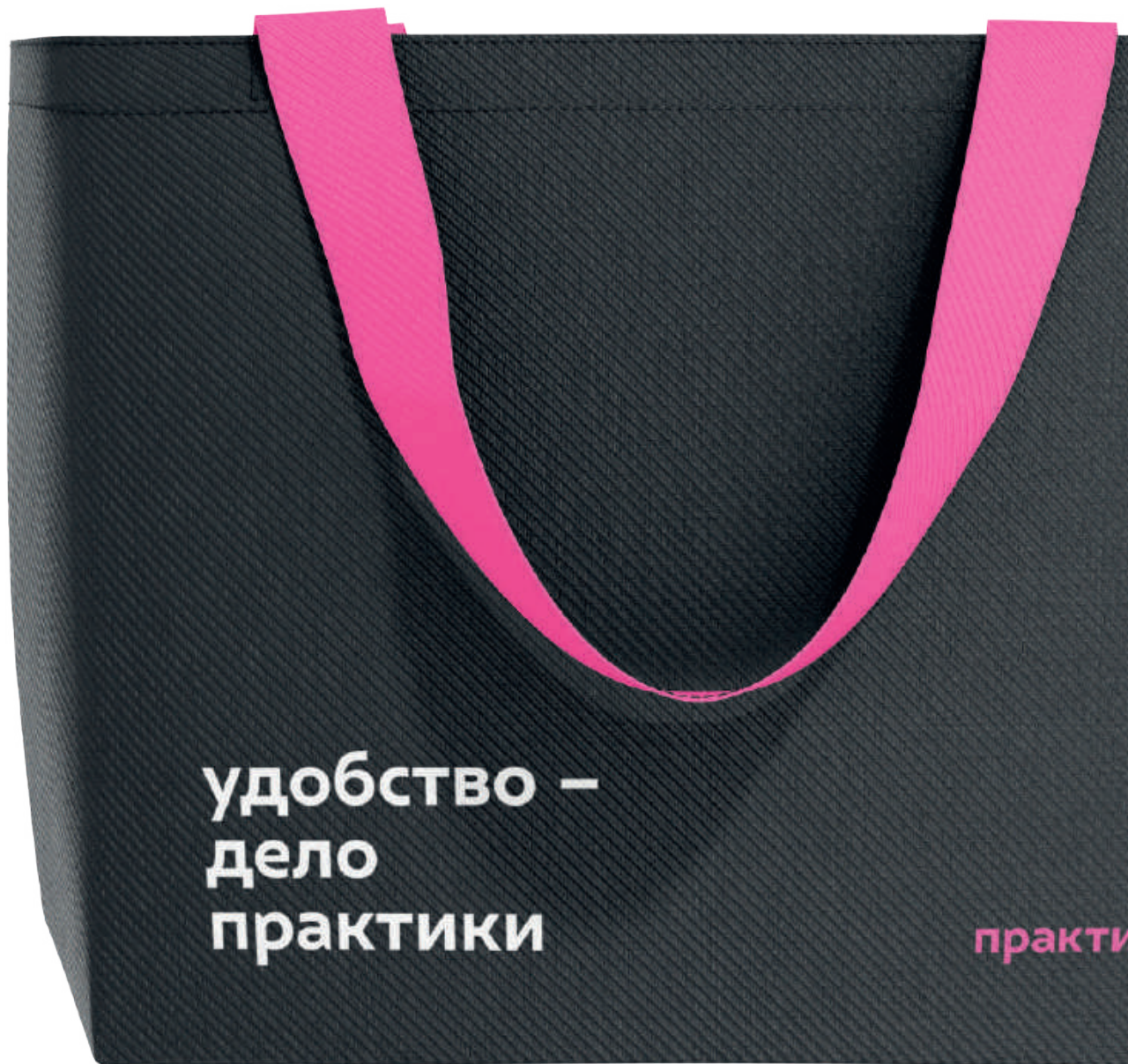
Вариант шопера для передачи покупателю пакета документов и сувениров




Пример фирменных сумок-шоперов



Вариант подарочного шопера



КОММУНИКАЦИОННЫЙ ДИЗАЙН,



Коммуникация с покупателями и коллегами призвана не только донести преимущества Практики, но и создать эмоциональную привязку, радость от причастности к серьезному бренду и качественному продукту.

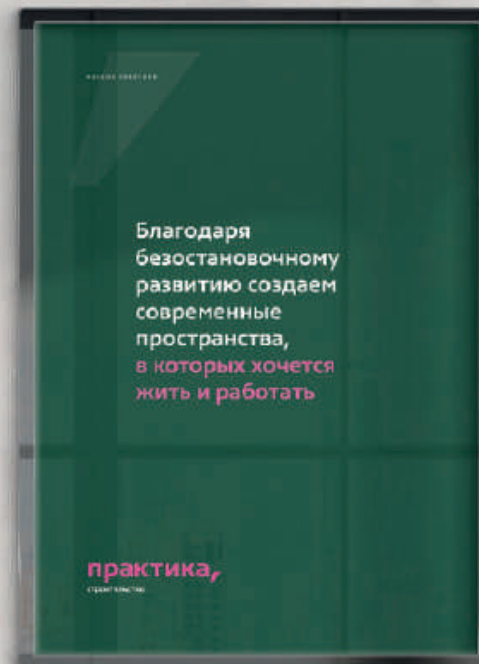
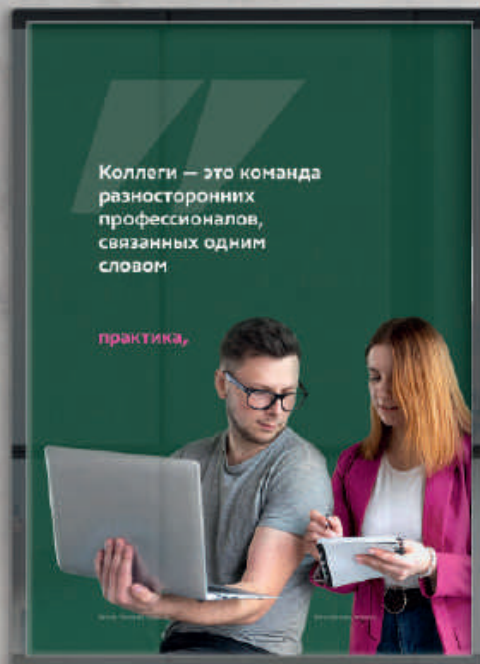
На макетах могут использоваться яркие визуалы, креативные слоганы.

Сотрудники компании, взаимодействующие с покупателями и коллегами, могут использовать креатив и трансляцию эмоций в используемой полиграфии, автоподписях, аватарах в аккаунтах компании в мессенджерах и соцсетях.

эта палитра (пропорции цветов) используется, когда важно
получить эмоциональный отклик от коммуникации, повысить лояльность коллег, поздравить, рассказать радостные

неформальная, ОДНИМ СЛОВОМ





Пример неформальных коммуникаций

**удобно,
ОДНИМ СЛОВОМ**

индивидуальное парковочное место
для каждой квартиры



практика,

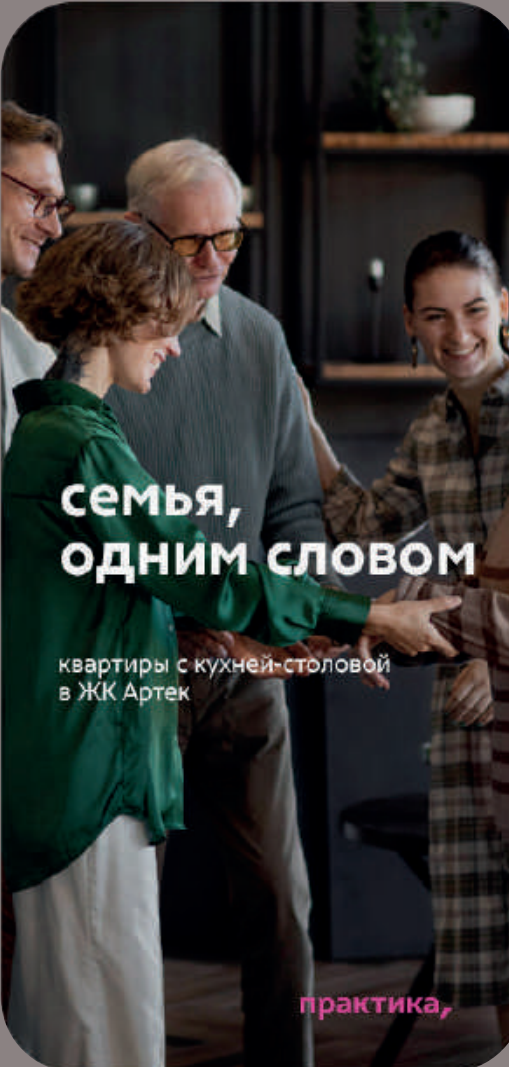
практика,

**Строим дома
и карьеры –**

программа поддержки молодых
специалистов



практика,

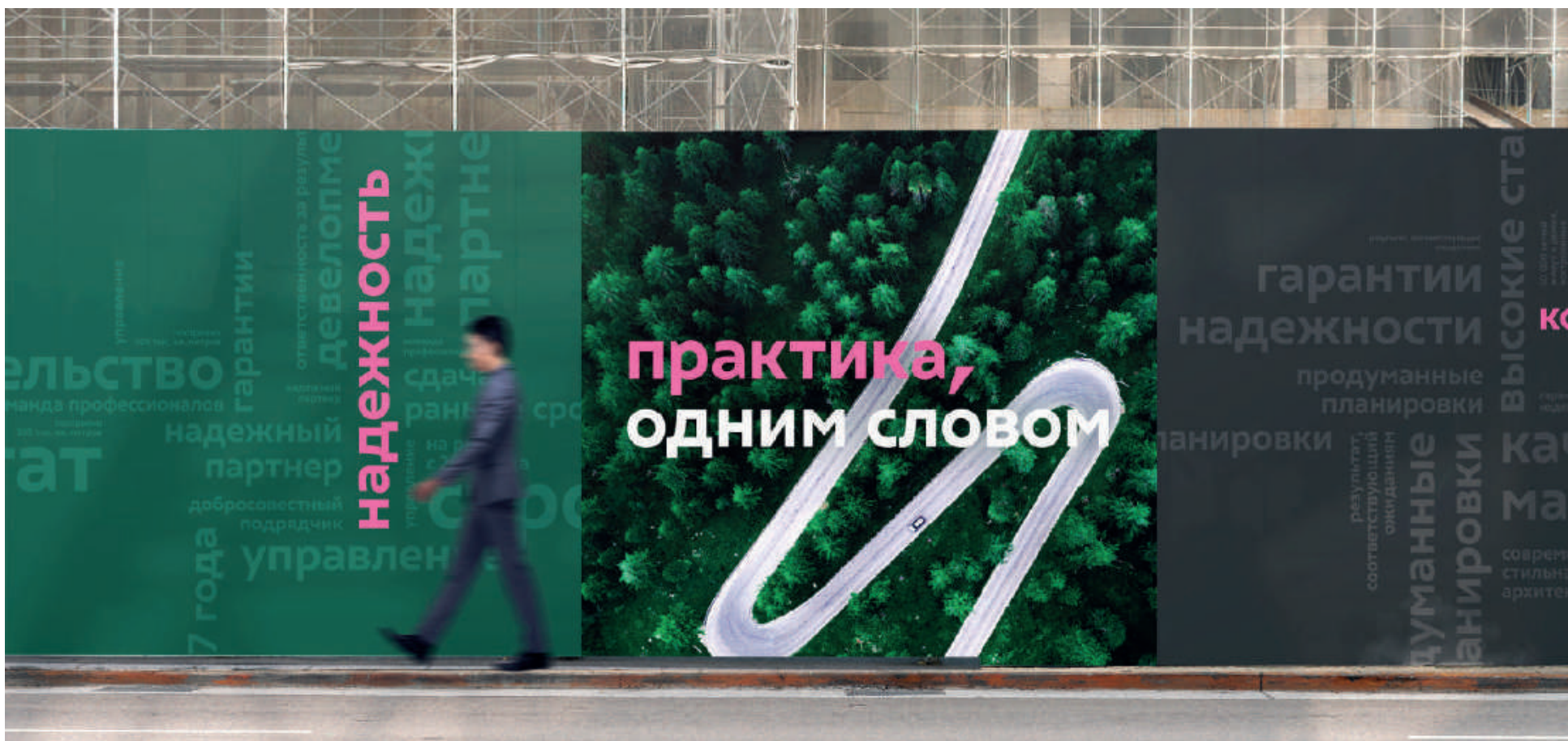
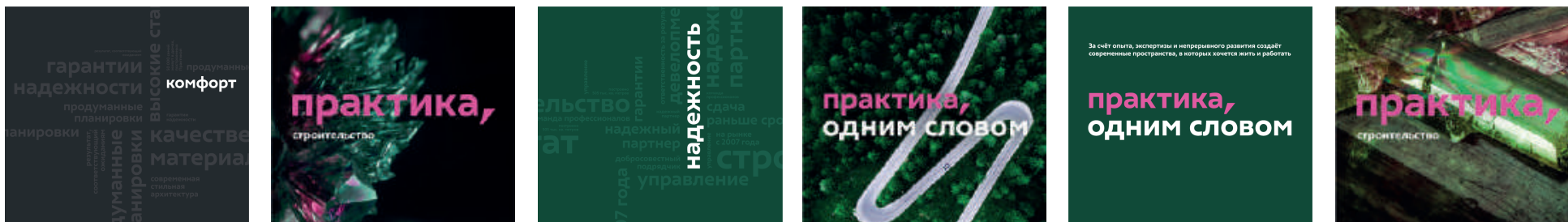


**семья,
ОДНИМ СЛОВОМ**

квартиры с кухней-столовой
в ЖК Артек

практика,

Пример макет для заборных секций.
Шрифтовые макеты чередуются с изображениями и крупным логотипом.



Пример рекламных полос в журнале.
Оба макета составляют единую логическую структуру.



практика,

Этот брендбук создан, чтобы структурировать работу со всеми визуальными материалами Практики, при этом оставив свободу для создания новых свежих решений в рамках правил.

Исходники логотипа, шрифтов, стилеобразующих элементов и всех представленных макетов доступны по ссылкам на страницах соответствующих разделов и по общей ссылке