

КНИГА БРЕНДА.

01 ПЛАТФОРМА БРЕНДА

4	Big Idea
5	Позиционирование
6	Нейминг
7	Миссия
8	Целевая аудитория
9	Философия бренда
10	Характер бренда
11	Бренд-лайн и слоганы

02 ГАЙДЛАЙН

13	Логотип
22	Цвет
23	Типографика
24	Фирменный элемент
26	Фотостиль

03 ФИРМЕННЫЕ НОСИТЕЛИ

30	Визитка	38	Блокнот
31	Папка А4	39	Каска
32	Пакет А4	40	Кронштейн
33	Ручка	41	Офис продаж
34	Конверты	42	Баннер
35	Бейдж	44	Соц. сети
36	Стакан	46	Digital баннер
37	Худи		

ПЛАТФОРМА БРЕНДА

01

BIG IDEA

МЫ ЗНАЕМ СВОЕ ДЕЛО

Эта идея подчеркивает профессионализм, компетентность и уверенность застройщика перед потребителем. Бренд, который знает свое дело, пользуется уважением и доверием благодаря опыту и эффективности.



ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ

ДЕВЕЛОПЕР, КОТОРЫЙ ДОВОДИТ ДЕЛО ДО КОНЦА

Такое позиционирование акцентирует внимание на конечном результате — успешной реализации проектов. Подразумевает, что команда ДЕЛО сосредоточена на достижении целей и удовлетворении потребностей клиентов.

ИМЯ БРЕНДА

ДЕЛО* — узнаваемое и емкое, кириллическое название, которое говорит само за себя. Транслирует осмысленность и ответственность компании.



МИССИЯ

УСИЛИТЬ ДОВЕРИЕ
К ДЕВЕЛОПМЕНТУ, ГАРАНТИРУЯ
ВЫСОКИЕ СТАНДАРТЫ КАЧЕСТВА
И НАДЕЖНОСТИ

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ

Целевая аудитория — поколение миллениалов, родившееся в период с 1980-х до 2000-х годов. Они росли в условиях социальных изменений, политической нестабильности, экономического кризиса. В эпоху, которая привела к снижению общего уровня доверия и заставила людей быть более прагматичными и осторожными в обязательствах и словах.

В настоящее время набирает обороты тренд на прозрачные и честные отношения в сегменте B2C, в частности в сфере девелопмента. Миллениалы ценят открытость и искренность, поэтому для них важна не только качественная недвижимость, но и честная коммуникация с застройщиком. Они ожидают прозрачности на всех этапах — от выбора квартиры до сдачи объекта, включая доступ к полной информации о проекте, сроках строительства и условиях покупки.



ФИЛОСОФИЯ БРЕНДА

ЧЕСТНОСТЬ, КАЧЕСТВО ОТВЕТСТВЕННОСТЬ

Честность — открытость в отношениях с клиентами.

Качество — высокие стандарты в строительстве и дизайне, обеспечивающие долговечность и надежность.

Ответственность — качественная реализация проектов, формирующая лояльность со стороны потребителя.

ХАРАКТЕР БРЕНДА

ЦЕЛЕУСТРЕМЛЕННЫЙ
РЕЗУЛЬТАТИВНЫЙ
ПРАГМАТИЧНЫЙ
ДИНАМИЧНЫЙ
ИННОВАЦИОННЫЙ
ЧЕСТНЫЙ

БРЕНД-ЛАЙН

БОЛЬШЕ, ЧЕМ СЛОВА

СЛОГАНЫ:

- Все дело в комфорте
- Все дело в людях
- Все дело в эстетике
- Все дело в дизайне
- Все дело в архитектуре
- Все дело во впечатлениях
- Все дело в красоте
- Все дело в инфраструктуре
- Все дело в качестве

ГАЙДЛАЙН

02

Основная версия

Основная версия логотипа состоит из шрифтового начертания наименования компании и точки, которая символизирует завершенность, результат. Логотип представляет собой шрифтовую композицию, в которой расположение и пропорции всех элементов относительно друг друга строго зафиксированы.



Минимальный размер



Во всех случаях написания наименование бренда в тексте должно быть набрано полностью прописными (заглавными) буквами без кавычек.

При упоминании в тексте

**ДЕЛО — бренд нового поколения
в сфере девелопмента.**

дело.

Сокращенная версия

Используется для брендинга небольших поверхностей, а также когда такова идея макета. Рекомендуется применять во внутрикорпоративной коммуникации, внешней повторной, когда потребитель уже хорошо знаком с брендом, или второстепенной, когда в поле зрения присутствует и основная версия логотипа.



Минимальный размер

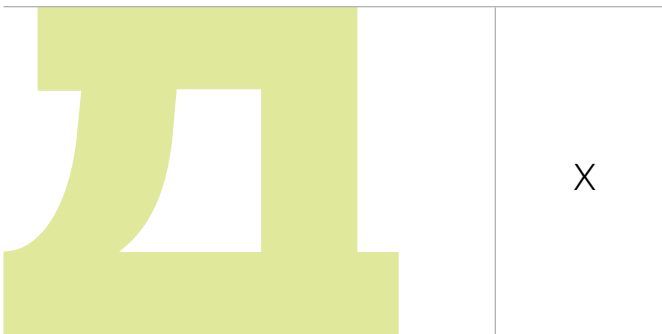


д.



Охранное поле

Важно уберечь логотип от воздействия любых других графических элементов. Для этого вокруг логотипа определено охранное поле. Оно визуально отделяет его от соседствующей графики, исключает возможность его смещения с другими элементами и препятствует искажению смысла.



Недопустимое использование

Здесь представлены наиболее грубые и распространенные ошибки, допускаемые при использовании логотипа. Избегайте их и следите за правильностью использования логотипа. Эти правила распространяются на любые версии логотипа.



Запрещено использовать эффекты



Запрещено масштабировать части логотипа относительно друг друга



Запрещено искажать пропорции логотипа



Запрещено менять шрифт в логотипе



Запрещено окрашивать логотип в цвета, не относящиеся к фирменной палитре



Запрещено поворачивать и наклонять логотип

Размещение логотипа на фоне

При расположении логотипа на фоне всегда необходимо обеспечивать контрастность и хорошую считываемость всех элементов логотипа, не затрудняя их восприятие. Расположение логотипа допустимо на всех цветах фирменной палитры.

При размещении логотипа на неоднородном, сложном фоне необходимо использовать плашку любого фирменного цвета в зависимости от цветового контекста фона и требований к макету. Размер плашки равен размеру охранного поля.



Недопустимое размещение логотипа на фоне

Запрещено размещать логотип на неконтрастных, неоднородных сложных и не соответствующих фирменной палитре и стилю бренда фонах.



Градиент



Неконтрастный фон



Слишком пестрая фотография

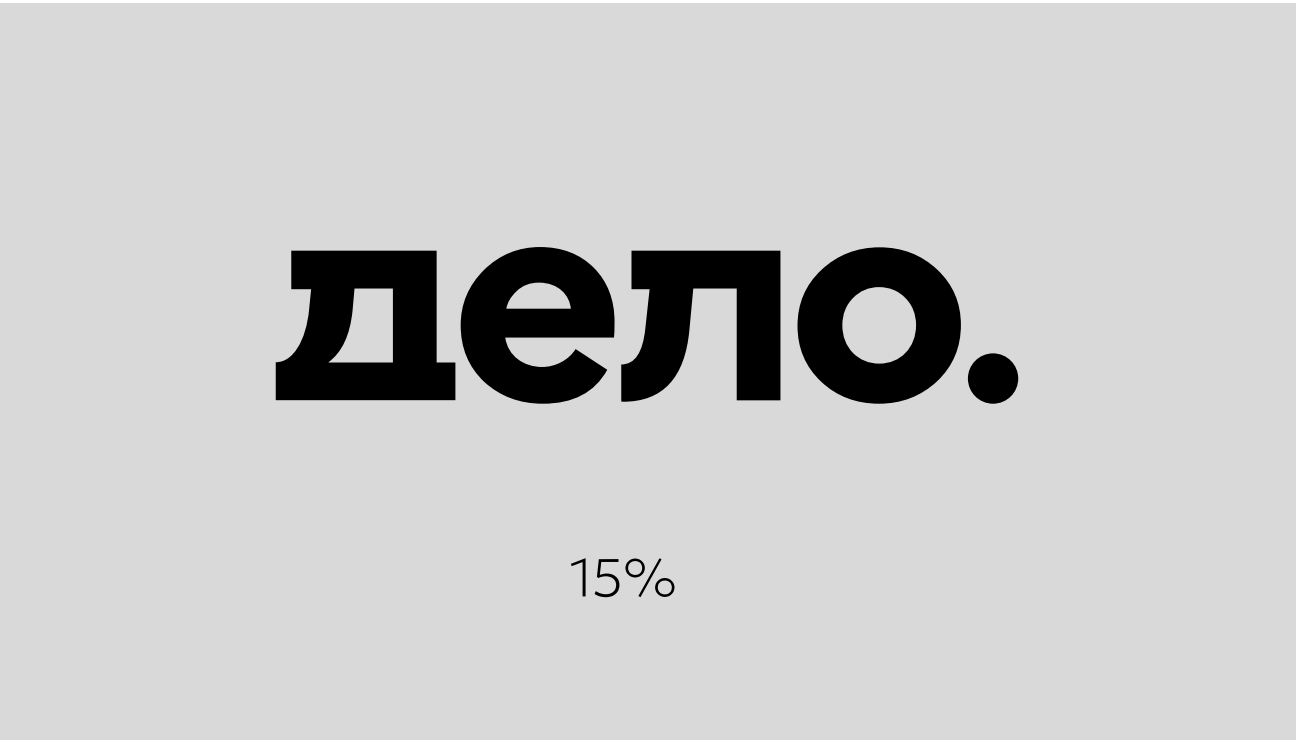
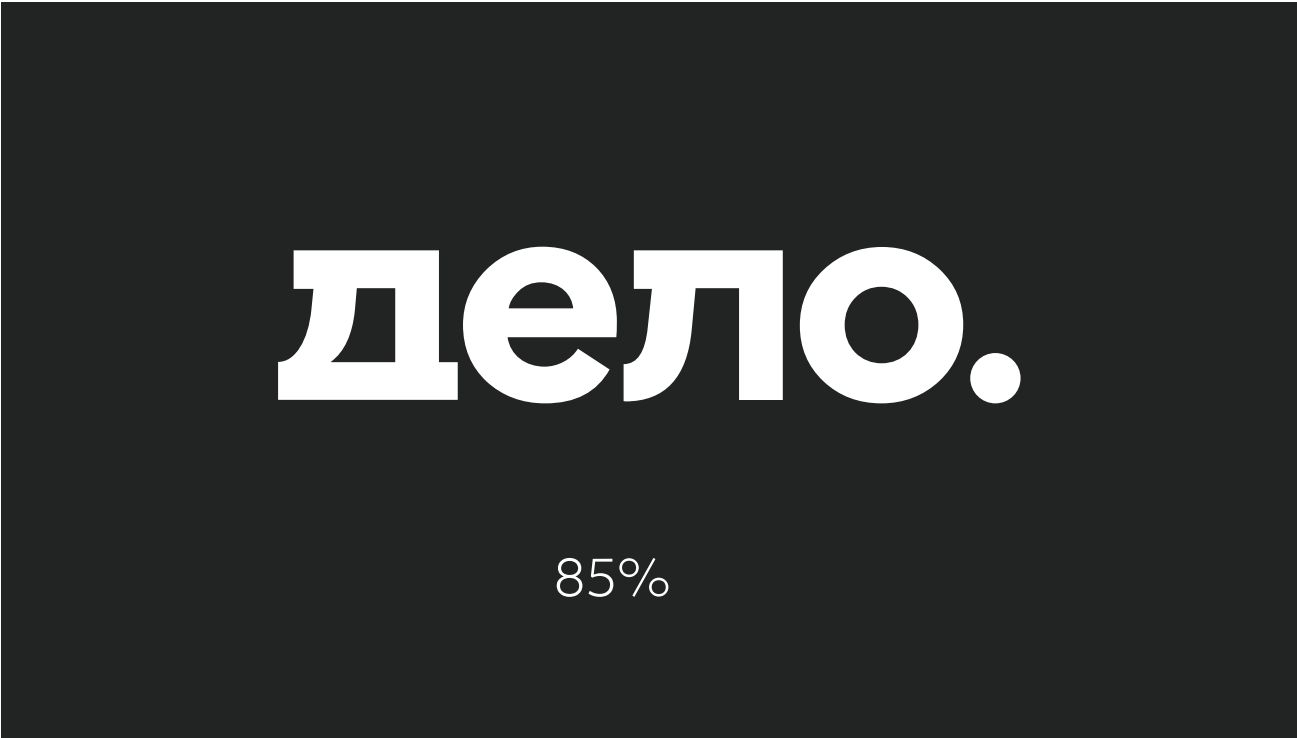


Несоответствующий фон

Монохромные версии

Для случаев, когда технические возможности не позволяют использовать основные цветные версии логотипа или когда такова идея макета, используются монохромные версии. Они могут быть черными либо белыми.

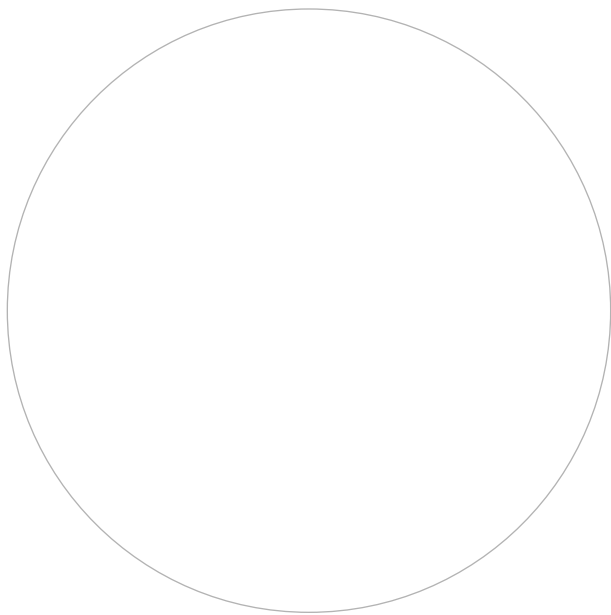
Главное требование: цвет логотипа должен быть контрастен фону. Это правило применимо и к сокращенной версии логотипа.



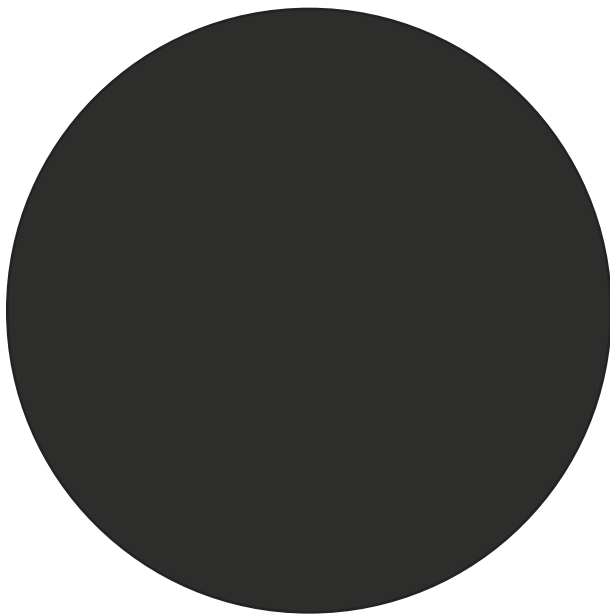
Фирменные цвета

Основная фирменная палитра представлена в трех цветах: универсальная пара графитно-черного и белого + акцентный желто-зеленый.

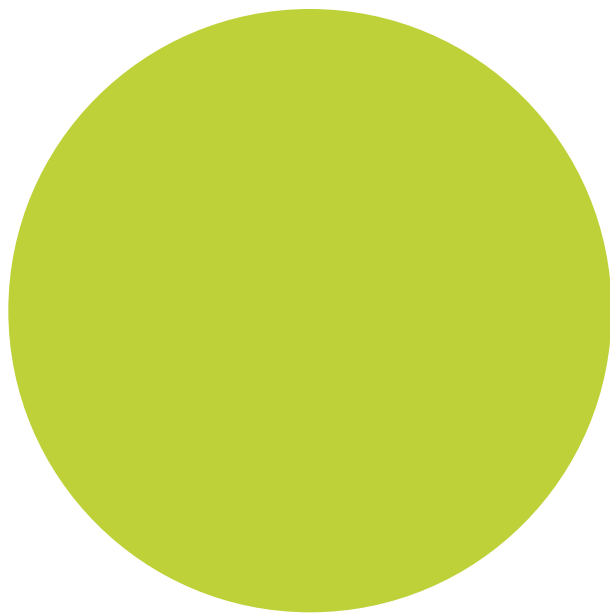
Для более гибкого визуального языка можно использовать их оттенки, но в малом количестве и при крайней необходимости, например, в иллюстрациях.



Белый
CMYK 0 0 0 0
RGB 255 255 255
HEX #ffffff



Графитно-черный
CMYK 0 0 0 94
RGB 49 49 48
HEX #313130



Желто-зеленый
CMYK 34 0 88 0
RGB 190 255 255
HEX #bed139
PANTONE 382 C
RAL 6039

Фирменный шрифт

Фирменной гарнитурой ДЕЛО является Geologica – универсальный современный гротеск. Он имеет несколько вариантов начертаний, с помощью которых можно решить любые шрифтовые задачи. Все шрифтовые задачи закрываются разными начертаниями этой гарнитуры.

Начертание Bold
для акциденции

60 pt	BIG IDEA
42 pt	Не просто строим дома, а создаем уникальные впечатления
24 pt	Эта идея отражает стремление бренда не просто строить дома, а помогать людям реализовывать свои желания и создавать уникальные впечатления и истории жизни в красивых и уютных пространствах.

Начертание Medium
для подзаголовков

Начертание Light
для основного набора

Гарнитура шрифта распространяется в соответствии с лицензией OFL (Open Font License). Компания-разработчик разрешает использовать ее в личных и коммерческих целях в любых продуктах и проектах бесплатно.

Фирменный элемент

В коммуникации с потребителем используется простой и запоминающийся элемент — зеленая точка (окружность) на основе семантической концепции логотипа.



Точка, как стилеобразующий элемент, всегда должна быть одна и крупная



Если в макете очень крупный логотип, то точка не нужна



Крупные заголовки/слоганы должны заканчиваться точкой



Точка может быть контейнером для фото



Примеры использования



ВСЕ ДЕЛО В СЕМЬЕ.

DELO.MSK.RU 8 800 450-00-00

ДЕЛО — это не просто бренд, это философия, воплощенная в нашей работе. Наша цель — создавать не просто жилье, а пространство, где равнозначно важны надежность, комфорт и эстетика. Сделать жизнь наших клиентов ярче и насыщеннее, предлагая жилье, которое вдохновляет.

DELO.MSK.RU

дело.

Фотостиль

Фотостиль помогает раскрыть характер бренда, дополняет фирменный стиль и положительно влияет на узнаваемость компании. Все фотоматериалы, используемые в коммуникации компании, должны вызывать положительные эмоции, ощущение современной, активной, разнообразной жизни и ярких моментов.

Оттенок фотографий должен быть ближе к натуральному, но слегка теплый. Освещение не слишком мягкое и не слишком жесткое, при этом важно соблюдать контрастность.

Рекомендуется приобретать фотоконтент на стоках или проводить имиджевые съемки на реальных объектах, построенных компаниями.

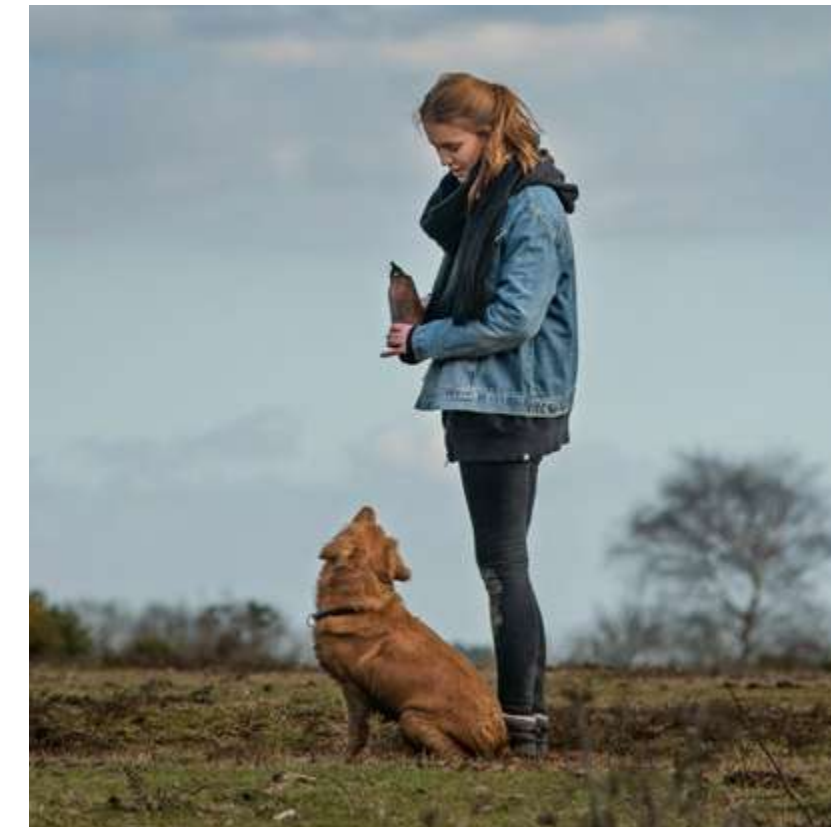
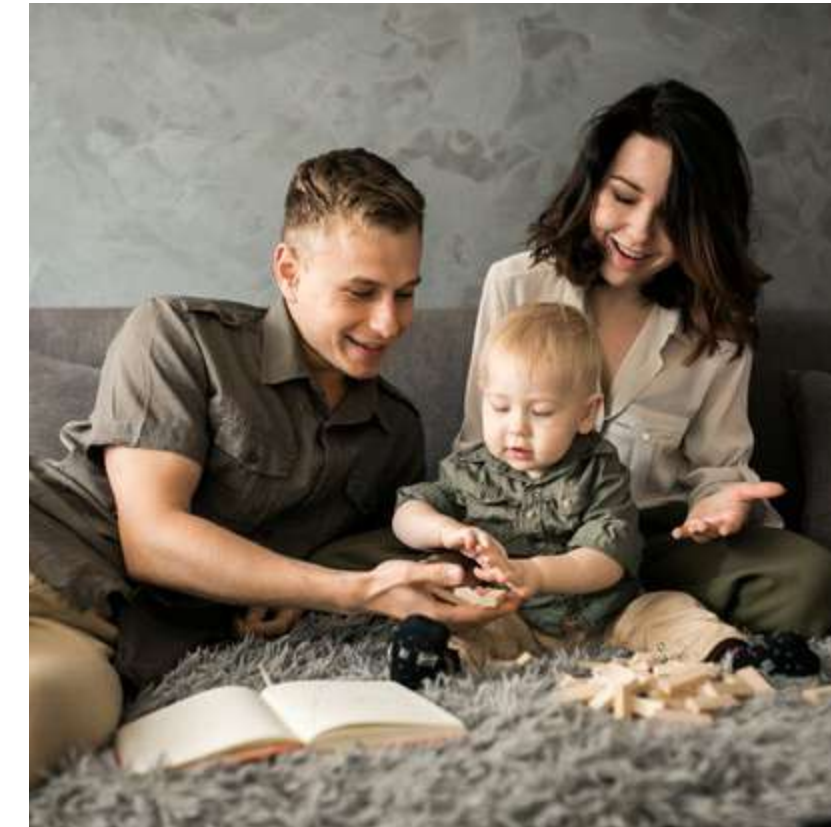


Люди

Рекомендации по подбору изображений для коммуникационных материалов:

- Молодые семьи, 25–35 лет, с детьми и без
- Деловые люди: предприниматели, фрилансеры, руководители среднего звена, блогеры
- В окружении современных, эстетичных, но доступных интерьеров
- На природе и в помещении, во время разнообразного активного отдыха и повседневного времяпрепровождения
- Настоящие эмоции, взгляд направлен в сторону или друг на друга
- Без детализации на заднем плане
- Позы естественные, живые, возможны кадры в движении
- Допускается использование фирменного цвета в одежде или других элементах окружения

Рекомендуется приобретать фотоконтент на стоках или проводить имиджевые съемки на реальных объектах, построенных компаниями.

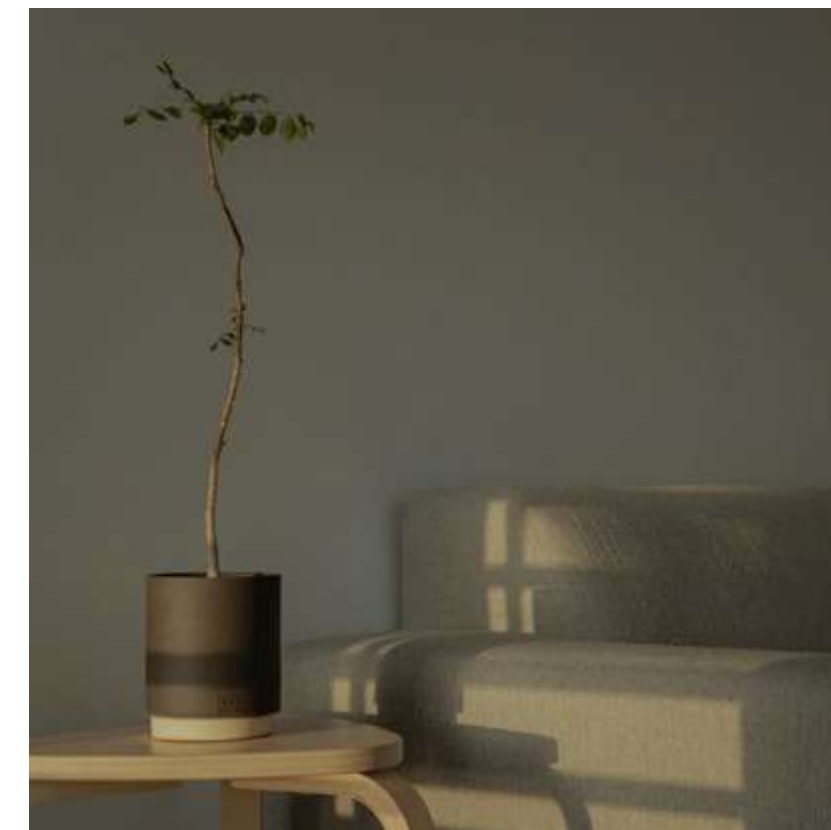
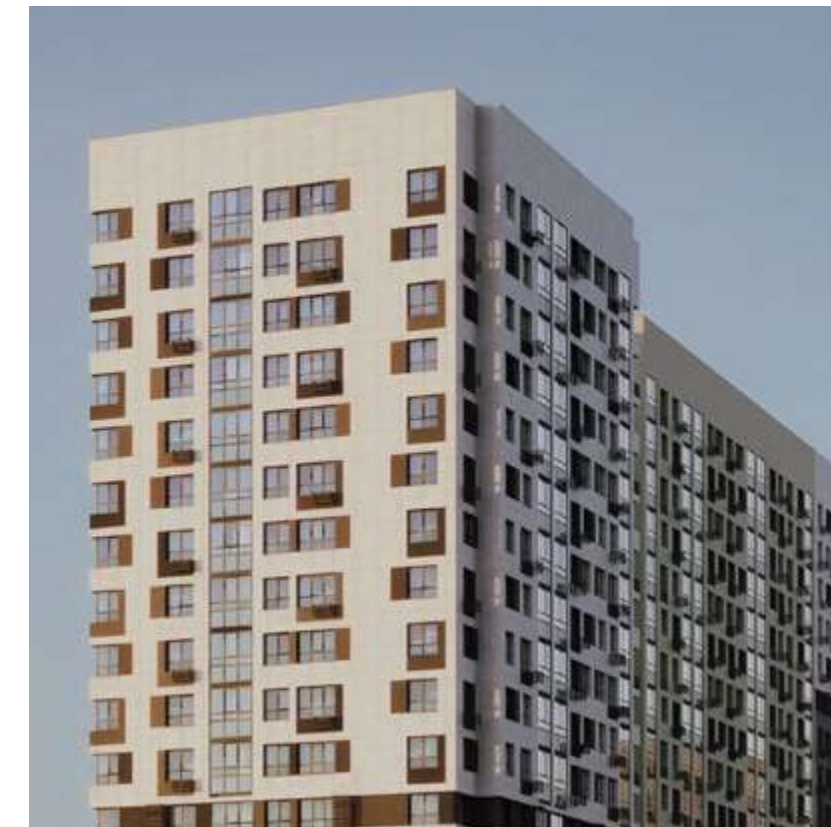


Интерьер и экстерьер

Рекомендации по подбору изображений
для коммуникационных материалов:

- Объекты строительства разного плана
- Детали интерьеров и экстерьеров, иллюстрирующие особенности конструкций, используемых материалов и дизайнерских решений
- Малые архитектурные формы, озеленение (аллеи, парки), арт-объекты

Рекомендуется приобретать фотоконтент на стоках или проводить имиджевые съемки на реальных объектах, построенных компанией.



ФИРМЕННЫЕ НОСИТЕЛИ

03

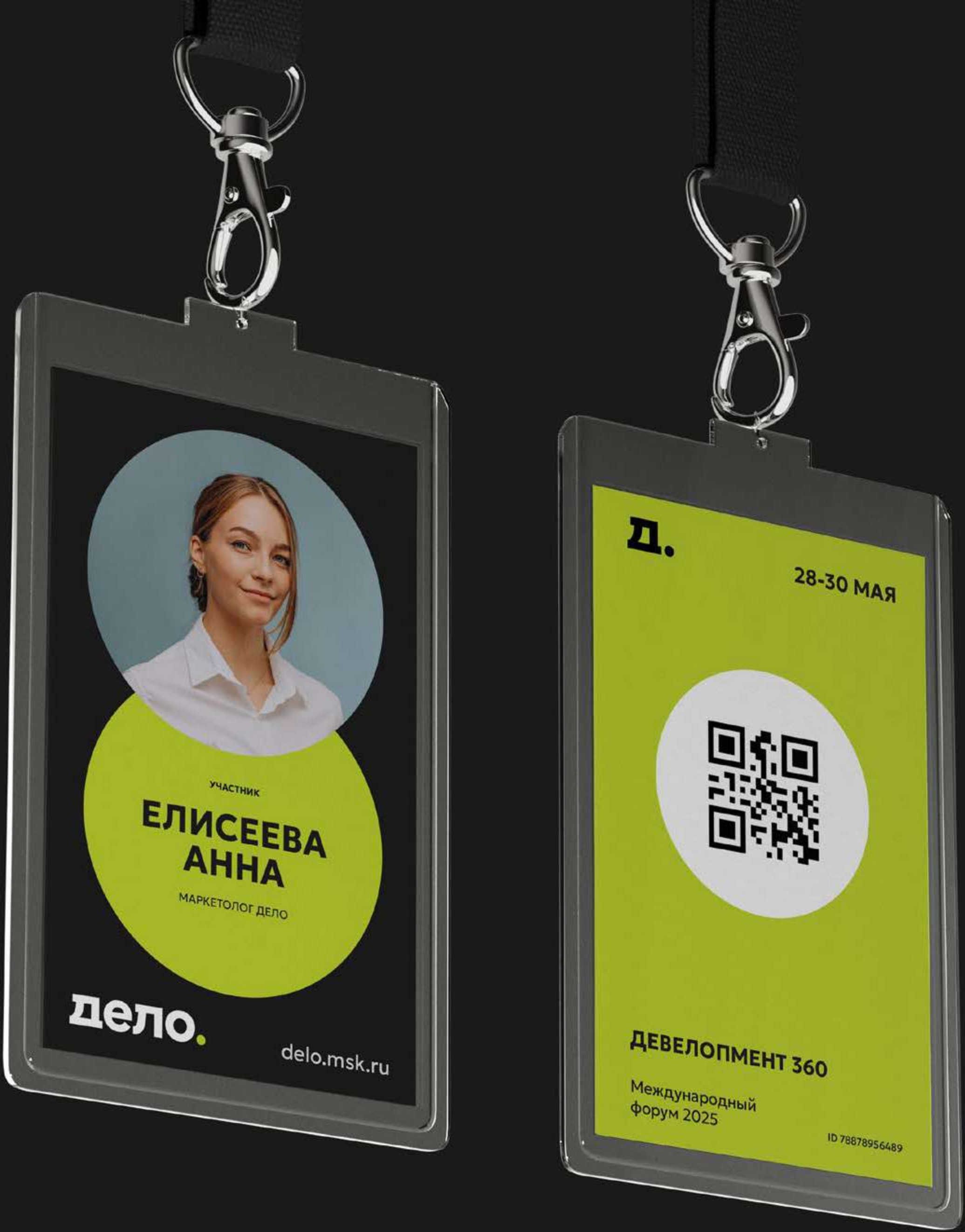














худи

д.

дело.

БОЛЬШЕ,
ЧЕМ СЛОВА.









Дело.

ВСЕ ДЕЛО В СЕМЬЕ





дело.

БОЛЬШЕ, ЧЕМ СЛОВА.

дело.

**БОЛЬШЕ,
ЧЕМ СЛОВА.**

delo.msk.ru

Экологически чистые
материалы и уникальный
архитектурный дизайн.

Д.

delo.msk.ru

2 ч

...

✕



**ВСЕ ДЕЛО
В СРОКАХ.**

Не ждите более подходящего момента для покупки квартиры мечты. Сейчас самое время.

Д.

delo.msk.ru

...

✕



дело.

Д.

delo.msk.ru

5 мин

...

✕

**ВСЕ ДЕЛО
В СЕМЬЕ.**

Платим ипотеку
за вас.

delo.msk.ru





Девелопер нового поколения

дело.

НЕ ПРОСТО ОБЕЩАТЬ,
А ДЕЙСТВОВАТЬ.

495 3 63 6

