

О

О

К

О

Руководство по использованию
фирменного стиля строительной компании



01 Брендбук

Платформа бренда

- 1 Введение
- 2 Рациональные характеристики
- 4 Эмоциональные характеристики
- 3 Ядро
- 4 Ценности
- 5 Миссия

Тональность бренда

- 1 Общая информация
- 2 Работа с жалобами
- 3 Правила коммуникации для сотрудников

02 Айдентика

Константы бренда

- 1 Название
- 2 Правила написания названия в тексте
- 3 Логотип
- 4 Недопустимое использование логотипа
- 5 Компоновка лого типа
- 6 Фирменный знак
- 7 Охранное поле логотипа
- 8 Масштабирование логотипа
- 9 Фирменный шрифт
- 10 Иерархия шрифтов
- 11 Фирменный цвет
- 12 Слоган
- 13 Фирменные элементы
- 14 Кобрендинг
- 15 Использование на фонах

Документация

- 16 Визитка персональная
- 17 Визитка корпоративная
- 18 Бланк
- 19 Папка

Полиграфия

- 20 Буклет
- 21 Лифлет
- 22 Календарь

Промоматериалы

- 27 Принт в прессу
- 28 Щит 6x3
- 29 Сити-формат

02 Айдентика

Транспорт

- 1 Легковой автомобиль
- 2 Спецтехника
- 4 Городской транспорт
- 3 Городской навигационный указатель

Офис

- 23 Фасад
- 24 Стойка администратора
- 25 Навигация
- 26 Флаг

Сувенирная продукция

- 1 Чехол для телефона
- 2 Креатив 2
- 3 Креатив 3

01

Брендбук — это набор ключевых констант нашей компании, на основании которых мы живем и развиваемся. Ознакомиться с брендбуком следует каждому сотруднику.



Б р е н д б у к

О нас

Кто мы?

Мы — группа компаний OKOS.
Мы занимаемся инвестициями
и строительством жилой и коммерческой
недвижимости на юге России.

Кем мы хотим стать?

В ближайшее время — лидером
в своей сфере и top of mind на рынке
недвижимости юга страны, в будущем —
надежным партнером для клиентов
за рубежом.

Что мы должны делать?

Строить максимально открытую
и инновационную компанию, которая
будет менять рынок, правила игры
и саму себя.

Как это делать?

Смотрите следующие страницы.

Эмоциональные характеристики

Как стать теми, кем мы хотим стать? Для того, чтобы ответить на этот вопрос, мы используем таблицу эмоциональных и рациональных характеристик бренда. Эмоциональные характеристики — это то, что чувствует клиент, когда общается с нами.



01 Им можно доверять

Как строительство — это всегда создание чего-то видимого, так и OKOS — это всегда что-то, что можно пощупать, почувствовать и увидеть. Нам не достаточно рендеров и бесплотных обещаний. Мы хотим демонстрировать плоды нашей деятельности, не обещать, а делать. Именно действием и своей деятельностью мы заслуживаем доверие клиентов.

02 К ним стоит прислушаться

Мы открыты миру, нашим клиентам, самим себе. Мы хотим, чтобы нас видели насквозь, чтобы на любой вопрос у нас был ответ. Мы ведем свою деятельность прозрачно, рассказываем о подводных камнях и освещаем некоторые аспекты для неподготовленных покупателей. Ведь сфера строительства очень сложна — мы это понимаем и хотим максимально облегчить жизнь клиенту, так, чтобы ему хотелось узнать наше мнение по любому вопросу.

03 С ними приятно общаться

Мы стараемся смотреть за всеми своими действиями словно со стороны — контролировать и разумно оценивать их. Неважно бренд это или человек — с адекватным мнением сложно спорить, но приятно вести диалог.

Рациональные характеристики

Рациональные характеристики — принципы нашей деятельности и коммуникации, которые создают необходимый эмоциональный образ.



01 Дельность

Мы говорим, но ровно столько, сколько необходимо. Все остальное время мы проводим на строительной площадке. Все мы поглощены процессом строительства — это наша страсть, любовь, призвание.

02 Открытость

Мы используем в коммуникации и бизнесе специальные приемы, которые демонстрируют открытость и повышают «прозрачность» компании. Уровни внедрения таких «фишек» разные — это могут быть веб-камеры на стройках, «дни открытых дверей» на объектах, личные электронные адреса топ-менеджеров на сайте и другое (подробнее в соответствующих разделах гайдлайна).

03 Контроль

Мы отслеживаем все, что происходит на наших стройках для того, чтобы на 100% соответствовать заявленным срокам и выполнить обещанное. Вплоть до присутствия на стройке руководителей компании.

Ядро бренда

Ядро бренда — слоган РУКАМИ, ГЛАЗАМИ, СОВЕСТЬЮ, в котором зашифрованы эмоциональные и рациональные характеристики.

01. Дельность

02. Открытость

03. Контроль

Руками, глазами, совестью

Ценности бренда

01

Дельность

02

Открытость

03

Контроль



Основные ценности нашего бренда, на которых мы делаем упор в вербальной коммуникации.

+

Инновационность

Это не значит, что мы стремимся быть супертехнологичной компанией, но каждый новый объект нашей компании должен быть лучше предыдущего.



Тональность бренда

В коммуникации мы всегда говорим с аудиторией на равных — выступаем другом и партнером. При этом мы не позволяем себе панибратство, остроты и «тыканье». Легкая самоирония и юмор допустимы.

Работа с жалобами

Мы прилюдно не извиняемся, но всегда очень быстро реагируем на любое обращение (соцсети, электронная почта, форма на сайте, офлайн), благодарим за то, что нам помогают стать лучше, отчитываемся о своих действиях по предотвращению подобных случаев в будущем. Стремимся решить проблему человека, а не просто отписываемся.

Правила коммуникации для сотрудников

Внутри коллектива и с клиентами

01

Смотри за всем, что ты думаешь

Мы должны адекватно оценивать себя, свои силы, свои умения. Даже у себя в голове. Мы должны быть честны в первую очередь с собой.

02

Смотри за всем, что ты говоришь

Если ты умеешь не врать себе даже в мыслях, тебе будет гораздо легче не врать другим. Даже случайно. Мы всегда исполняем свои обещания — именно потому, что никогда не позволяем себе лишнего. Никогда не говорим того, в чем не уверены на 200%.

03

Смотри за всем, что ты делаешь

Здесь нет никакой лирики. Смотреть за всем, что ты делаешь — значит просто контролировать все процессы и перепроверять каждую коммуникационную единицу (распоряжение, просьбу, делегирование).

Миссия



OKOS контролирует все, что связано с его деятельностью, не пускает ничего на самотек и открыто смотрит в будущее. Именно поэтому мы формулируем нашу миссию так:



Менять рынок с помощью постоянного контроля за всеми процессами, их непрерывного улучшения и максимальной открытости на всех уровнях»


02

Фирменный стиль — это набор принципов построения визуальной коммуникации, которые объединены одной идеей.

Их основная задача — выделить компанию на рынке и создать узнаваемый образ в глазах клиентов.

Айдентика



Гайдлайн предназначен для всех специалистов, которые будут работать с коммуникацией компании. Макеты фирменных элементов можно скачать, кликнув по иконке  на соответствующих страницах.

Название

[о́кос групп]
OKOS Group

Правила написания названия в тексте

Имя пишется только латиницей. OKOS — только прописными, Group с большой буквы. Допускается употребление OKOS без Group. Можно писать «Группа компаний OKOS». Название не склоняется. OKOS — группа компаний, поэтому всегда употребляется в женском роде.



OKOS Group

OKOS

Группа компаний OKOS

Купите квартиру у OKOS

OKOS презентовала новый ЖК



OKOC групп

Окос

Группа компаний «OKOC»

Купите квартиру у «Окоса»

OKOS построил уже много домов

Основная версия логотипа

Логотип — это типографическая надпись, выполненная уникальным шрифтом. Глифы букв О имеют сходство с глазами. Все элементы имеют фиксированные пропорции и расположение.



GROUP OKOS

Дополнительные версии логотипа

В вертикальной версии логотипа дескриптор Group перевернут. Используйте только оригинальные макеты логотипа.



OKOS

Версия без дескриптора



OKOS
GROUP

Вертикальная версия

Размещение на фонах

На светлом фоне используйте логотип в черном цвете.
На темном фоне используйте логотип в белом или желтом цвете. На желтом — в белом. Не используйте логотип на сложных фонах. Все части логотипа должны читаться.



Недопустимое использование

Никогда не изменяйте логотип. Используйте только оригинальные файлы. Даже небольшие изменения влияют на запоминаемость и идентификацию бренда.



Не растягивайте и не сжимайте логотип



Не меняйте шрифты в составных элементах логотипа



Не меняйте цвета в логотипе



Не применяйте эффекты к логотипу



Не наклоняйте логотип. Для вертикального размещения используйте вертикальную версию



Не изменяйте пропорции и положение элементов

Охранное поле логотипа

Охранное поле логотипа позволяет отделить его от прочих элементов макета. Это поле всегда должно быть свободным.

Минимальное охранное поле вокруг логотипа OKOS равно ширине двух букв O по горизонтали и высоте двух букв O по вертикали.



Масштабирование логотипа

Мы не рекомендуем печатать версию с дескриптором, если поле печати меньше, чем 25 мм. Версия без дескриптора специально создана для таких случаев, ее наименьший размер — 10 мм.

GROUP
OKOS

не менее 25 мм на печати
не менее 400 px в ширину при 458 ppi (iPhone X)
не менее 150 px при 92 ppi (1920x1080, 24" ПК)

OKOS

не менее 10 мм на печати
не менее 150 px в ширину при 458 ppi (iPhone X)
не менее 60 px при 92 ppi (1920x1080, 24" ПК)

Шрифты

Используйте только фирменные шрифты: Atyp Medium и семейство Montserrat. Это поможет людям запомнить бренд.

Atyp Display
Medium

Акцидентный шрифт: используйте для заголовков и акцентов

Montserrat

Light, Regular

Наборный шрифт: используйте для набора обычного текста

Иерархия шрифтов

В макетах следует соблюдать систему заголовков. Ориентируйтесь на пример ниже.

Основной заголовок в начале страницы или статьи

Atyp Medium

Заголовок H1

Подзаголовок страницы или заголовок раздела статьи

Atyp Medium

Подзаголовок H2

Заголовок в начале абзаца, врезки или выноски

Atyp Medium

Заголовок абзаца H3

Лид-текст, врезка или выноска в статье или на странице

Montserrat Regular

Лид-текст H4

Основной текст статьи или страницы

Montserrat Regular

Обычный текст H5

Цвета

Старайтесь использовать оригинальную палитру. Однако, некоторые цвета можно заменить на другие, более распространенные. Это не сильно повлияет на восприятие бренда.

Барвинок Крайола

#D4DEEB
RGB 212 222 235
CMYK 15 8 3 0
Pantone 650 C

Можно заменить на серый
#D0D0D0

Синяя Элис

#F3F5F8
RGB 243 245 248
CMYK 15 8 3 0
Pantone 656 C

Можно заменить на светло-серый
#F0F0F0

Белый

#FFFFFF
RGB 255 255 255

Янтарный

#FFCF55
RGB 255 207 85
CMYK 0 18 77 0
Pantone 121 C

Темный серо-синий

#282E36
RGB 40 46 54
CMYK 78 68 56 58
Pantone 4280 C

Можно заменить на черный
#000000

Элементы

В фирменном стиле OKOS есть двухмерные и трехмерные фирменные элементы.

2D-элементы

Первый двухмерный элемент — внешний контур буквы O. Используйте его как плашку для текста или акцента на рекламной поверхности. Второй двухмерный элемент — разделитель в виде дуги. Этот неброский элемент подчеркнет узнаваемость бренда.

3D-элементы

Изображения тематических 3D-моделей в фирменных цветах OKOS. Модели должны быть несложными, выразительными, без глянцевого и стеклянного блеска. Скачайте подходящее изображение и перекрасьте в фирменные цвета OKOS с помощью корректирующего слоя «Карта градиента» в Adobe Photoshop.



Паттерн

Паттерн предназначен для заполнения пустого пространства и превращения его в пространство фирменное. Заполняйте бесшовным паттерном нужную поверхность. Масштабируйте паттерн так, чтобы его рисунок был легко различим.



Кобрендинг

При кобрендинге соблюдайте приведенные снизу пропорции. Следите за тем, чтобы визуальный вес логотипов совпадал. Старайтесь использовать горизонтальные версии логотипов других брендов.



Горизонтальное расположение



Вертикальное расположение

Визитка

Тачкавер с тиснением фольгой на лицевой стороне.

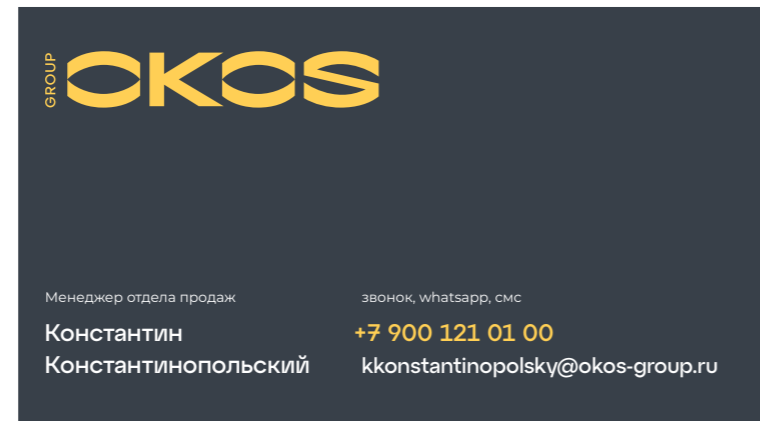
Личная

Montserrat Regular, 7 pt



Корпоративная

Atyp Medium, 12 pt



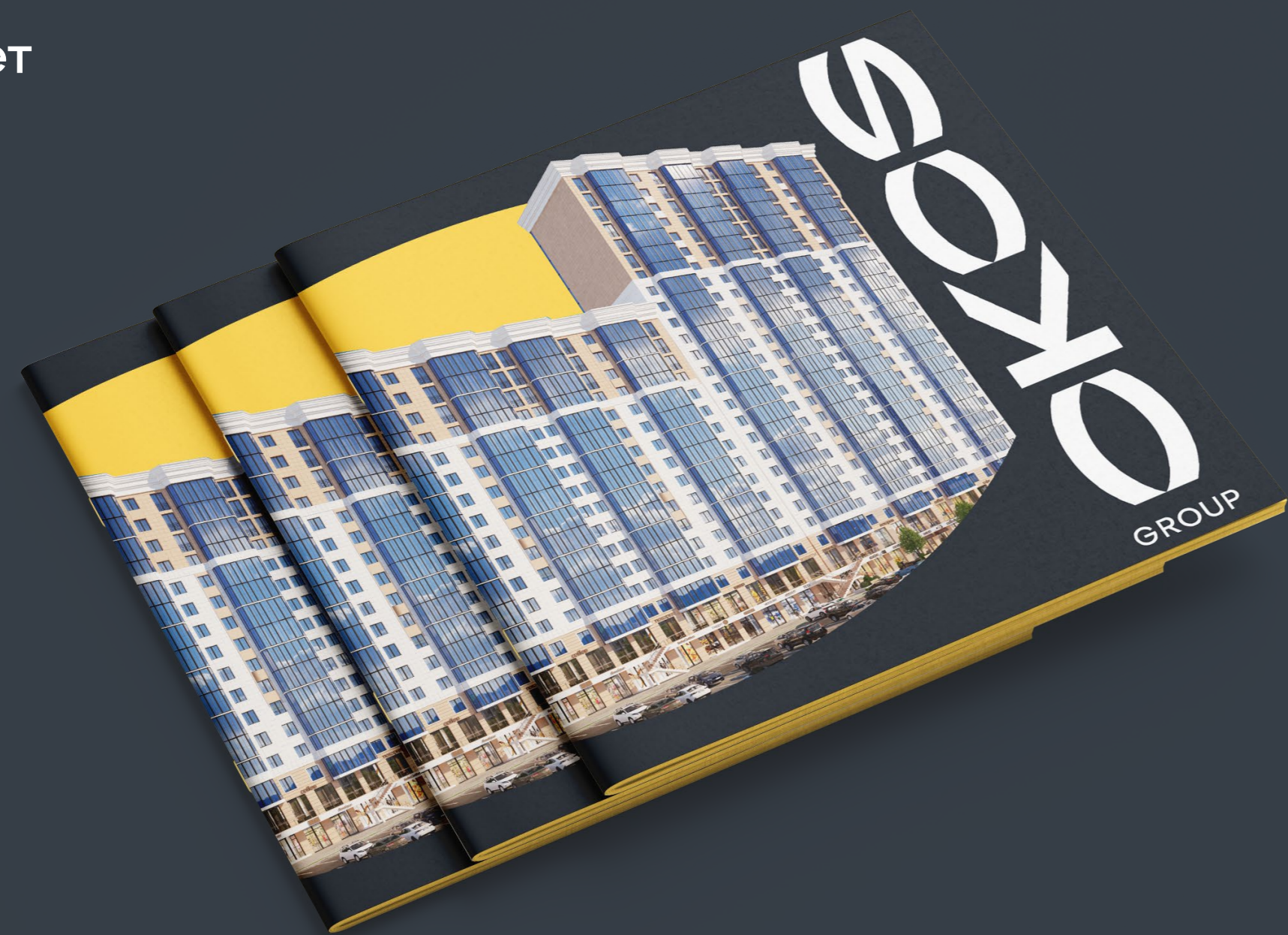
Бланк



Папка



Буклет



Лифлет



Календарь



Принт в прессу



Щит 6x3



Сити-формат



Легковой автомобиль



Спецтехника



Городской транспорт

Навигационный
указатель

Фасад офиса продаж



Стойка администратора



Навигация

Срисовать с абд

Флаг



OKOS

Ручка



OKOS

Кружка



Кейс для телефона



Елочная игрушка



Брелок



Пакет





Разработано
southmedia