

Про'молодость

Фирменный стиль

Платформа бренда

«Про.Молодость»

Целевая аудитория

Ядро

Студенты в возрасте 18-25 лет и туристы среди потребителей.
Среди инвесторов те, что воспринимают концепцию проекта, как «молодость духом».

Портрет

Основная черта потребителя — молодость духом. Активны и стремятся развиваться по всем направлениям, но хотят не только получать новые знания, но и отдыхать в приятной атмосфере. Находятся в поиске себя и хотят быть причастны к обществу единомышленников, несмотря на психотип: интровертный или экстравертный.

Инсайты

Находятся в постоянном движении и развитии — им просто некогда заниматься бытовыми проблемами, поэтому готовы переложить это на чужие плечи. Хотят и готовы узнавать новое и делиться опытом с другими, общаться с людьми своего уровня, поэтому предпочтут комфортную среду развития общежитию.

Ценности бренда

Ценности бренда

Совершенствование

Мы молоды духом и стараемся наполнить жизнь наших клиентов всем, что необходимо молодым людям.



Ценности бренда

Причастность

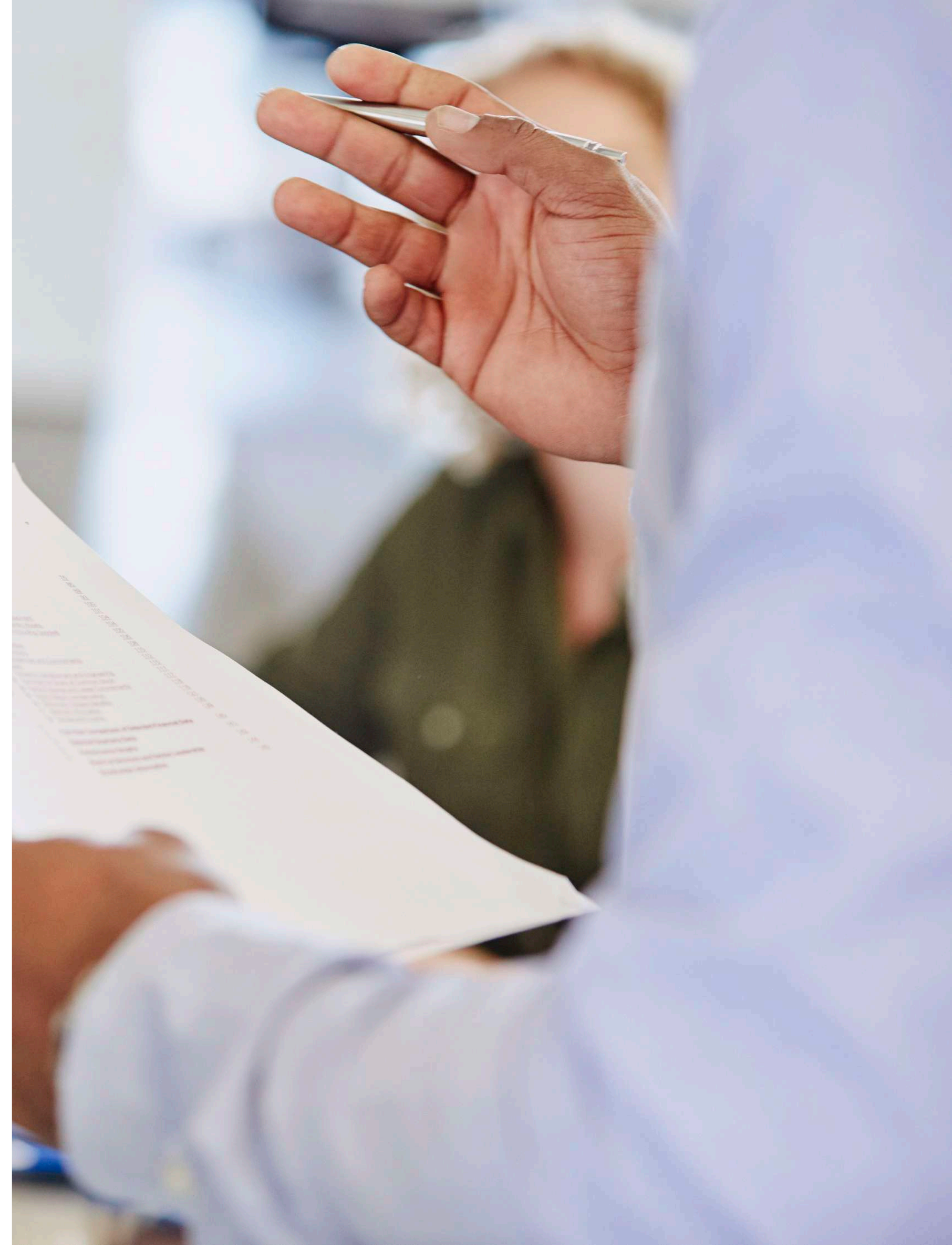
Мы— не просто инвест-отель, мы формируем сообщество участливых и энергичных молодых людей, их связи и взаимодействие в едином движении к росту.



Ценности бренда

Синергия

В нашей основе заложена синергия всего лучшего, что есть на рынке, а наше будущее — синергия того, что будет необходимо нашим клиентам.



Характер бренда

Характер бренда

Мотивирующий

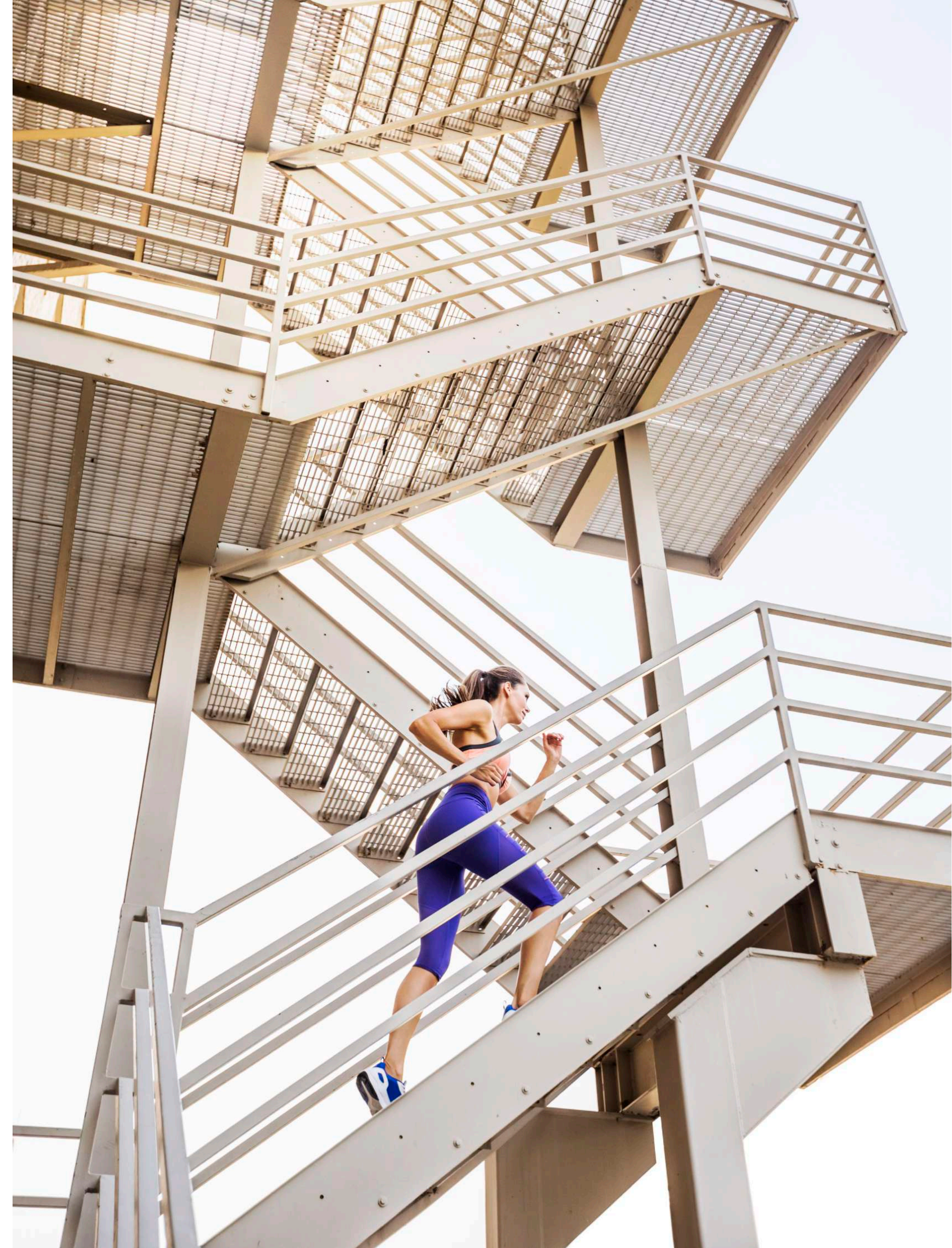
Инновационный

Дружественный

SH[®]

SmartHeart®
Building Strong Brands

2019
PLG

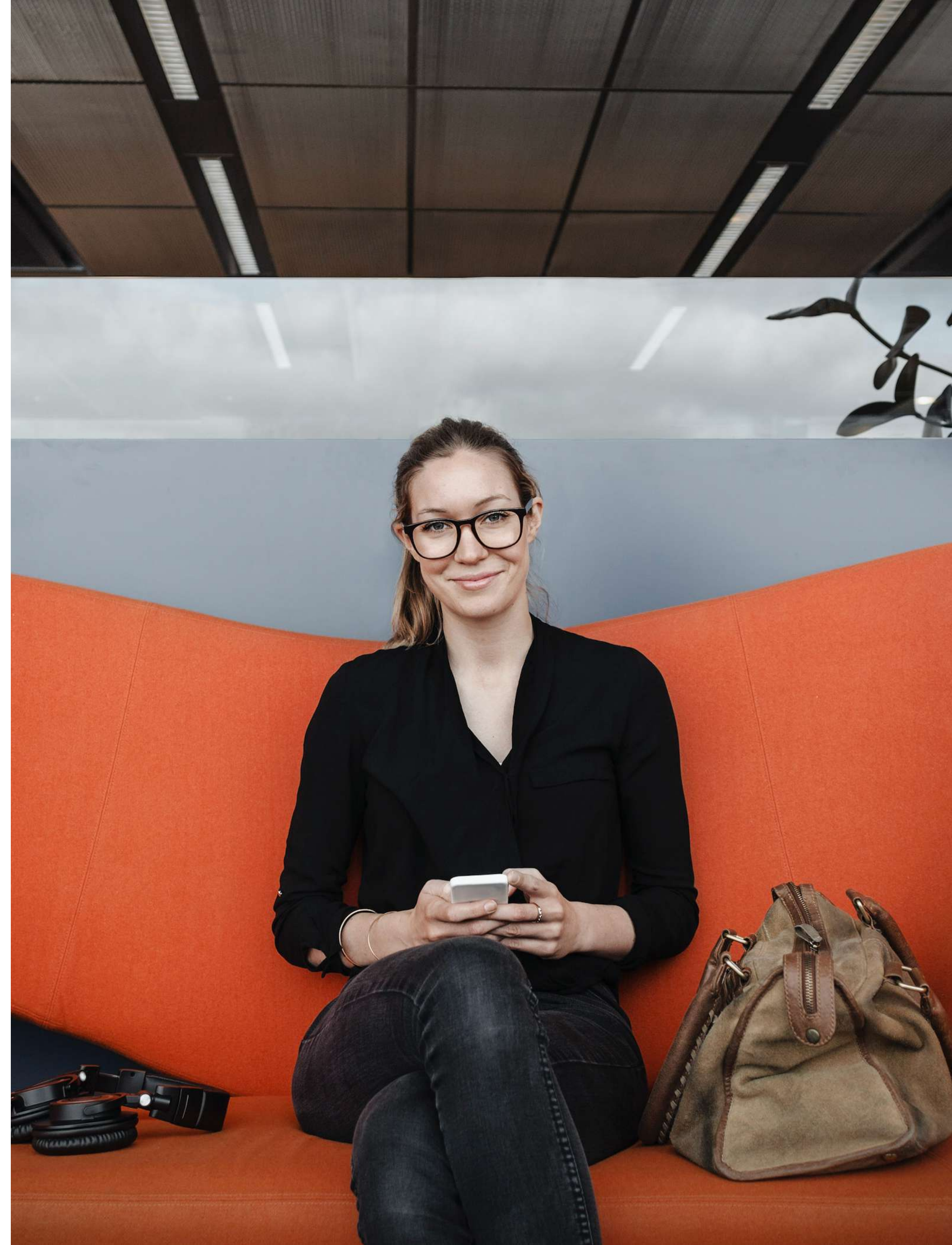


Преимущества

Преимущества бренда

Рациональные

- Повышение возможностей для саморазвития
- Наличие территорий для активного общения и уединения и спокойствия
- Необремененность бытовыми делами и заботами
- Оперативная работа всех сервисов внутри инвест-отеля
- Охраняемость и повышенная безопасность территории инвест-отеля
- Хорошая транспортная доступность
- Развитая инфраструктура вокруг инвест-отеля



Преимущества бренда

Эмоциональные

- Причастность к обществу молодежи будущего
- Возможность общаться и делиться опытом
- Раскрытие собственного потенциала и «сверхспособностей»
- Ощущение перспективности
- Возможность заряжаться энергией и выплескивать ее



Позиция

Территория молодости будущего

Видение

Глобальные изменения и технологический прогресс стремительно уносят нас в будущее, что требует своевременного и эффективного развития человеческого капитала. Обладание передовыми навыками — условие успешного будущего человека, государства, мира.

Чтобы успевать за этой скоростью, человек должен последовательно развиваться и самосовершенствоваться, начиная с территории своей молодости.



Миссия

Мы стремимся **развивать «новое молодое поколение»**, расширяя коллективное сознание и раскрывая сверхспособности каждого.

Мы хотим, чтобы современной молодежи **ничто не мешало открывать новые горизонты**, стремиться в будущее и обретать себя и новые знакомства.

Мы создаем настоящую **территорию развития, молодости и инноваций.**



Создание нового типа молодого человека

Тональность

Тональность

Ключевой принцип коммуникации —
вовлечь в движение «новой
молодежи», показать возможности
развития и перспективы.



Тональность

Приветливый

Когда мы повествуем и говорим о себе — мы не забываем о том, с кем говорим. Мы стараемся быть дружелюбными, располагать к себе, показывая, что не только все наши клиенты единомышленники, но и сам бренд является их единомышленником.



Тональность

Свободный

Стиль нашего общения — не навязывающий, он характеризуется тем, что мы не на чем не настаиваем, лишь предлагаем и позволяем клиенту самому сделать выбор.

НО мы говорим уверенно и четко, мы действительно знаем свои достоинства и не приуменьшаем их, а лишь показываем с нужной стороны.



Тональность

Открытый

Мы говорим открыто и ясно, нам нечего скрывать и мы хотим поделиться тем, что имеем со всем окружающим. Главное — выйти на контакт с потребителем и вовлечь его в атмосферу коллективного развития.



Основные принципы использования стиля

Фирменная типографика

В качестве фирменного шрифта используется DRUK. Широкое начертание для акциденции и заголовков, узкое для мелкой типографики второго порядка. Также допускается использование системного шрифта ARIAL в качестве наборного для текстовых блоков в программах, не поддерживающих дополнительные шрифты.

**DRUK TEXT
WIDE HEAVY**

**DRUK TEXT
MEDIUM**

**ARIAL
REGULAR**

Фирменные цвета

Для всех печатных носителей предполагается печать фирменными цветами CMYK или PANTONE, для цифровых носителей — RGB. Не допускается добавление других не фирменных цветов или модифицирование существующих, кроме белого цвета.

В случае печати в цветовом формате CMYK для черных плашечных заливок и крупной типографики предполагается печать составным черным (25/25/25/100), для текстовых блоков в случае офсетной печати — чистым цветом (0/0/0/100).



Логотип. Охранное поле.

Охранное поле представляет собой высоту буквы «П» в логотипе и обеспечивает необходимое уравновешенное расстояние логотипа от краев носителей и плашек.



Логотип. Охранное поле.

В случае необходимости возможно сокращение охранного поля по одной из 4 сторон, с сохранение пропорций остальных 3 сторон. Однако, для читаемости запрещается зарезание букв более чем на 1/4 по ширине, по высоте допускается только расположение логотипа в край.



Логотип. Цвета.

Допускается расположение логотипа только на фирменных цветах в любой из вариаций. Для крупной акциденции возможно использование аутлайновых версий также фирменных цветов. Данный прием не рекомендуется использовать, если предполагается размещение небольшого логотипа на носителе.

ПРОМОЛОДОСТЬ

ПРОМОЛОДОСТЬ

ПРОМОЛОДОСТЬ

ПРОМОЛОДОСТЬ

ПРОМОЛОДОСТЬ

ПРОМОЛОДОСТЬ

ПРОМОЛОДОСТЬ

ПРОМОЛОДОСТЬ

ПРОМОЛОДОСТЬ

ПРОМОЛОДОСТЬ

ПРОМОЛОДОСТЬ

ПРОМОЛОДОСТЬ

ПРОМОЛОДОСТЬ

ПРОМОЛОДОСТЬ

ПРОМОЛОДОСТЬ

ПРОМОЛОДОСТЬ

ПРОМОЛОДОСТЬ

ПРОМОЛОДОСТЬ

ПРОМОЛОДОСТЬ

ПРОМОЛОДОСТЬ

ПРОМОЛОДОСТЬ

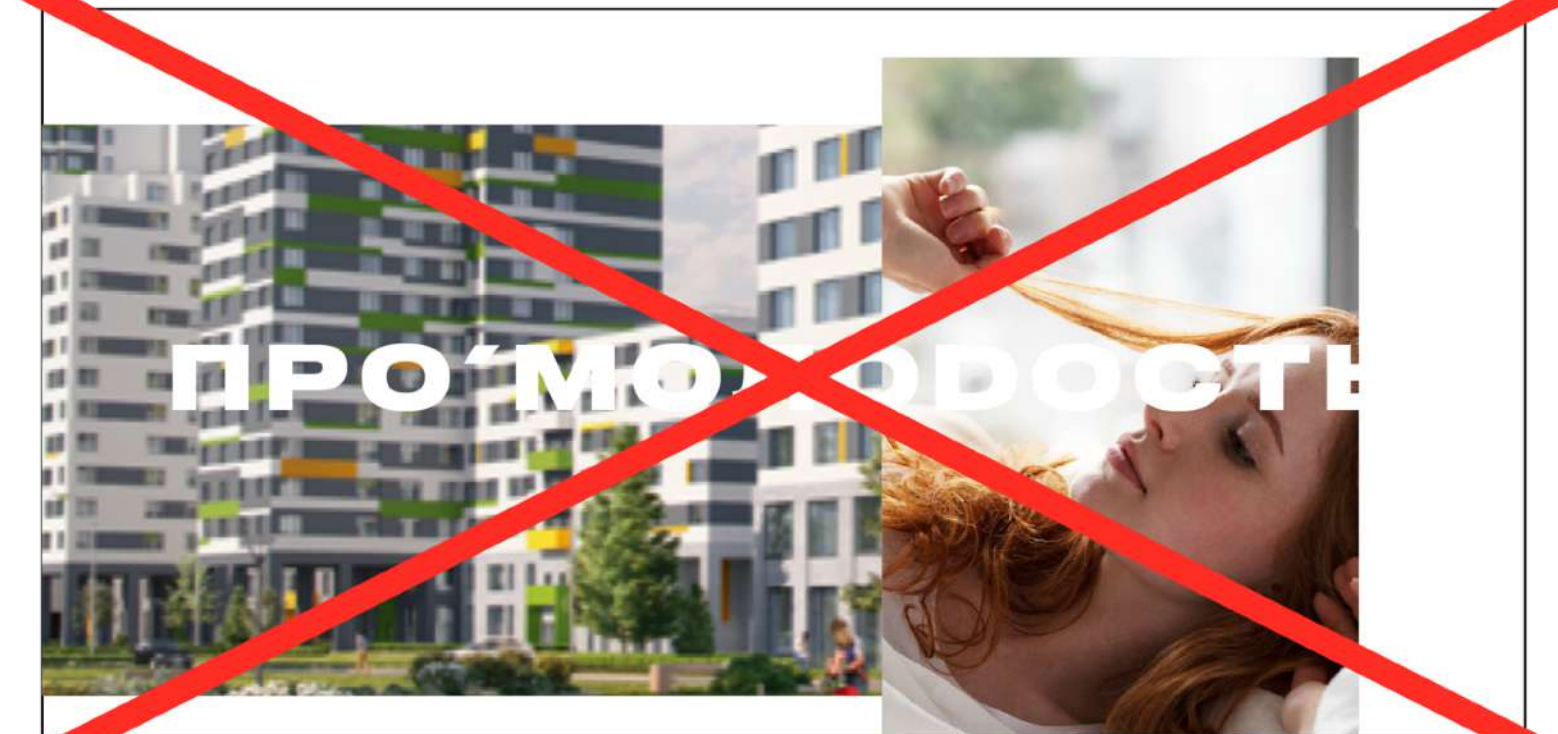
ПРОМОЛОДОСТЬ

ПРОМОЛОДОСТЬ

ПРОМОЛОДОСТЬ

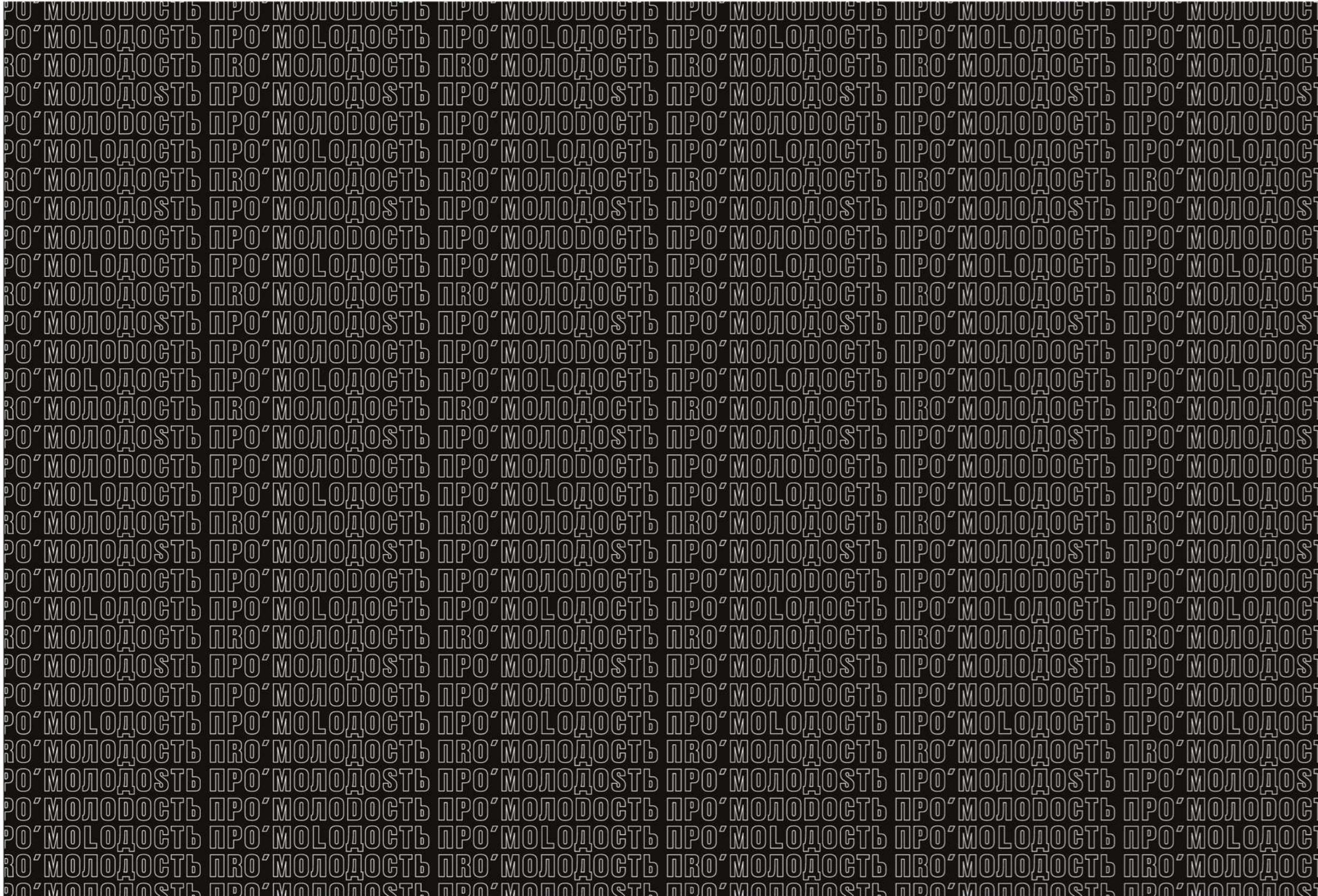
Логотип. Фоны.

Допускается использование фотографий в качестве фона для логотипа, но необходимо выбирать чистые, визуально не засоренные изображения, и в каждом случае подбирать контрастный к ним цвет логотипа, сохраняя читаемость.

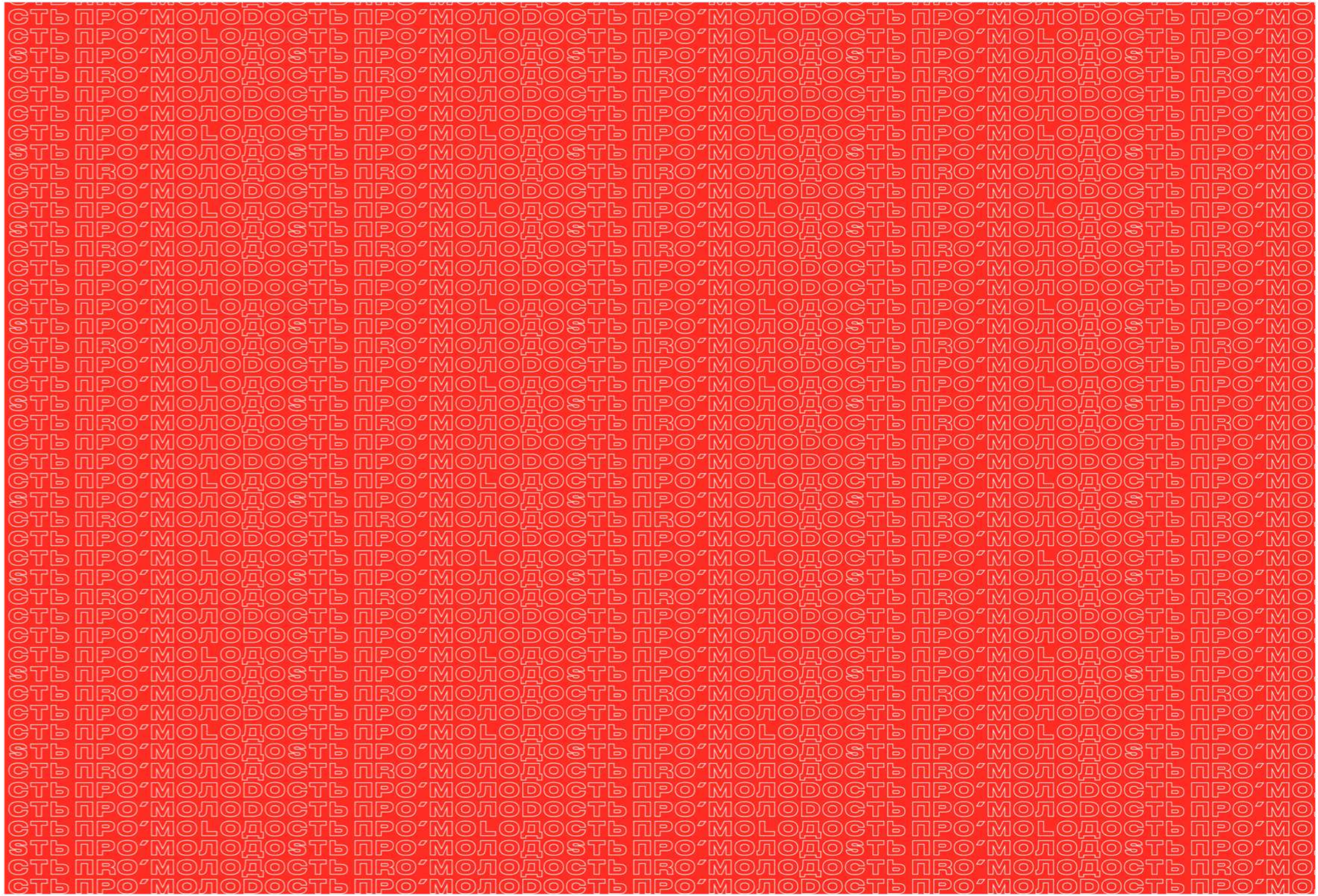


Фирменный паттерн.

Паттерн является фирменной графикой и используется в тех же цветовых решениях, что и логотип. Создается путем дублирования логотипа с вариациями написания букв (заменой кириллических на латинские).



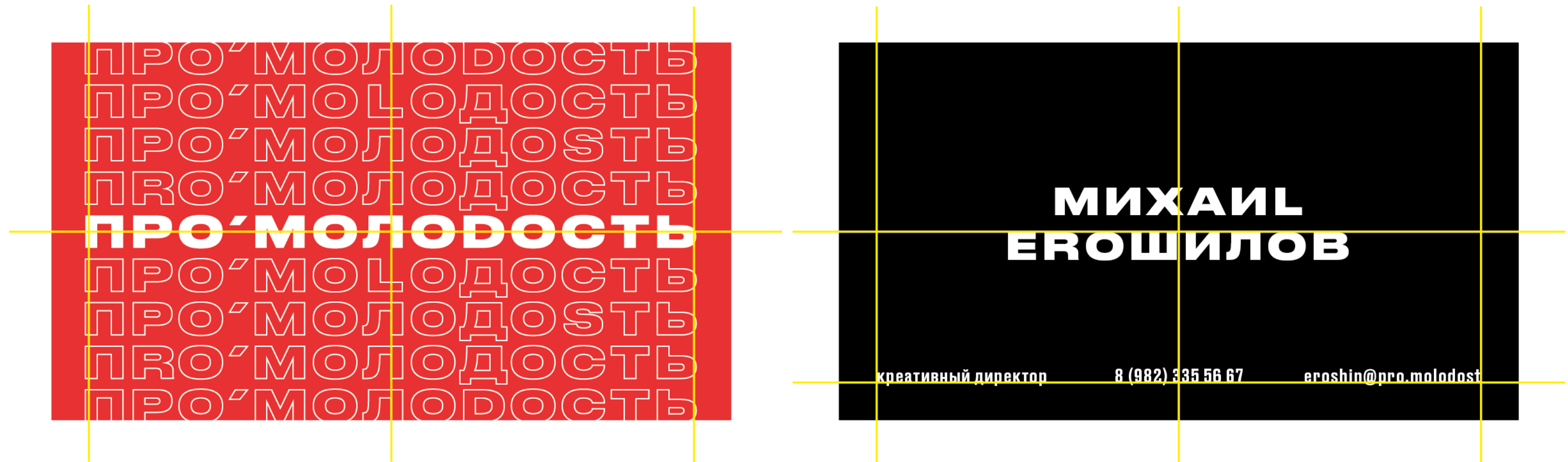
Создание паттерна возможно на основе узкой или широкой версии логотипа. Может использоваться как дополнение или альтернатива основному логотипу.



Носители

Визитки

На внешней стороне визитки печатается фирменный паттерн. Обратная сторона компоуется по основному типографическому принципу фирменного стиля — акцидентный элемент (имя и фамилия) набирается DRUK TEXT WIDE и располагается по центру, а информация второго порядка — DRUK TEXT и располагается по простой сетке.





Фирменный бланк

Фирменный бланк А4, сверстаный по принципу четырехколонника. Для верстки текста в программе Word возможно использование шрифта Arial в наборе.

ПРОМОЛОДОСТЬ	<p>191023, Санкт-Петербург, Синюльская набережная, 28 ОГРН 117746229583 ИНН/КПП 7709991367/770901004</p>	<p>407028100001500009122 Банк «ФК Открытие» К/С 30101810845250000991 БИК 04452991</p>	<p>+7 (812) 777 72 72 pro_molodost.ru in2it.ru hello@pro.molodost</p>
	<p>12/03/19</p> <p>Добрый день, Александр Петрович.</p> <p>Dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.</p> <p>Duis autem vel eum irure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla Dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat.</p> <p>Duis autem vel eum irure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla</p>		

ПРОМОЛОДОСТЬ

191023, Санкт-Петербург, Симонская набережная, 26 ОГРН 1177746229593 ИНН/КПП 7709991367/770901004	407028100001500006122 Банк «ФК Открытие» К/С 30101810845250000991 БИК 04452991	+7 (812) 777 72 72 pro_molodost.ru hi2it.ru hello@pro.molodost
--	---	---

12/03/19

Добрый день, Александр Петрович.

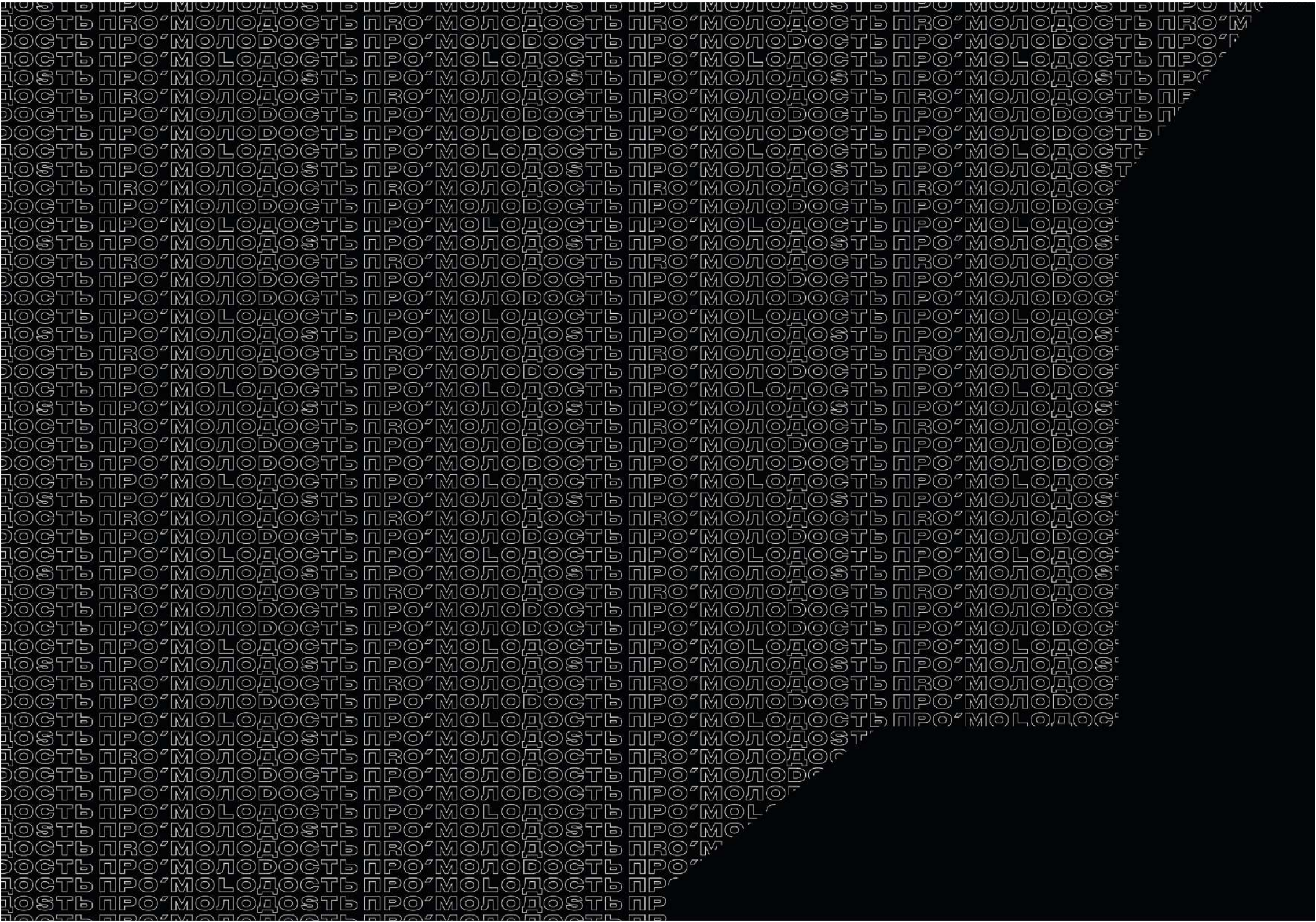
Dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla Dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat.

Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla

Папка 215/305 мм

Фирменный паттерн на оборотной стороне папки и лаконичное размещение логотипа на обложке.



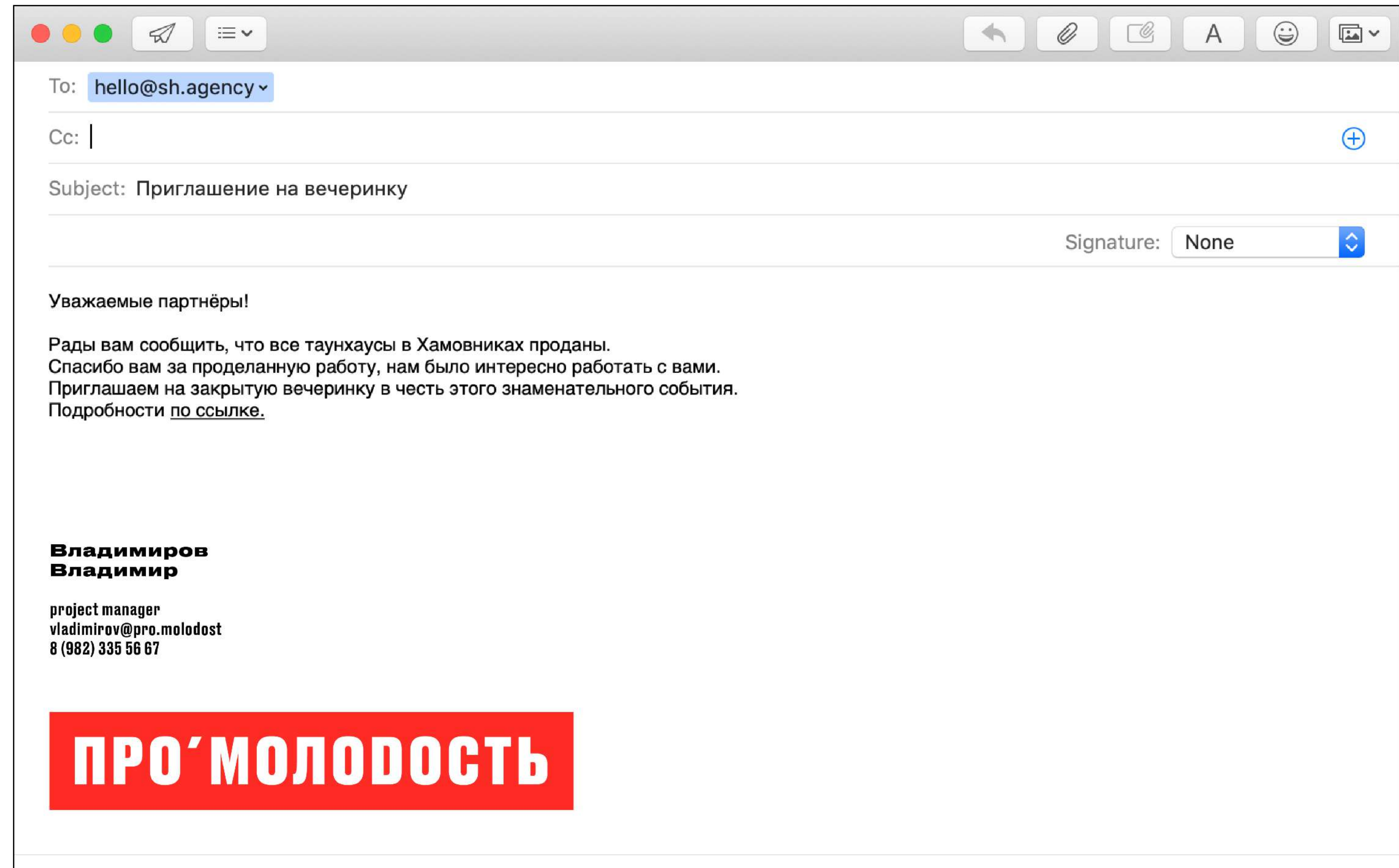
Пакет 250/350 мм

Фирменный паттерн на торце пакета, внутренняя часть запечатана фирменным красным цветом.



Шаблон для электронной рассылки

В качестве подписи к телу письма предлагается прикреплять png файл с набранным фирменным шрифтом ФИ и контактами. А также логотип на плашке фирменного цвета.



The screenshot shows an email composition interface with the following fields and content:

- To:** hello@sh.agency
- Cc:** |
- Subject:** Приглашение на вечеринку
- Signature:** None

The body of the email contains the following text:

Уважаемые партнёры!

Рады вам сообщить, что все таунхаусы в Хамовниках проданы.
Спасибо вам за проделанную работу, нам было интересно работать с вами.
Приглашаем на закрытую вечеринку в честь этого знаменательного события.
Подробности [по ссылке](#).

**Владимиров
Владимир**

project manager
vladimirov@pro.molodost
8 (982) 335 56 67

ПРО'МОЛОДОСТЬ

SmarterHeart® Building Strong Brands