

G L E E R
G L E
G L
G

Брендбук
проекта



LOOK **AHEAD**

Оглавление

01. Анализ трендов рынка

Тренды электронной коммерции 4

02. Бренд платформа

Целевая аудитория 10

Манифест бренда 13

Ценности бренда 14

Эмоциональные преимущества 15

Рациональные преимущества 16

Семантика 17

Тональность бренда 18

Позиционирование 19

DNA 20

Суть бренда 21

03. Нейминг

GLER 23

04. Визуальная айдентика

Логотип 25

Знак 26

Версия логотипа 27

Охранное поле 28

Кобрендинг 29

Недопустимое использование логотипа 30

Фотостиль 31

Цветовой код 34

Шрифт 35

Принципы верстки макетов 36

05. Кейвижуал

Основная идея 38

Примеры использования 39

06. Носители

Визитки 46

Наружная реклама 48

Сити-формат/плакаты 55



01 – анализ трендов рынка



Тренды электронной коммерции

Электронная коммерция (e-commerce) –

Это сфера цифровой экономики, которая включает в себя все финансовые и торговые транзакции, осуществляемые при помощи компьютерных сетей, и бизнес-процессы.

К электронной коммерции относят:

ЭЛЕКТРОННЫЙ ОБМЕН
ИНФОРМАЦИЕЙ (ELECTRONIC
DATA INTERCHANGE, EDI)

ЭЛЕКТРОННОЕ ДВИЖЕНИЕ
КАПИТАЛА (ELECTRONIC
FUNDS TRANSFER, EFT)

ЭЛЕКТРОННУЮ ТОРГОВЛЮ
(E-TRADE)

ЭЛЕКТРОННЫЙ МАРКЕТИНГ
(E-MARKETING)

ЭЛЕКТРОННЫЙ БАНКИНГ
(E-BANKING)

ЭЛЕКТРОННЫЕ СТРАХОВЫЕ
УСЛУГИ (E-INSURANCE)

ЭЛЕКТРОННЫЕ ДЕНЬГИ
(E-CASH)

Тренды электронной коммерции

Эксперты выделяют две глобальные тенденции, влияющие на экономику страны и рынки:

1

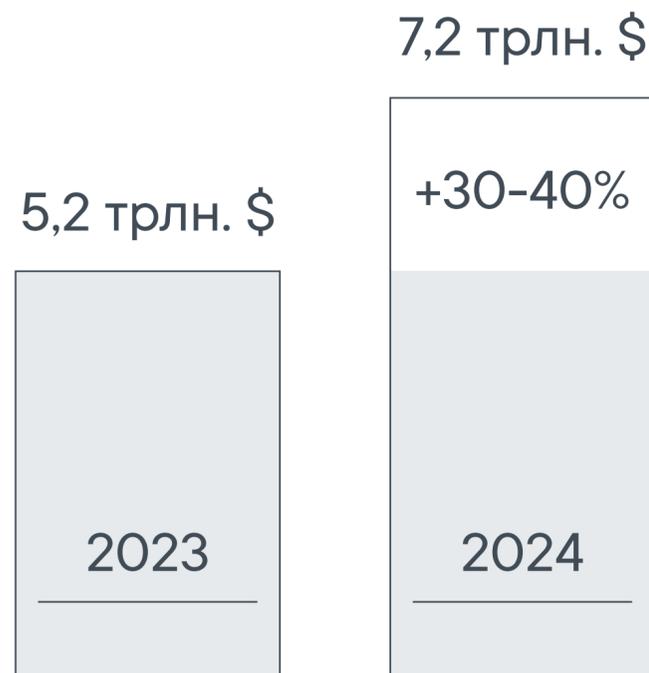
Тотальная цифровизация
и импортозамещение
в каждой отрасли

2

Обновление всего стека
it-решений, массовый
переход компаний
на отечественный софт

Тренды электронной коммерции

Объем рынка e-commerce



Тренды электронной коммерции

Драйверы развития e-commerce в России:

Нестабильность ассортимента и цен, нарушение логистических цепочек уже сказываются на любом бизнесе. Но больше всего, конечно, на офлайн-ритейле.

Развитие внутреннего или интегрированного производства в России и, конечно, совмещение его с онлайн-ритейлом. Из-за геополитической ситуации ухудшились транспортные потоки в стране и за ее пределами – необходимо строить новые производственно-сбытовые цепочки.

Поиск эффективных точек роста компаний, в которые необходимо вкладывать время и деньги. Например, вывод на рынок азиатских брендов или создание новых взамен ушедших игроков. Для этих целей маркетплейсы – очевидный путь выхода на конечных покупателей.

Параллельный импорт, кроссбордерная торговля – новые возможности для бизнеса в условиях быстро меняющихся условий.

Тренды электронной коммерции

Тенденции рынка в e-commerce:

Коробочные решения и современные технологии электронной коммерции

КУРС НА УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ КОМПАНИЙ И СОЦИАЛЬНЫЕ ПРОГРАММЫ (ЦИФРОВАЯ ДОСТУПНОСТЬ ДЛЯ ЛЮДЕЙ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ)

НОВЫЕ ФОРМЫ ОПЛАТЫ, НАПРИМЕР, КРИПТОВАЛЮТОЙ, ЦИФРОВЫМ РУБЛЕМ

E-commerce площадки = полноценный маркетинговый инструмент

ВНЕДРЕНИЕ АВТОНОМНЫХ МАГАЗИНОВ БЕЗ ОЧЕРЕДЕЙ И КАСС ПО ТЕХНОЛОГИИ «JUST WALK OUT» – ДЛЯ МАСШТАБНОГО ПРИМЕНЕНИЯ В РИТЕЙЛЕ ПОТРЕБУЕТСЯ 5+ ЛЕТ

Персонализация и искусственный интеллект на площадках для продаж и закупок

ОФЛАЙН-МАГАЗИН КАК ШОУРУМ/ВИТРИНА

02 – бренд платформа



Целевая аудитория

Поколение Y или миллениалы 1984 – 2000



МИНИМАЛИСТЫ (25–36)

Эгоцентричные и амбициозные, с выраженной потребностью в признании.



МОЛОДЫЕ ГЕДОНИСТЫ (25-36)

Современные, активные, сфокусированы на себе и своих желаниях



ФОКУС НА УСПЕХ (25-36)

Практичные, ценящие комфорт, свободу и личное пространство.

Поколение X 1967 – 1984



ИСКУШЕННЫЕ (46-55)

Состоявшиеся, искушенные и любящие себя



ЗАБОТЛИВЫЕ ПРАКТИКИ (40-55)

Основательные, практичные, сфокусированные на благополучии семьи/окружения

Целевая аудитория (общее)

1

Любят и ценят себя, с высокой самооценкой и чувством собственного достоинства

2

Успешные: в зависимости от возраста – перспективные или уже состоявшиеся

3

Оценивают себя адекватно: отчетливо понимают, что вполне благополучны и могут позволить себе больше «обычных людей» стали уже «другим классом», вышли за рамки «эконома»

4

Важно ощущение внутреннего комфорта, гармонии себя и своей среды: Хочется чувствовать, что среда «на моем уровне» и так же благополучна, как я сам. Но не хочется чувствовать себя самозванцем и брать на себя лишние обязательства.

Целевая аудитория

Для людей настоящего и будущего

ЛЮДИ БУДУЩЕГО И НАСТОЯЩЕГО – ДРАЙВЕРЫ РАЗВИТИЯ И ЛИДЕРЫ ИЗМЕНЕНИЙ, КОТОРЫЕ СТРЕМЯТСЯ ВОПЛОТИТЬ В ЖИЗНЬ ПЕРЕДОВЫЕ ИДЕИ.

ОНИ АНАЛИЗИРУЮТ, СОЗДАЮТ, ТЕСТИРУЮТ И ИНТЕГРИРУЮТ БУДУЩЕЕ В НАСТОЯЩЕЕ

ОНИ ПРЕУМНОЖАЮТ И СОТРУДНИЧАЮТ



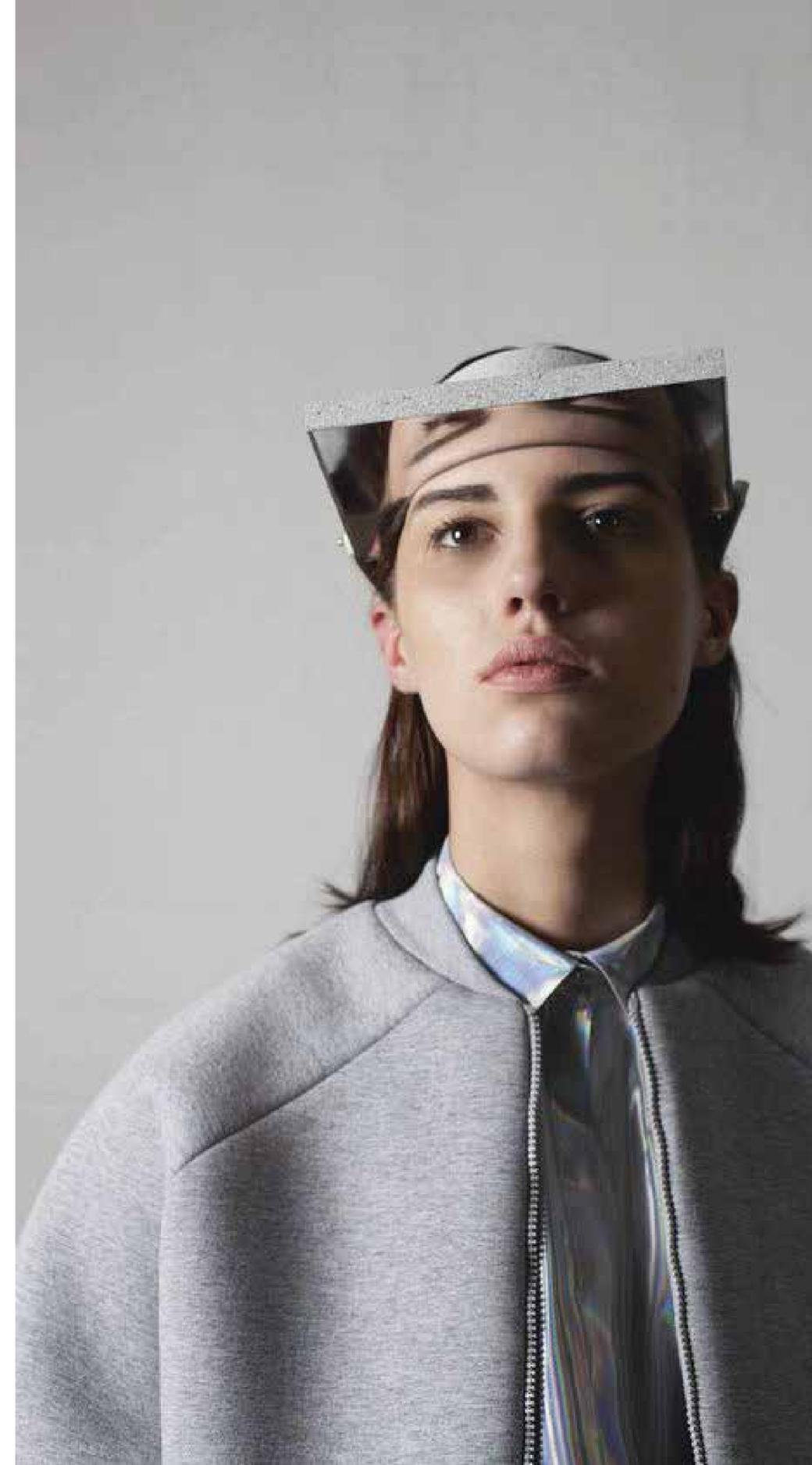
Манифест бренда

Мы живем в эре экологичного взаимодействия, цифровых форм существования, динамичных проектов и в объемном понятии счастье.

GLER - современная среда для жизни, основанная на гибких территориях сотрудничества и гуманистических смыслах.

Мы задумываемся о будущих ценностях, интегрируем их в повседневную жизнь резидентов/владельцев.

Создаем мир, построенный на Людах гуманистической коллаборации, на экологичном внимании к Планете и прозрачности, на индивидуальных Достижениях, счастье и устойчивом развитии.



Ценности бренда

КОЛЛАБОРАЦИИ

Преумножение компетенций,
ресурсов, результатов;

Генерация новых/существующих
команд профессионалов
и исследователей;

Развитие и поддержание нового
цифрового комьюнити.

КАСТОМНОСТЬ

Создание новых трендов;
Интеграция двух подходов
цифрового и хьюмен.

ТРАНСПЕРЕНСИ

Поощрение гибридных
форм работы/жизни.

ДАЙВЕРСИТИ

Фокус на открытом
мировоззрении.

SUSTAINABLE

Поддержание среды для развития
онлайн торговли, цифровых продуктов
и гуманистических/эстетических
инициатив.

ЭКОЛОГИЧНОСТЬ

Забота о комфортной среде
и будущем развитие.

Эмоциональные преимущества

Время компетенций, преумножения и прозрачного сотрудничества

КОЛЛАБОРАЦИИ

КОМЬЮНИТИ СМЕЛЫХ
ИССЛЕДОВАТЕЛЕЙ

САСТЕЙНЭБЕЛ
УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ

ЦИФРОВОЙ X ГУМАНИСТИЧНЫЙ
ПОДХОД

ДАЙВЕРСИТИ

ОТКРЫТОСТЬ МИРОВОМУ ОПЫТУ
И ИСТОРИЧЕСКОМУ НАСЛЕДИЮ

ТРАНСПЕРЕНСИ

НОВАЯ ФОРМА ЖИЗНИ
ГИБРИДНАЯ СРЕДА ДЛЯ ЖИЗНИ
И ДОСТИЖЕНИЙ

КАСТОМНЫЙ

MIX USE
СОБСТВЕННЫХ
МАРШРУТОВ/ПРОСТРАНСТВА

ЭКОЛОГИЧНОСТЬ

СОХРАНЕНИЕ БАЛАНСА
ПРИВАТНОСТИ И СООБЩЕСТВА

Рациональные преимущества

Время компетенций, преумножения и прозрачного сотрудничества

КОЛЛАБОРАЦИИ

ФУНКЦИОНАЛЬНАЯ
ЭКОСИСТЕМА ГЕНЕРИРУЮЩАЯ
УСПЕШНЫЕ БИЗНЕСЫ
И ИНТЕРПРИНЕРСТВО

САСТЕЙНЭБЕЛ УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ

МАТРИЦА НАТУРАЛЬНЫХ
И СОВРЕМЕННЫХ МАТЕРИАЛОВ.
ТЕХНОЛОГИИ И АНАЛОГОВОСТЬ

ДАЙВЕРСИТИ

СОЗДАНО ЛЮДЬМИ ДЛЯ ЛЮДЕЙ

ТРАНСПЕРЕНСИ

ГИБКИЕ ПРОЗРАЧНЫЕ
ПРОСТРАНСТВА
С ТИХИМИ ЗОНАМИ

КАСТОМНЫЙ

ВОЗМОЖНОСТЬ САМОСТОЯТЕЛЬНО
ТРАНСФОРМИРОВАТЬ ПРОСТРАНСТВА
(МЕБЕЛЬ, СВЕТ)

ЭКОЛОГИЧНОСТЬ

ПЛАНИРОВОЧНЫЙ РЕШЕНИЯ
E-PLANS (тестирует AL или сети)

Семантика

НОВОЕ

ОСОЗНАННОЕ

ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ

ДИНАМИЧНОЕ

САМОСТОЯТЕЛЬНОЕ

СТРАСТЬ

РОСТ

ЧЕЛОВЕЧНОСТЬ

ОТКРЫТОСТЬ

ПАРТНЕРСТВО

АМБИЦИОЗНОСТЬ

БЕЗОПАСНОСТЬ

ШИРОТА ВЗГЛЯДОВ

СТРЕМЛЕНИЕ

ГИБКОСТЬ

ЭКОЛОГИЧНОСТЬ

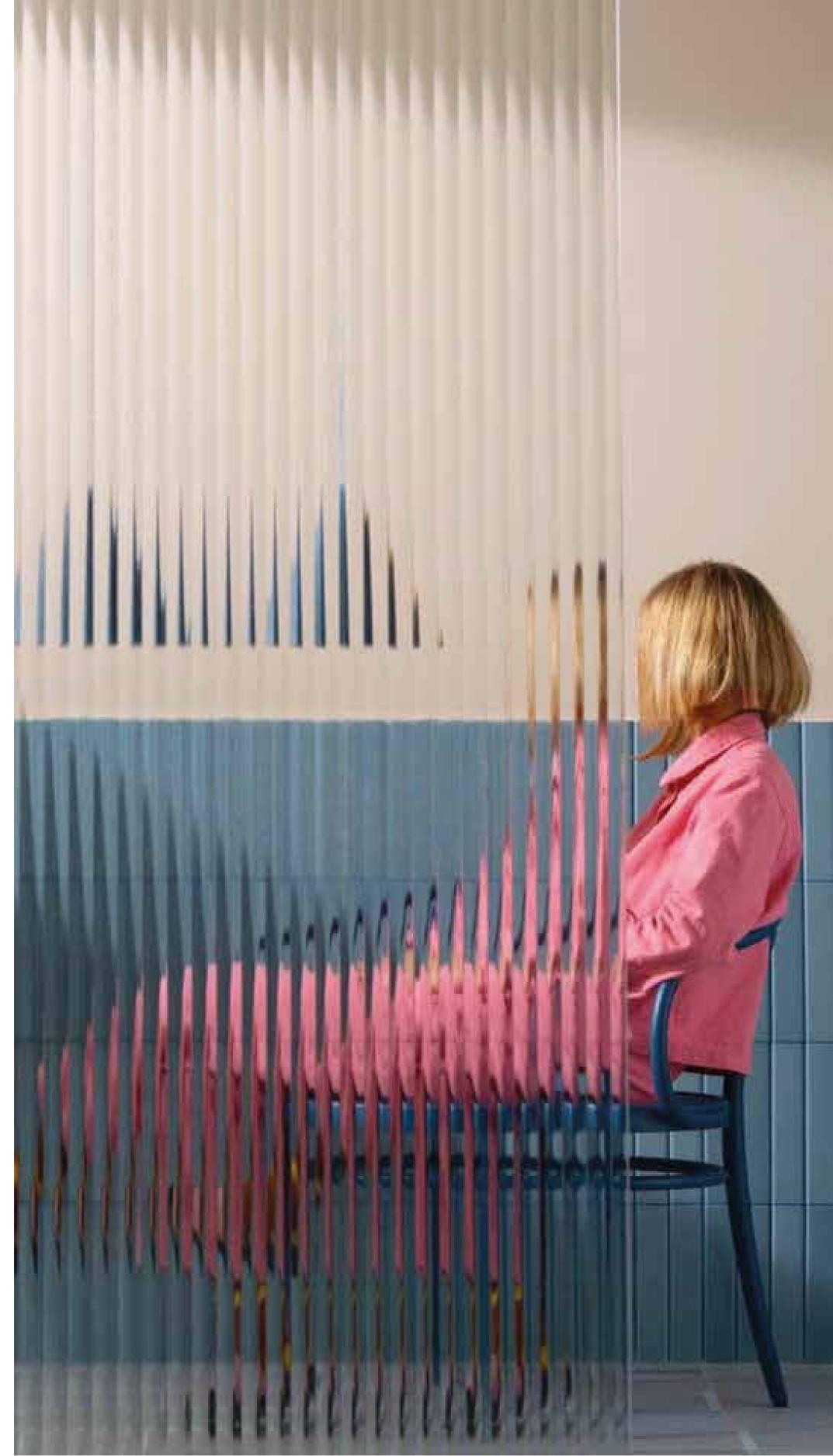
ТРАНСФОРМАЦИЯ

ШИРОТА ВЗГЛЯДОВ

СВОБОДА

УСПЕХ

ДЕНЬГИ



Тональность бренда

ЧЕТКАЯ

ЯРКАЯ

ОДНОЗНАЧНАЯ

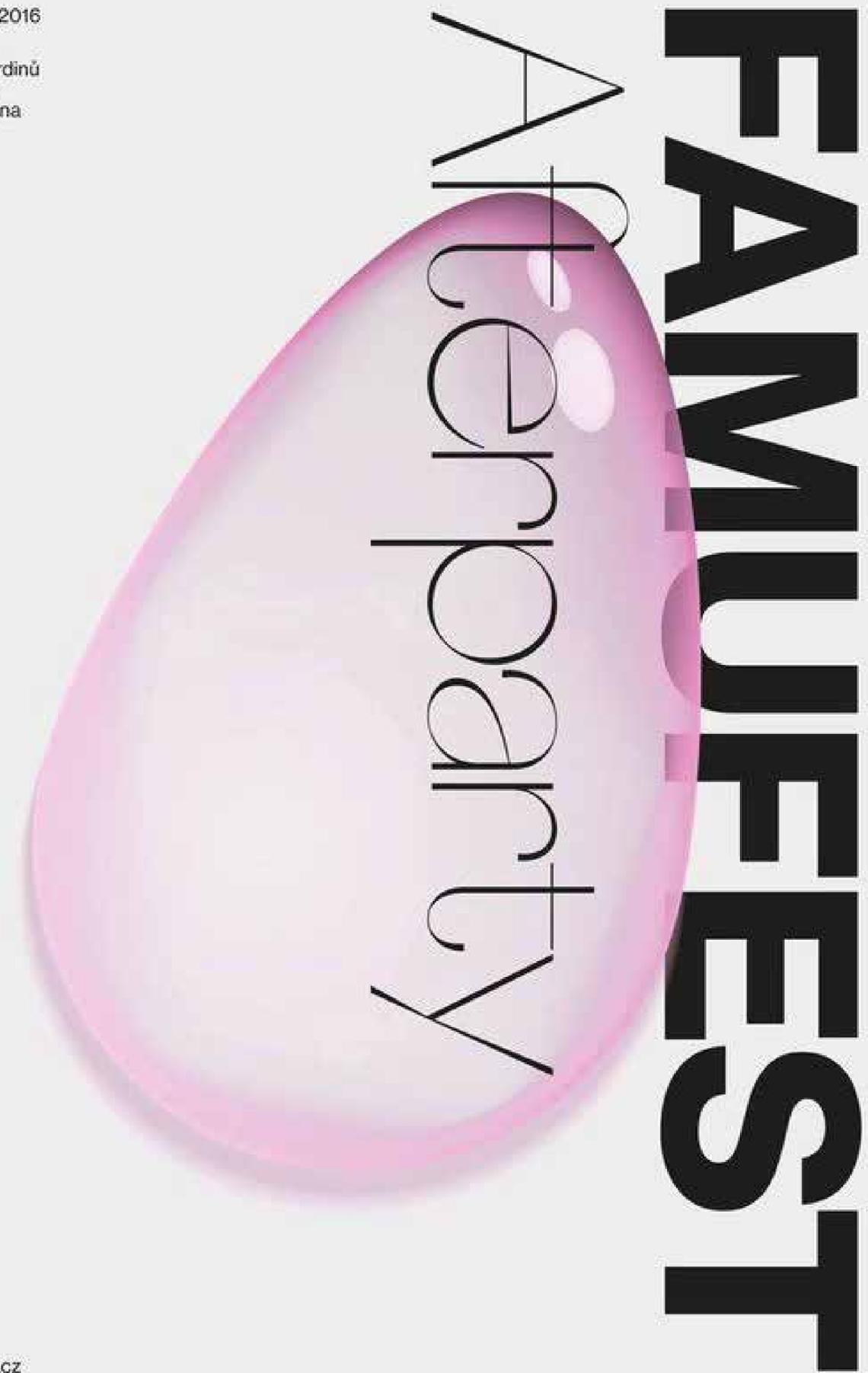
СТРУКТУРНАЯ

Территория новых терминов
и придуманной лексики
(неологизмов).

Ультра модный дизайн,
создание собственных
трендов.

23–27.11. 2016

Studio Hrdinů
Bio Oko
Café Jedna



Позиционирование

1

ПРОСТРАНСТВО
НОВЫХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ
СОЗДАНОЕ ЛЮДЬМИ

2

ПРОСТРАНСТВО
ОБЪЕМНОГО
СЧАСТЬЯ



DNA

DNA бренда

УМНЫЙ,
ФУНКЦИОНАЛЬНЫЙ,
СВОБОДНЫЙ,
УСПЕШНЫЙ,
РАЗВИВАЮЩИЙСЯ.

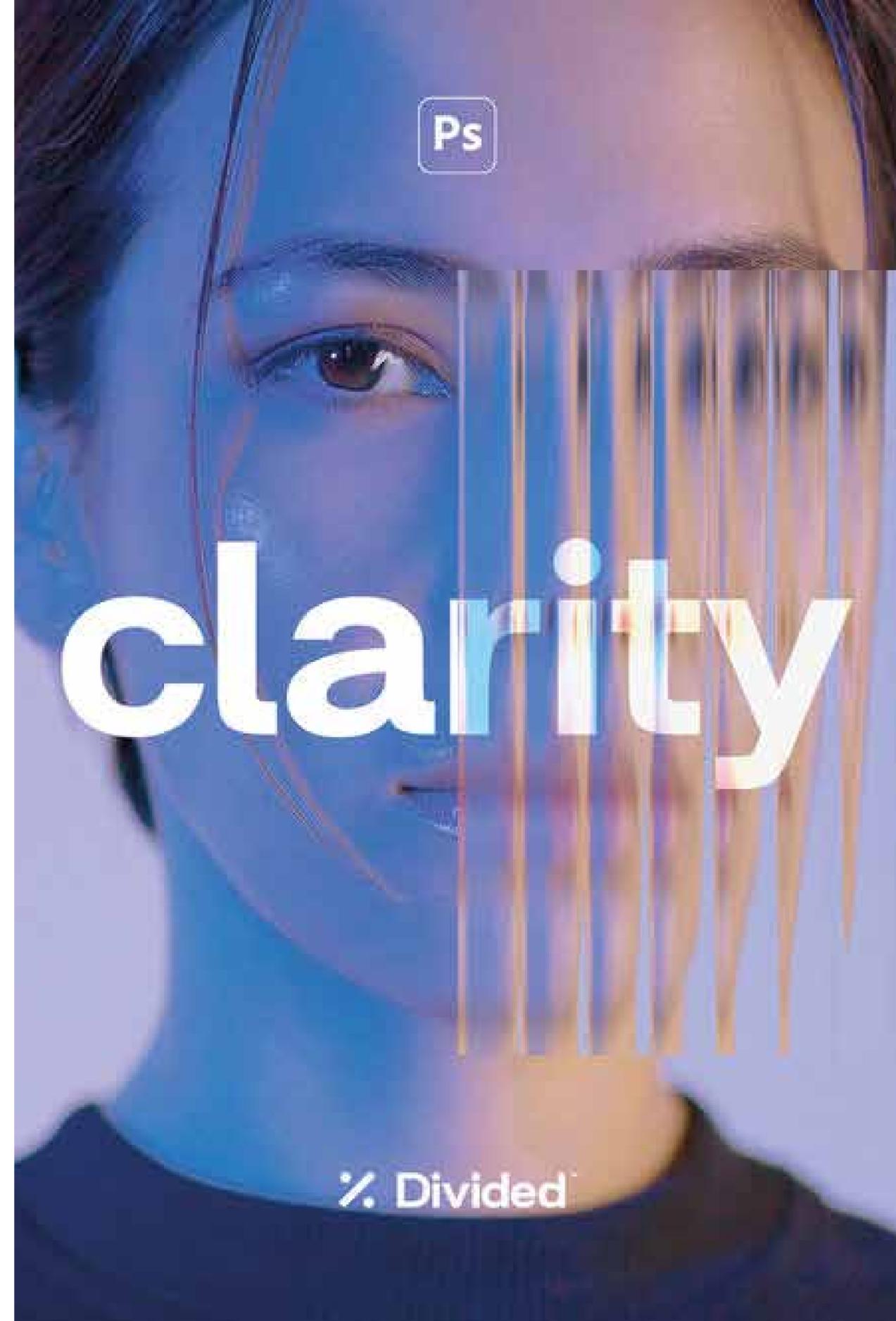
Характер бренда

АМБИЦИОЗНЫЙ,
ЯРКИЙ,
ЖИВОЙ,
ОТКРЫТЫЙ,
ЛЮБОЗНАТЕЛЬНЫЙ.



Суть бренда

Мир коллабораций,
индивидуальных решений
и объемного понятия
«Счастье»



03 – НЕЙМИНГ



GLER

Gler звучит современно и просто, у этого слова есть своя история происхождения и семантика.

С исландского оно означает стекло, что может стать тонкой отсылкой к последнему этажу апартаментов и ценностям аудитории. И вообще прозрачность, открытость, честность – это одни из главных ценностей не только аудитории, но и нового времени.

Ассоциации

Стекло

Прозрачность

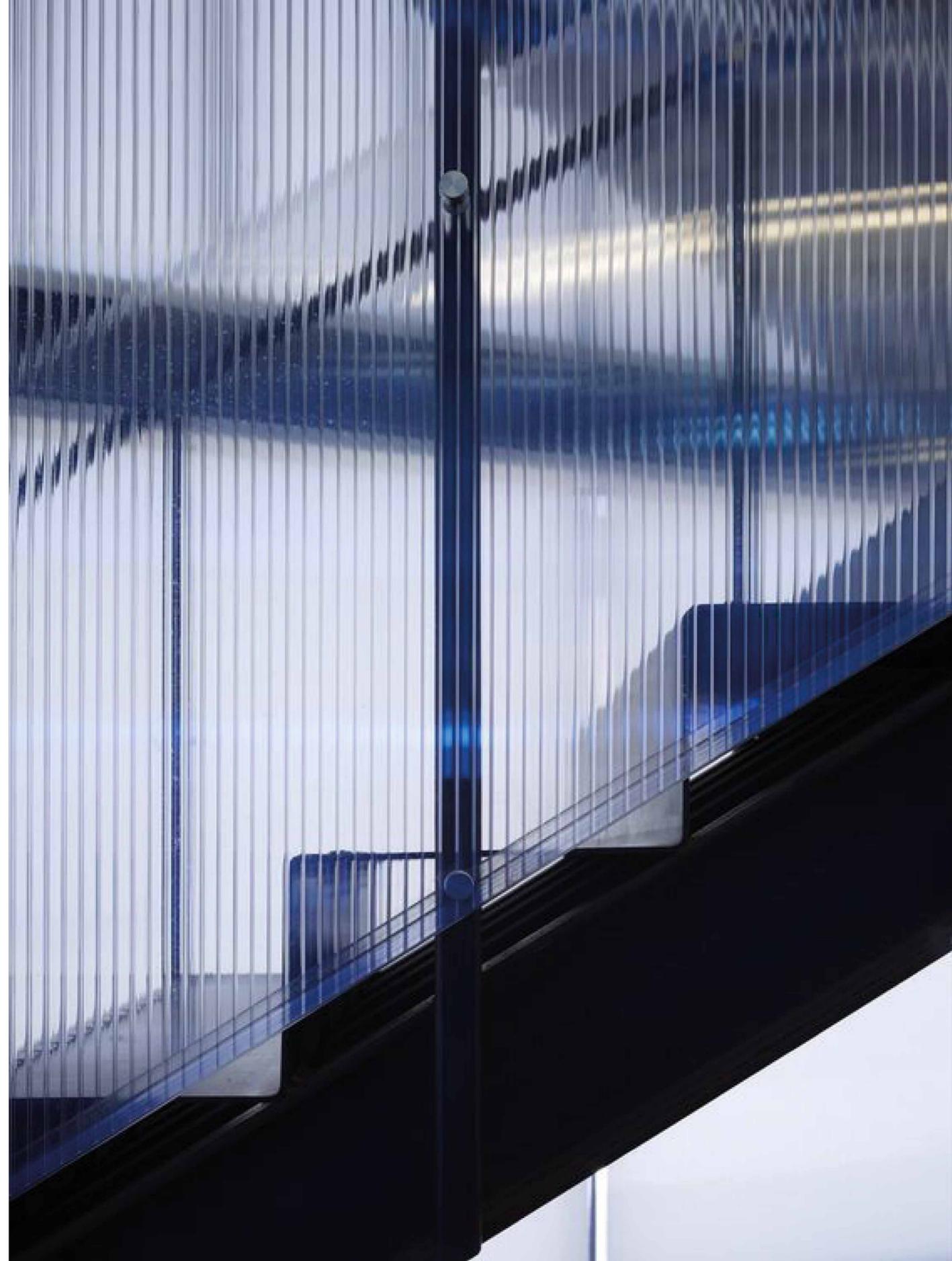
Доступность

Эстетика

Варианты домена

 glerapart.ru

 glerapart.com



04 – визуальная айдентика



Логотип

Основной графической константой бренда выступает шрифтовой логотип.

Разработанное начертание подчеркивает особенности платформы бренда.

Концепт является отражением современного минимализма. Физика поведения стекла легла в основу метафоры, которая используется в построении графики. Это отражение, преломление, повторение.

Отражение

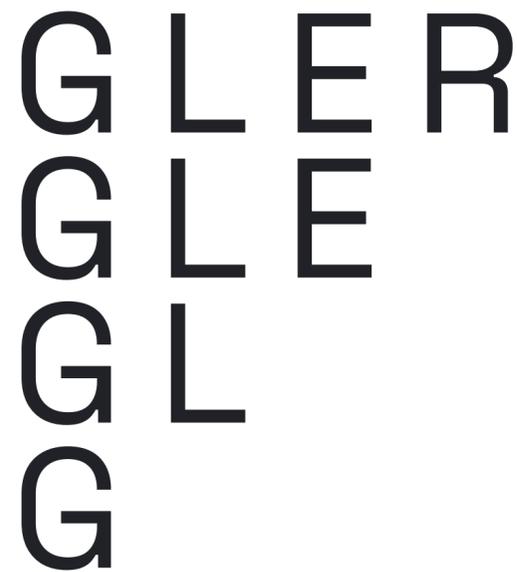
Множество

Верхний этаж

Подъем

Рост

Чистота

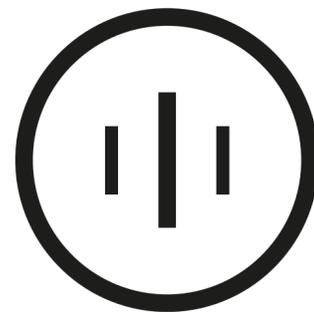


GLER



GLER

Знак



Здания

Окна

Перспектива

Лаконичность

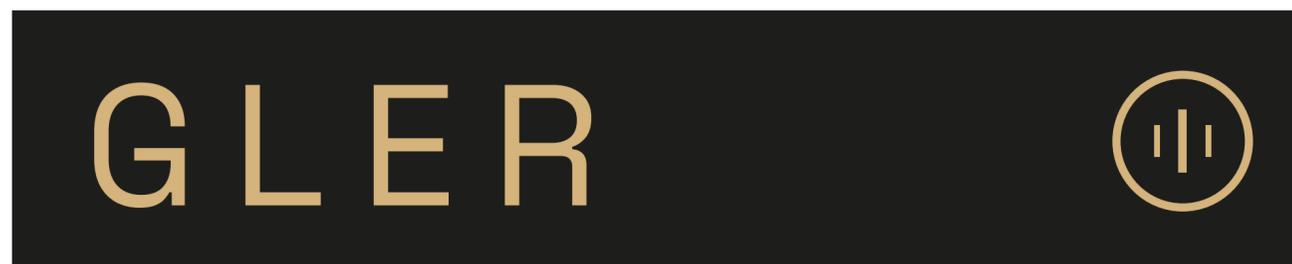
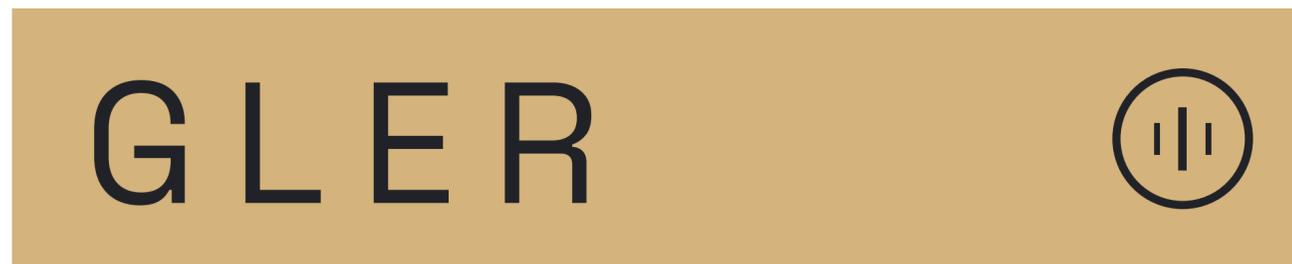
Гармония



Версия логотипа

В местах позиционирования логотипа с ограниченным пространством, используется дополнительная версия с обрезом.

Так же эта версия используется на фасадных вывесках.



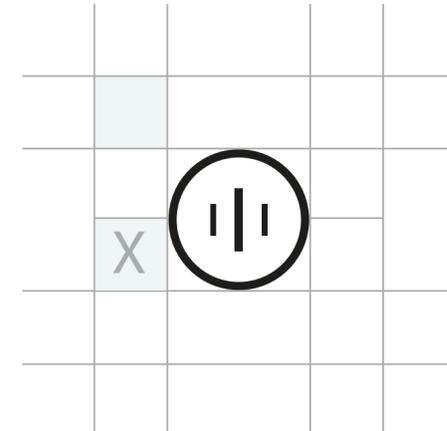
Охранное поле

Допустимые минимальные значения размещения логотипа.

- Логотип можно размещать в любом свободном месте с сохранением пропорций, охранных полей и верстки макета;

- Исключено размещение логотипа на макетах на расстоянии менее, чем установленная величина X от края по вертикали и горизонтали;

- Величина X - это 1/2 высоты буквы.



Кобрендинг

При размещении логотипа с другими брендами следует учитывать вес и объем соседствующих логотипов.

GGGG
LLE
EER



Недопустимое использование логотипа

1. Не использовать неустановленные цвета;
2. Не использовать градиенты;
3. Не искажать пропорции;
4. Не использовать обводки;
5. Не использовать размытие и другие эффекты;
6. Не использовать украшения.

The logo 'GLER R' is displayed in a solid purple color, which is not an established brand color.

1

The logo 'GLER R' is displayed in a solid red color, which is not an established brand color.

2

The logo 'GLER R' is displayed with distorted proportions, where the letters are stretched and compressed, deviating from the original design.

3

The logo 'GLER R' is displayed as a hollow outline, which is not an established brand style.

4

The logo 'GLER R' is displayed with a blurred or soft-focus effect, which is not an established brand style.

5

The logo 'GLER R' is displayed with red arrowheads pointing outwards from the left and right sides, which is not an established brand style.

6

Фотостиль

Персонажи.

Фотографии с дополнительным объемом и свободным пространством, не шумные.

*Платные фото



Фотостиль

Персонажи.

Фотографии с дополнительным объемом и свободным пространством, не шумные. Натюрморты.

*Бесплатные фото



Фотостиль

Архитектура.

При использовании фотографий и архитектурных рендеров комплекса важно выбирать одноцветные фотографии или изображения с небольшими цветовыми акцентами.

Избегать большого количества облаков и веток деревьев.

Желательно использовать фронтальный вид, где линии параллельны краю изображений.



✓ линии параллельны краю изображения

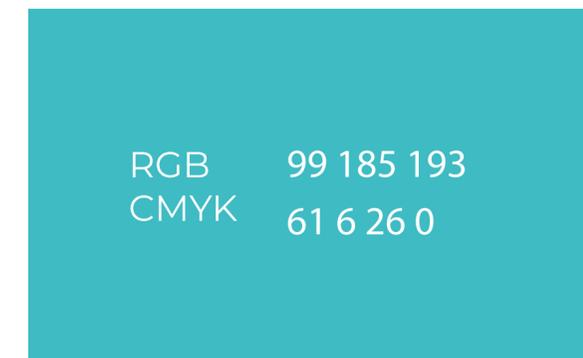
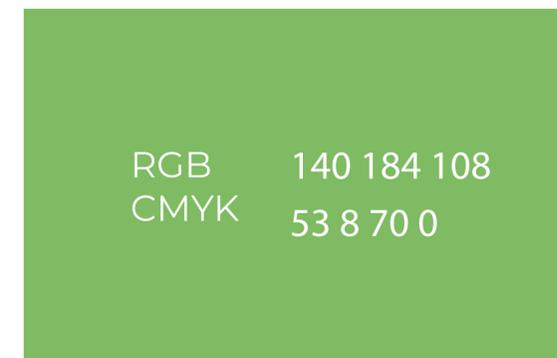
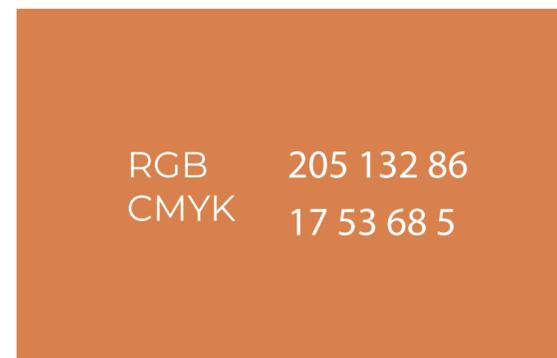
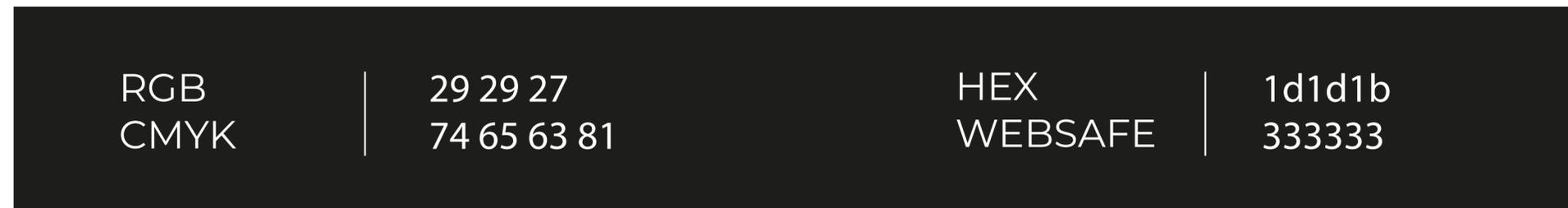
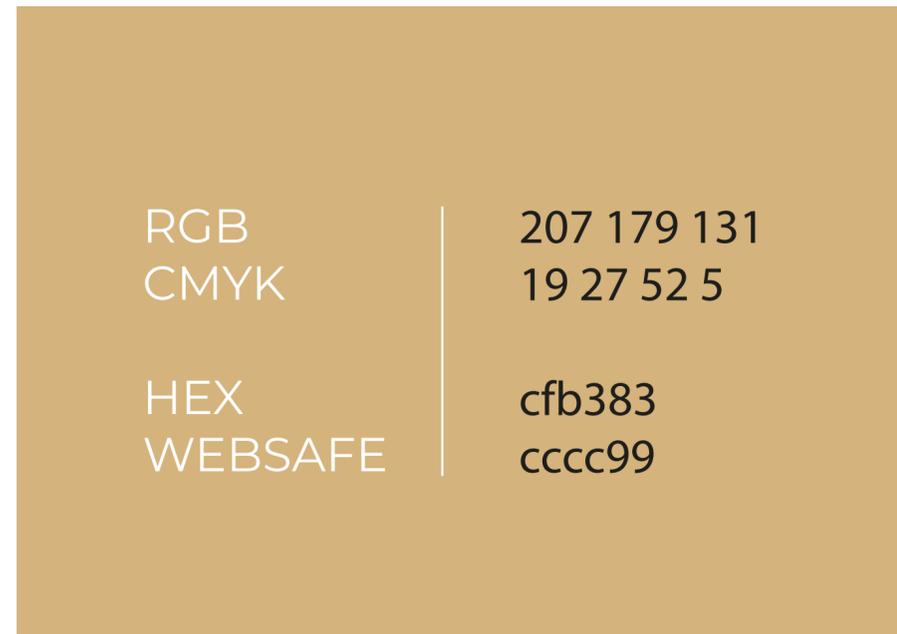


✗ линии не параллельны (избегать искажение за счет перспективы)



Цветовой код

Основные цвета фирменного стиля.



Шрифт

Фирменный шрифт – Отечественный гротеск со свободной лицензией. Имеет плавные линии и хорошую считываемость.

TT Commons

Гарнитура: TT Commons

ПРОСТРАНСТВО НОВЫХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ

TT Commons Bold/ 30 pt

ПРОСТРАНСТВО ОБЪЕМНОГО СЧАСТЬЯ

TT Commons Regular/ 30 pt

ПРОСТРАНСТВО НОВЫХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ

TT Commons Medium / 30 pt

Aa

TT Commons Regular / 100 pt

Aa

TT Commons Bold / 100 pt

regular

medium

bold

black

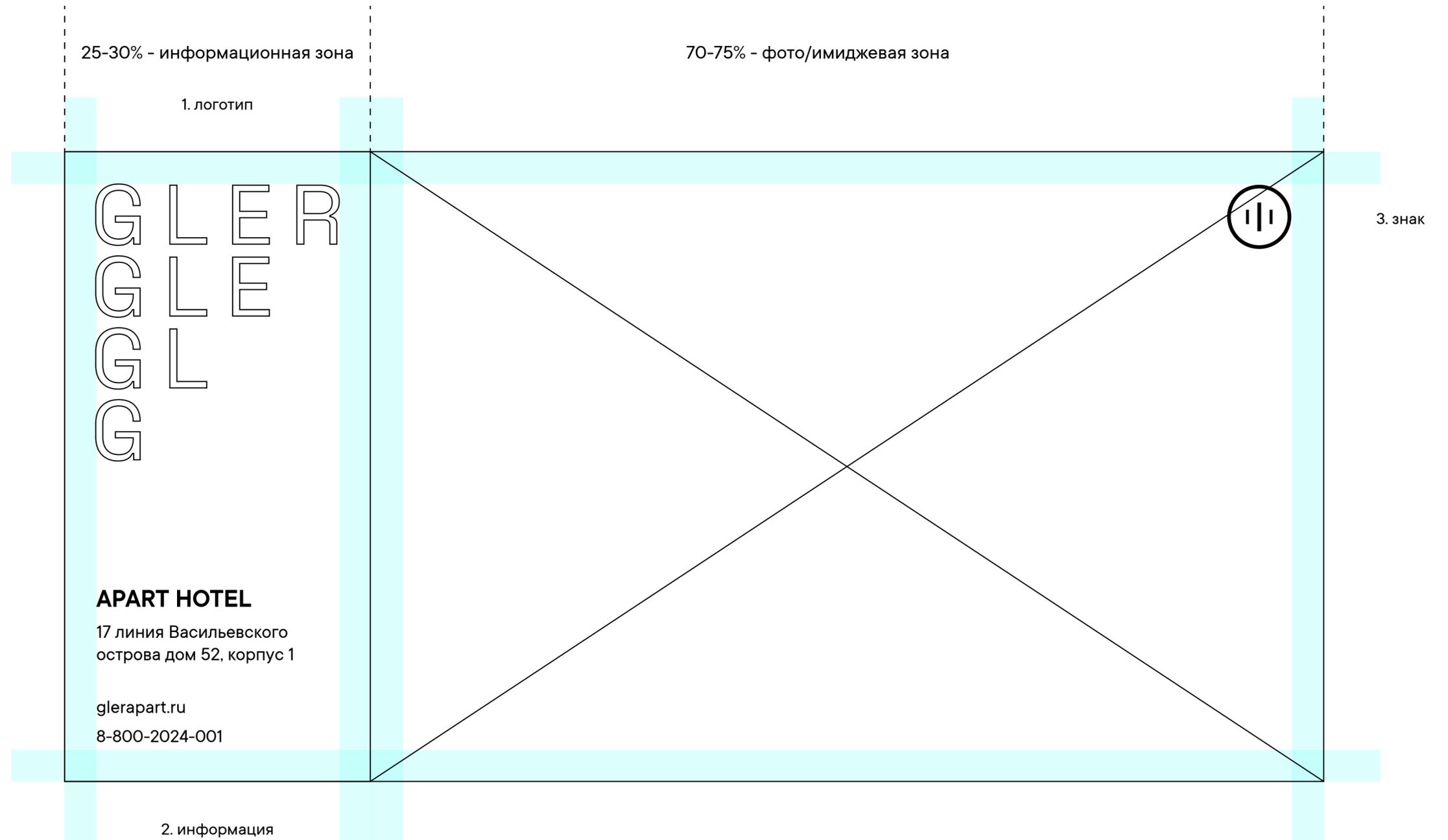
А	Б	В	Г	Д
Е	Ё	Ж	З	И
К	Л	М	Н	О
П	Р	С	Т	У
Ф	Х	Ц	Ч	Ш
Щ	Ъ	Ы	Ь	Э
Ю	Я			

а	б	в	г	д
е	ё	ж	з	и
к	л	м	н	о
п	р	с	т	у
ф	х	ц	ч	ш
щ	ъ	ы	ь	э
ю	я			

0	1	2	3	4
5	6	7	8	9

Принципы верстки макетов

При верстке макетов следует учитывать его пропорции и ориентацию.

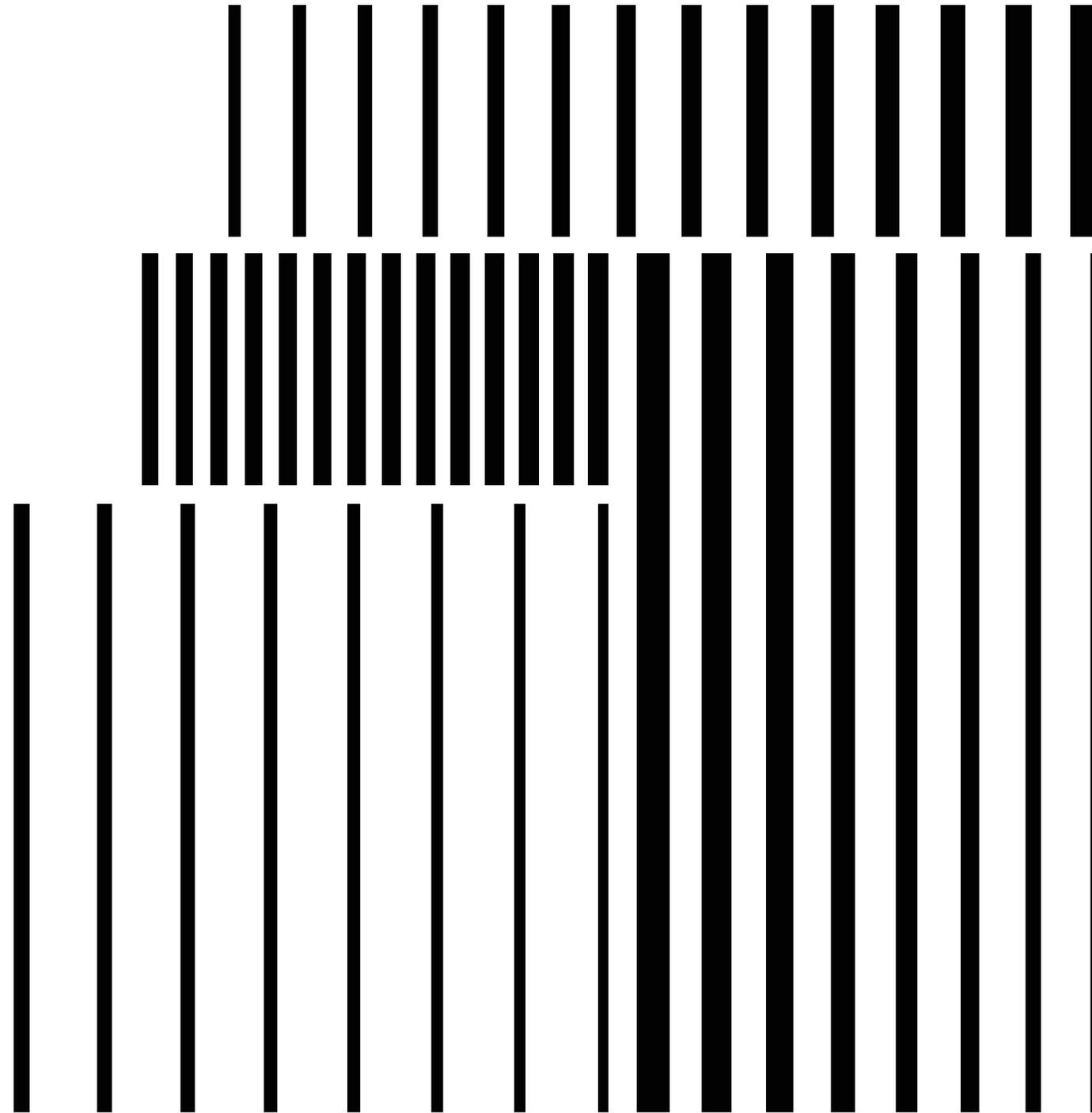


05 – кейвижуал



Основная идея

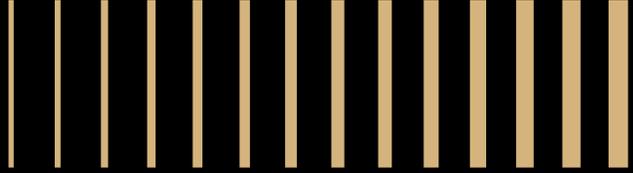
Дополнительный визуальный элемент, символизирующий архитектуру. Служит как отдельный элемент, так и в качестве объекта для внедрения фотографии.





Примеры использования графики

glerapart.ru 



ПРОСТРАНСТВО
ОБЪЕМНОГО
СЧАСТЬЯ
СЧАСТЬ
СЧАСТ
СЧАС
СЧА
СЧ
С



GLER
GLE
G



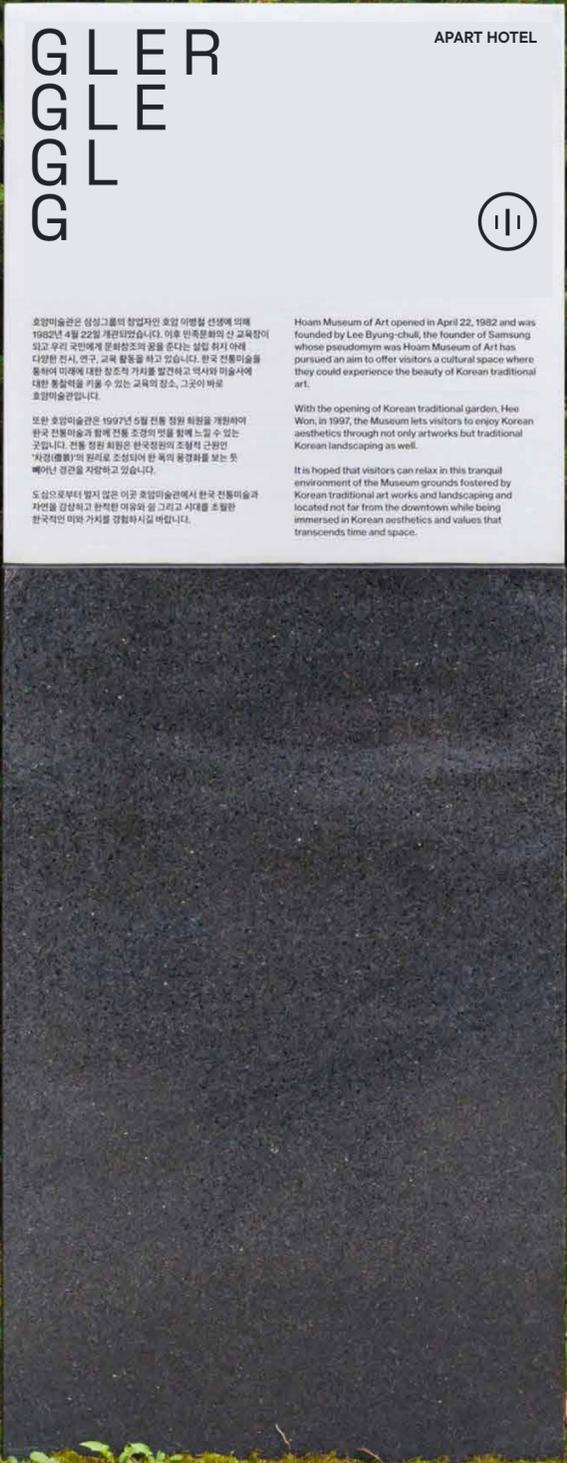
ПРОСТРАНСТВО
НОВЫХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ
СОЗДАНОЕ ЛЮДЬМИ

glerapart.ru
8-800-2024-001

GLER 



17 линия Васильевского
острова дом 52, корпус 1



G L E R
G L E
G L
G

APART HOTEL



호암미술관은 삼성그룹의 창업자인 호암 이병철 선생에 의해 1982년 4월 22일 개관되었습니다. 이후 반죽문화의 산 교육장이 되고 우리 국민에게 문화향수의 문을 열어주는 설립 취지에 다양한 전시, 연구, 교육 활동을 하고 있습니다. 한국 전통미술을 통하여 미래에 대한 창조적 가치를 발견하고 역사와 미술사에 대한 통찰력을 키울 수 있는 교육의 장소, 그곳이 바로 호암미술관입니다.

Hoam Museum of Art opened in April 22, 1982 and was founded by Lee Byung-chul, the founder of Samsung whose pseudonym was Hoam. Museum of Art has pursued an aim to offer visitors a cultural space where they could experience the beauty of Korean traditional art.

또한 호암미술관은 1997년 5월 전통 정원 취원을 개원하여 한국 전통미술과 함께 전통 조경의 맛을 함께 느낄 수 있는 곳입니다. 전통 정원 취원은 한국정원의 조형적 균형인 자연(自然)의 정미로 조성되어 한 폭의 풍경화를 보는 듯 빼어난 경관을 자랑하고 있습니다.

With the opening of Korean traditional garden, Heo Won, in 1997, the Museum lets visitors to enjoy Korean aesthetics through not only artworks but traditional Korean landscaping as well.

도심으로부터 멀리 떨어진 이곳 호암미술관에서 한국 전통미술과 자연을 감상하고 한적한 여유와 일 그리고 사치를 초월한 한국적인 취미를 경험하십시오.

It is hoped that visitors can relax in this tranquil environment of the Museum grounds fostered by Korean traditional art works and landscaping and located not far from the downtown while being immersed in Korean aesthetics and values that transcends time and space.



G L E R
G L E
G L
G







GLEEF
GLEEF
GLEEF
GLEEF



06 – носители



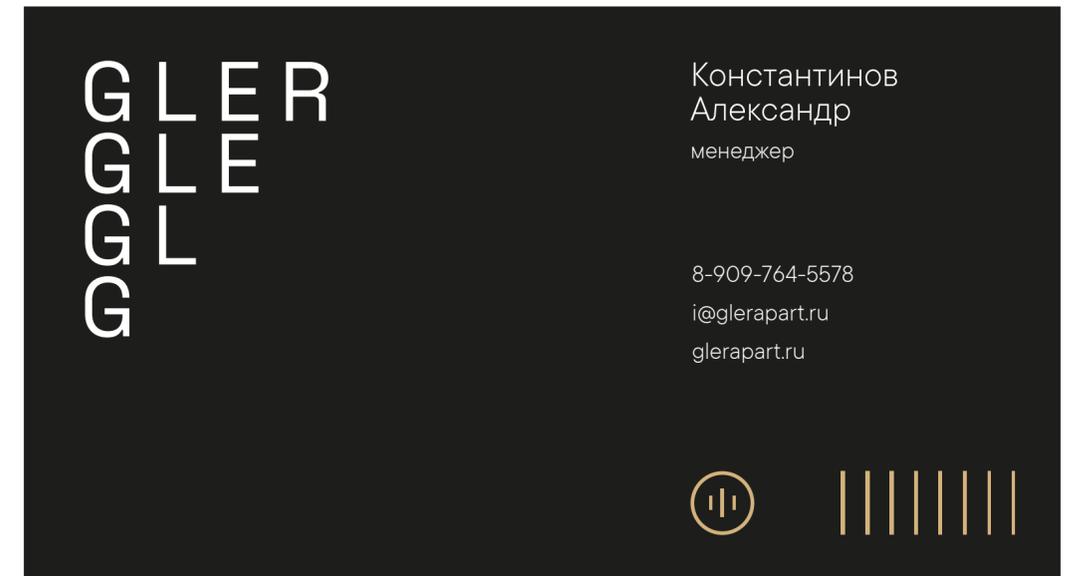
Визитки

Размеры – 90мм x 50мм;

Кегль имени сотрудника – 9,5pt;

Кегль должности – 6,5pt;

Кегль контактов – 6,5pt.



G L E R
G L E R
G L E R
G L E R

Константинов
Александр
менеджер

8-909-764-5578
i@glerapart.ru
glerapart.ru



G L E R
G L E R
G L E R
G L E R

Константинов
Александр
менеджер

8-909-764-5578
i@glerapart.ru
glerapart.ru



Наружная реклама

Имиджевый билборд 6х3м.

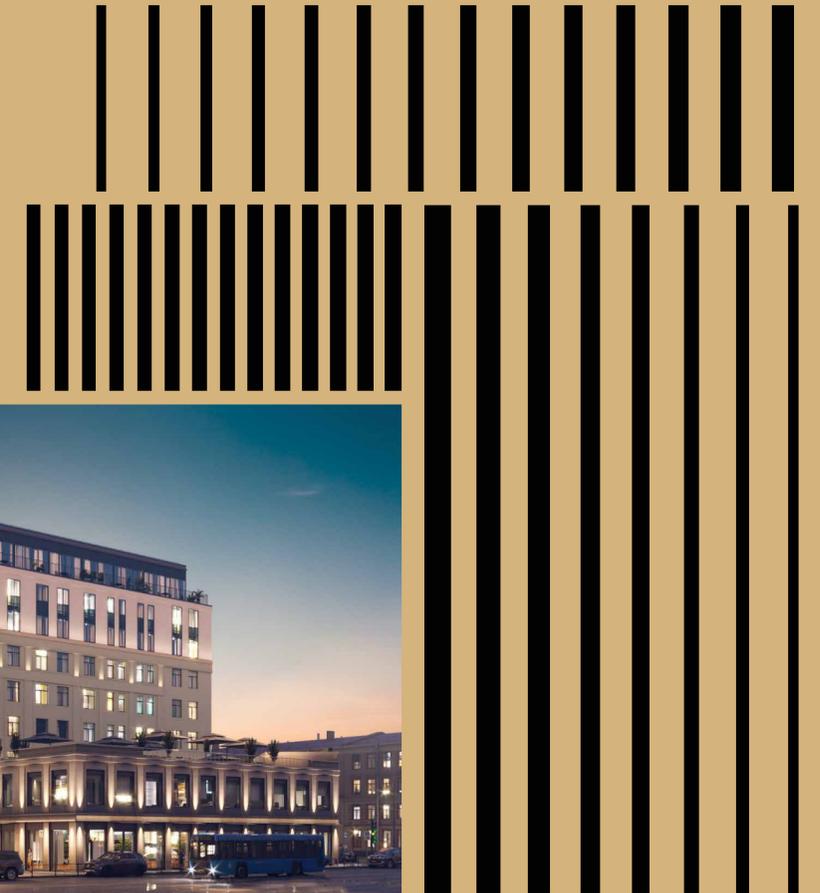
G L E R
G L E
G L
G

APART HOTEL

17 линия Васильевского
острова дом 52, корпус 1

glerapart.ru

8-800-2024-001



GLER
GLE
GL
G

APART HOTEL

17 линия Васильевского
острова дом 52, корпус 1

glerapart.ru

8-800-2024-001



Наружная реклама

Имиджевый билборд 6х3м.



G L E R
G L E
G L
G

APART HOTEL

17 линия Васильевского
острова дом 52, корпус 1
glerapart.ru

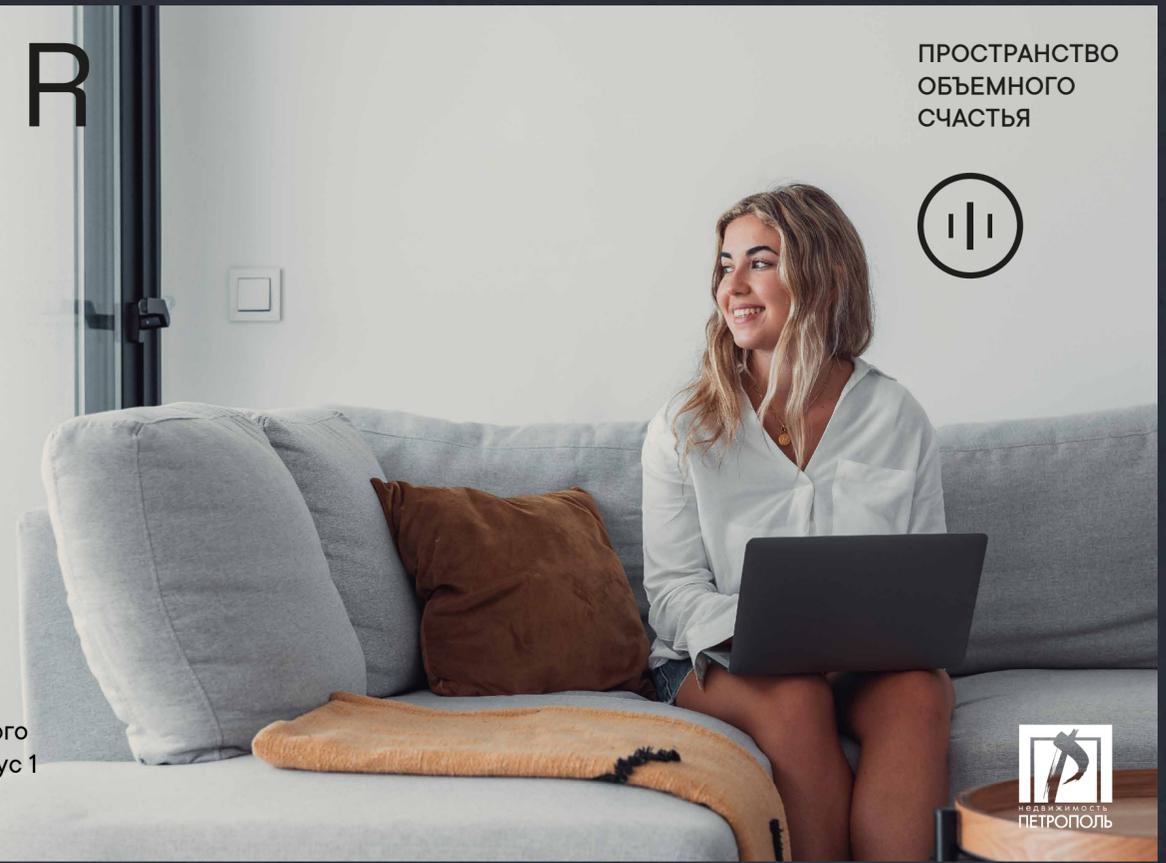
ПРОСТРАНСТВО
ОБЪЕМНОГО
СЧАСТЬЯ



G L E R
G L E
G L
G

APART HOTEL

17 линия Васильевского
острова дом 52, корпус 1
glerapart.ru



ПРОСТРАНСТВО
ОБЪЕМНОГО
СЧАСТЬЯ



Наружная реклама

Имиджевый билборд 6х3м.



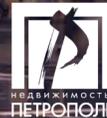
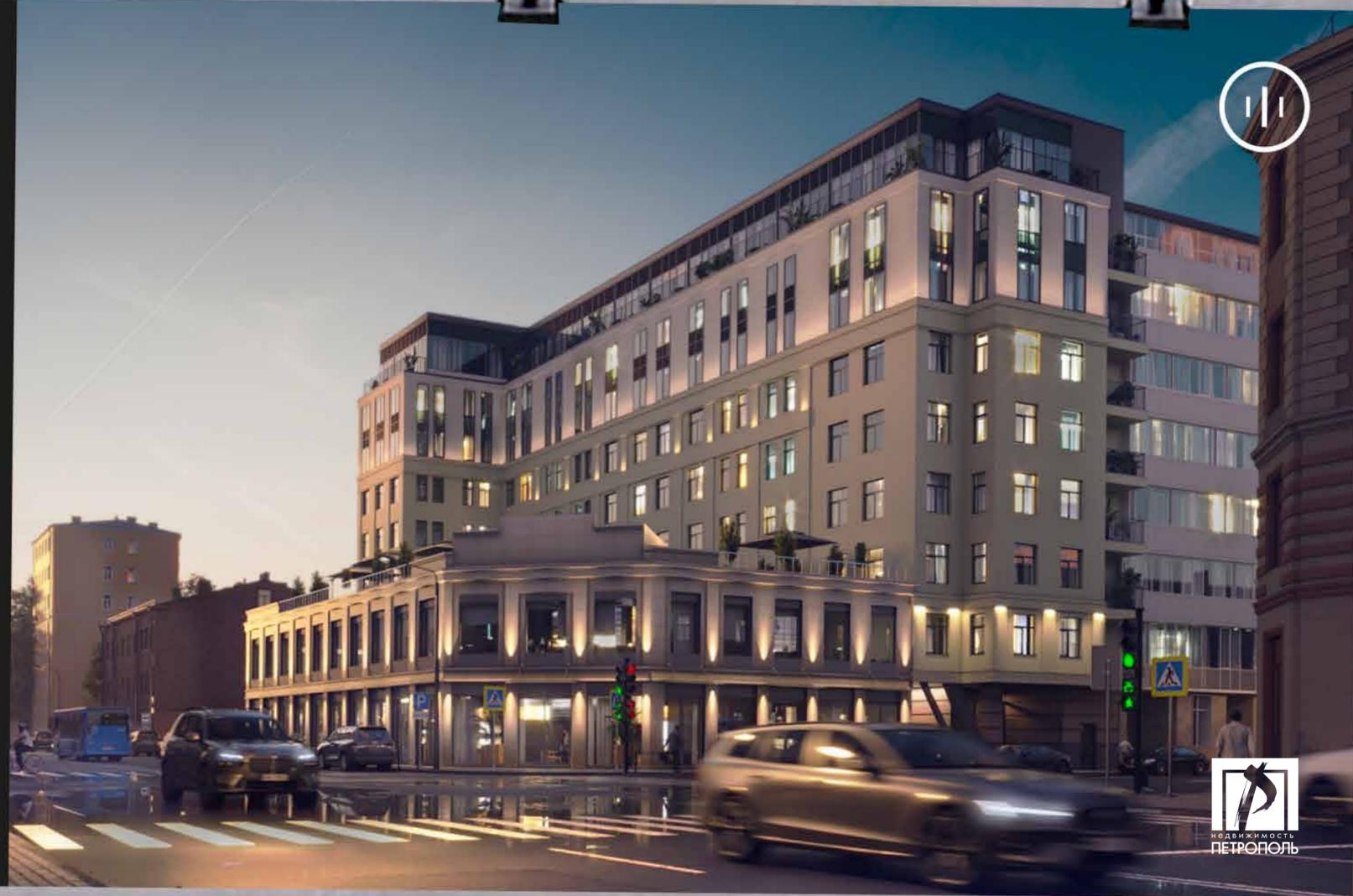
GLER
GLE
GL
G

APART HOTEL

17 линия Васильевского
острова дом 52, корпус 1

glerapart.ru

8-800-2024-001



G L E R
G G L F
G

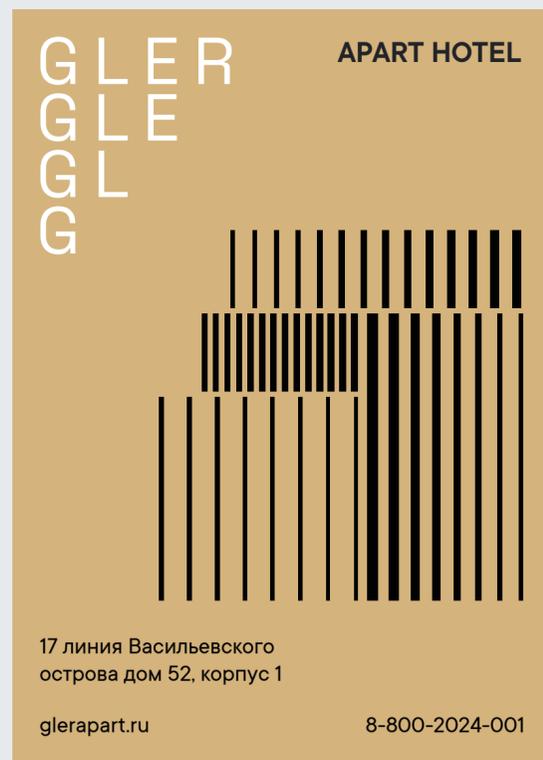


Старт продаж 10.07.2024



Лайтбокс (сити-формат)

Подходят для печатной рекламы



dale

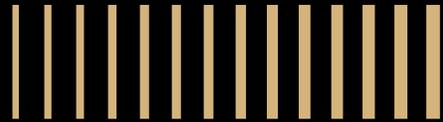
1



G L E R
G L E R



ПРОСТРАНСТВО
ОБЪЕМНОГО
СЧАСТЬЯ



ADSHEL

LOOK AHEAD

