

лиго / брендбук / 2021

содержание

Платформа бренда 3

Компания: история 5

Компания: проекты 6

Целевая аудитория 7

Целевая аудитория: сегменты 8–9

Целевая аудитория: инсайт 10

Преимущества бренда 11

Ценности бренда 12

Характер бренда 13

Роль бренда 14

Миссия бренда 15

Позиционирование 16

Айдентика 17

Элементы 19

Логотип 20

Основной 21

Дескриптор 22

Версии 23

Монохром 24

Одноцветное использование 25

Цветные фоны 26

Охранная зона 27

Цвет и фон 27

Саббренды 28

Знак 29

Развитие знака 30

Недопустимое использование 31

Композиция 32

Типографика 33

Фирменный шрифт 34

Использование 35

Замена 36

Цвет 37

Палитра 38

Официальные коммуникации 39

Внешние коммуникации 40

Акцентные 41

Сервисная компания 42

Паттерны 43

Официальные коммуникации 44

Внешние коммуникации 45

Акцентные 46

Сервисная компания 47

Иконографика 41

Иконографика текст 42

Фирменные носители 50

Официальные коммуникации 51

Визитка 52

Бланк 53

Папка 54

Открытка 55

Бейдж 56

Ресепшен офиса 57

Автомобиль 58

Чехол для телефона 59

Значок 60

Спецодежда 61

Внешние коммуникации 62

Наружная реклама 63–64

Забор 65

Паспорт объекта 66

Подпись в электронном письме 67

Шаблон презентации 68

Шаблон обложки КП 69

Флаги 70

Навигация 71

Автобус 72

Ежедневник 73

Ручки 74

Футболки 75

Пакет 76

Чехол для телефона 77

Папка 78

Каски 79

Сервисная компания 80

Спецодежда 81

Настенные часы 82

Графические материалы и шаблоны,
указанные в гайдбуке, собраны в архив:

Офисная навигация 83

Входная группа 84

График работы 85

Отдел продаж 86

Пиктограммы 87

Этажи 88

Галерея 89

лиго / платформа бренда

A panoramic view of a city at sunset. The sun is low on the horizon, casting a warm, golden glow over the scene. The sky is filled with large, dark clouds that catch the light of the setting sun. In the background, a range of mountains stretches across the horizon. The middle ground shows a dense urban area with various buildings, including several tall apartment blocks. In the foreground, there is a large area of trees, and a Ferris wheel is visible on the left side. The overall atmosphere is serene and picturesque.

ЛИГО!

Компания «Лиго» работает на рынке девелопмента Сахалина с 2013 г. За это время реализовано более 40 проектов в жилом и нежилом сегментах. В жилом сегменте представлена в классах стандарт, комфорт и бизнес. Зарекомендовала себя безусловным лидером. Определяет региональные стандарты комфортного жилья, благоустроенной среды, сервисов обслуживания и управления проживанием.



КОМПАНИЯ проекты

Жилой комплекс Gron



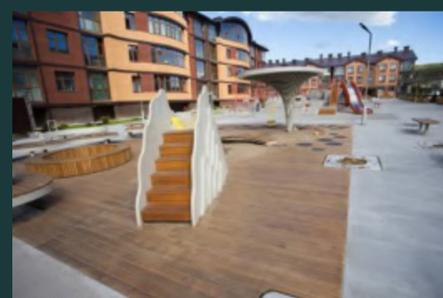
Жилой комплекс Brun



Дом на Саранской 11/1



Жилой комплекс «Малиновка»



Покупатели новостроек
в Южно-Сахалинске

Покупатели новостроек
по субсидированным
программам

Покупатели жилья со
сформированными
требованиями к
качеству жилья, среды
и статусу проекта

1. Традиционалисты

Критерий выбора: лучшее из доступного

Основной мотив: обрести собственное жилье, которого либо нет, либо оно устарело, либо не соответствует текущим потребностям выросшей семьи. Квартира рассматривается как один из немногих факторов стабильности и уверенности в завтрашнем дне для себя и своих детей.

Собственная квартира – территория личной свободы, возможность проявить творчество, "кастомизировать" ее под свои потребности. "Хотелось бы выбирать, а не хватать последнее".

Стимул: наличие гос. программ с субсидиями.

Представления о комфортном жилье и запрос на среду для жизни не сформированы.

Стандарт-класс



2. Прогрессивные горожане

Критерий выбора: не откладывать комфорт на потом

Основной мотив: Преодолеть ограничения некомфортной и недружелюбной "островной" среды. Обеспечить детям условия для роста и развития.

Уровень сервиса становится ценностью как при покупке так и в процессе проживания.

Запрос на простор, дневной свет, и вид на природные ландшафты. Выражен запрос на эстетику, окружение разнообразие сценариев (безопасность, игры, прогулки отдых и общение).

Потребность физически обособить свою территорию от внешней среды.

Комфорт/бизнес-класс



Жизнь на Сахалине противоречива. С одной стороны, это уникальный, но труднодоступный природный ландшафт. С другой стороны – это однообразный, монотонный городской пейзаж, рутина повседневности и дефицит впечатлений.

Хочется жить в комфорте, получать положительные эмоции и новые впечатления. Обрести это, не покидая острова – идеальный вариант для меня.

Рациональные

1. Надёжность, долговечность, комфорт и функциональность проектов за счет применения в проектировании, строительстве и эксплуатации современных технологий, материалов и решений.
2. Уникальность. Проекты узнаваемы и выгодно отличаются от всех новостроек на рынке Сахалина.
3. Зеленые острова внутри города. Строим не только красивые и функциональные дома, но зеленые пространства вокруг них.
4. Человек в центре всего. В проектах учитываются потребности и запросы клиентов, формируется пространство для развития. Окружаем заботой клиента от первой консультации до переезда и проживания.

Эмоциональные

1. Лучшие дома в городе. Гордость от проживания в квартире в выдающемся проекте.
2. Квартира и проживание в доме – постоянный источник положительных впечатлений от красоты, продуманности и благоприятной среды.
3. Ощущение защищенности и спокойствия от внимания к запросам клиентов и жителей.
4. Чувство удовлетворения от верно сделанного выбора. Ценность квартиры будет расти со временем.
5. Спокойная уверенность за свое будущее и будущее своих детей.

Радеем за качество

В проектировании, строительстве и эксплуатации предлагаем такие технологии и материалы, которые наилучшим образом обеспечивают требования надёжности, долговечности, функциональности и развивают эстетические запросы аудитории.

Делаем по-другому

Применяем решения которые ранее не использовались на рынке или являются лучшей альтернативной имеющимся технологиям. Новизной и эффективностью решений задаём стандарты в отрасли.

Заботимся о клиенте

Учитываем потребности клиентов на всех этапах проекта: от замысла до управления проживанием. Заботимся о полноценной реализации жизненных сценариев клиента, его благоприятном и разнообразном опыте.

Держим слово

Выполняем взятые на себя обязательства. Исключаем нереалистичные обещания. Формируем эффект превышения ожиданий.



Визионер, просветитель

Видит будущее, умеет вдохновить им и знает как его воплотить. Не просто рисует картину будущего, но и создает его. Примером собственных дел меняет сознание окружающих.

Внимательный, заботливый

Проявляет живой интерес к жизни окружающих. Чуткий, отзывчивый. Окружает заботой.

Надежный

Верен своему слову и взятым обязательствам. Сказал – сделал. Вызывает доверие, подкрепляя его делами.

Практичный эстет

Крепкий, надёжный, твердых взглядов и принципов. Хорошо выглядит. Оставляет благоприятное впечатление.

Создаём среду, которая меняют
жизнь людей к лучшему
и повышают ценность жизни
на Сахалине



Делаем жизнь на Сахалине
уютной, интересной
и разнообразной.

МАШ, ЧЕРЕМЫХ
И ПАРТНЕРЫ

Городские оазисы



лиго / айдентика

Эта часть презентации содержит правила оформления визуальных коммуникаций группы компаний «ЛИГО».

Данный файл следует отправлять подрядчикам, которые производят для вас дизайн в любых его видах: сайты, оформление социальных сетей, интерьеры, полиграфию или рекламу.

Брендбук позволит сохранить единообразие во всех коммуникациях бренда и создать целостное восприятие бренда.

Элементы айдентики

Логотип

ЛОГОТИП ОСНОВНОЙ

Логотип состоит из оригинального словесного знака ЛИГО и символа «косая черта».

Ключевым стилеобразующим элементом логотипа является небуквенный орфографический знак слэш (косая черта, знак дроби) – “/”. В научной и деловой речи знак “/” выполняет функцию, близкую к союзам “и” и “или”, а так же для обозначения единого сложного понятия.

В айдентике бренда ЛИГО знак символизирует идею мягкого распространения, экологичной экспансии ценностей бренда в окружающий мир, и как результат, его улучшение.

Второе значение знака – постоянный диалог бренда с аудиториями. Знак настраивает на то, что после него будет что-то обязательно сказано, важное и значимое. Таким образом, бренду всегда есть, что сообщить/предложить потребителю.

Настоящим руководством рекомендуется сопровождать логотип дескриптором либо краткой подписью. Например: ЛИГО/строительная компания, ЛИГО/городские оазисы и т.п.



ЛИГО/

ЛОГОТИП дескриптор

С логотипом используются дескрипторы:
«городские оазисы» или «группа компаний».

В зависимости от контекста использования,
дескрипторы могут быть заменены на рекламные
слоганы или другой текст.

ЛИГО / городские
оазисы

ЛИГО / группа
компаний

ЛИГО /

ЛИГО /

ЛОГОТИП монохром

Логотип может быть в монохромных оттенках, если этого требует вёрстка или соседство с другими логотипами.

The logo consists of the word "ЛИГОН" in a bold, sans-serif font, followed by a diagonal slash. The entire logo is rendered in black against a light gray background.The logo consists of the word "ЛИГОН" in a bold, sans-serif font, followed by a diagonal slash. The entire logo is rendered in white against a dark gray background.

ЛИГГО/

ЛИГГО/

ЛОГОТИП одноцветное использование

На фонах от 0 до 50 % Black логотип применяется в графитовом цвете. от 50 до 100 % – в белом.

0 % Black

ЛИГО/

60 % Black

ЛИГО/

20 % Black

ЛИГО/

80 % Black

ЛИГО/

40 % Black

ЛИГО/

100 % Black

ЛИГО/

ЛОГОТИП охранная зона

Охранная зона логотипа определяет минимально допустимое расстояние от корпоративного знака до других изобразительных или текстовых элементов макета, а также до границ макета.

Не допускается размещение графических или текстовых элементов внутри охранной зоны.

пример



Охранная зона равняется высоте знака.

ЛОГОТИП саббренды

Строительная компания ассоциируется со своими девелоперскими проектами. Использование логотипа предусматривает помещение логотипов проектов рядом с основным.

пример

The image shows the logo 'ЛИГО / grøn' where the word 'ЛИГО' is in black and the slash and 'grøn' are in a teal color.The image shows the logo 'ЛИГО / brün' where the word 'ЛИГО' is in black and the slash and 'brün' are in a dark grey color.

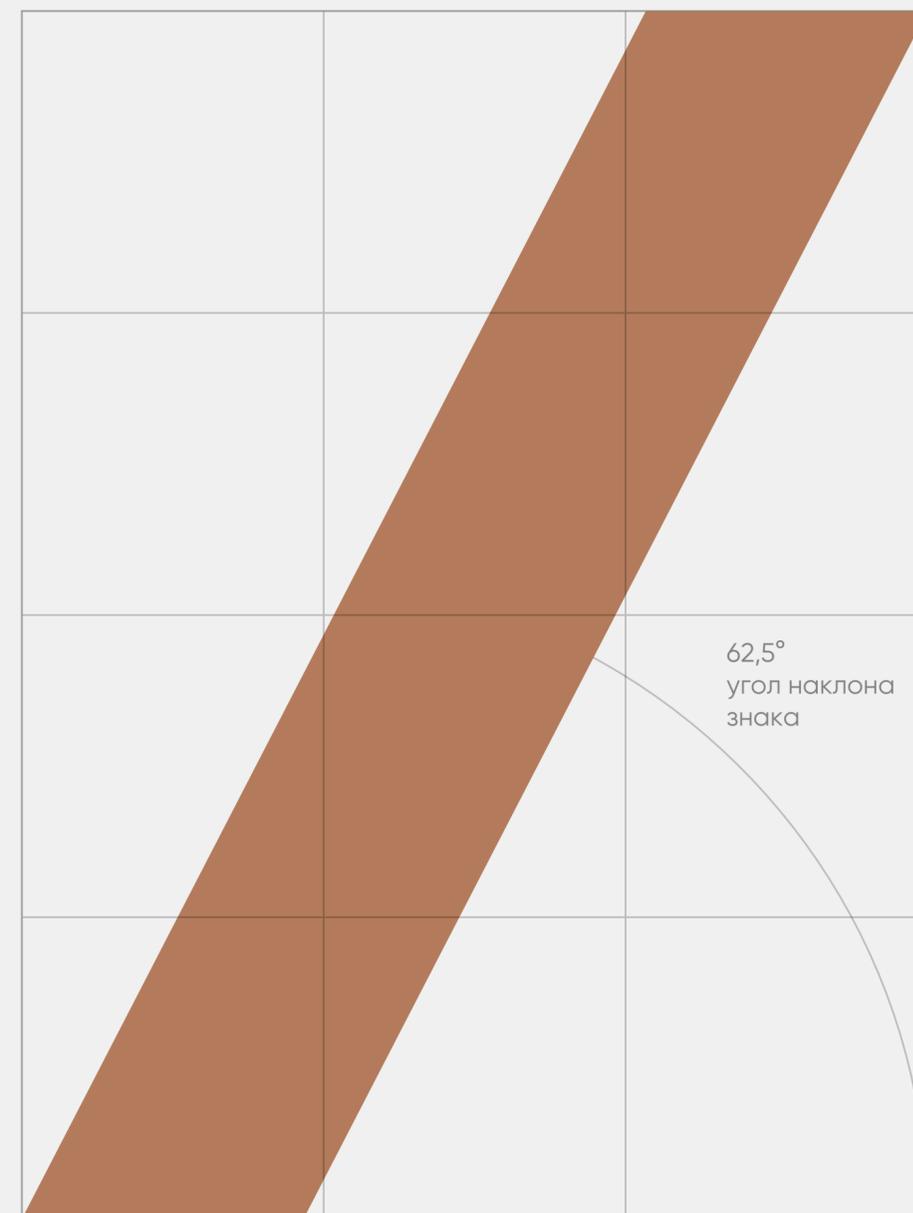
Символ «слэш» в логотипе окрашивается в цвет саббренда

ЛОГОТИП **ЗНАК**

Символ «слэш» может использоваться отдельно от названия в случаях, когда коммуникация направлена на уже знакомую с брендом аудиторию и принадлежность к бренду очевидна в моменте совершения коммуникации.

Такое использование возможно на корпоративном мероприятии, где участник уже погружен в контекст или внутри офиса компании.

Пропорции сторон знака – 3 к 4.
Ширина полосы приближается к почти 1/3 от общей ширины знака но не равна ей.



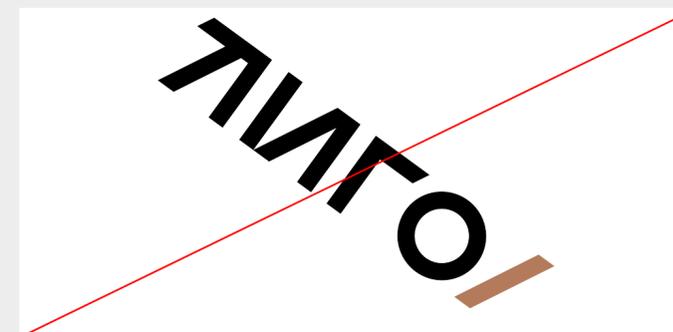
ЛОГОТИП развитие знака

В зависимости от контекста, знак в логотипе может удлиниться, захватывая пространство вокруг себя.

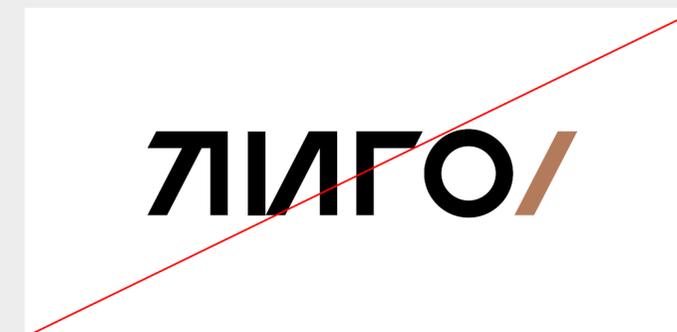


ЛОГОТИП недопустимое использование

При работе с логотипом важно соблюдать правила его использования и не допускать перечисленных манипуляций.



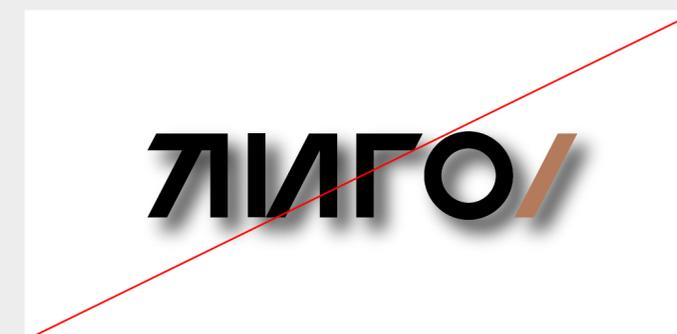
Поворачивать логотип



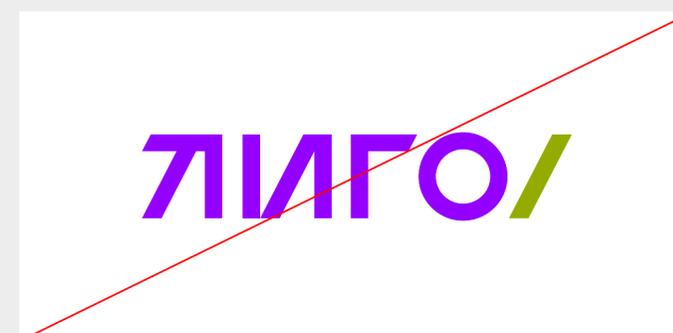
Растягивать логотип



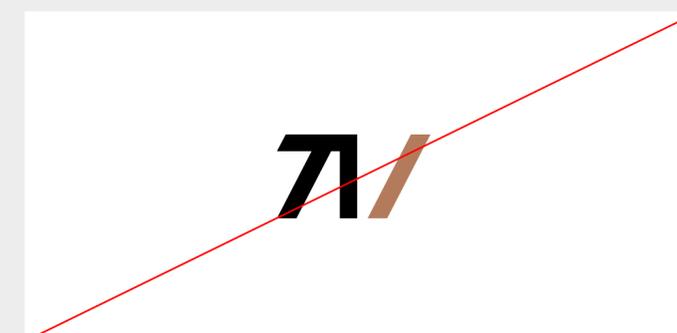
Увеличивать отдельные буквы



Накладывать эффекты



Раскрашивать логотип в цвета, не предусмотренные в гайдбуке



Не использовать отдельные буквы в качестве логотипа

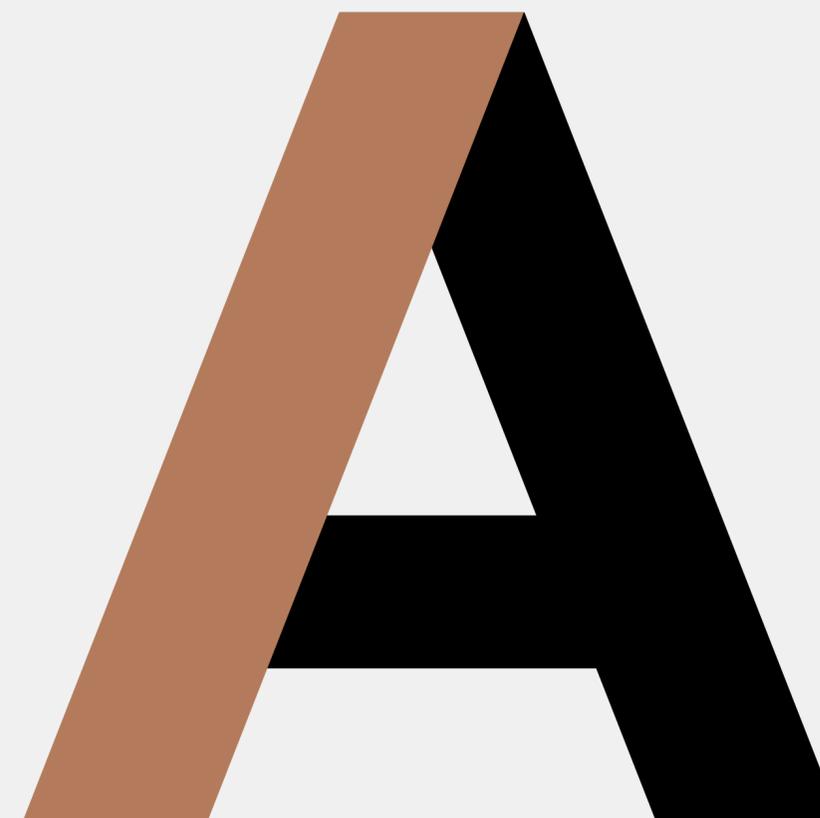
ЛОГОТИП размещение на изображениях

Логотип может быть нанесён поверх фотографии или движущегося изображения.

Убедитесь, что логотип читается чётко, имеет достаточный контраст и чистое пространство с фоновым изображением.



Типографика



типографика фирменный шрифт

Mont

Мы используем семейство шрифтов Mont.

Он сочетает в себе современные формы с универсальной функциональностью.

Это коммерческий шрифт. Перед использованием его необходимо купить у разработчика.

Шрифтовое семейство Mont:

myfonts.com/-pack/621362

Mont Bold

AaBbVvГг
0123!?!%\$

Mont Regular

AaBbVvГг
0123!?!%\$

типографика использование

Согласованная иерархия типов делает текст понятным и осмысленным. Эта иерархия важна для экранов.

Выравнивание по левому краю является доминирующим стилем в блоках предложений.

все прописные ————— **ВСЕ ПРОПИСНЫЕ – MONT SEMIBOLD**

заголовок ————— **Mont Bold**

призыв к действию ————— **Mont Semibold**
Используется для лидов в тексте, может быть подчёркнут

подрубрика ————— **Mont Semibold**
Mont Regular – основной текст

текст ————— Mont Regular используется для набора основного текста. Mont Regular используется для набора основного текста. Mont Regular используется для набора основного текста. Mont Regular используется для набора основного текста.

маркер списка —————

- Mont Regular
- Mont Regular
- Mont Regular
- Mont Regular

Типографический контраст типа помогает читателю ориентироваться в информации.

Использование различных размеров, начертаний и цветов – это подходы для создания акцента в текстовой информации.

При использовании цвета сохраняйте одинаковые пропорции шрифта.

Этот заголовок имеет ту же ширину и размер, что и основной текст

Одно начертание – разный размер.

Заголовок и текст в одном начертании, но разного размера.
Заголовок и текст в одном начертании, но разного размера.

Разное начертание, но один размер.

Этот текст толще, но оба одинакового размера.
Этот текст тоньше, но оба одинакового размера.

типографика замена

Jost – бесплатное семейство шрифтов от Google Fonts.
Его можно использовать, если Mont недоступен.

Этот заголовок набран шрифтом Jost Bold
Этот текст набран шрифтом Jost Regular

Jost Bold

AaBbVvГг
0123!?!%\$

Jost Regular

AaBbVvГг
0123!?!%\$

Цвет



цвет палитра

В разных контекстах бренд может быть ярким, строгим, деловым, но оставаться узнаваемым.

Представленные цвета выполняют функциональные задачи бренда в разных слоях коммуникационных задач.

Белый
R255 G255 B255
C0 M0 Y0 K0
#ffffff
PANTONE WHITE

Графитовый
R40 G40 B40
C0 M0 Y0 K95
#282828
PANTONE 419 C

Зеленый
R96 G200 B114
C60 M0 Y70 K0
#60c872
PANTONE 7481 C

Серый
R102 G97 B97
C0 M7 Y10 K75
#666161
PANTONE COOL GRAY 10 C

Бирюзовый
R89 G189 B209
C62 M0 Y18 K0
#59bdd1
PANTONE 630 C

Бронзовый
R179 G123 B91
C25 M50 Y60 K15
#b37b5b
PANTONE 4645 C

Коралловый
R206 G59 B77
C15 M90 Y60 K0
#ce3b4d
PANTONE 1797 C

Песочный
R255 G203 B108
C0 M25 Y65 K0
#ffcb6c
PANTONE 141 C

цвет официальные коммуникации

Сочетание графитового и медного предназначено для официальных коммуникаций. Оформление деловых документов, презентаций, партнерской переписки.

Использование белого фон предполагается в ежедневной работе: оформление документов, канцелярия. Черный фон необходимо использовать для подчеркивания «торжественных» ситуаций: оформление поздравительной открытки, передачи документов в папке и пр.

ЛИГО / группа
компаний

ЛИГО / группа
компаний

цвет внешние коммуникации

Сочетания, предназначенные для внешних коммуникаций. В этой палитре оформляются рекламные предложения, посты в социальных сетях, сувенирная продукция.

Диапазон таких сообщений шире и требует большего количества вариантов цветового оформления.



ЛИЛГО / городские
оазисы



ЛИЛГО / городские
оазисы



ЛИЛГО / городские
оазисы

цвет акцентные

Для указания важности отдельных элементов используются дополнительные цвета: коралловый и песочный.

**Акцентное
выделение текста
на светлом фоне
коралловым цветом**

**Акцентное
выделение текста
на темном фоне
песочным цветом**

Цвет сервисная компания

Цветовое оформление Сервисной компании Лиго основано на сочетании эмоционального зеленого цвета, символизирующего радость проживания в домах и нейтрального серого, символизирующего рациональный подход в управлении.



ЛИГО / сервисная
компания



ЛИГО / сервисная
компания

Паттерны



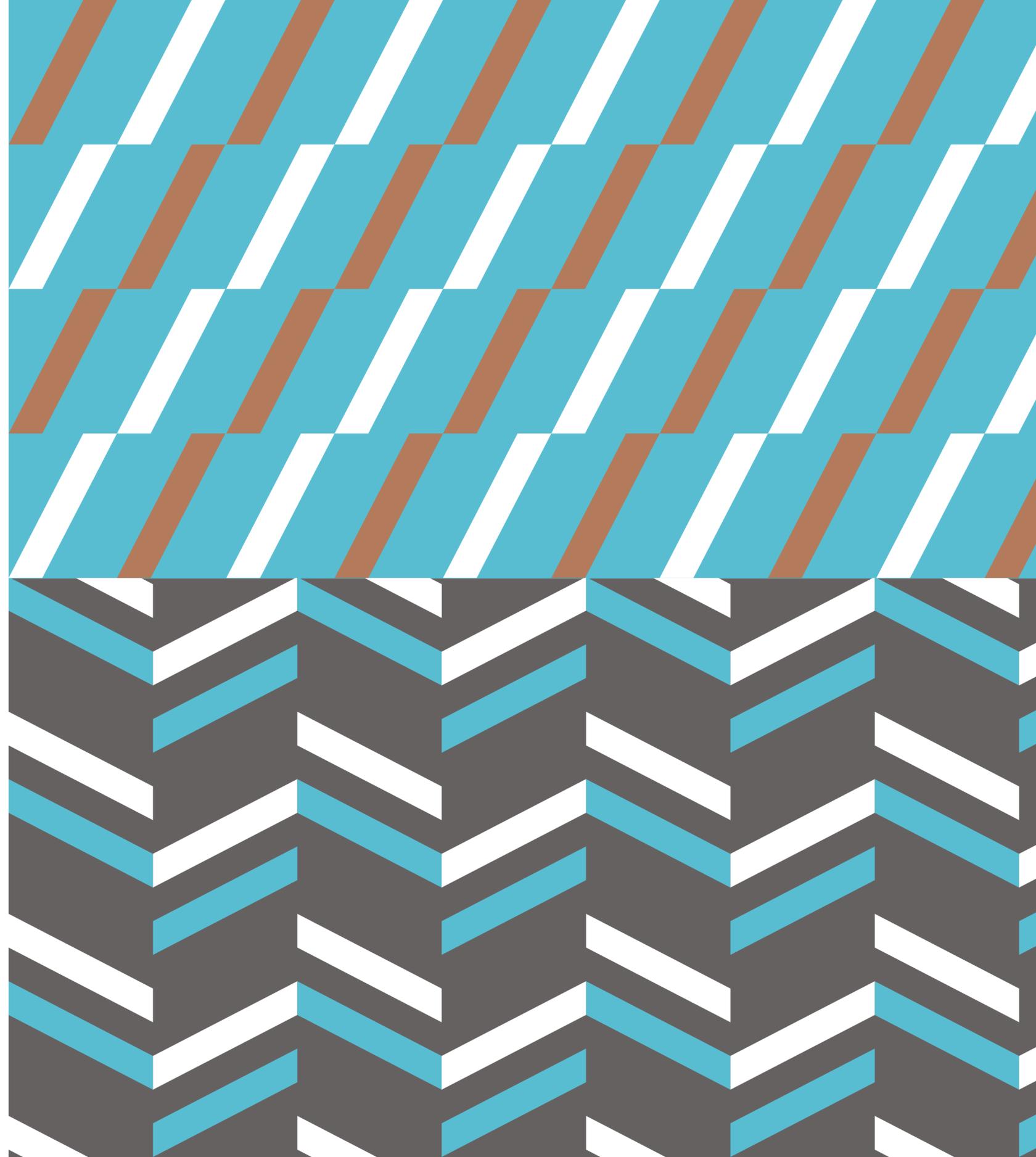
паттерны официальные коммуникации

Светлый паттерн используется в носителях ежедневного использования. Паттерн с графитовым фоном для оформления «торжественных» носителей.



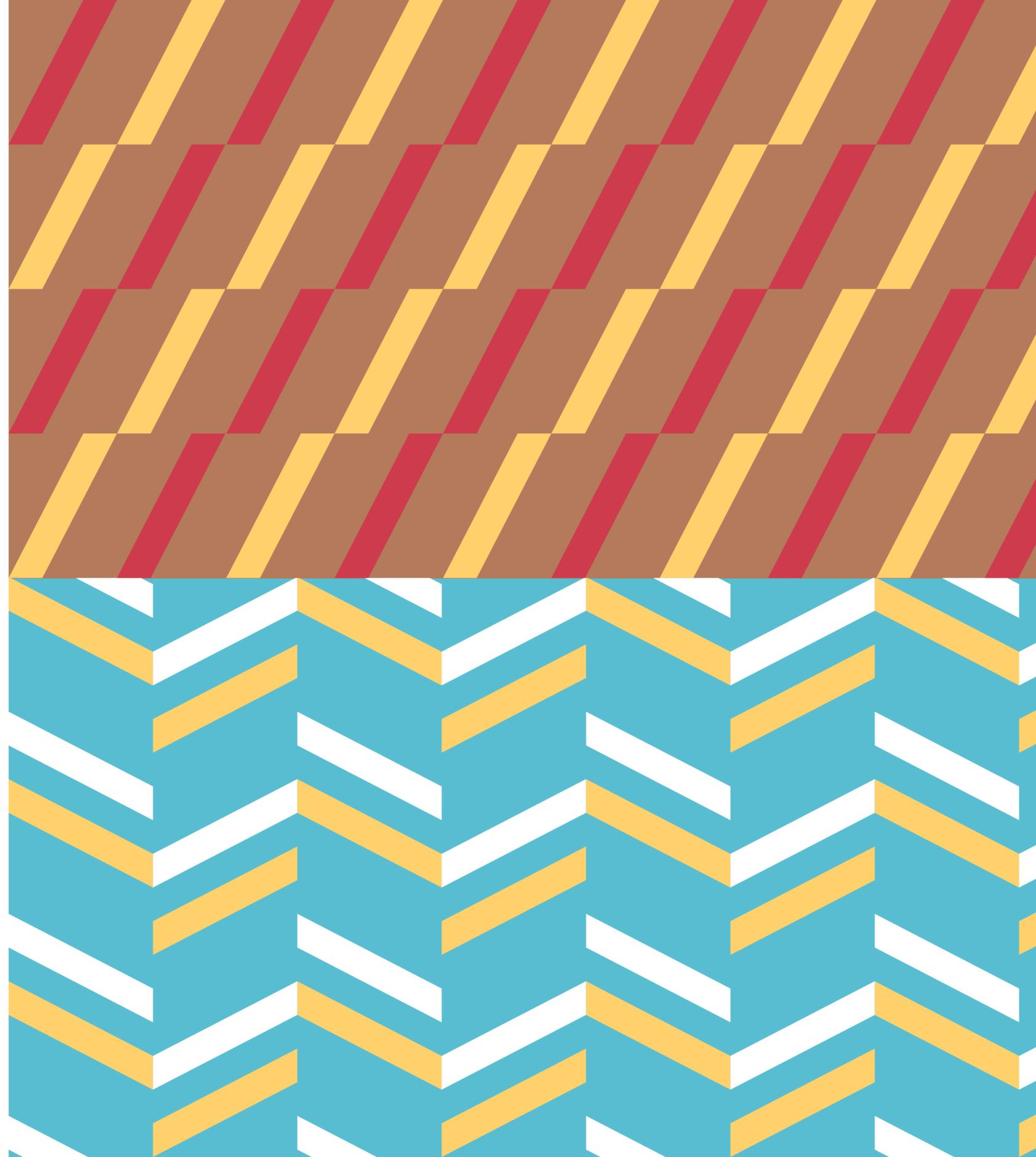
паттерны внешние коммуникации

Для оформления внешних коммуникаций используются паттерны с сочетанием бирюзового, бронзового и серого цветов.



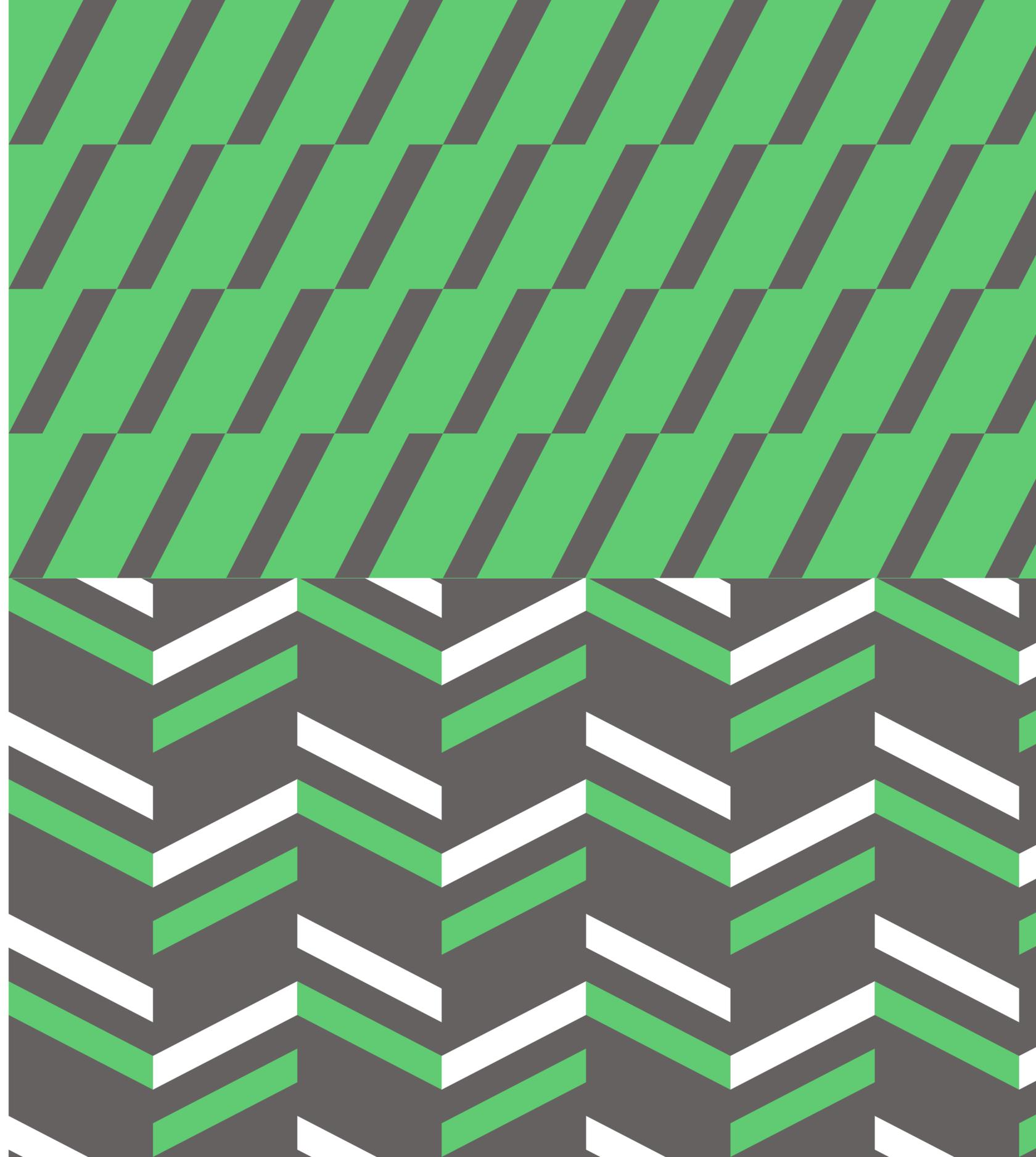
паттерны акцентные

Для придания дизайну носителей дополнительной эмоциональности используются паттерны с акцентными цветами.



паттерны сервисная компания

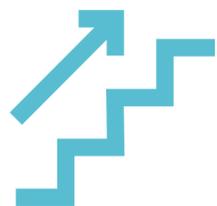
Паттерны с использованием зеленого и серого цветов используются для оформления коммуникаций сервисной компании.



иконнографика



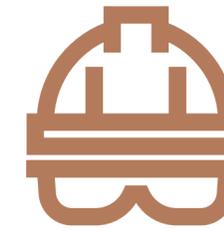
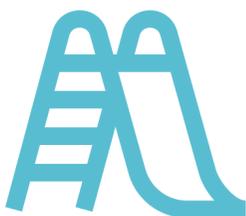
колясочная

почтовые
ящики

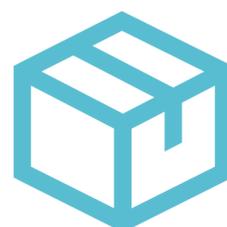
лестница

подъемник для людей
с инвалидностьюохрана,
консьерж

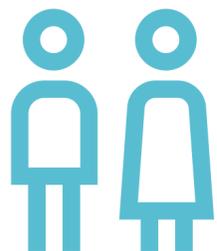
лифты

проход только
в защитеспортивная
площадкадетская
площадка

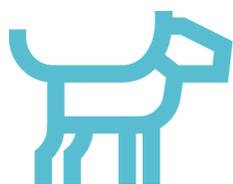
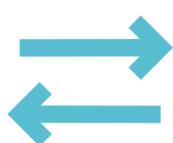
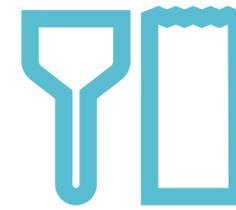
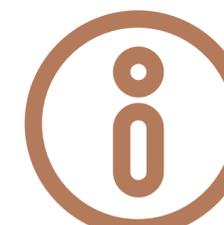
парковка



кладовые

камера
наблюдениямусорный
контейнерстроительный
объект

туалет

площадка
для собакстрелки
направленияуборочный
инвентарьуберите
за собакойтехнические
помещениядополнительная
информация

иконографика текст

В некоторых случаях пиктограммы необходимо сопровождать текстовым сопровождением.



**охрана /
консьерж**



**техническое
помещение**



**уборочный
инвентарь**



**уберите
за собакой**



**проход только
в защите**



**строительный
объект**

Фирменные носители



Правила пользования
фирменным стилем

Официальные коммуникации

бланк

Документы с необходимыми реквизитами

	23 мм	36 мм	34 мм	47 мм	47 мм	23 мм
16 мм						
7 мм		ЛИГО		ООО «ЛИГО-дизайн трейдинг»	ИНН 650153658, КПП 650101001 Ул. Крюкова, д. 53, 3-й этаж г. Южно-Сахалинск, 693000 Тел.: 8 (4242) 50-11-00 Факс: 8 (4242) 72-30-56 E-mail: ligodesign@mail.ru	
7 мм		ligo.group				
18 мм		Исх. №1 от 29.02.20				
18 мм				Должность и компания адресата. Фамилия Имя Отчество адресата.		
165 мм						
33 мм		Генеральный директор ООО «ЛИГО-дизайн трейдинг» Исп. Н.Г. Ким Инженер ПТО Тел.: 8 (4242) 72-21-45, доб. 115			Д.К. Ли	
33 мм						
	164 мм					

Название юридического лица набирается шрифтом Mont Bold 11-го кегля.

Адресный блок набирается шрифтом Mont Regular 8-го кегля.

Адрес сайта набирается шрифтом Mont Semibold 9-го кегля.

Номер документа, дата, информация об адресате набирается шрифтом Mont Semibold 9-го кегля.

Информация в нижней части документа набирается шрифтом Mont Bold 9-го кегля.





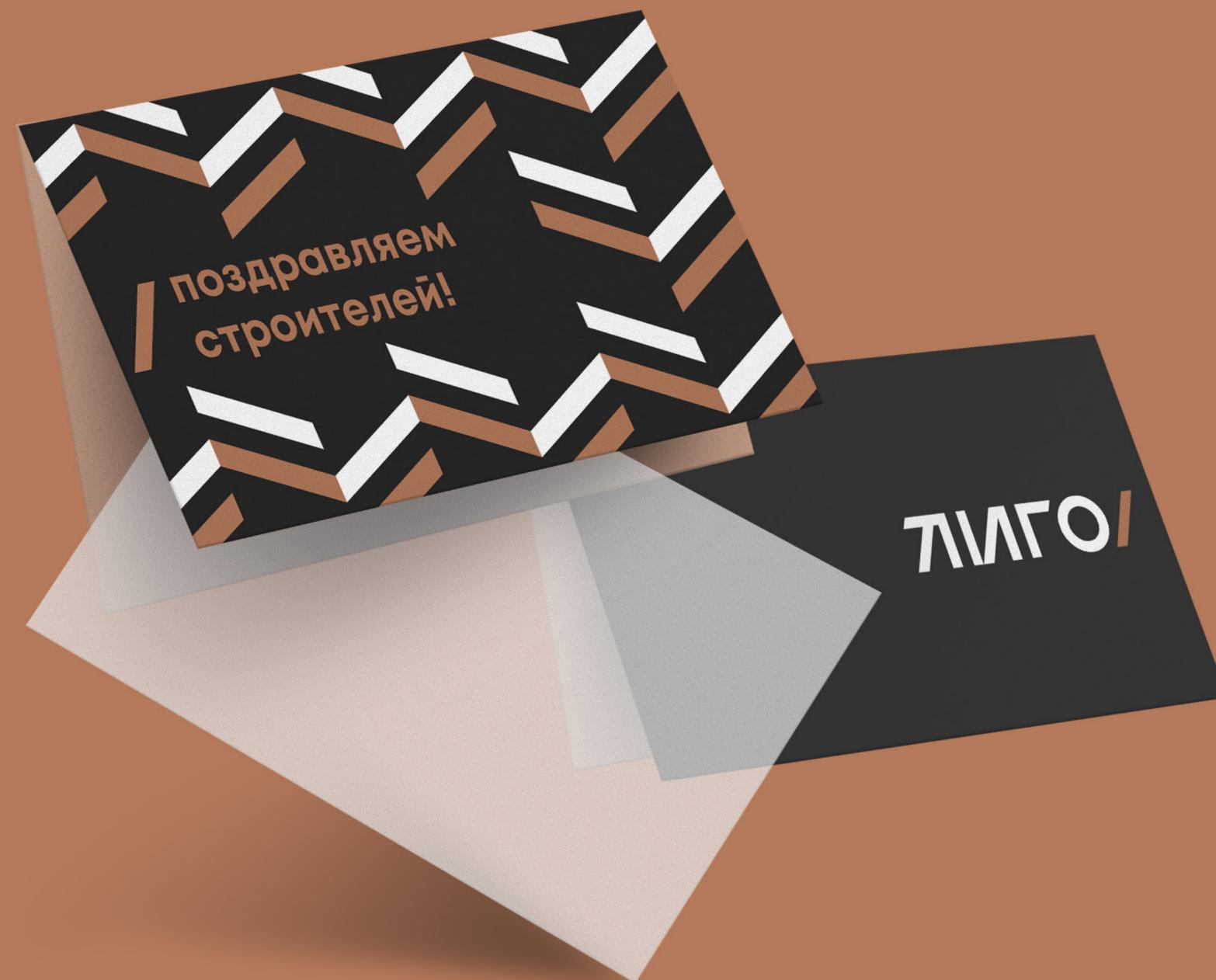
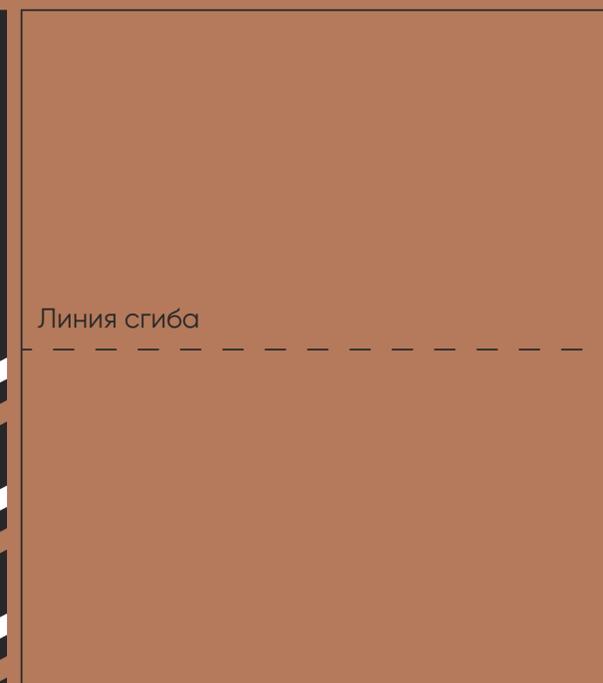
открытка

Яркий способ сказать спасибо тем, кто строит комфортные места для жизни.

Внешняя сторона



Внутренняя сторона



Уважаемые коллеги!

Поздравляем вас с Днем строителя
и хотим пожелать удачных проектов
и плодотворной работы!

ЛИГО / группа компаний

В открытку вкладывается лист бумаги
с напечатанным или написанным
от руки поздравлением.

Для вкладыша лучше всего использовать
плотную полупрозрачную бумагу-кальку.

бейдж

У строителей всегда множество мероприятий: круглые столы, семинары, лекции. Закажите сотрудникам индивидуальные бейджи с их фотографией.



ресепшен офиса

Офис, куда хочется
переехать жить



ЛИГО/



АВТОМОБИЛЬ

Автомобили в фирменном оформлении
станут мощной рекламной поддержкой.
Главное, не пропускать мойку



чехол для телефона



значок

Керамический значок может быстро превратить любую одежду в фирменную.

Значок хорошо заметен как на темной, так и на светлой ткани. Ему не обязательно быть больших размеров. Оптимальный размер: 15x20 мм.





Правила пользования
фирменным стилем

Внешние коммуникации



наружная реклама

Меняем рекламное сообщение,
узнаваемость остается.

Рекламный щит имеет размер 600x300 см и верстается по сетке из 8 горизонтальных строк равного размера. Элементы дизайна располагается относительно данной разлиновки.

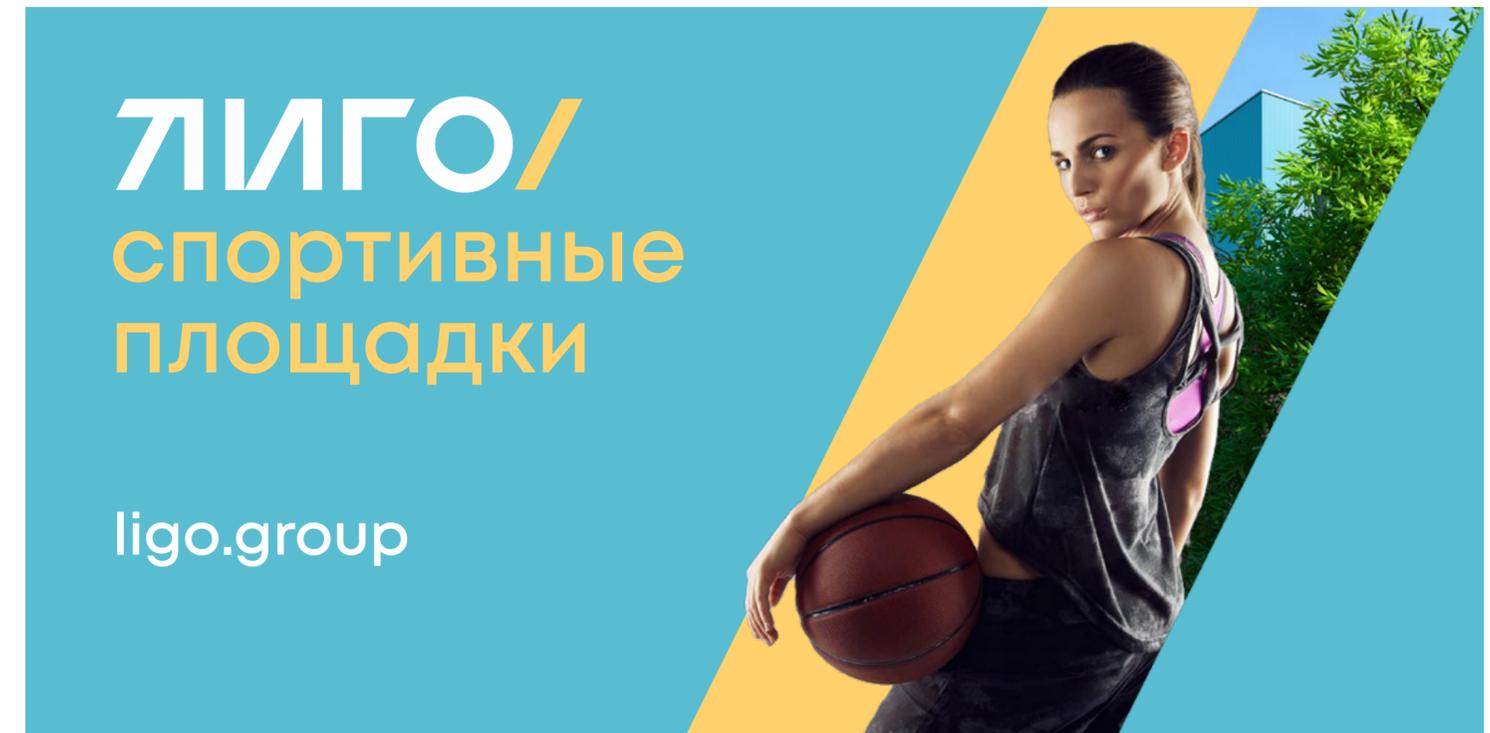
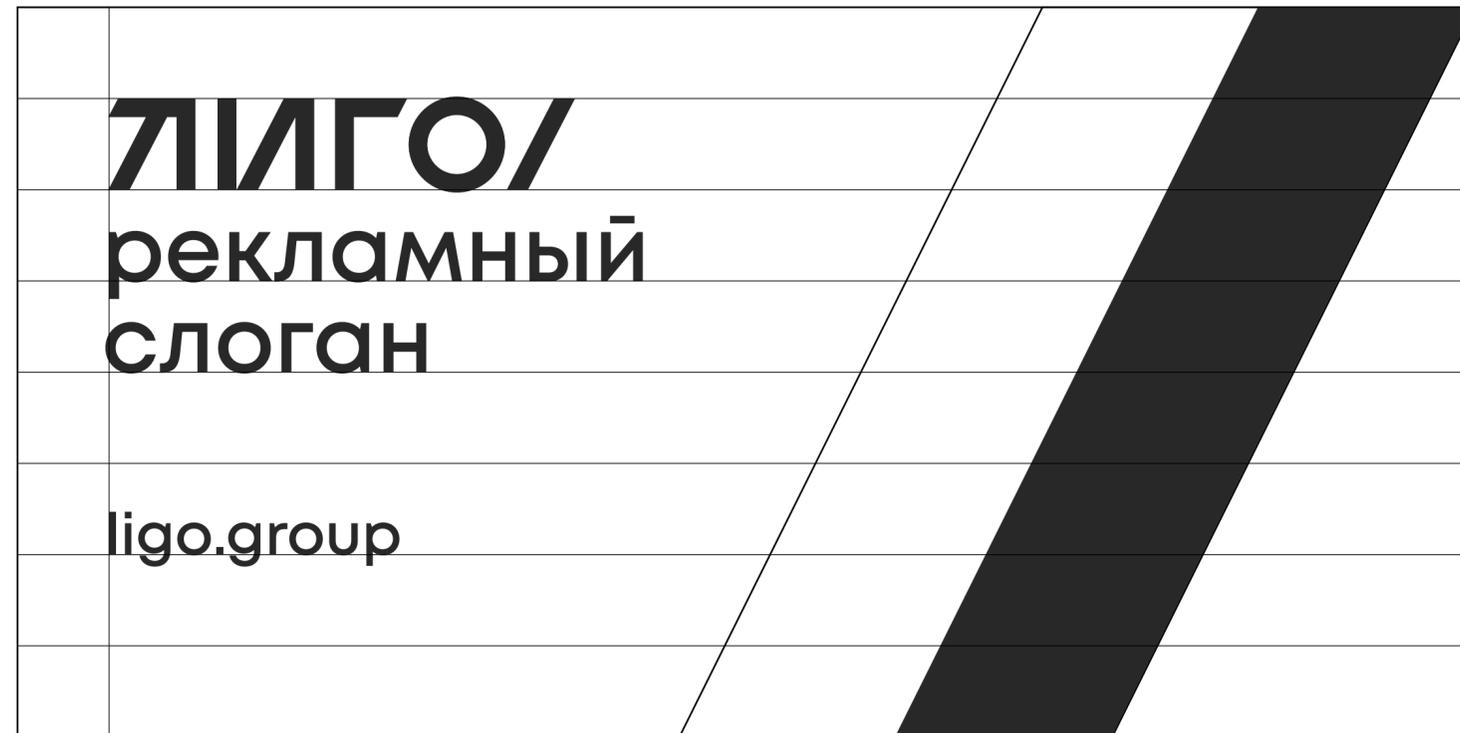
Логотип располагается во второй строке. Слоган располагается в следующих строках. Рекомендуется использовать для размещения слогана не более двух строк. Максимальное количество строк – три.

Контактный блог располагается в 6 и 7 строках. В случае использования слогана из 3 строк, контактный блок смещается на строку вниз.

Часть с рекламным визуалом располагается в правой части макета.

Используются две плашки в форме знака. Левая плашка выкрашивается в основной цвет выбранного цветового сочетания. В правую плашку помещается иллюстрация, фотография или коллаж, поддерживающие рекламное сообщение.

Для достижения большей эффективности рекламного сообщения, элементы коллажа или иллюстрации могут выходить за рамки плашки.



забор

Забор объекта одна из самых важных рекламных коммуникаций.

ЛИГО/
здесь будет
городской
оазис

ligo.group

ЛИГО/
здесь будут
спортивные
площадки

ligo.group



паспорт объекта

Паспорта объектов оформляются в более сдержанных цветовых сочетаниях с использованием белого фона.

Паспорт объекта

НАИМЕНОВАНИЕ ОБЪЕКТА

Строительство многоквартирного жилого дома по ул. 2-я Северная в п/р Луговое г. Южно-Сахалинск.

ЗАКАЗЧИК

Общество с ограниченной ответственностью Специализированный Застройщик «ЛОТОС». Генеральный директор: Ли Дмитрий Куюлович, тел.: +7 4242 72-21-45, факс: 72-30-56.

ПОДРЯДЧИК

Общество с ограниченной ответственностью «ЛИГО-Дизайн трейдинг». Генеральный директор: Ли Дмитрий Куюлович, тел.: +7 4242 50-11-00, факс: 72-30-56. Производитель работ: Попов Алексей Николаевич, тел.: +7 4242 50-11-00. Регистрационный номер в реестре членов СРО «СпецСтройРеконструкция»: 476.

НАЧАЛО СТРОИТЕЛЬСТВА

Июль 2021 года.

ОТДЕЛ ПРОДАЖ

Тел.: +7 4242 27-07-27

ligo.group

ЛИГО / grøn

САМОРЕГУЛИРУЕМАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ

Ассоциация «Межрегиональное отраслевое объединение работодателей Саморегулируемая организация в области строительства «СпецСтройРеконструкция». Контактное лицо: Литвинов Владимир Иванович, тел +7 4242 46-88-58.

ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СТРОИТЕЛЬНЫЙ НАДЗОР:

Государственная инспекция строительного надзора Сахалинской области, тел +7 4242 67-07-60.

ОКОНЧАНИЕ СТРОИТЕЛЬСТВА

Май 2022 года.



подпись в электронной почте

--

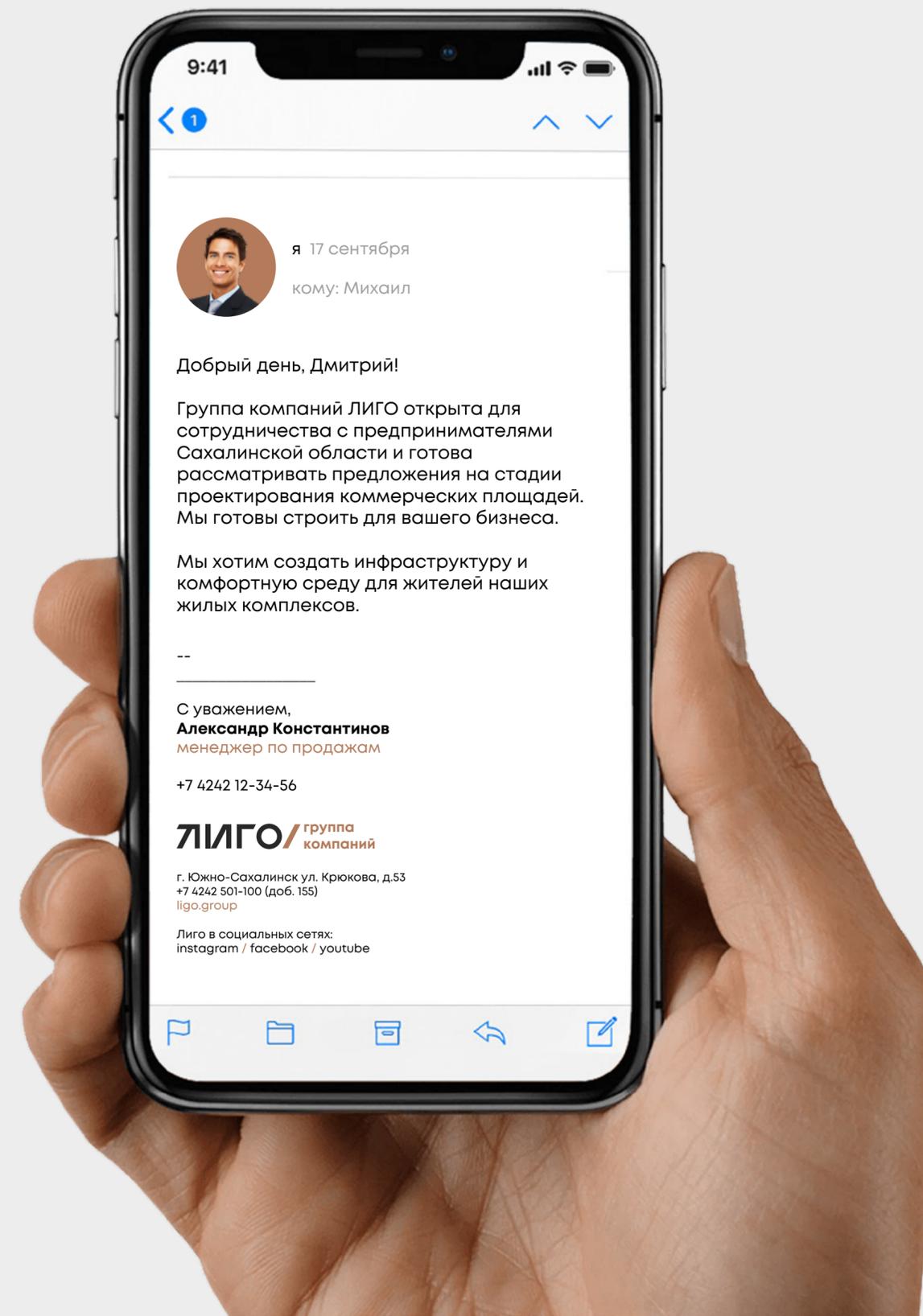
С уважением,
Александр Константинов
 менеджер по продажам

+7 4242 12-34-56

ЛИГО / группа компаний

г. Южно-Сахалинск, ул. Крюкова, д.53
 +7 4242 501-100 (доб. 155)
ligo.group

Лиго в социальных сетях:
[instagram](#) / [facebook](#) / [youtube](#)



шаблон презентации

Документы верстаются в модульной
12-колоночной сетке

ЗАГОЛОВОК

 Шрифт Mont Bold

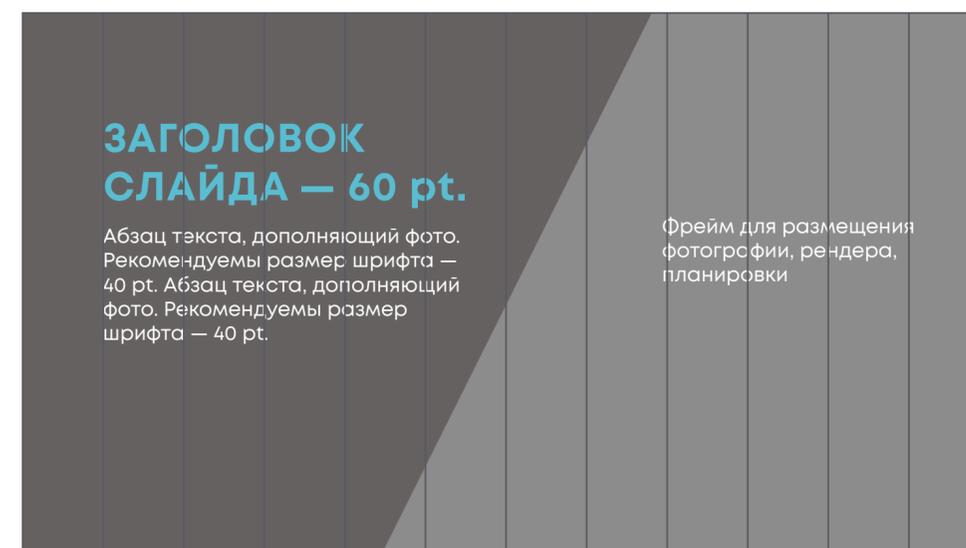
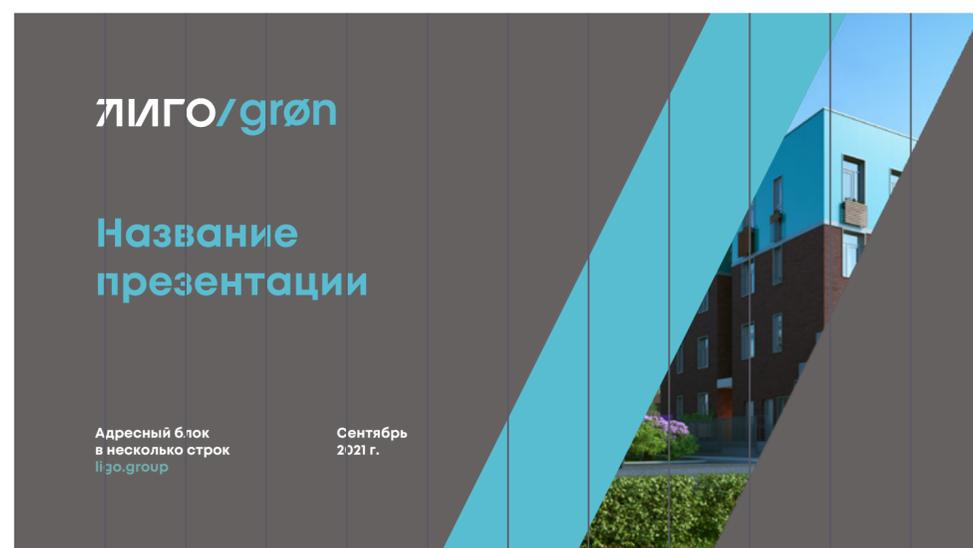
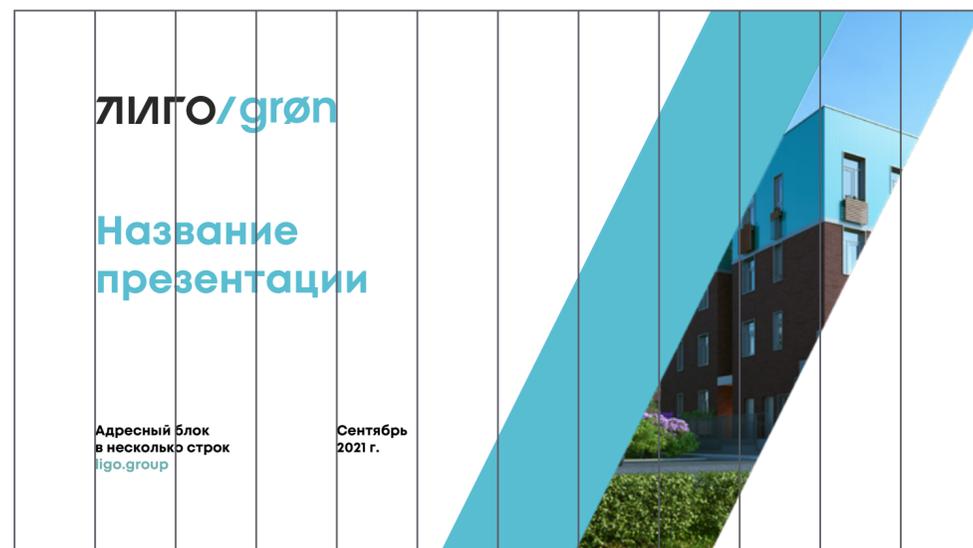
Подзаголовок

 Шрифт Mont Semibold

Обычный текст

 Шрифт Mont Regular

Техническая информация.

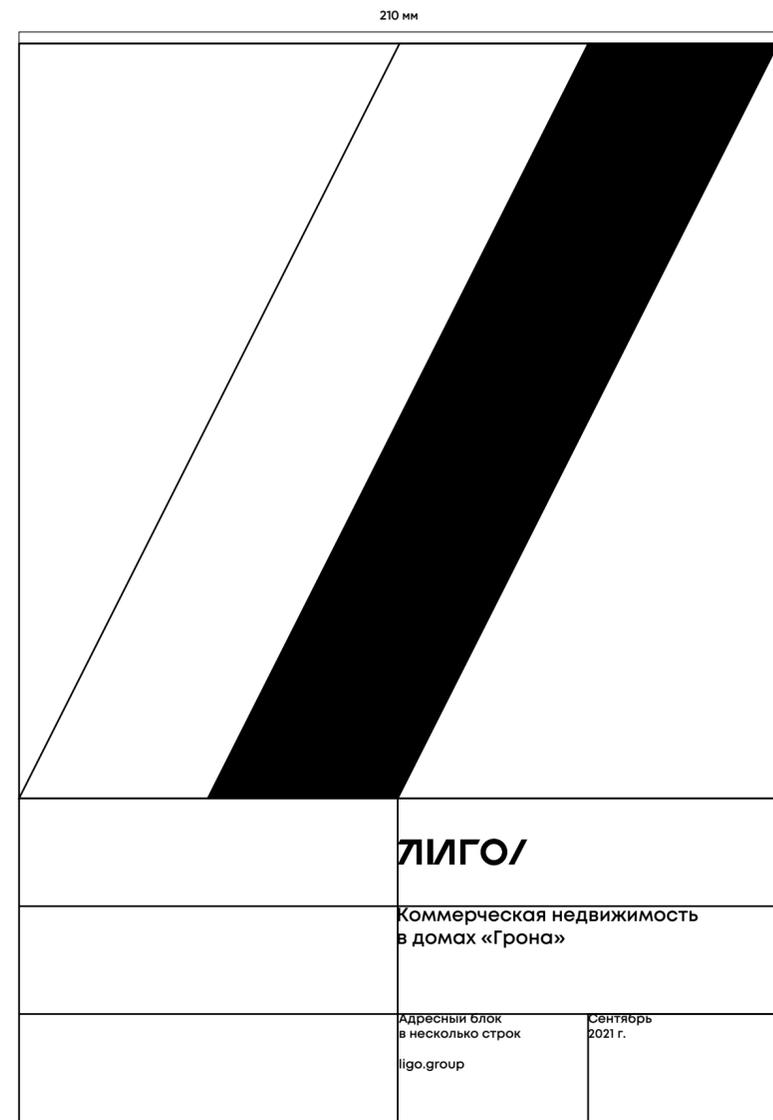
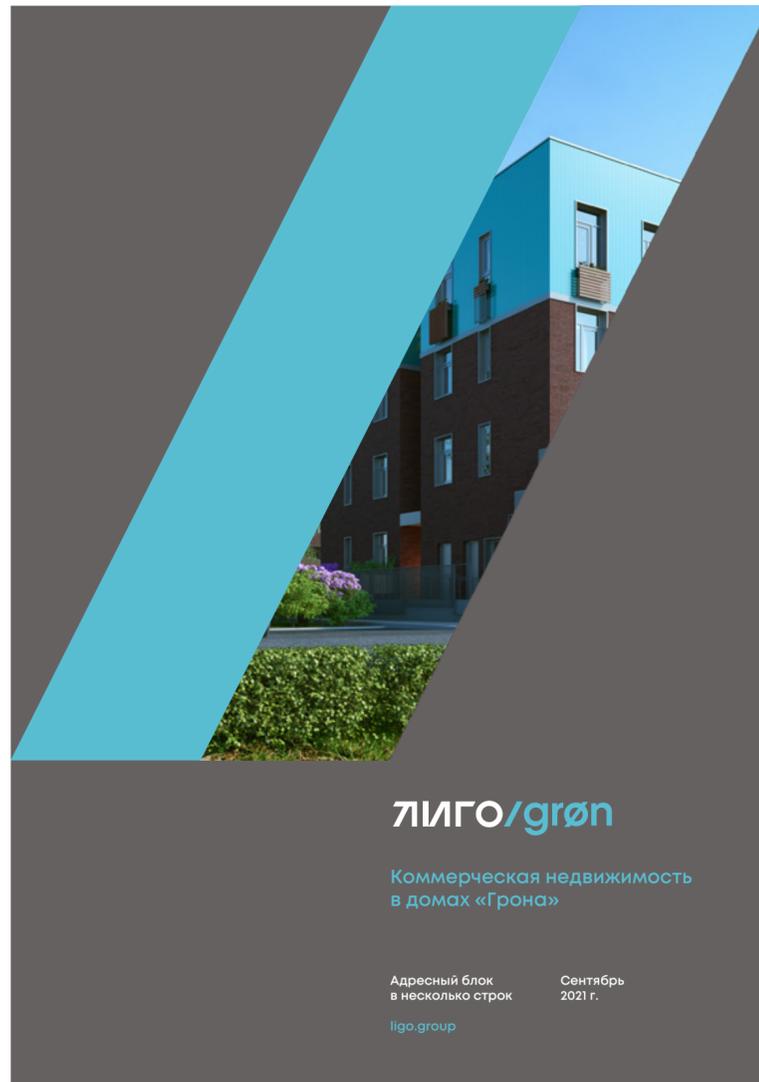
 Шрифт Mont Regular


шаблон обложки коммерческого предложения

Коммерческие предложения верстаются
в формате А4, 210х297 мм.

Блок с графикой занимает квадратное пространство в верхней части обложки.

Используются две плашки в форме знака. Левая плашка выкрашивается в основной цвет выбранного цветового сочетания. В правую плашку помещается 3d-рендер, иллюстрация, коллаж или фотография.



29 мм

29 мм

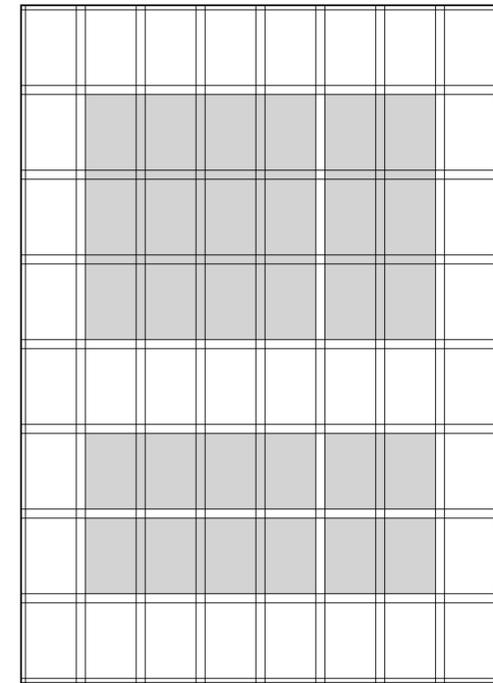
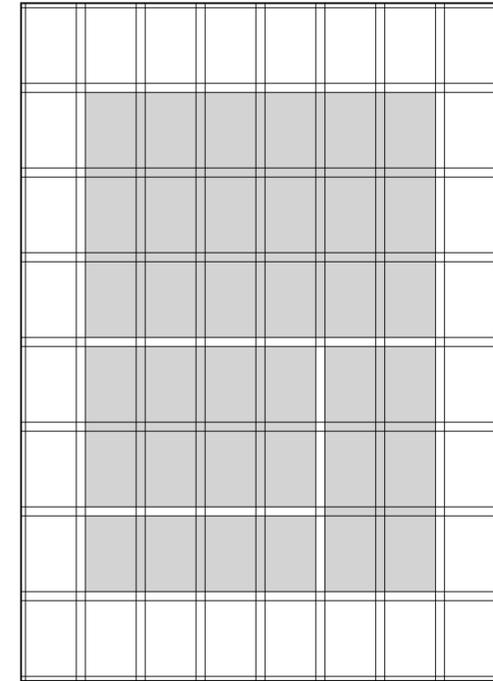
29 мм

29 мм

Информационный блок занимает пространство под блоком с графикой и поделен на три равных части. В верхней трети располагается логотип Лиго с логотипом девелоперского проекта.

Название коммерческого предложения набираются шрифтом Mont Semibold 15-го кегля.

Адресный блок и блок с датой набираются шрифтом Mont Semibold 10-го кегля.



флаги

Комбинация флагов разных цветов привлечет внимание



НАВИГАЦИЯ

Направления, указанные в навигационных стеллах, окрашиваются в разные цвета



автобус

Заявите о себе в городском
потоке



ежедневник

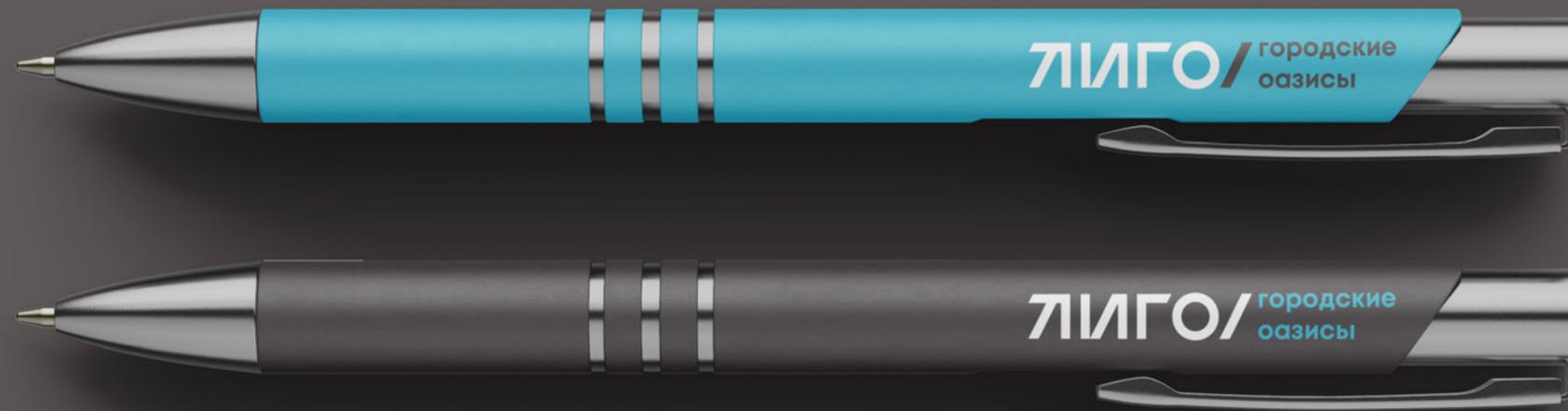
С красивым ежедневником приятней организовывать дела.



ЛИГО / дела
в порядке

ручки

Ручки, оформленные в фирменных цветах, будут напоминать о вас в рабочее время.



футболка

Стоит поддержать спортивный дух жителей подарком-футболкой.



пакет

Положите подарки в красивый бумажный пакет, и они принесут еще больше радости.



чехол для телефона





каска

Стильная защита для
гостей строительных
объектов.



Правила пользования
фирменным стилем

Сервисная
компания

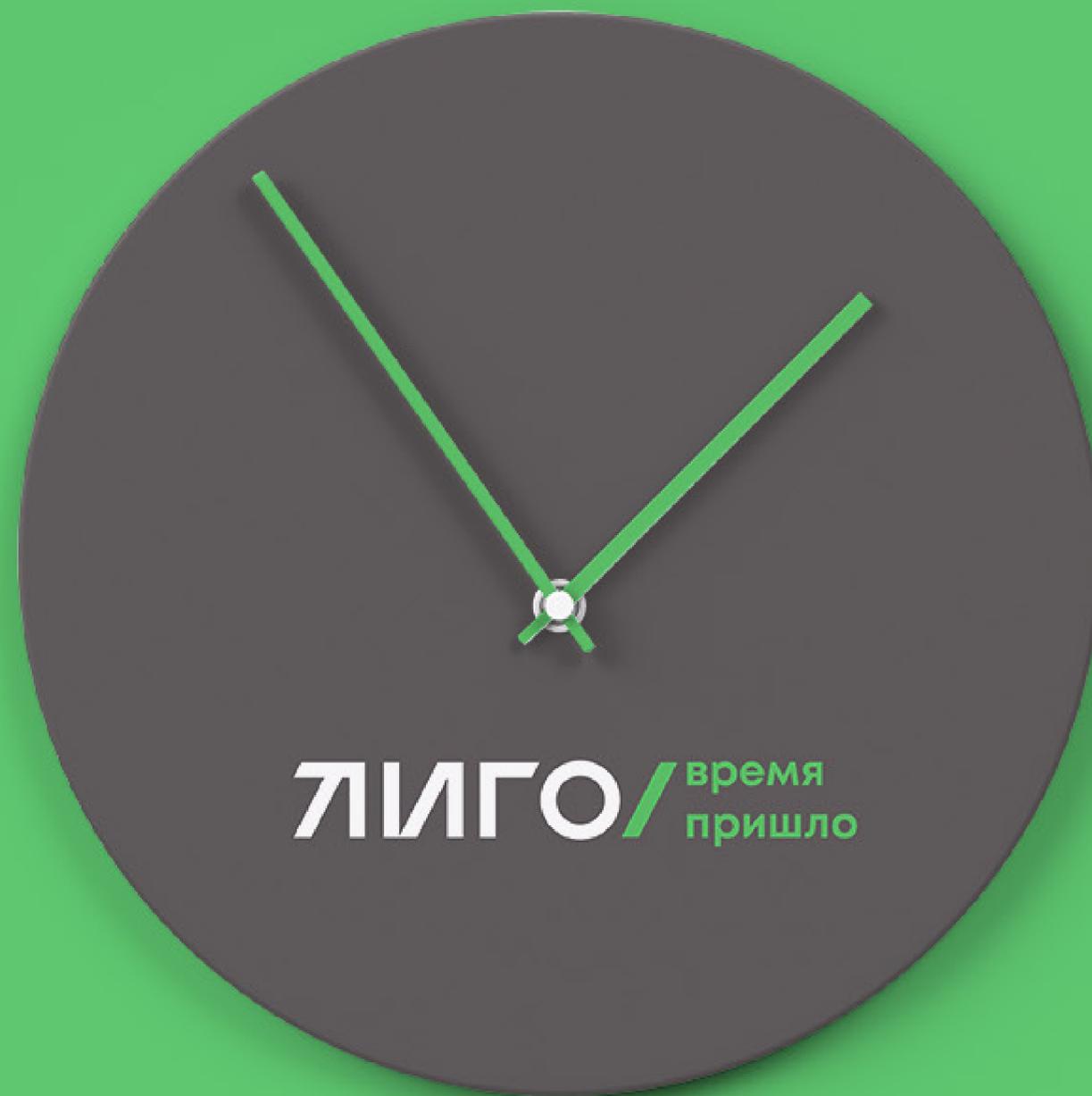
спецодежда

Рабочая одежда тоже может быть нарядной.



настенные часы

Время позвонить в «ЛИГО»



Офисная навигация



входная группа

Цветовое оформление входной группы находится в балансе соформлением фасада здания компании.



график работы

ЛИГО / группа компаний

-
- **9:00 — 18:00**
- 13:00 — 14:00 перерыв
-

• **выходные**



отдел продаж

Отдел продаж — клиентская зона внутри офиса. Поэтому вход в него визуально отличается от остальных элементов интерьера. Прозрачная дверь приглашает заглянуть и зайти в комнату.

отдел продаж

-
- **9:00 — 18:00**
- 13:00 — 14:00 перерыв
-

- **выходные**

отдел продаж

• 9:00 — 18:00

• 13:00 — 14:00 перерыв

• выходные



пиктограммы

Пиктограммы и обозначения кабинетов выполнены в едином стиле с остальными коммуникациями бренда.



3 ЭТАЖ
304 приёмная
306 ПТО

2 ЭТАЖ
207 бухгалтерия
209 отдел персонала

← отдел продаж





ЭТАЖ

207 бухгалтерия

209 отдел персонала

галерея

Поводы для гордости

