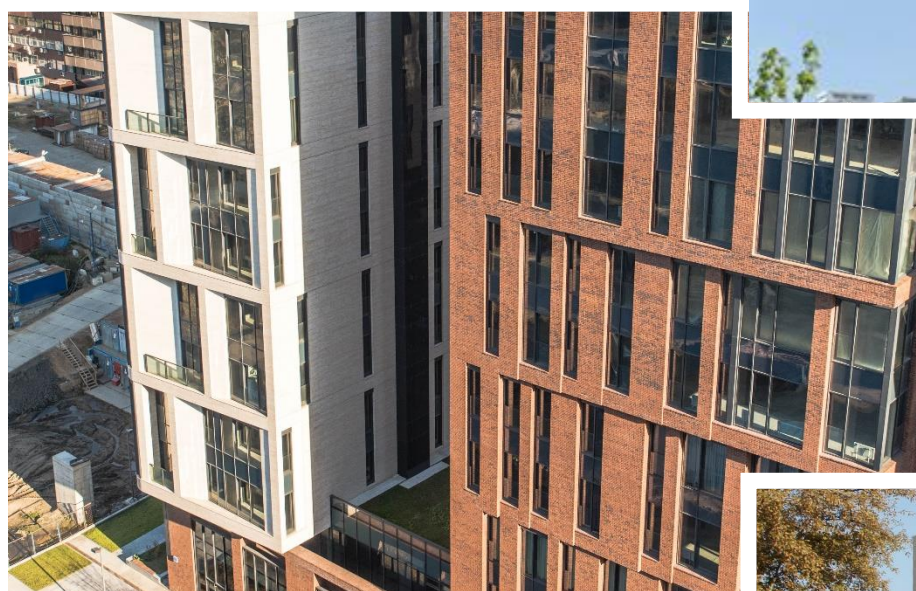


Брендбук ГК «ИНТЕКО»



Позиционирование бренда

- Целевая аудитория
- Позиционирование

Фирменный стиль бренда

- Фирменный логотип
- Основные фирменные цвета
- Воспроизведение логотипа
- Шрифтовая гарнитура
- Бланк делового письма
- Персональная визитная карточка
- Примеры использования фирменного стиля

Позиционирование бренда

Целевая аудитория



Целевая аудитория. Ядро

На сегодняшний день у бренда несколько целевых аудиторий : клиенты, партнеры, сотрудники, чиновники и представители бизнес сообщества. Но среди них всех можно выделить основное ядро, которые и составляют основную аудиторию.

Портрет

Мужчины/женщины, 30-45 лет, с высшим образованием, заняты в различных сферах деятельности с доходом среднего/выше среднего/высокого уровня дохода. Чаще всего имеют семью, детей.

Характер

Они организованны, консервативны, социально активны, современны и рациональны. Стремятся преуспеть в профессиональной сфере, ценят свое время и качество жизни. При выборе объекта недвижимости руководствуются комплексным подходом в сравнении всех критериев: надежность, соотношение цены и качества, дополнительные возможности, сервис.

Принятие решения о покупке

Принимают решение не сразу, т.к. требуется время, чтобы проанализировать различные варианты, сопоставить их между собой с целью поиска наиболее оптимального.

Цели обращения

Покупка жилья, улучшения жилищных условий, возможность сделать долгосрочные вложения в недвижимость (инвестиции).

Мотивы обращения

Уверенность в застройщике, который не только предоставляет обширный комплекс строительных услуг и полностью обеспечивает выполнение своих обязательств перед заказчиками, но и имеет хорошую репутацию, подтвержденную реализованными проектами. Устраивает стоимость и месторасположение объекта, сроки строительства, возможность выбора, качество продукта (потребительские предпочтения), дополнительные сервисы и бонусы при покупке.

Барьеры обращения

Ключевым фактором является стоимость и месторасположение объекта.

Целевая аудитория. Мотивы лояльности прочих групп ЦА

Партнеры

- доверие к профессиональной компании с хорошей репутацией
- сильный административный и финансовый ресурс

Сотрудники

- репутация надежной компании
- конкурентная заработная плата на рынке
- возможность сделать карьеру

Чиновники

- надежный застройщик, привлекающий средства в соответствии с ФЗ-214
- развитие городской среды в регионах присутствия
- реализация совместных социальных проектов
- работа с государственными заказами

Бизнес сообщество

- общий репутационный фон
- профессиональная команда
- административный/финансовый ресурс
- многопрофильность в рамках одного холдинга

Позиционирование. Инсайт потребителя

«Я выбираю застройщика, профессионализму и опыту которого я могу доверять. При выборе жилья на первичном рынке, я ориентируюсь на предложения лидеров рынка, профессиональная репутация которых проверена годами, а результат построенных жилищных комплексов можно оценить самому. Наличие у компании сильного административного и финансового ресурса, создают для меня дополнительные преимущества не только в выборе квартиры и места будущего проживания, но и в гарантиях, что объект строительства будет сдан вовремя»

Позиционирование. Инсайт потенциальных сотрудников

«При поиске работы я обращаю внимание на сильные и известные бренды в той области, в которой я вижу свое будущее развитие. Лидирующие позиции на рынке, сильный бренд и масштаб организации, дают мне уверенность в профессиональной экспертизе и финансовых возможностях компании. Амбициозные цели и задачи, которые ставит перед собой сильная профессиональная команда, станут основой для моего будущего профессионального, человеческого и карьерного роста»

Позиционирование. Инсайт сотрудников

«Я работаю в компании 3-5-10 лет. За это время компания создала для меня комфортные условия для развития и роста. Я смог вырасти и состояться как профессионал и как человек. Сделать карьеру от рядового сотрудника до руководителя департамента. Быть успешным и уверенным в завтрашнем дне. Компания дала мне возможность развиваться, почувствовать свою значимость и ценность для нее, создала условия для самореализации и обеспечила материальным благополучием. Сегодня, как и раньше, мне интересно здесь работать»

Позиционирование. Инсайт партнеров

«Сотрудничество с многофункциональным холдингом полного цикла девелоперских услуг дает возможность решить все функциональные вопросы на разных этапах сотрудничества в рамках одной структуры. Профессиональная команда людей – главный и самый мощный ресурс компании, который создает дополнительные для нас гарантии и преимущества в работе. Возможности холдинга вместе с административно-финансовым ресурсом, обеспечивает синергический эффект и позволяет добиваться поставленных целей в установленные сроки»

Позиционирование. Инсайт бизнес сообщества

«Чем больше сильных, ответственных и профессиональных игроков на рынке недвижимости, тем стабильнее рынок. У компании с профессиональным инновационным подходом и многолетним опытом масштабных построек, с доверительным отношением со стороны участников рынка и бизнес сообщества, есть неоспоримое преимущество, которое влияет на долгосрочные, перспективные и профессиональные связи в бизнес среде»

Позиционирование. Платформа бренда

Атрибуты бренда

- история компании
- репутация профессиональной команды
- наличие административно-финансового ресурса
- девелоперская компания полного цикла
- масштабность строительства
- многопрофильность
- география

Рациональные преимущества

- доверие (компетентность, профессионализм)
- выгодность покупки предлагаемых объектов (стоимость/место/качество)
- возможность выбрать объект

Эмоциональные преимущества

- надежность
- уверенность
- спокойствие
- комфорт

Позиционирование. Платформа бренда

Ценности бренда

- цеховые традиции
- лидерство/успешность
- профессионализм
- ОТВЕТСТВЕННОСТЬ
- команда/коллектив компании
- внимание к клиенту
- контроль и гарантии качества
- ОТКРЫТОСТЬ КО ВСЕМУ НОВОМУ

Характер бренда

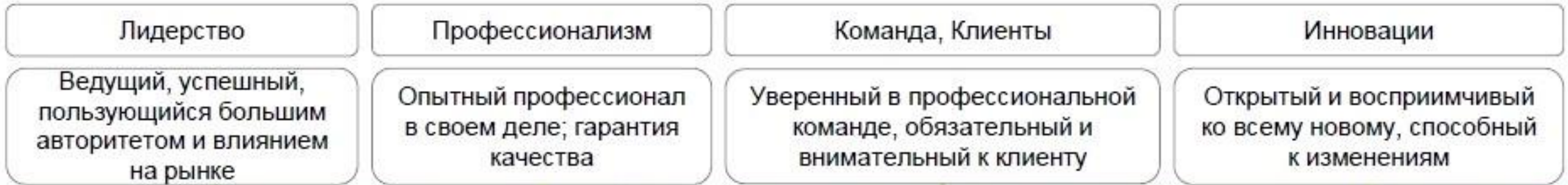
- мужской
- лидер
- надежный
- сильный
- авторитетный
- уверенный
- уравновешенный
- ОТКРЫТЫЙ

Суть бренда

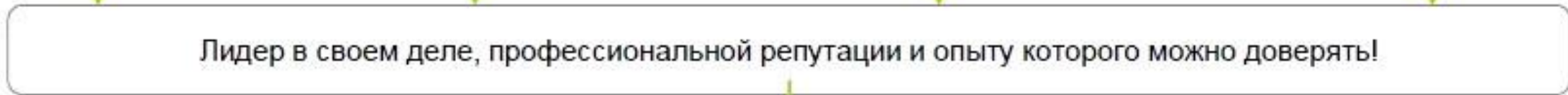
НАДЕЖНОСТЬ В ОСНОВЕ ЛЮБОГО ЗАМЫСЛА

Позиционирование. Платформа бренда

Ценности и характер

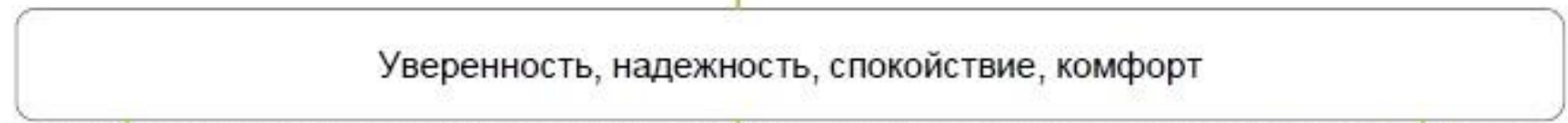
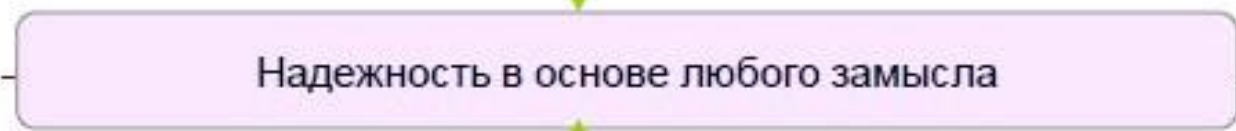


Обещание

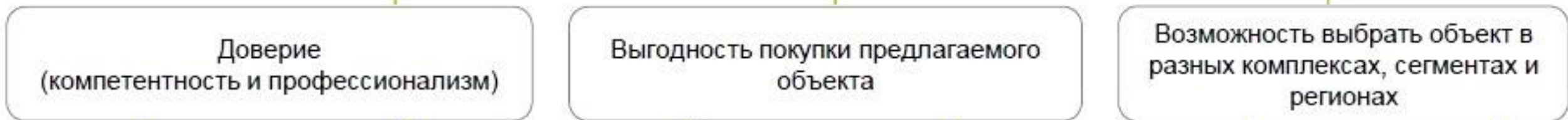


ВНУТРЕННИЕ

Эмоциональное преимущество



Рациональные преимущества



ВНЕШНИЕ

Атрибуты



Позиционирование. Платформа бренда

НАДЕЖНОСТЬ В ОСНОВЕ
ЛЮБОГО ЗАМЫСЛА



Позиционирование. Платформа бренда

НАДЕЖНОСТЬ В ОСНОВЕ
ЛЮБОГО ЗАМЫСЛА



Фирменный стиль бренда

Фирменный логотип

Логотип АО «ИНТЕКО» является совокупностью графических элементов.

Логотип состоит из знака и буквенного отображения названия компании – основная часть. Знак и основная часть скомпонованы в определенной пропорции. Логотип АО «ИНТЕКО» существует в двух начертаниях: кириллице и латинице.

НЕ ДОПУСКАЕТСЯ:

Изменение геометрических пропорций, расстояний между буквами, толщины букв и самого рисунка.



Основные фирменные цвета

ОСНОВНОЕ ЦВЕТОВОЕ РЕШЕНИЕ



В качестве основного цветового решения логотипа АО «ИНТЕКО» выбран синий цвет.

Синий
PANTONE REFLEX BLUE C
Ближайшее значение в:
СМΥК – С:100 М:75 Υ:0 К:5
RGB – R:0 G:48 В: 94

ВНИМАНИЕ!

Приведенные в описании цветные квадратные блоки не являются эталонами, при подборе фирменного цвета в полиграфическом производстве необходимо пользоваться каталогом «Pantone Process Guide» для мелованной или немелованной бумаги (в зависимости от поставленной задачи).

Основные фирменные цвета

Логотип АО «ИНТЕКО» является совокупностью графических элементов.

Рекомендуется использовать:

- Палитру CMYK для цифровой и офсетной печати (например, каталоги, листовки, календари, баннеры);
- Палитру PANTON при печати смесевыми красками в один цвет (например, визитки, бланки, конверты и т.п.);
- Палитра RGB служит для корректного отображения цвета на экране монитора.

При использовании оригинальных производственных материалов рекомендуется консультироваться со специалистом, ответственным за фирменный стиль.

Воспроизведение логотипа

При воспроизведении логотипа в рекламной и деловой продукции, предпочтительно использовать оригинальный фирменный блок на белой поверхности.

В случае, когда воспроизведение логотипа «в цвете» невозможно, рекомендуется использовать монохромную черную версию логотипа.



ВНИМАНИЕ!

Любые изменения логотипа и его воспроизведения должны быть согласованы соответствующим образом.

Шрифтовая гарнитура

Шрифт играет важную роль в коммуникациях и позволяет идентифицировать торговый знак.

Основные шрифты для деловой документации и рекламной продукции АО «ИНТЕКО»: «Pragmatica», «Arial» и «Times New Roman».

Это гармоничные логотипу шрифты, которые можно использовать в заголовках, сносках и тексте при производстве рекламной продукции.

Шрифты

Гарнитура Pragmatica

Pragmatica

АБВГДЕЖЗИЙКЛМНОРСТУФХЦШЩЪЮЬЭЮЯ
абвгдежзийклмнорстуфхцшщъюьэюя
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Гарнитура Pragmatica Black

Pragmatica black

АБВГДЕЖЗИЙКЛМНОРСТУФХЦШЩЪЮЬЭЮЯ
абвгдежзийклмнорстуфхцшщъюьэюя
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Шрифты

Гарнитура Arial

Arial

АБВГДЕЖЗИЙКЛМНОРСТУФХЦШЩЪЮЬЭЮЯ
абвгдежзийклмнорстуфхцшщъюьэюя
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Гарнитура Arial Bold

Arial Bold

АБВГДЕЖЗИЙКЛМНОРСТУФХЦШЩЪЮЬЭЮЯ
абвгдежзийклмнорстуфхцшщъюьэюя
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Шрифты

Гарнитура Times New Roman

Times New Roman

АБВГДЕЖЗИЙКЛМНОПРСТФХЦЧШЩЪЮЬЭЮЯ
абвгдежзийклмнопрстфхцчшщъюьэюя
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Гарнитура Times New Roman Bold

Times New Roman Bold

**АБВГДЕЖЗИЙКЛМНОПРСТФХЦЧШЩЪЮЬЭЮЯ
абвгдежзийклмнопрстфхцчшщъюьэюя
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789**

Бланк делового письма



Акционерное общество
«ИНТЕКО»

Россия, 107078, г.Москва,
ул. Садовая-Спаская, д.28
ИНН 7703010975/ КПП 770801001

Тел./Факс: 8(495) 662-80-02
E-mail: info@inteko.ru; info@intecodom.ru
www.inteko.ru; www.intecodom.ru

« _____ » _____ 201_ г.

№ _____

Генеральному директору
ООО «Парус»
Васильеву А.С.

Уважаемый Алексей Степанович!

По поручению руководства ГК «ИНТЕКО» были проработаны варианты сотрудничества с вашей компанией.

Информирую вас, что для снижения издержек совместно с налоговым департаментом и бухгалтерией будет вариант учета продукции с возможностью отнесения соответствующих расходов на затраты компании.

С уважением,
Генеральный директор

И.И. Иванов

Размер – А4

Бумага – офсет, 90 г/м²

Цветность – 2+0

Шрифт – Times New Roman



АО «ИНТЕКО»

**Лядов
Сергей Алипиевич**

Департамент по связям с общественностью

Россия, 107078, Москва,
ул. Садовая-Спаская, д. 28
inteco.ru

Тел.: +7 (495) 662-80-02 доб. 4185
Моб.: +7 (903) 591-06-83
e-mail: sergey.liadov@inteco.ru
press@inteco.ru

Размер визитной карточки –
50x90 мм

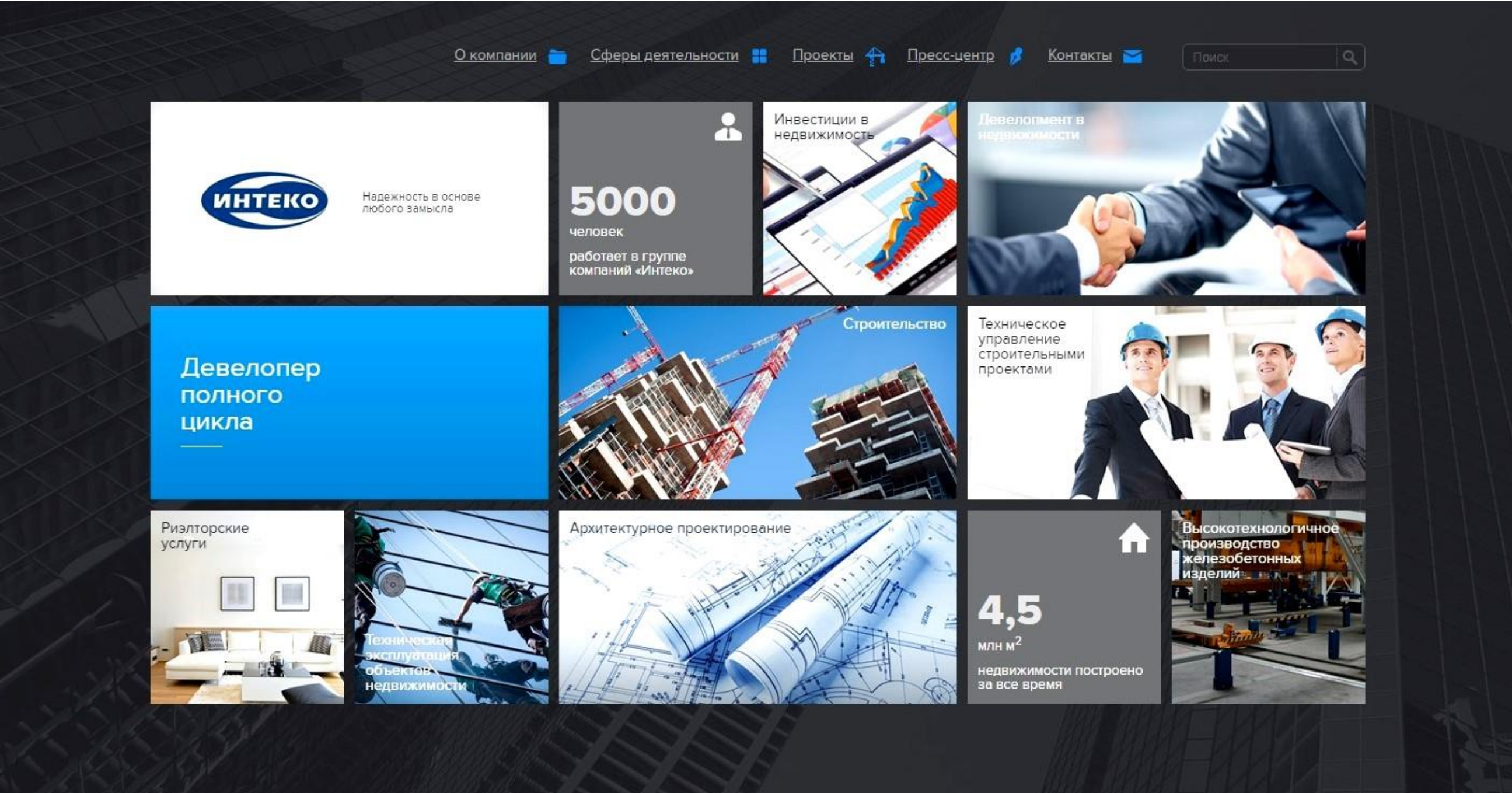
Бумага – лен, белая, 300 г/м²

Цветность – 2+0

Тип запечатки – офсет,
цифра, шелкография

Примеры использования фирменного стиля

Корпоративный сайт



Оформление годовых отчетов и пресс-релизов



Пресс-релиз
15 февраля 2018

ГК «ИНТЕКО» заняла более четверти элитного рынка столицы в 2017 году

В прошлом году доля продаж квартир в элитных объектах ГК «ИНТЕКО» составила 27% от общего числа сделок в сегменте. Такие данные приводит аналитическая служба компании «Магистрат» - генерального риэлтора объектов Группы в Москве.

Всего, по информации Росреестра, на рынке элитных новостроек столицы в минувшем году было заключено около 640 сделок по договорам долевого участия (ДДУ). Таким образом, ГК «ИНТЕКО» по-прежнему остается одним из лидеров рынка элитного жилья в Москве.

Сейчас на рынке элитного жилья Москвы «Магистрат» занимается продажей квартиры в комплексе клубных домов «Садовые кварталы» в Хамовниках, а также апартаменты в комплексах Balchug Viewpoint и Balchug Residence в Замоскворечье.

Екатерина Батынкова, генеральный директор ООО «МАГИСТРАТ»: «В комплексе «Садовые кварталы» наибольшим спросом в 2017 году пользовались квартиры в новых корпусах второго квартала (2.5-2.10). Продажи в них открылись в том же году, и на начальном этапе строительства цена метра была наиболее привлекательной. На их долю пришлось порядка 40% в общем объеме спроса на элитные объекты ГК «ИНТЕКО». Средний бюджет покупки составил 45,5 млн рублей, средняя площадь – 113 кв. м.»

В комплексах Balchug Viewpoint и Balchug Residence самыми востребованными также были апартаменты больших площадей. Средний бюджет покупки в Balchug Viewpoint в 2017 году составил 89,7 млн рублей (средняя площадь 208 кв. м), в Balchug Residence - 52,1 млн рублей (средняя площадь 113 кв. м).

Большинство сделок заключается при единовременной полной оплате. Так, в комплексе «Садовые Кварталы» на полную оплату пришлось 56% от общего числа сделок. В комплексах Balchug Viewpoint и Balchug Residence на полную оплату пришлось 55% от общего количества сделок.

Однако в 2017 году появилась тенденция к увеличению доли покупок с привлечением ипотечных кредитов. Росту объема ипотечных сделок способствовали выгодные условия кредитования и широкий выбор ипотечных программ от ведущих банков. Ставки сейчас варьируются от 9,4%, а минимальный первоначальный взнос составляет 10%. Доля ипотечных сделок в комплексе «Садовые Кварталы» составила 29%, что практически в два раза превышает показатель 2016 года. Рассрочкой платежа воспользовались 15% покупателей. В комплексах Balchug Viewpoint и Balchug Residence каждая пятая сделка оформлялась с привлечением ипотечного кредита.

Корпоративные календари



Примеры сувенирной продукции



Примеры сувенирной продукции



Примеры сувенирной продукции

