

SOHO
NOHO



БРЕНД-ПЛАТФОРМА

SOHO+NOHO

«Soho+Noho» — это жилой комплекс в шаговой доступности от метро Белорусская. Два здания по 25 этажей с лобби, подземным паркингом и эксплуатируемой крышей.

«Soho+Noho» — это комбинация локации, smart-планировок, и клубной системы общественных зон (лобби, зоны ожидания, переговорных, мест для проведения мероприятий, co-working и фитнес-центра. Это сочетание, которое позволяет отстроиться в конкурентном окружении от проектов в аналогичной ценовой категории.

В названии заложена идея двойки, так как в проекте два здания, идея взаимодействия, диалога и органичного дополнения.

«Soho+Noho» вдохновлен стилем целеустремленных и разносторонних людей, из которого выросли нью-йоркские небоскребы. Это подчеркивают названия башен: южная называется Soho, а северная — Noho, по имени двух ярких районов Манхэттена. Первый сегодня считается арт-районом, а второй — местом модных ресторанов, офисных лофтов и амбициозных бизнес-проектов. Soho и Noho в «Soho+Noho» — это соединение бизнеса с креативностью. Это не просто комфортное место проживания, а статусное пространство в центре, где пересекаются идеи, энергии и люди.

Типы отделки имеют собственные названия. Silver (для светлого типа отделки) и Bronze (для темного).



ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ

Это активные светские люди, которые достаточно времени уделяют работе, при этом стремятся к work-life balance и часто посещают различные мероприятия в центре столицы, будь то выставки картин, конференции TEDx или бизнес-мероприятия на Белой площади. Род занятий — самый разный, но чаще всего это предприниматели, владельцы собственного бизнеса или топ-менеджеры, менеджеры среднего звена, госслужащие.

АКТИВНЫЕ ДЕЛОВЫЕ ЛЮДИ 28–40 ЛЕТ

Живут одни либо это молодая пара без детей. Могут снимать жильё в центре Москвы, но готовы к приобретению собственного жилья. Они стремятся успевать не только работать, но и вести активную социальную жизнь, ориентированы на общение, любят новые знакомства, приглашают в гости друзей и коллег и лишнее такое приглашение — это свидетельство статуса и достижений.

Много путешествуют или часто бывают в командировках. Постоянно учатся и интересуются саморазвитием. Открыты к новому и при этом с уважением относятся к традициям. Обладают автомобилем, но активно используют альтернативные, более быстрые, виды транспорта.



ИНСАЙТ

Я УСПЕШЕН, ХОЧУ БЫТЬ ЗДОРОВЫМ, ХОРОШО ВЫГЛЯДЕТЬ И ВЕСЕЛО ОТДЫХАТЬ, НО Я НЕ МОГУ ОДНОВРЕМЕННО ИСПОЛЬЗОВАТЬ ВСЕ ПОТЕНЦИАЛ МЕГАПОЛИСА ИЗ-ЗА БОЛЬШИХ РАССТОЯНИЙ, ПРОБОК И РАЗРОНЕННОСТИ МЕСТ РАБОТЫ, СПОРТА, КУЛЬТУРНОЙ ЖИЗНИ И РЕСТОРАНОВ

ИДЕЯ БРЕНДА

Живой, динамичный, яркий, современный. Он постоянно находится в движении и развитии. City that never sleeps.

Архитектура комплекса вдохновлена эклектикой американской школы 30-х, современной архитектуры Нью-Йорка, Лондона, Китая. Она опирается на статус и благополучие и при этом символизирует неутомимое движение вперёд.

Настоящий клубный дом, который предоставляет жителям в пользование умело сформированное общественное пространство.

Это место, куда приятно возвращаться. Место, где все свои. Где ты свой.

«SOHO+NOHO» — ЭТО
НОВЫЙ ФОРМАТ ЖИЗНИ
НА БЕЛОРУССКОЙ



МИССИЯ

С ПОМОЩЬЮ СОЗДАНИЯ УДОБНОГО
ПРОСТРАНСТВА МЫ ПОМОГАЕМ ЛЮДЯМ
УКРЕПЛЯТЬ СОЦИАЛЬНЫЕ СВЯЗИ,
РАЗВИВАТЬСЯ И ПОЛУЧАТЬ ЗАРЯД
ЭНЕРГИИ ДЛЯ ЖИЗНИ
В РИТМЕ МЕГАПОЛИСА

ЦЕННОСТИ

1

ОБЩЕНИЕ

«Soho+Noho» — это дружелюбное пространство, в котором приятно находиться и которое располагает к общению, знакомствам, обмену идеями. Мы — союзник в любых инициативах, направленных на позитивное взаимодействие и самореализацию.

2

ОТКРЫТОСТЬ

Когда ты добился в жизни определённых высот, зачем кому-то что-то доказывать? Мы выступаем за открытость и приглашаем делиться с миром знаниями, эмоциями и исследовать новые горизонты. Мы открыты к взаимодействию и любой обратной связи.

3

СОВРЕМЕННОСТЬ

Мы идём в ногу со временем, опережая тренды. Мы создаём атмосферу, которая способствует зарождению новых проектов, мыслей, идей на пике актуальности.

4

РАЗВИТИЕ

Постоянное движение это развитие, стремление к познанию нового. Современный человек непрерывно учится и развивается, чтобы быть органичной частью происходящего, а мы создаём для этого благоприятную среду.

РАЦИОНАЛЬНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА



Местоположение в шаговой доступности от м. Белорусская



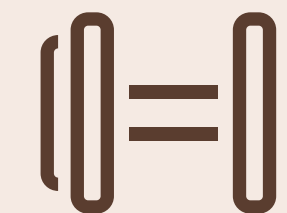
Открытые террасы с панорамными видами на Москву в апартаментах на высоких этажах



Просторное лобби с современной инфраструктурой для отдыха, работы и активного времяпрепровождения



Подземный паркинг на 210 мест



Фитнес-центр и зал для йоги, бар-ресторан, fresh bar



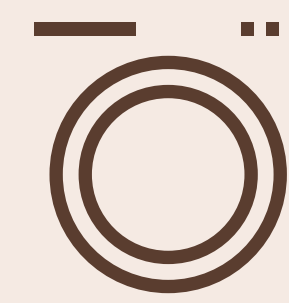
Натуральные материалы, системы очистки воздуха, отдельный сбор мусора



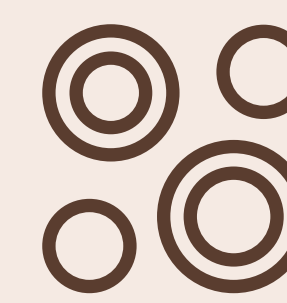
Закрытая территория, шумоизоляция



Закрытый зал для деловых/дружеских ужинов, праздников, каминная зона лобби



Прачечная, уборка, доставка еды, каршеринг, уборка



Встроенная кухня, мебель-трансформер

ОБЕЩАНИЕ БРЕНДА

МЫ СУММИРУЕМ ЭЛЕМЕНТЫ, КОТОРЫЕ РЕШАЮТ ВАШИ ЛИЧНЫЕ ЗАДАЧИ: КОМФОРТ ПРОЖИВАНИЯ, СПОРТ, ОБЩЕНИЕ С ДРУЗЬЯМИ, СВЕТСКУЮ ЖИЗНЬ. МЫ ФОРМИРУЕМ СРЕДУ, В КОТОРОЙ ВЫ СМОЖЕТЕ УСПЕВАТЬ ВСЕ, ЧТО ВАЖНО ДЛЯ УСПЕШНОЙ ЖИЗНИ В ГОРОДЕ С ВЫСОКИМ ТЕМПОМ ЖИЗНИ

ХАРАКТЕР БРЕНДА

ЗНАЧИМЫЙ

Подтверждает статус и весомость достижений

ТРЕНДСЕТТЕР

Динамичный, стильный, в курсе последних трендов

СВОБОДНЫЙ

Вне стереотипов, открытый, готовый воспринимать разную информацию и радикально менять планы

ДИНАМИЧНЫЙ

Скорость, движение, ритм



БРЕНД-ПЛАТФОРМА

ИНСАЙТ

Я успешен, хочу быть здоровым, хорошо выглядеть и весело отдыхать, но я не могу одновременно использовать весь потенциал мегаполиса из-за больших расстояний, пробок и разрозненности мест работы, спорта, культурной жизни и ресторанов.

ИДЕЯ БРЕНДА

«Soho+Noho» — это новый формат жизни на Белорусской.

МИССИЯ

С помощью создания удобного пространства мы помогаем людям укреплять социальные связи, развиваться и получать заряд энергии для жизни в ритме мегаполиса.

ЦЕННОСТИ

ОБЩЕНИЕ: это пространство, которое располагает к знакомствам, обмену идеями.
ОТКРЫТОСТЬ: мы приглашаем делиться с миром знаниями и исследовать новые горизонты.
РАЗВИТИЕ: стремление к познанию нового, чтобы быть органичной частью происходящего.

РАЦИОНАЛЬНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА

Местоположение в шаговой доступности от м. Белорусская; открытые террасы с панорамными видами на Москву в апартаментах на высоких этажах; подземный паркинг на 210 мест; фитнес-центр и зал для йоги, каминная зона лобби; прачечная, уборка, доставка еды, каршеринг.

ОБЕЩАНИЕ БРЕНДА

Мы суммируем элементы, которые решают ваши личные задачи: комфорт проживания, спорт, общение с друзьями, светскую жизнь. Мы формируем среду, в которой вы сможете успевать всё, что важно для успешной жизни в городе с высоким темпом жизни.

ХАРАКТЕР

ЗНАЧИМЫЙ: подтверждает статус и весомость достижений.
ТРЕНДСЕТТЕР: динамичный, стильный, в курсе последних трендов.
ДРУЖЕЛЮБНЫЙ: располагающий к приятному времяпровождению.
СВОБОДНЫЙ: вне стереотипов, открытый, готовый воспринимать разную информацию.
ДИНАМИЧНЫЙ: скорость, движение, ритм

СЛОГАН

ЖИТЬ В ЦЕНТРЕ
ВОЗМОЖНОСТЕЙ

2

КОНСТАНТЫ
ФИРМЕННОГО СТИЛЯ

ЛОГОТИП

Логотип является основополагающим элементом фирменного стиля, отвечающим за узнавание и запоминание бренда потребителем.

Он представляет собой уникальное начертание названия бренда — «Soho+Noho». Логотип является основополагающим элементом фирменного стиля, отвечающим за узнавание и запоминание бренда потребителем.

Охранное поле — это свободное пространство вокруг логотипа, которое позволяет сохранить его считываемость. В пределы охранного поля не должны попадать никакие графические элементы. Минимальное значение охранного поля вокруг логотипа равно ширине буквы «О».

Логотип динамический, имеет 4 возможных вариации. Допустимо использовать любую из них. Размер охранного поля актуален для каждого из вариантов логотипа.

В письменной речи название проекта пишется в кавычках и без пробелов вокруг плюса — «Soho+Noho».



охранное поле



варианты динамического логотипа

ЦВЕТОВОЕ РЕШЕНИЕ ЛОГОТИПА

Основной версией является логотип персикового цвета на темно-зеленом фоне.

Его следует использовать в рекламной и полиграфической продукции, в деловой документации и сувенирной продукции.

Дополнительно используется темно-зеленый логотип на светлом фоне для официальной и деловой документации.

The image shows the main logo version. The text 'SOHO' is on the top line and 'NOHO' is on the bottom line. The letters are a light peach color. The 'H' in both words is stylized with vertical bars. To the right of the 'O' in 'NOHO' is a stylized symbol consisting of a vertical bar, a horizontal bar, and a diagonal bar. The background is a dark green color.

Основная версия

The image shows the additional logo version. The text 'SOHO' is on the top line and 'NOHO' is on the bottom line. The letters are a dark green color. The 'H' in both words is stylized with vertical bars. To the right of the 'O' in 'NOHO' is a stylized symbol consisting of a vertical bar, a horizontal bar, and a diagonal bar. The background is a light, off-white color.

Дополнительная версия

ЦВЕТОВАЯ ПАЛИТРА

Основным цветом бренда является «темный изумруд». Он используется в качестве фона и цвета дополнительных элементов.

Второй основной цвет — «спелый персик». Используется как главный цвет логотипа, а также для набора текстовых сообщений.

Дополнительные цвета — «горький шоколад» и «натуральная бумага». Первый применяется для дополнительной графики, пиктограмм и акцентов на полосе. Второй — как светлый фон деловой документации.

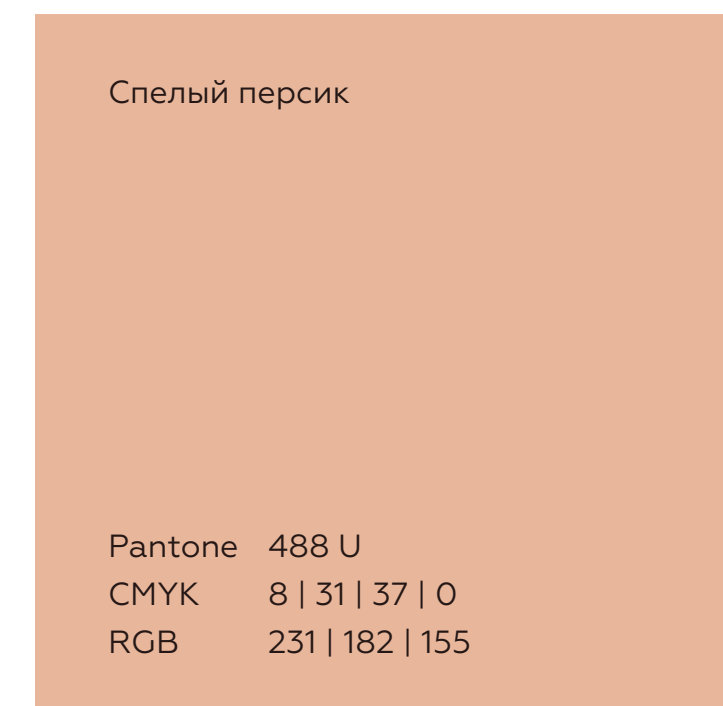
Как дополнительный элемент для полиграфической продукции используется тиснение фольгой "Foilcom. Orange 40". В сувенирной продукции применяются текстуры темного и светлого мрамора.

Важно правильно использовать фирменные цвета. В полиграфии приоритетным является палитра красок Pantone.

ОСНОВНЫЕ ЦВЕТА



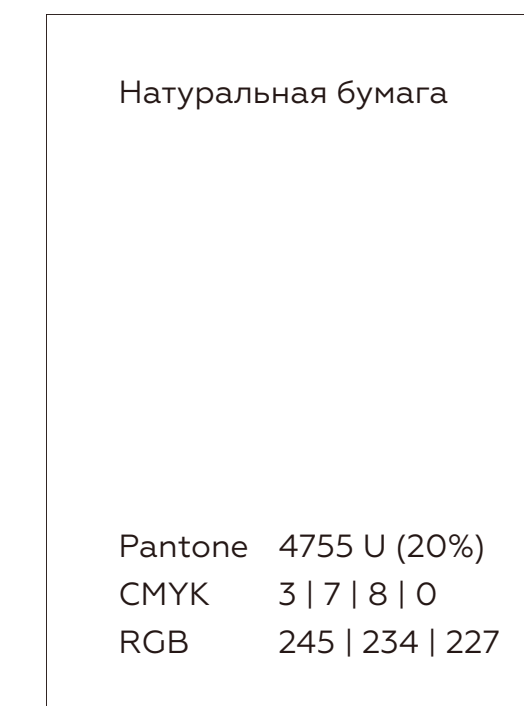
Используется в качестве основного цвета фона



Цвет логотипа и текстовых сообщений



Служит для текстового набора на светлом фоне



Используется в качестве фона в корпоративной документации

ОТДЕЛОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ



Тиснение в имиджевых носителях



Текстуры тёмного и светлого мрамора используются в сувенирной продукции





ФИРМЕННАЯ
ТИПОГРАФИКА

ОСНОВНЫЕ ШРИФТЫ

Фирменная типографика — важная составляющая визуальной узнаваемости бренда. Ее систематическое и верное использование помогает составить целостное восприятие бренда.

Для всех видов коммуникаций используется шрифт Geometria в начертаниях regular (для набора основного текста) и bold (для заголовков всех уровней).

Geometria Regular

Используется в качестве основного текстового шрифта

АаБбВвГгДдЕеЁёЖжЗзИиЙйКкЛлМмНнОоПп
РрСсТтУуФфХхЦцЧчШшЩщЪъЫыЬьЭэЮюЯя
1234567890§±!@£\$%^&*()+=

Geometria Medium

Используется в заголовках и подзаголовках

АаБбВвГгДдЕеЁёЖжЗзИиЙйКкЛлМмНнОоПп
РрСсТтУуФфХхЦцЧчШшЩщЪъЫыЬьЭэЮюЯя
1234567890§±!@£\$%^&*()+=

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ШРИФТЫ

Дополнительный шрифт — Verdana (в начертаниях regular и bold) — используется при технических ограничениях — для набора текста в деловой документации и электронных носителях, в экранных презентациях и пр.

В остальных случаях следует использовать основной шрифт — Geometria.

Verdana Regular

Используется в заголовках и наборе основного текста

АаБбВвГгДдЕеЁёЖжЗзИийКкЛлМмНнОоПп
РрСсТтуУуФфХхЦцЧчШшЩщЪъЫыЬьЭэЮюЯя
1234567890§±!@£\$%^&*()+ =

Verdana Bold

Используется для выделения в тексте и примечаниях

**АаБбВвГгДдЕеЁёЖжЗзИийКкЛлМмНнОоПп
РрСсТтуУуФфХхЦцЧчШшЩщЪъЫыЬьЭэЮюЯя
1234567890§±!@£\$%^&*()+ =**



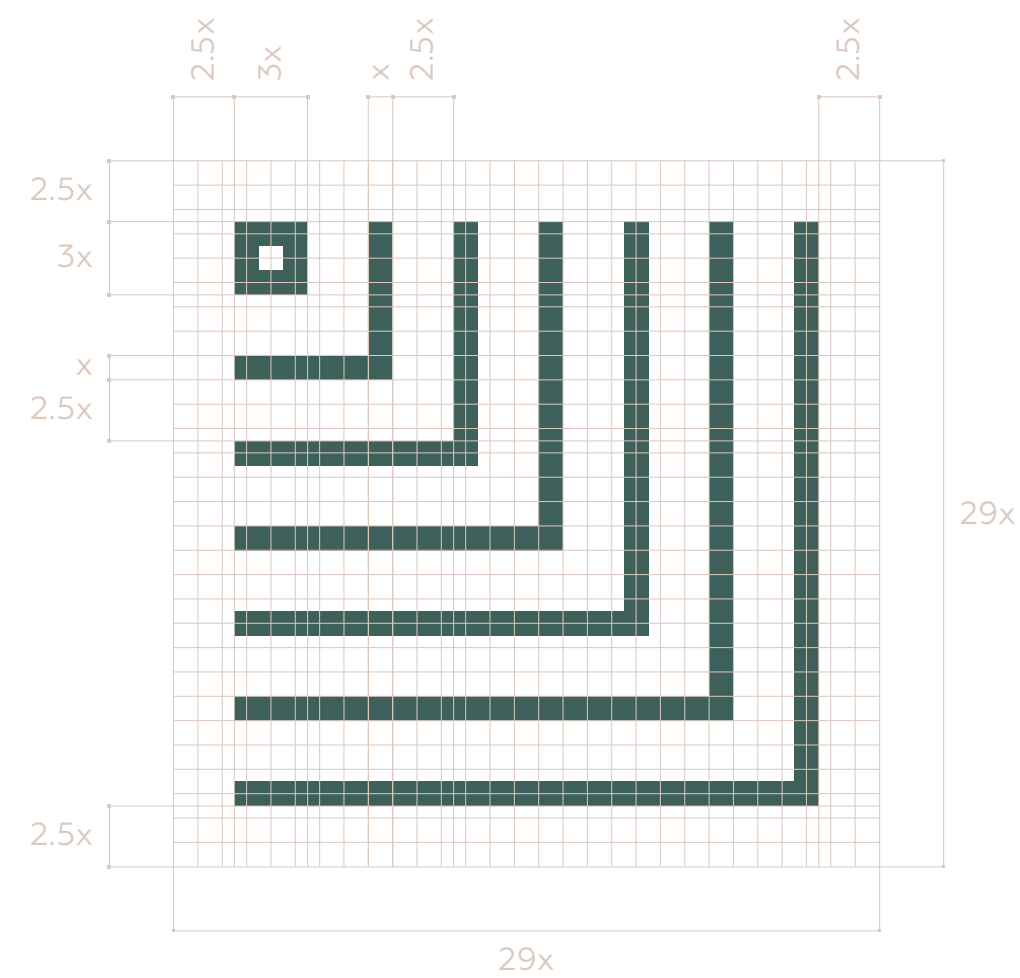
ФИРМЕННАЯ
ГРАФИКА

ФИРМЕННЫЙ ПАТТЕРН

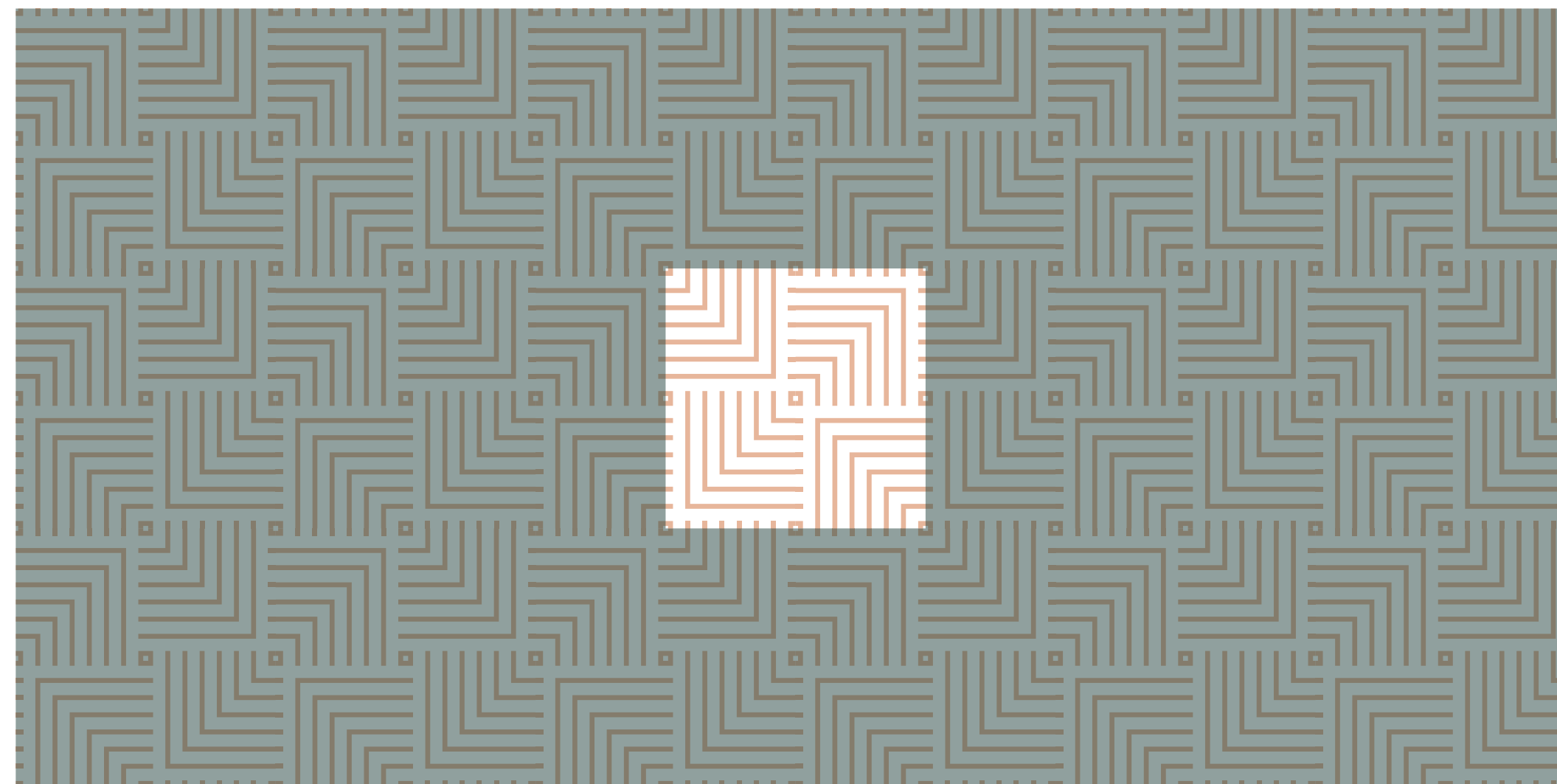
Фирменный паттерн — инструмент фирменного стиля, помогающий разнообразить носители и придать им больше индивидуальности.

Фирменный паттерн строится по той же модульной сетке, что и логотип.

Важно сохранять структуру и пропорции паттерна при использовании на любых носителях. Не допускается наклон и искажение элементов.



Построение



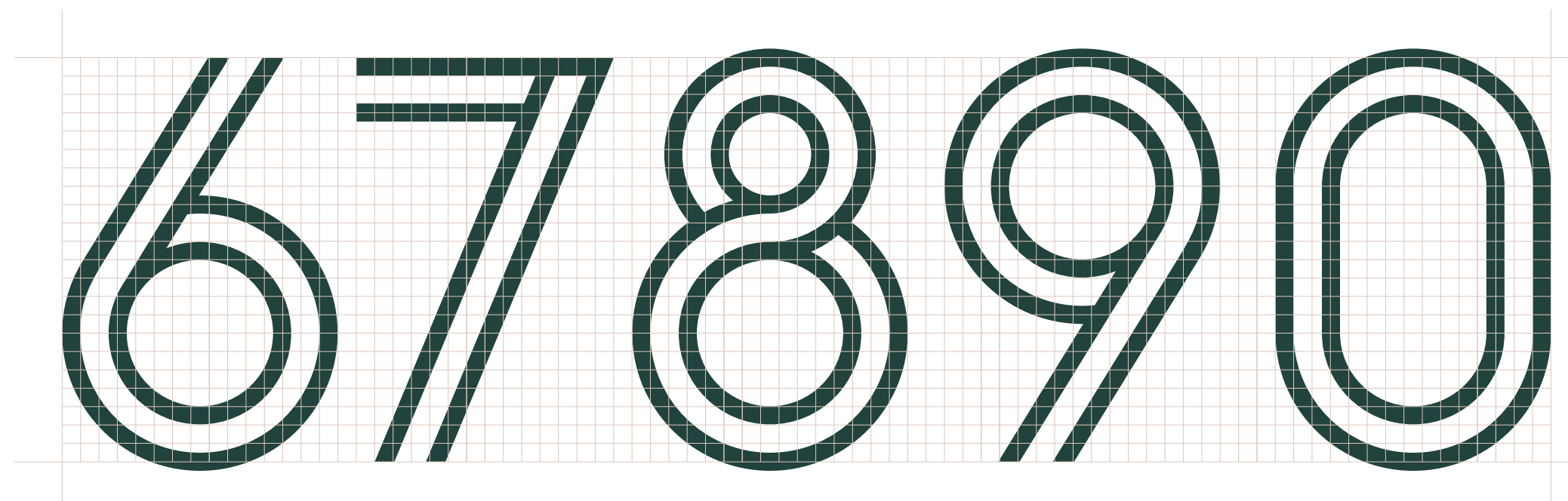
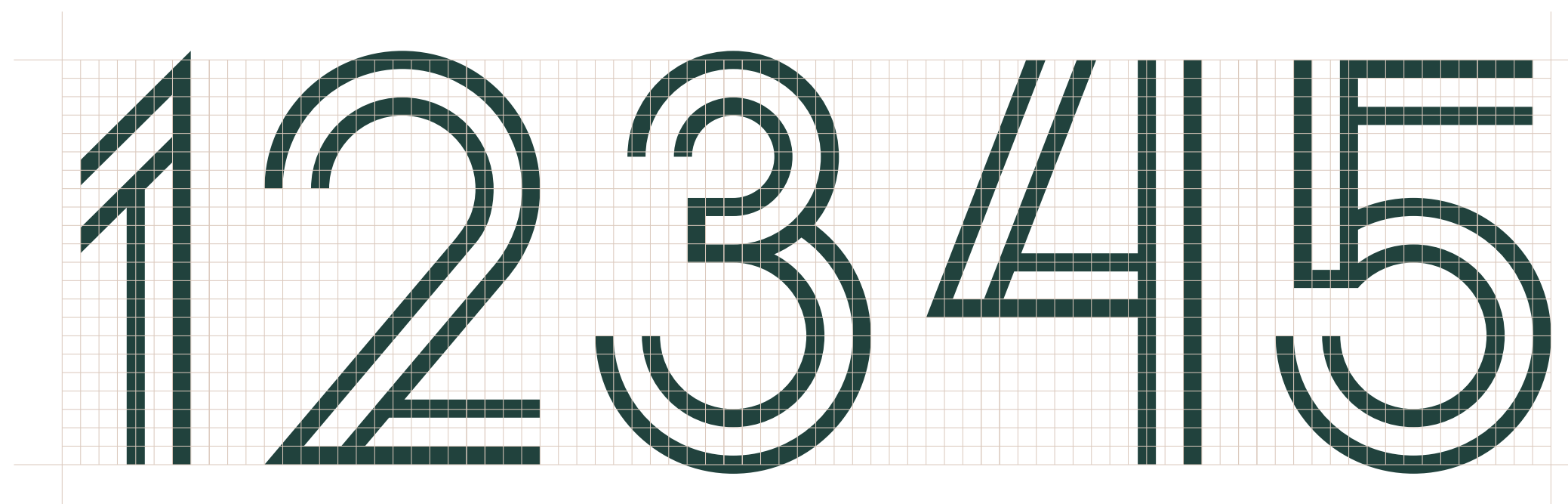
Повторяемый модуль

ФИРМЕННЫЕ ЦИФРЫ

Цифры построены по той же модульной сетке, что и логотип. Они выполнены в той же стилистике и подчеркивают характер бренда.

Данные элементы используются в навигации, в полиграфии, в качестве акциденции. Следует избегать слишком близкого соседства с логотипом.

В полиграфии, при употреблении прямой речи, используются фирменные акцидентные кавычки, выполненные в том же стиле, что и цифры..



Построение



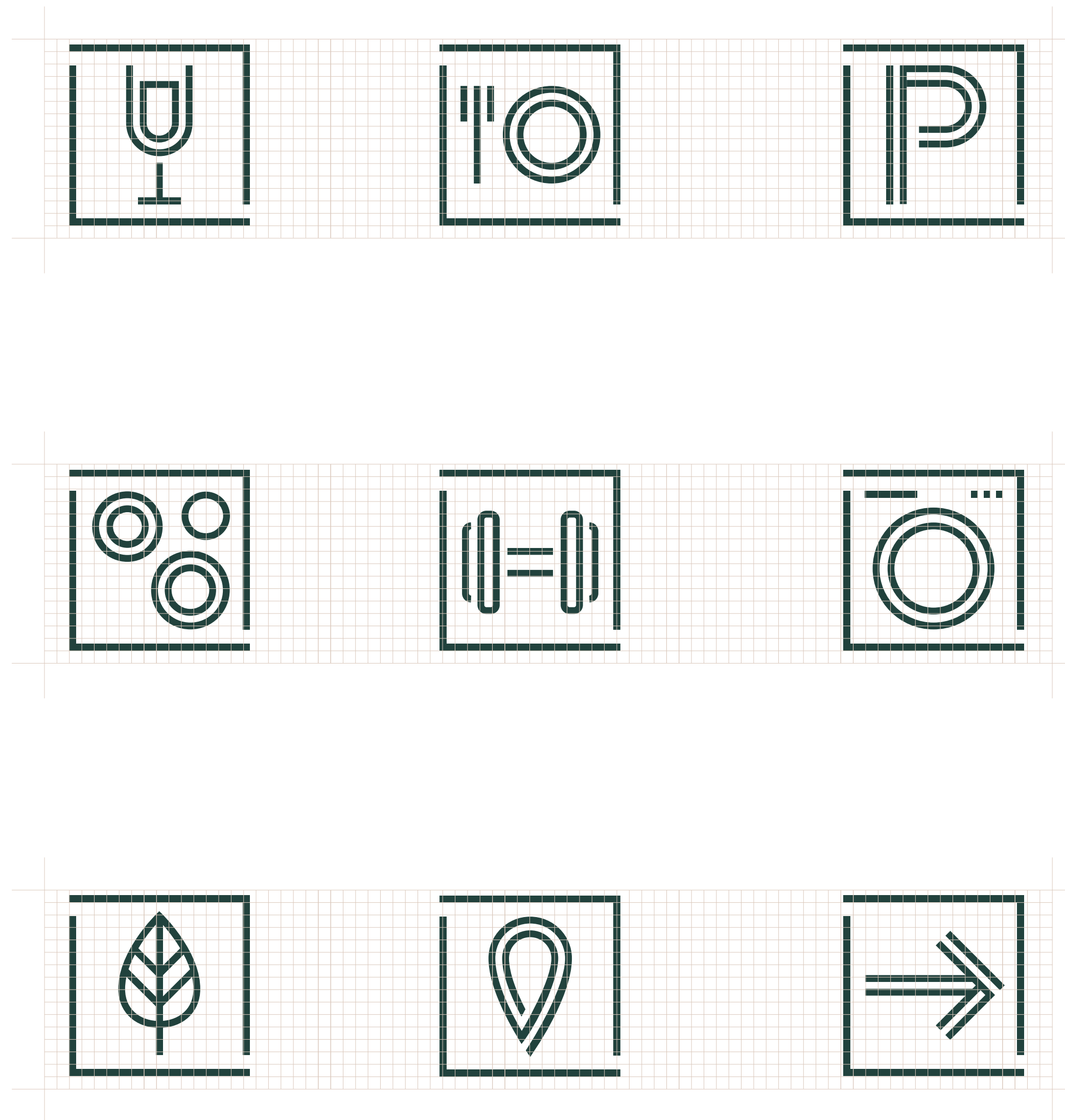
Фирменные кавычки

ПИКТОГРАММЫ

Фирменные пиктограммы строятся по той же модульной сетке, что и логотип. Они продолжают графическую стилистику цифр.

Используются пиктограммы в качестве дополнительной графики, в навигации и полиграфии.

Допускается использование пиктограмм без рамок.



Построение

5

ФОТОСТИЛЬ

ФОТОСТИЛЬ

Тематика, сюжет и цветокоррекция фотоизображений должны соответствовать характеру бренда.

Цветовая гамма фотоизображений сдержанная, приглушенная. Не допускаются открытые цвета и сильные контрастные цветовые сочетания. В рендерах следует обращать внимание на зеленый цвет. Деревья и газоны должны сохранять естественный травянистый оттенок. В интерьерных фотографиях следует придерживаться фирменной гаммы цветов бренда — «темный изумруд» и «спелый персик». Также можно использовать коричневый и медный цвета.

При использовании фотографий с моделями стоит избегать изображений людей с наигранными эмоциями и в неестественных позах.

Предполагается использование фотографий с четким фокусом без размытия фона. Четкие детали в окружении главного сюжета является обязательным. Допускаются фотографии без акцента на одном объекте.

Ракурс в фотографиях нужно выбирать нейтральный — 3/4, вид сверху, фронтальные.





НОСИТЕЛИ
ФИРМЕННОГО СТИЛЯ

ВИЗИТКА

Визитная карточка предназначена для личных коммуникаций между сотрудниками организации и партнерами/покупателями.

Существует два вида визиток. Премиальная — для руководящего состава компании (она отличается более дорогими материалами и отделкой). И более бюджетный вариант (односторонняя печать, без дополнительной отделки).

Размер визитной карточки — 85x55 мм. Ее макет строится на единой модульной сетке. Все элементы выравниваются относительно базовой сетки — 3 pt.

Типографика:

Имя — Geometria Medium, All Caps, 8 pt
Должность — Geometria Regular, 6 pt
Адрес — Geometria Regular, 6 pt
Номер телефона, электронная почта — Geometria Regular, 8 pt

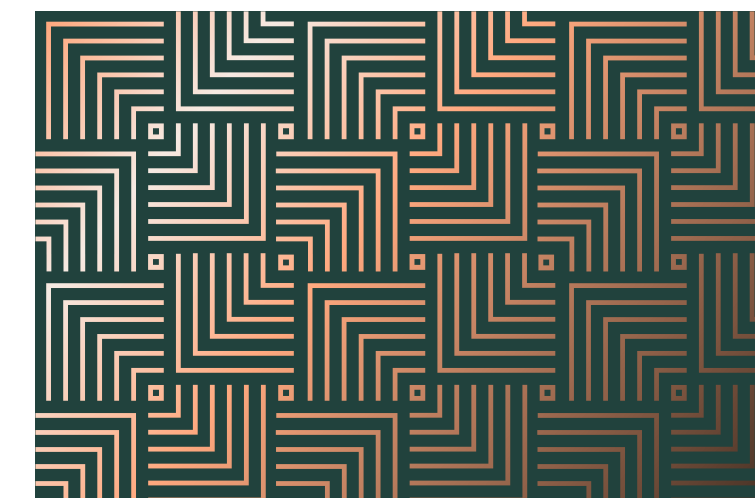
Вариант 1. Экспликация на печать:

Формат — 85x55 мм
Печать — шелкография (1+0)
Бумага — крашенная в массе зеленая бумага, плотность — 300 г/м²
Дополнительная обработка — тиснение логотипа и паттерна металлизированной фольгой

Вариант 2. Экспликация на печать:

Формат — 85x55 мм
Печать — цифровая или офсетная (4+4)
Бумага — дизайнерская, плотностью — 300–350 г/м²

Вариант 1



Вариант 2



Построение

БЛАНК НА БЕЛОЙ БУМАГЕ

Второй вариант бланка — на белой бумаге с цветным логотипом. Используется в случае необходимости печати на цветном офисном принтере.

Размер бланка — А4 (210x297 мм). Все элементы выравниваются относительно сетки равной 12 pt.

Типографика:

Обращение — Geometria Medium, 10 pt

Текстовый блок — Geometria Regular, 10 pt

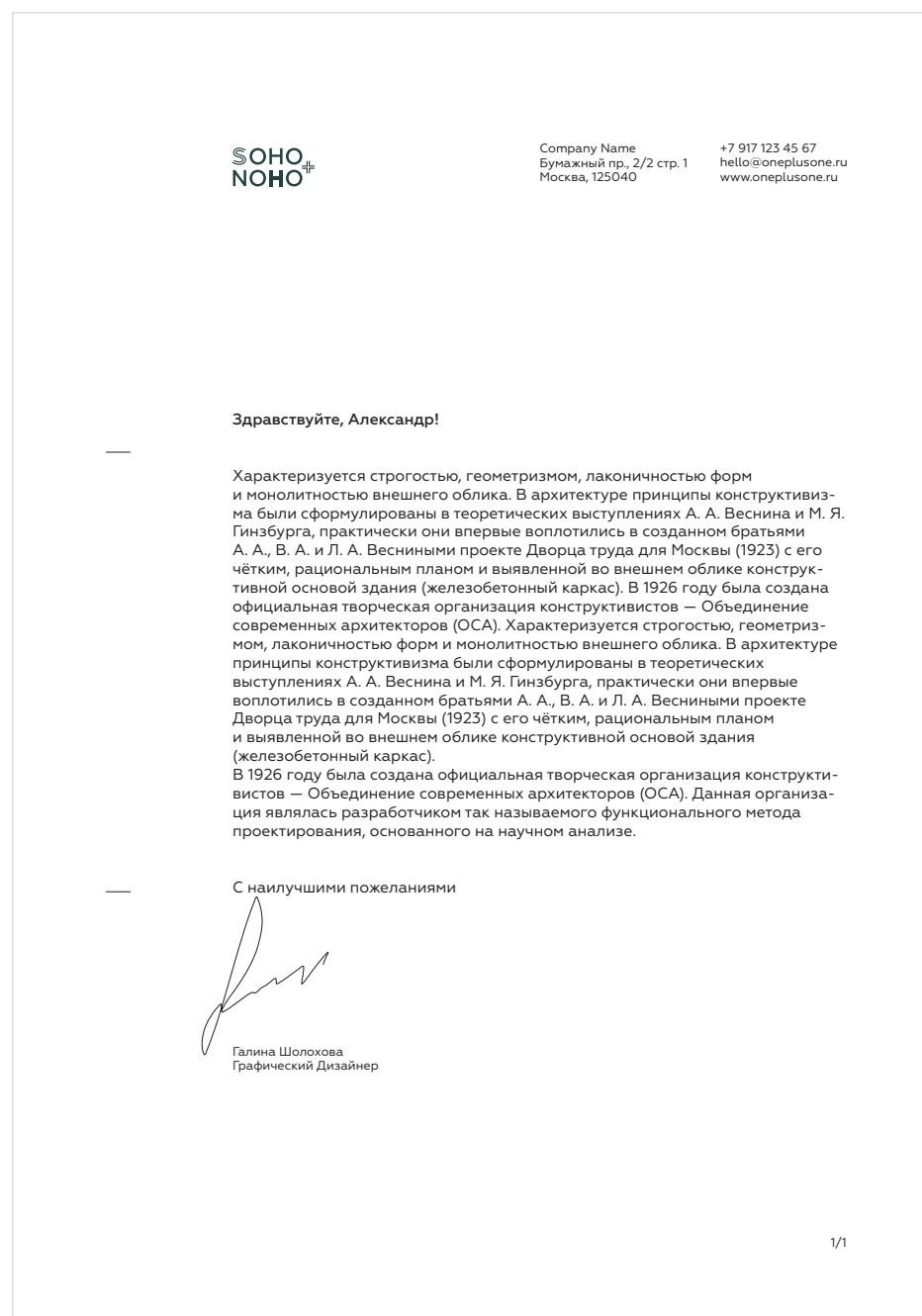
Адресный блок, подпись — Geometria Regular, 8 pt

Экспликация на печать:

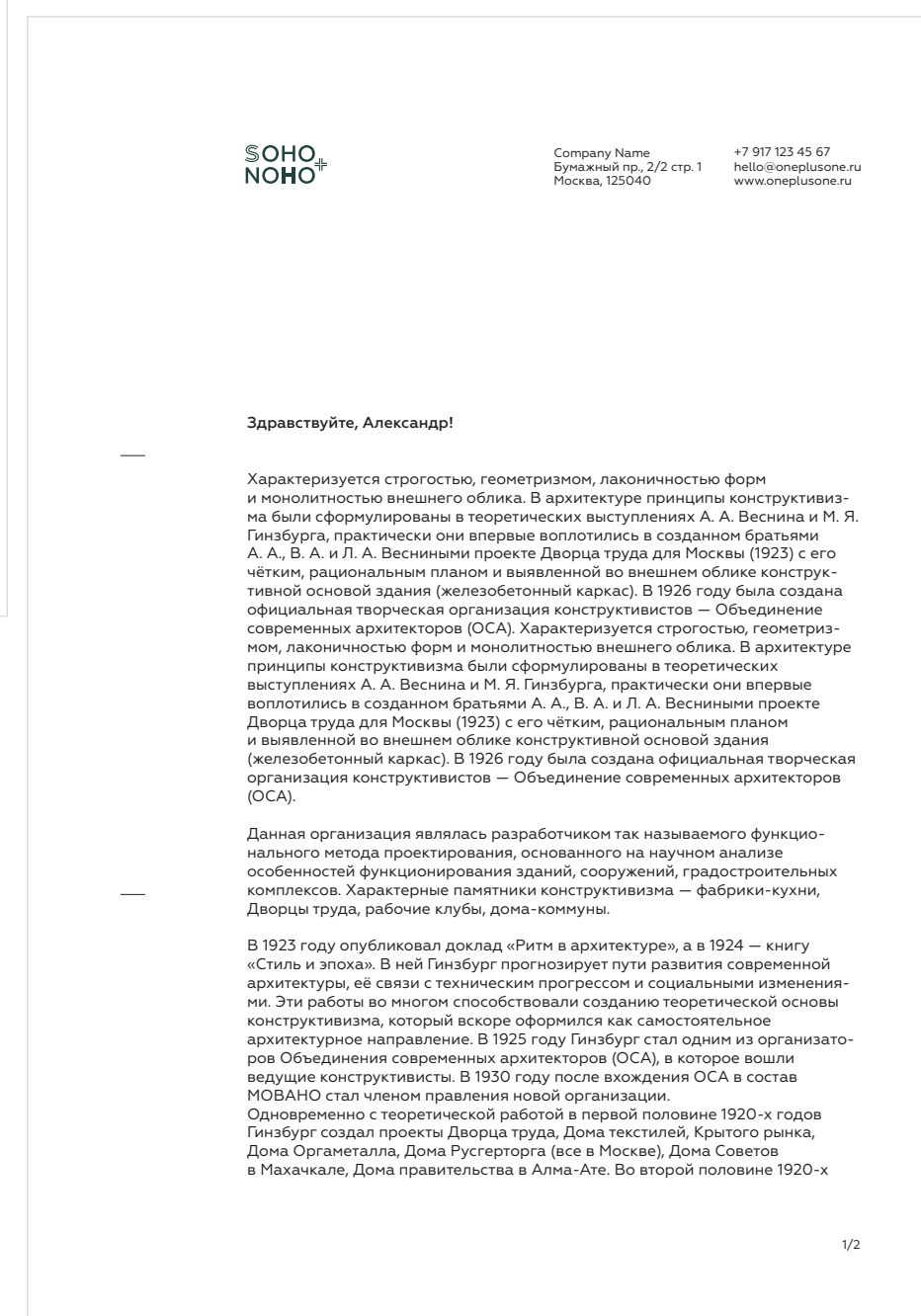
Формат — 210x297 мм

Печать — цифровая (4+0)

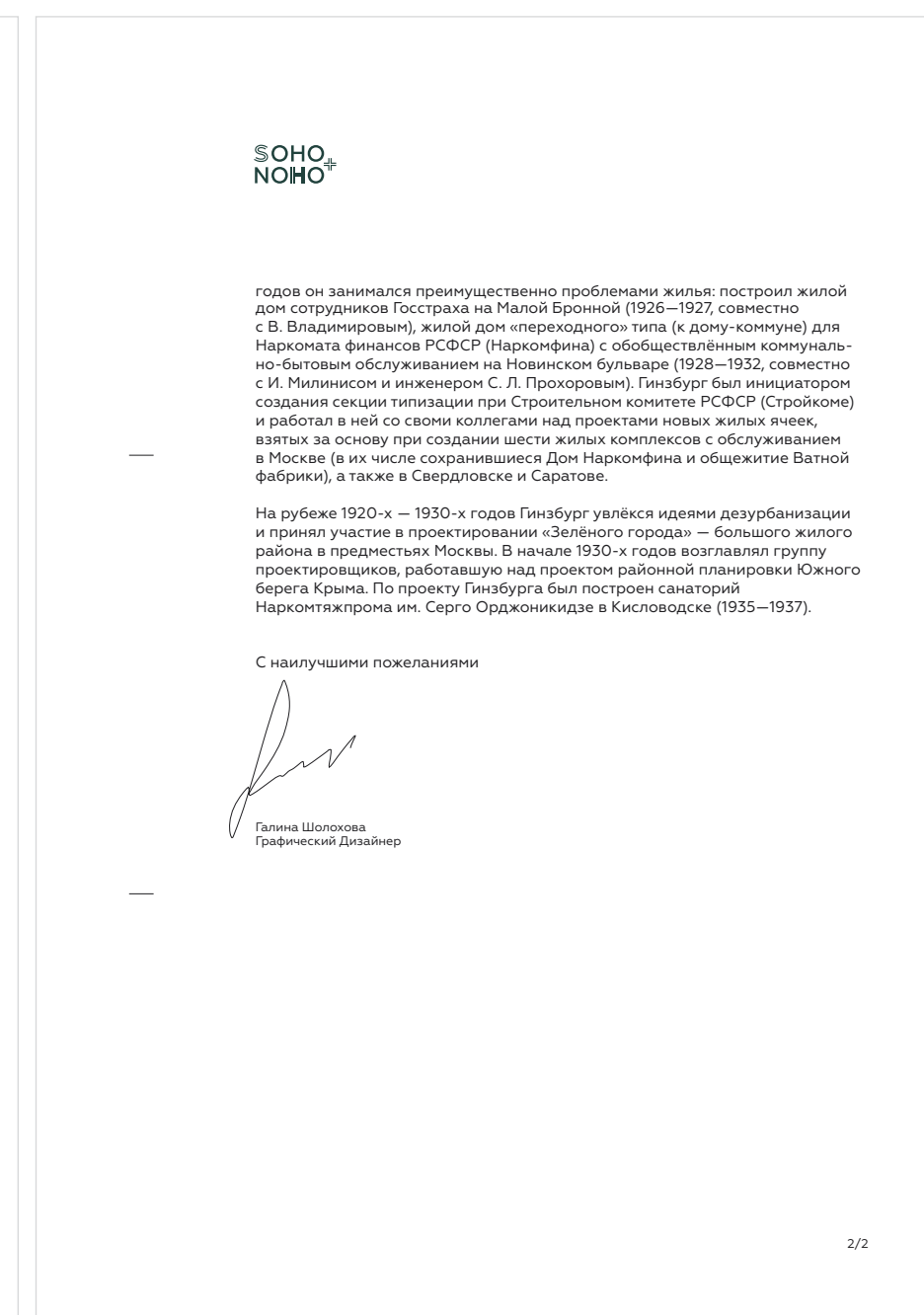
Бумага — белая, офисная



Вариант 2



Заглавный бланк



Бланк-продолжение

ПАПКА

Папка предназначена для объединения различных небольших по объему документов буклетов, брошюр под одной обложкой. Размер — 220x310 мм.

Существует два вида папок — представительская, с более дорогой отделкой, и бюджетный вариант для основного использования.

Вариант 1. Экспликация на печать:

Формат — 220x310 мм в сложенном виде,
карман — 70 мм

Бумага — металлизированная бронзовая, плотность — 300 г/м²

Дополнительная обработка — тиснение логотипа на лице металлизированной фольгой, выборочный уф-лак — паттерн на внутренней стороне папки

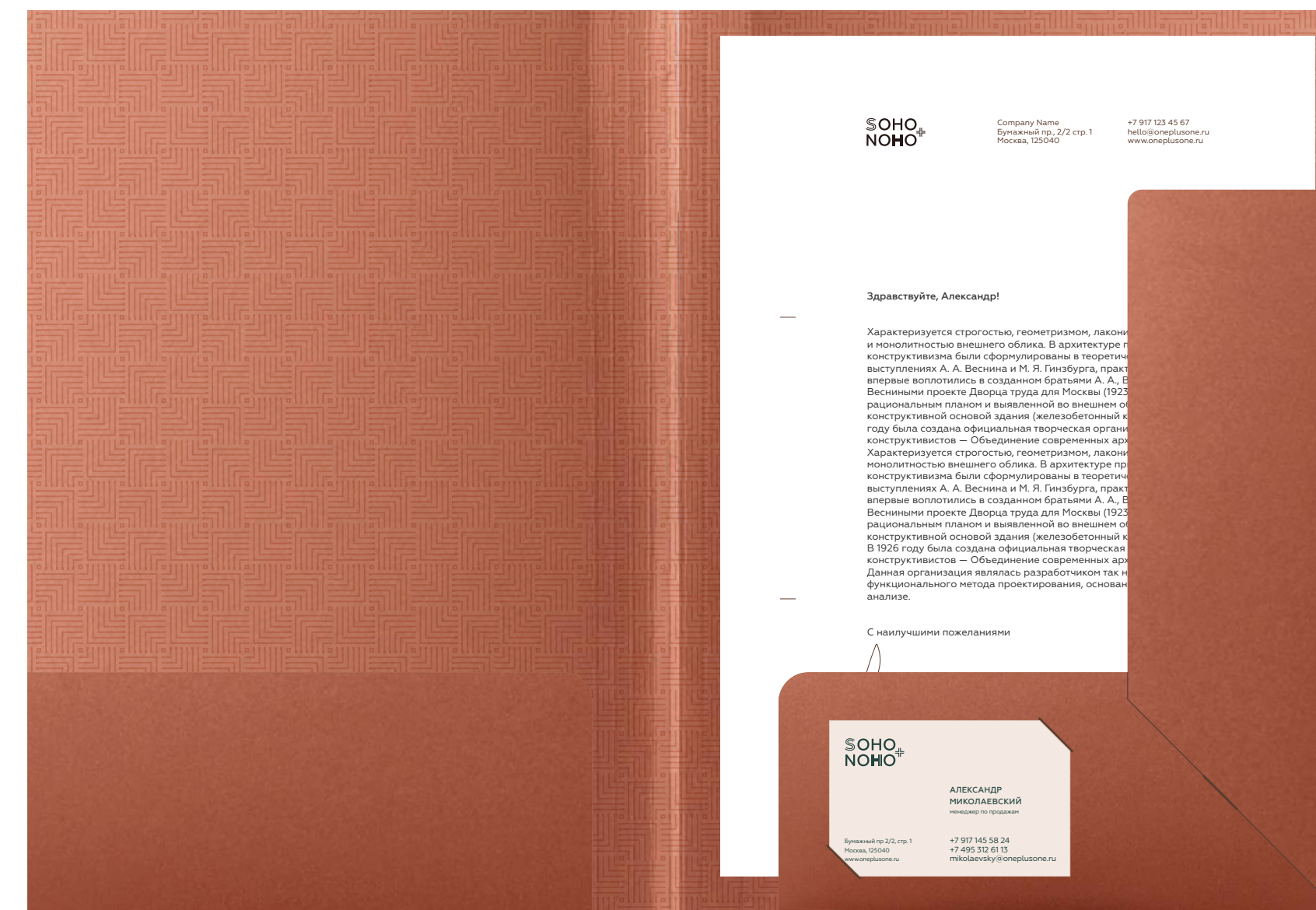
Вариант 2. Экспликация на печать:

Формат — 220x310 мм в сложенном виде,
карман — 70 мм

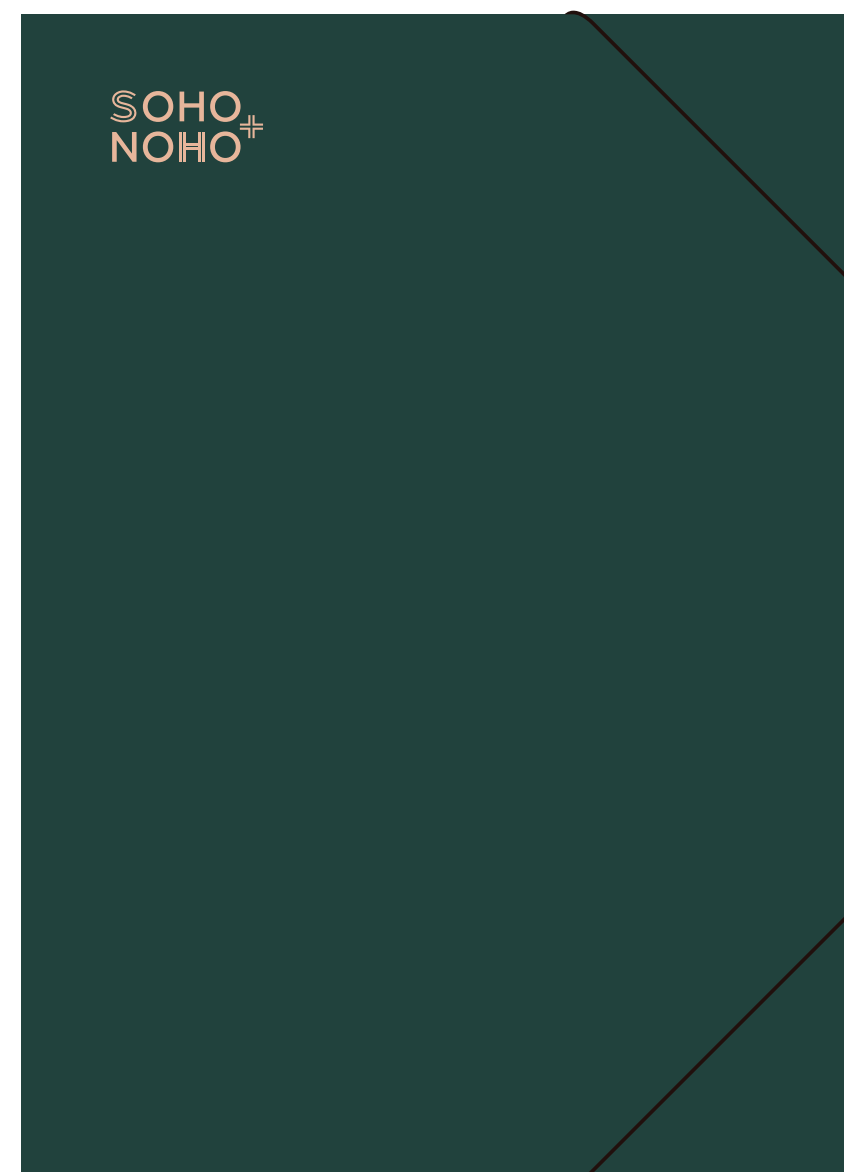
Бумага — крашенная в массе зеленая бумага, плотность — 300 г/м²

Дополнительная обработка — тиснение логотипа на лице металлизированной фольгой

Вариант 1



Вариант 2



ПАКЕТ

Пакеты бывают двух видов. Премиальные — они отличаются более дорогими материалами, отделкой. И бюджетный вариант (недорогой в производстве) для постоянного использования.

Вариант 1. Экспликация на печать:

Формат — 350x350 мм

Печать — шелкография (Soho+Noho)

Бумага — зеленая крашенная в массе — 150–200 г/м²

Дополнительная обработка — тиснение логотипа на лице металлизированной фольгой (150x100 мм), ленточные ручки — 20–30 мм

Вариант 2. Экспликация на печать:

Формат — 350x350 мм

Печать — шелкография (2+0)

Бумага — белая офсетная, плотность— 150–170 г/м²

Дополнительная обработка — ленточные ручки — 20–30 мм

Вариант 1



Вариант 2



КОНВЕРТ

Конверт для деловой переписки с клапаном по короткой стороне.

Экспликация на печать:

Формат — С65

Печать — шелкография (Soho+Noho)

Бумага — аналогичная бумаге для пакета —
120–150 г/м²

Дополнительная обработка — вд лак



ПРИГЛАШЕНИЕ

Фирменное приглашение на плотной бумаге.

Макет приглашения строится на единой модульной сетке. Все элементы выравниваются относительно базовой сетки — 12 pt.

Типографика:

Дата события — Geometria Medium, All Caps, 26,5 pt

Текстовый блок — Geometria Regular, All Caps, 4,5 pt

Вариант 1. Экспликация на печать:

Формат — 100x200 мм

Бумага — кашировка двух бумаг: офсетная белая (лицо) и крашенная в массу зеленая (оборот) — 300 г/м²

Лицевая сторона:

Печать — офсетная (4+0)

Оборотная сторона:

Печать — шелкография (1+0)

Дополнительная обработка — тиснение логотипа металлизированной фольгой

Вариант 1



ПРИГЛАШЕНИЕ

В некоторых случаях можно использовать более бюджетный вариант приглашения — однослойное.

Вариант 2. Экспликация на печать:

Формат — 100x200 мм

Печать — офсетная (4+4 + Pantone)

Бумага — офсетная белая — 300г/м²

Вариант 2



Лицевая сторона



Построение

Оборотная сторона

ОТКРЫТКА

Фирменная открытка с конвертом из цветного прозрачного пластика.

Конверт скрывает текст внутреннего вкладыша. Видны только очертания дома и логотип. Текст становится виден, только после извлечения открытки.

Размер открытки и конверта в сложенном виде — 200x200 мм. Все элементы выравниваются относительно базовой сетки — 12 pt.

Типографика:

Заголовок — Geometria Medium, All Caps, 26,5 pt

Обращение и подпись — Geometria Medium, All Caps, 9 pt

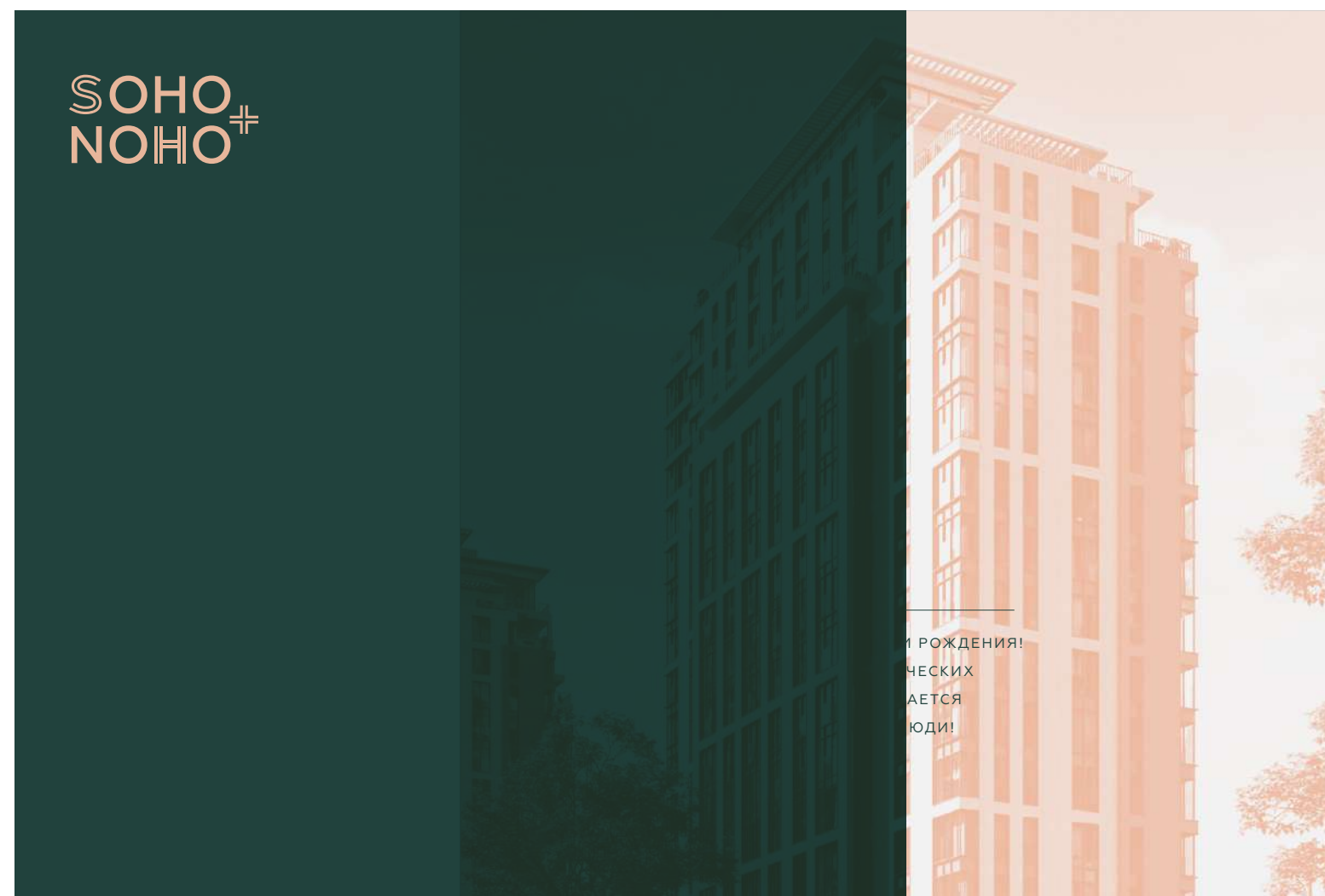
Текстовый блок — Geometria Regular, All Caps, 9 pt

Экспликация на печать:

Формат — 200x200 мм

Печать — офсетная (4+0)

Бумага — офсетная, белая — 300г/м²



ФИРМЕННАЯ ОДЕЖДА

Внешний вид сотрудника сильно влияет на общее восприятие компании. За базу стоит брать фирменную одежду: рубашка, брюки, платок в цветах бренда.

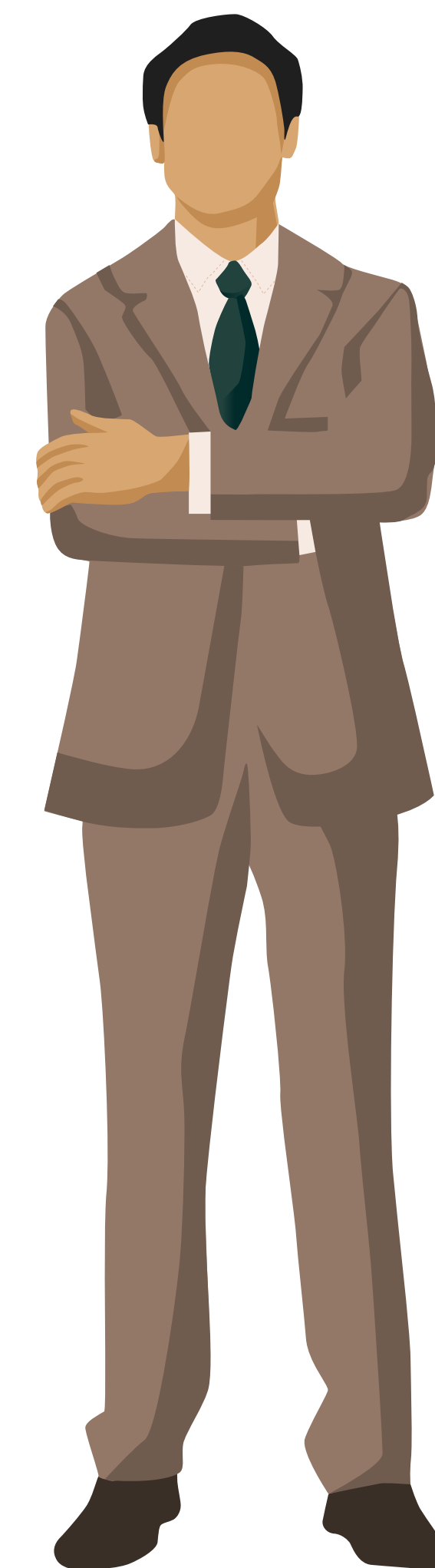
Вариант 1.

Женский стиль:

- Коричневые пиджак и юбка
- Светлая/бежевая сорочка
- Темно-зеленый шейный платок

Мужской стиль:

- Коричневые пиджак и брюки
- Светлая/бежевая сорочка
- Темно-зеленый галстук



Вариант 1

ФИРМЕННАЯ ОДЕЖДА

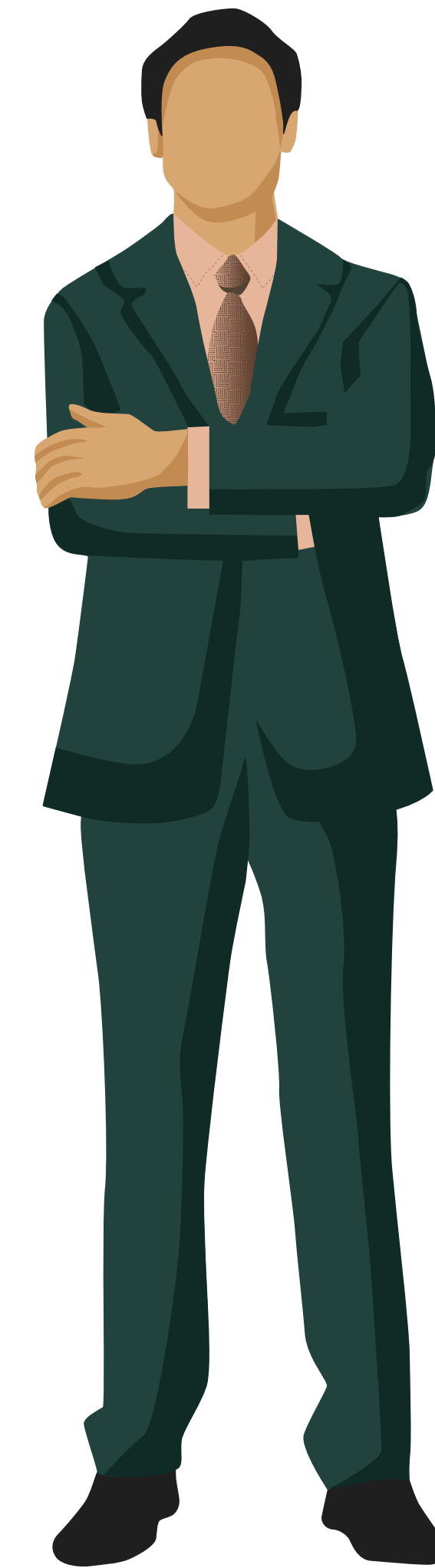
Вариант 2.

Женский стиль:

- Темно-зеленые пиджак и юбка
- Сорочка персикового цвета
- Коричневый шейный платок с фирменным паттерном

Мужской стиль:

- Темно-зеленые пиджак и брюки
- Сорочка персикового цвета
- Коричневый галстук с фирменным паттерном



Вариант 2

ФИРМЕННАЯ ОДЕЖДА

Вариант 3.

Женский стиль:

- Темно-коричневые пиджак и юбка
- Сорочка персикового цвета с фирменным паттерном
- Темно-зеленый шейный платок

Мужской стиль:

- Темно-коричневые пиджак и брюки
- Сорочка персикового цвета с фирменным паттерном
- Темно-зеленый галстук

Предложенные варианты одежды устанавливаются в дни специальных маркетинговых мероприятий.

В режиме ежедневной работы устанавливаются следующие правила по внешнему виду:

Женский стиль:

- Светлая/темная блузка/рубашка — однотонные
- Светлые/тёмные юбка/брюки — однотонные
- Колготки/чулки без узоров
- Обувь в классическом стиле, с закрытым мыском

Мужской стиль:

- Рубашка классического фасона
- Костюм/брюки однотонный, либо в полоску/клетку (нейтральных оттенков)
- Обувь в классическом стиле, с закрытым мыском



Вариант 3

КАРАНДАШ И РУЧКА

Этот вариант исполнения карандаша и ручки основывается на стандартных сувенирных продуктах из каталогов.

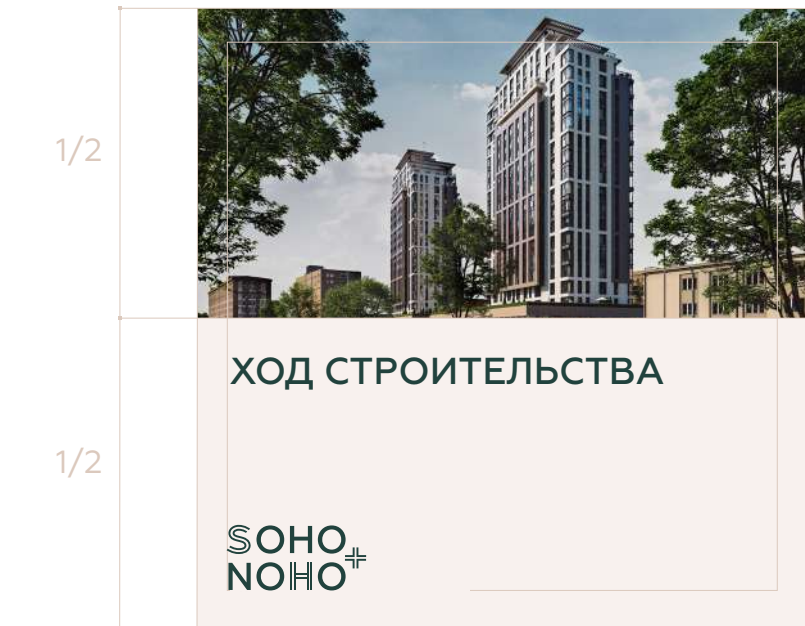
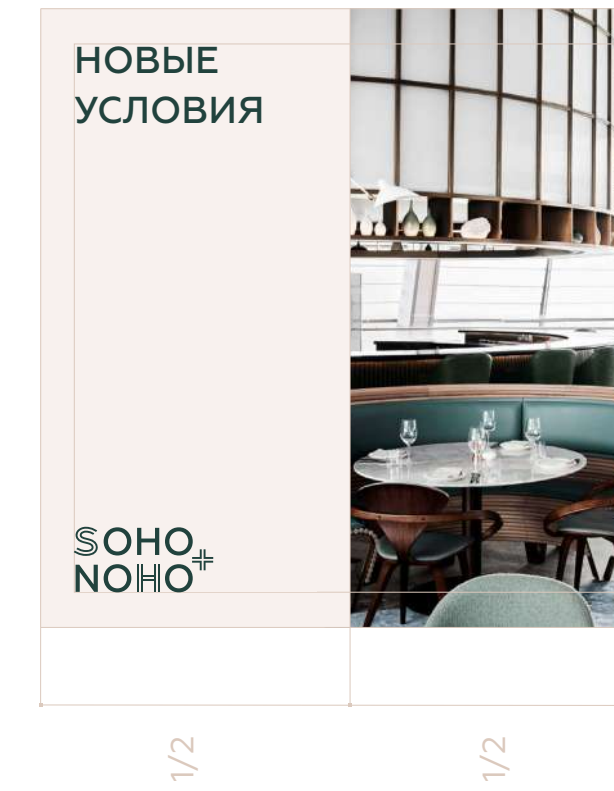
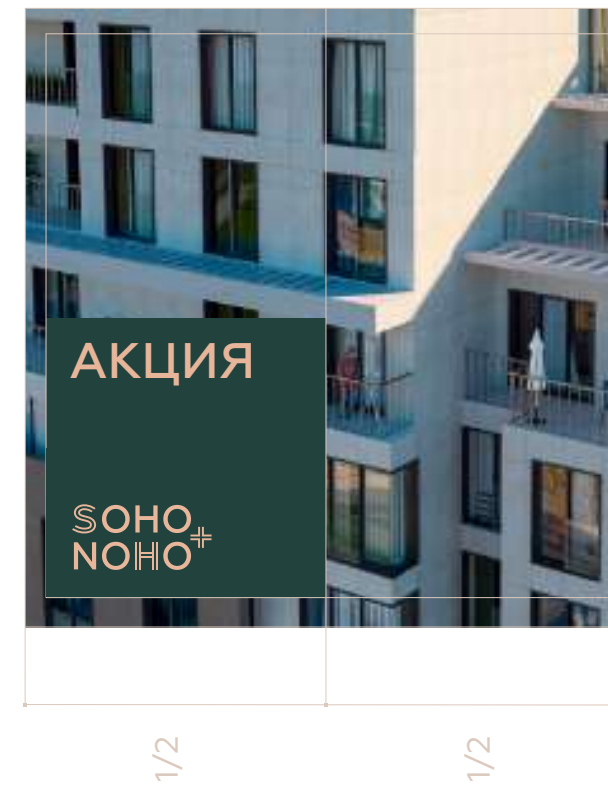
Следует выбирать цвета наиболее близкие к фирменным или нейтральные.



БРЕНДИРОВАНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ

Для поддержания стиля бренда в интернете стоит придерживаться константам фирменного стиля. Сохранять стиль, цветокоррекцию фотографий, использовать фирменную типографику.

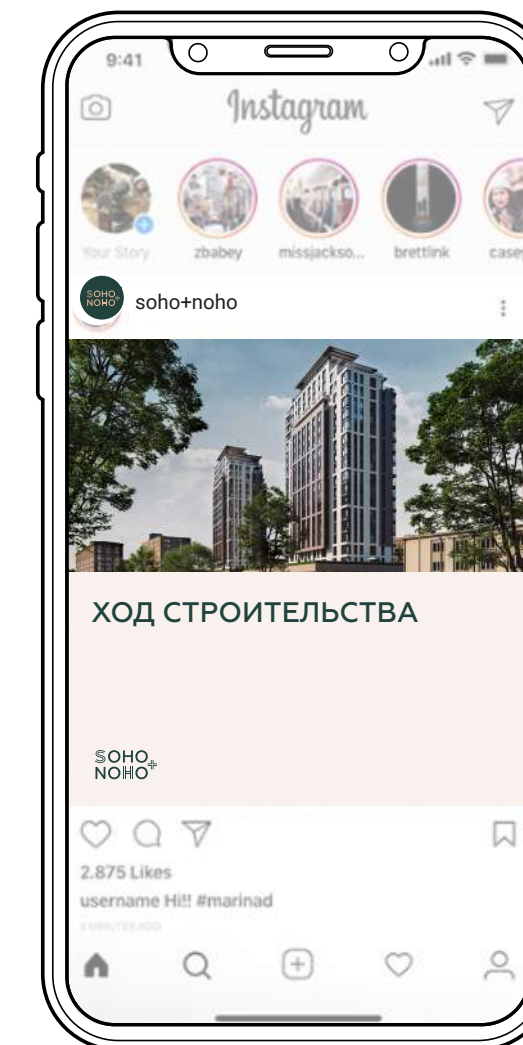
Построение



Аватар

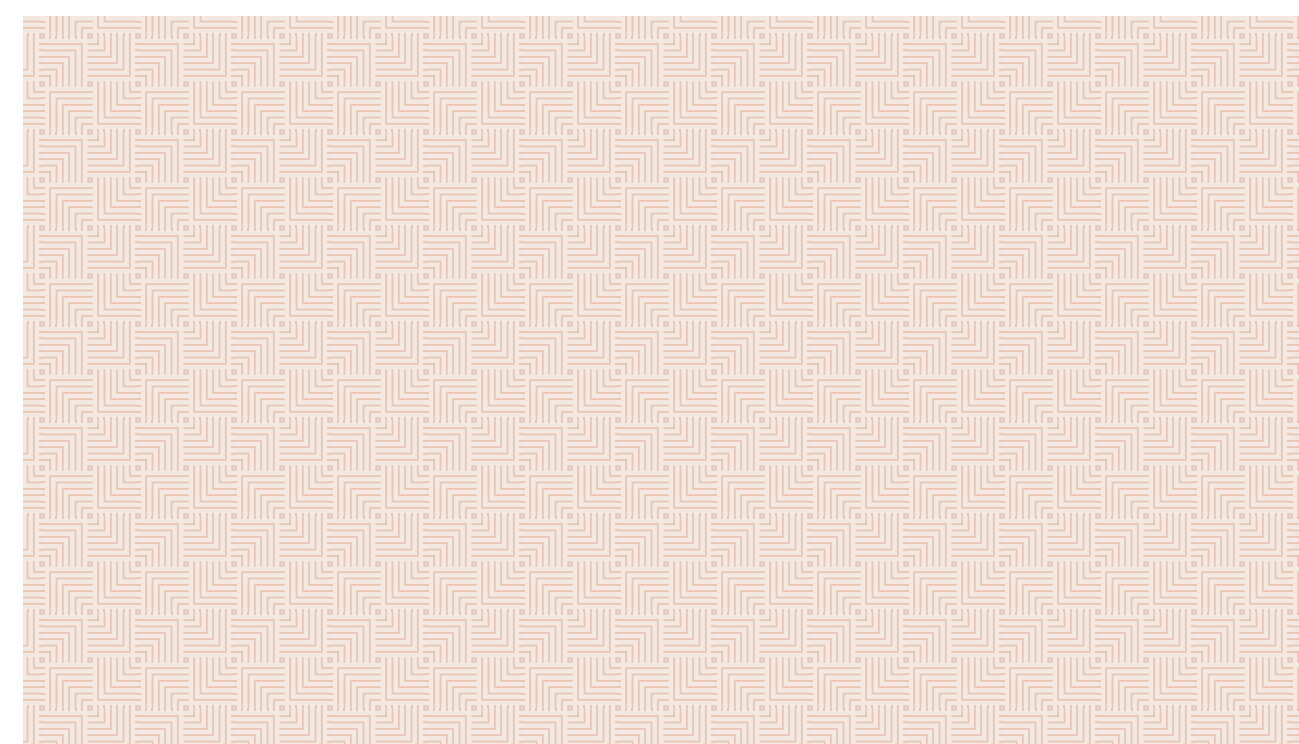
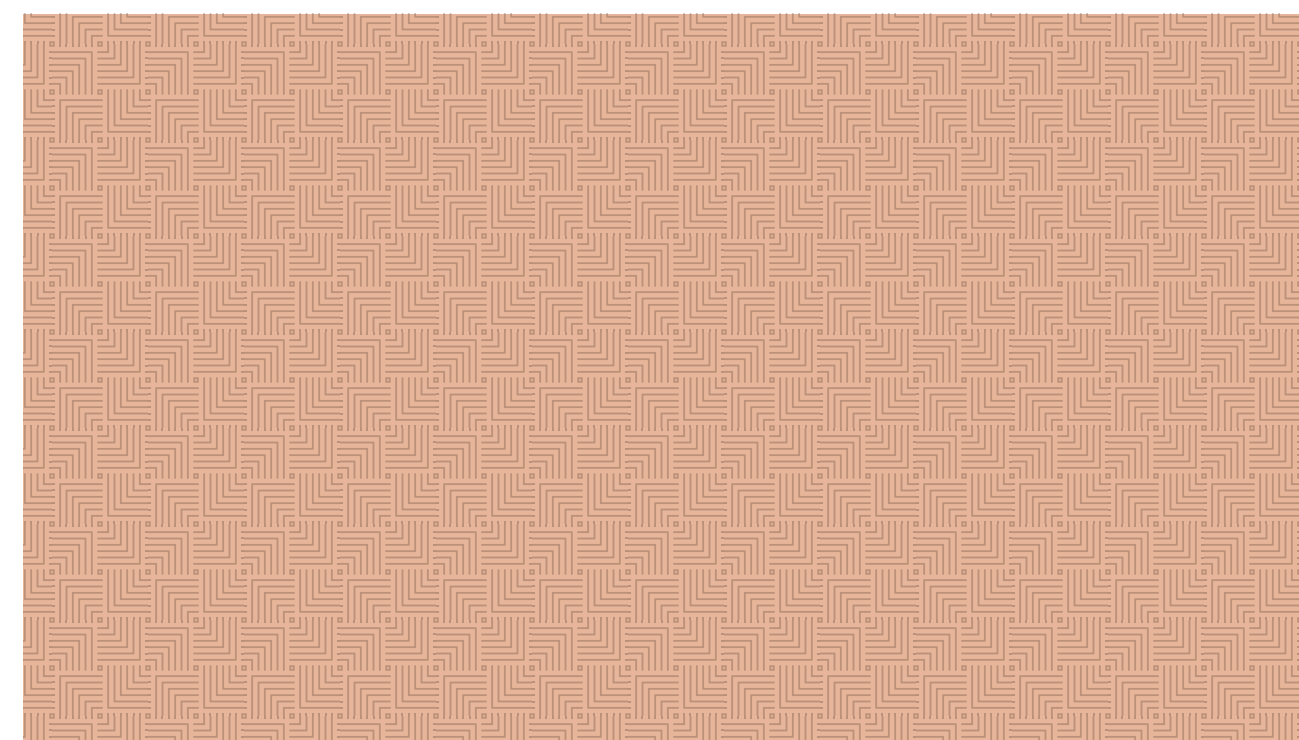
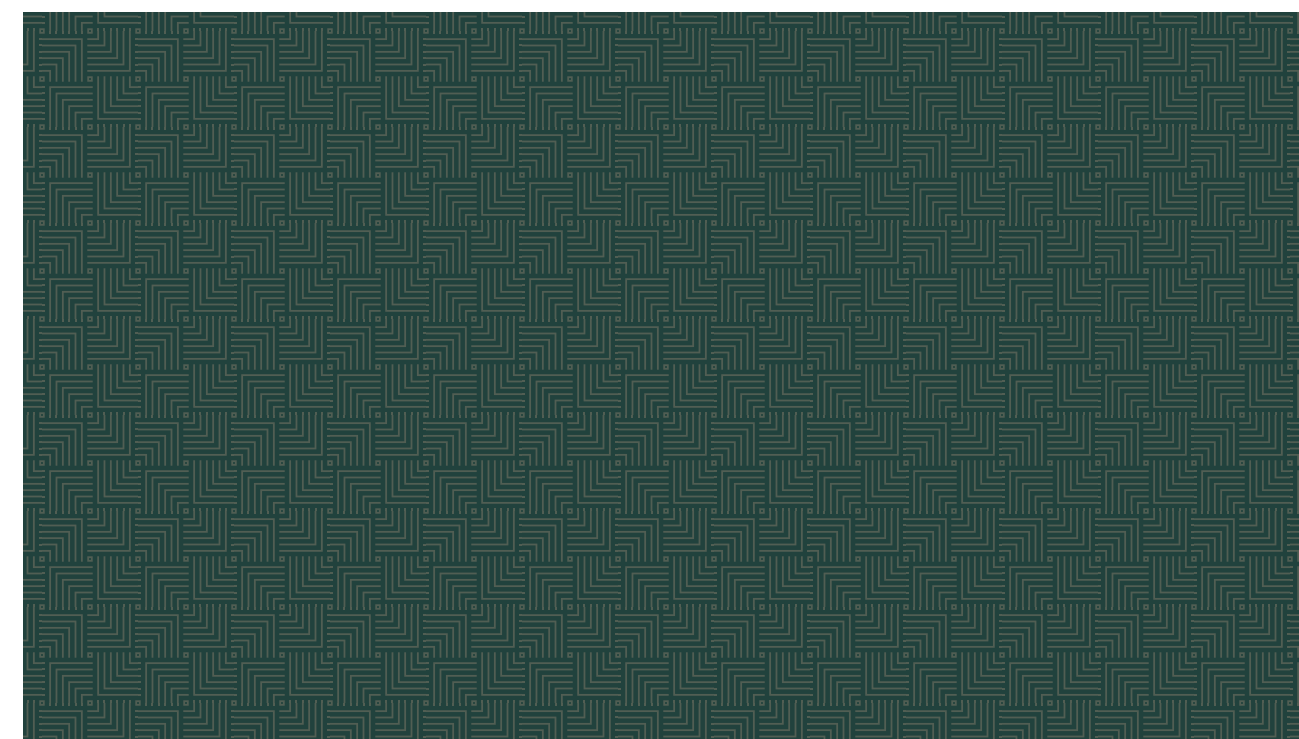


Визуализация



ОБОИ ДЛЯ РАБОЧЕГО СТОЛА

Заставка рабочего стола на экране сотрудника должна поддерживать общую стилистику бренда. Рекомендуется использовать обои брендированные паттерном в фирменных цветах компании.



БИЛЛБОРД

Биллборд — одна из главных рекламных коммуникаций для привлечения клиентов.

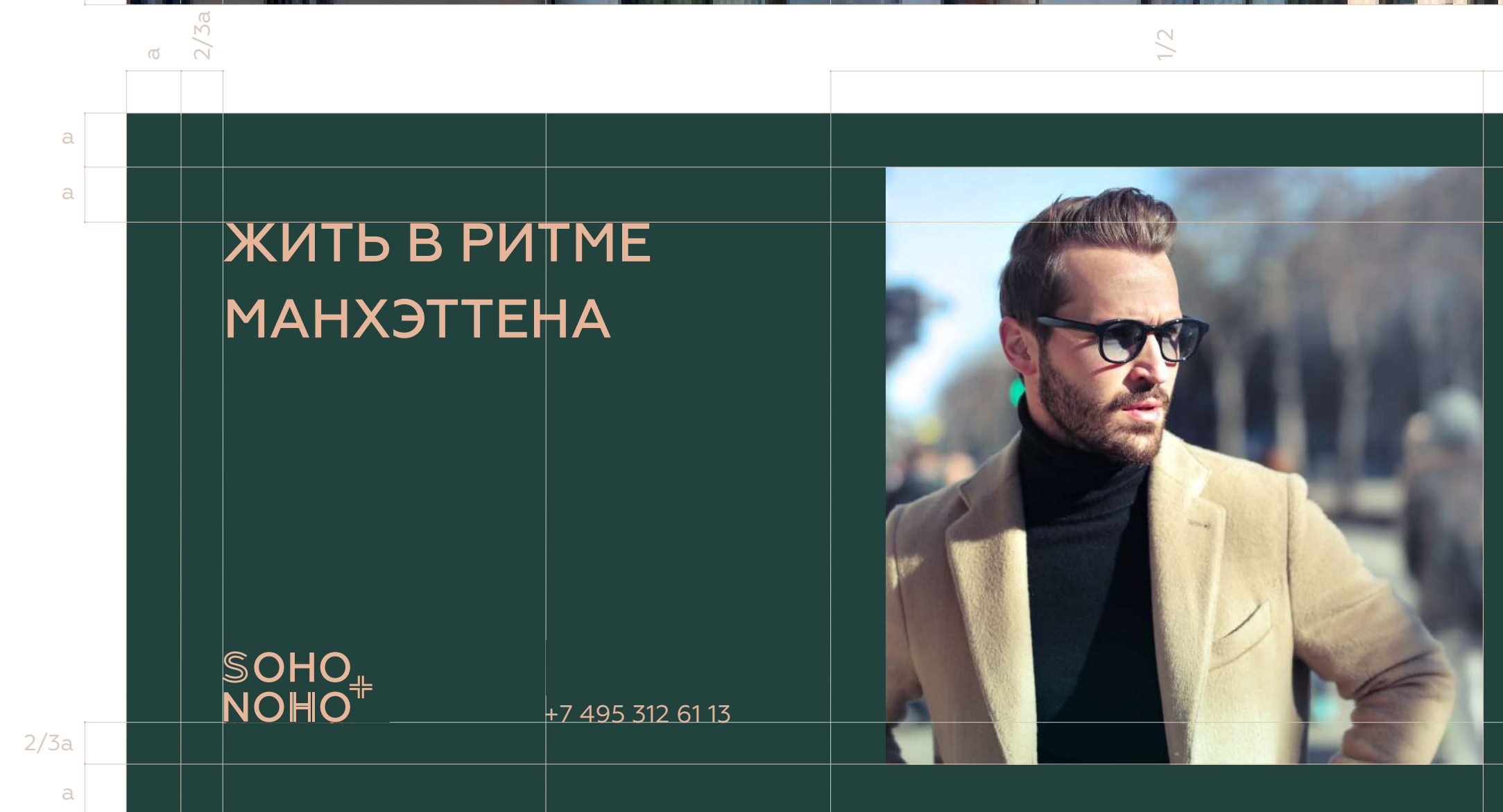
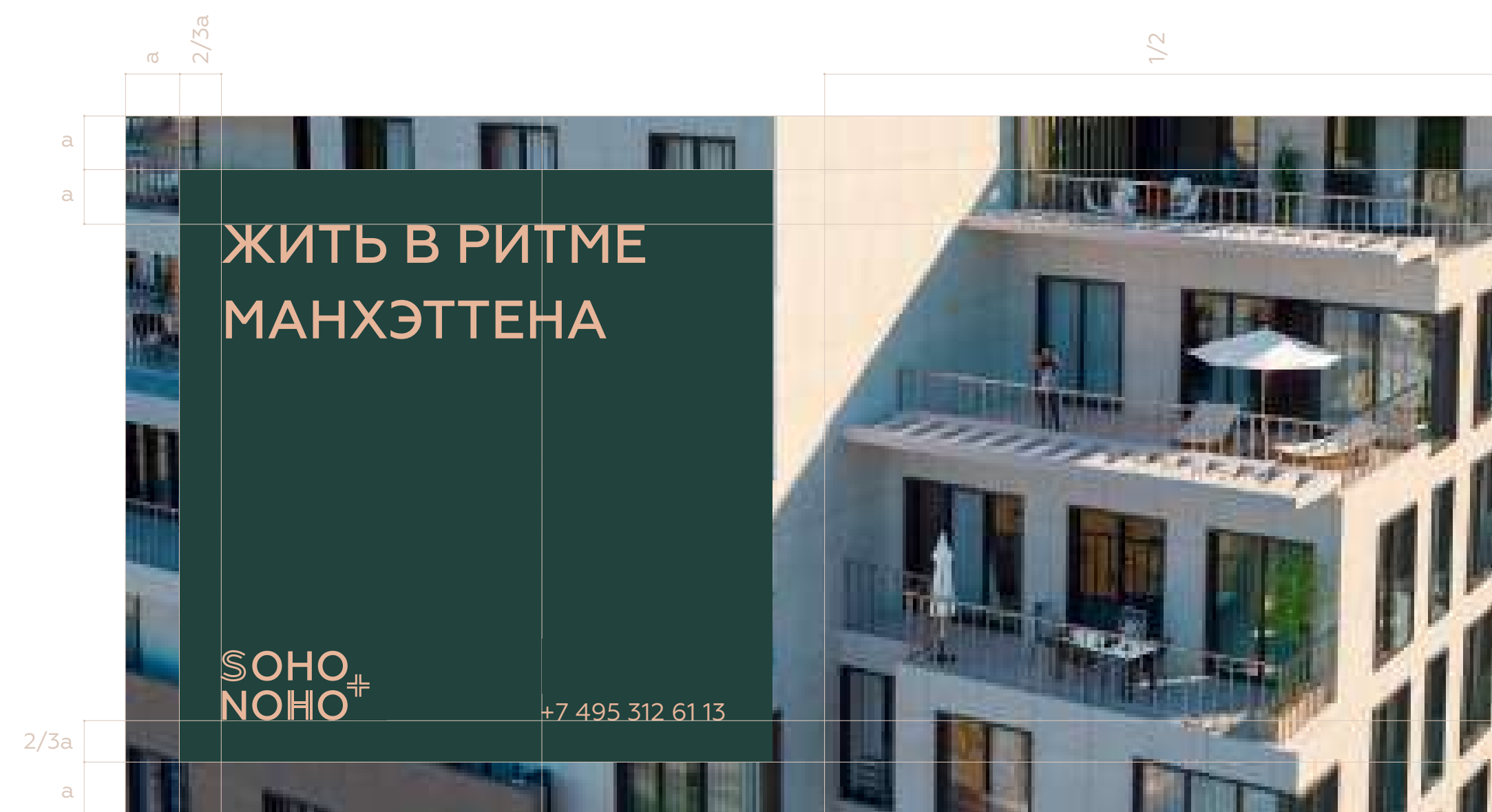
Стандартный размер — 6х3 м. Макет строится на единой модульной сетке. Плоскость делится на две равные части с одинаковыми отступами от края. Фон — либо фирменная темно-изумрудная заливка с квадратной плашкой с фотографией, либо зеленая плашка с текстом на фоне-фотоизображении.

Категорически запрещается заполнять макет большим количеством дополнительной информации и использовать фирменный паттерн.

Типографика:

Лайн — Geometria Medium, All Caps

Контактная информация — Geometria Medium



Построение

ПАСПОРТ ОБЪЕКТА



Фирменное решение для паспорта объекта — важная составляющая в поддержании стиля бренда.

Макет строится на единой модульной сетке. Поле делится пополам по вертикали, где одну часть занимает рендер будущего/строящегося объекта. А вторая часть, делясь пропорционально еще раз, — основной тестовой информацией.

Типографика:

Главная информация — Geometria Medium, All Caps

Дополнительная информация — Geometria Medium

	1/2 y	1/2 y	y
x			
	+7 495 312 61 13 www.oneplusone.ru		
	ПАСПОРТ ОБЪЕКТА		
	ОБЪЕКТ:	Многоквартирный жилой дом со встроенно-пристроенными объектами социального и коммунально-бытового назначения и обслуживания населения, расположенный по адресу: Бумажный пр. 2/2, стр. 1, Москва, 125040	
	ЗАКАЗЧИК:	ООО «Новая жизнь», тел. +7 495 948 33 33	
	ЗАСТРОЙЩИК:	ООО «Новая жизнь», тел. +7 495 948 33 33	
	НАЧАЛЬНИК УЧАСТКА:	Абакшина Е. А., тел. +7 927 801 36 80	
	НАЧАЛО РАБОТ:	Ноябрь 2016 г.	
	ОКОНЧАНИЕ РАБОТ:	Февраль 2019 г.	
x	Разрешение на строительство	СРО №313 от 04 декабря 2015 г.	
			x

Построение

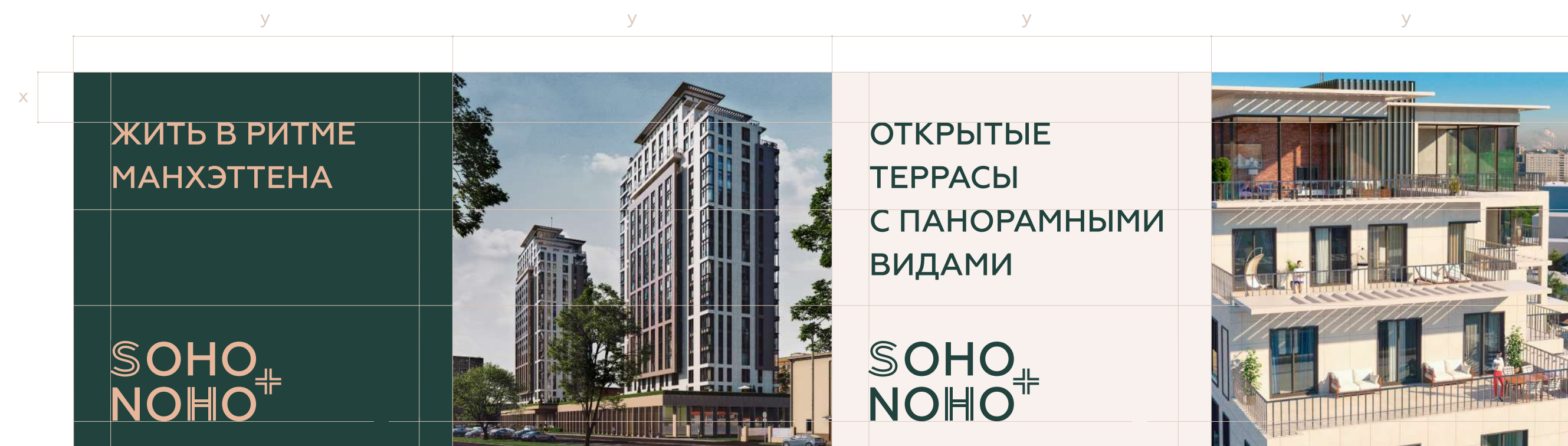
ХОРДИНГ

Макет строится на единой модульной сетке. Поле делится на равные квадраты без полей (сторона квадрата равна высоте хординга). В макете присутствует рендеры будущего/строящегося объекта, которые чередуются с цветными плашками с текстовыми блоками главной информации.

Типографика:

Главная информация — Geometria Medium, All Caps

Дополнительная информация — Geometria Medium

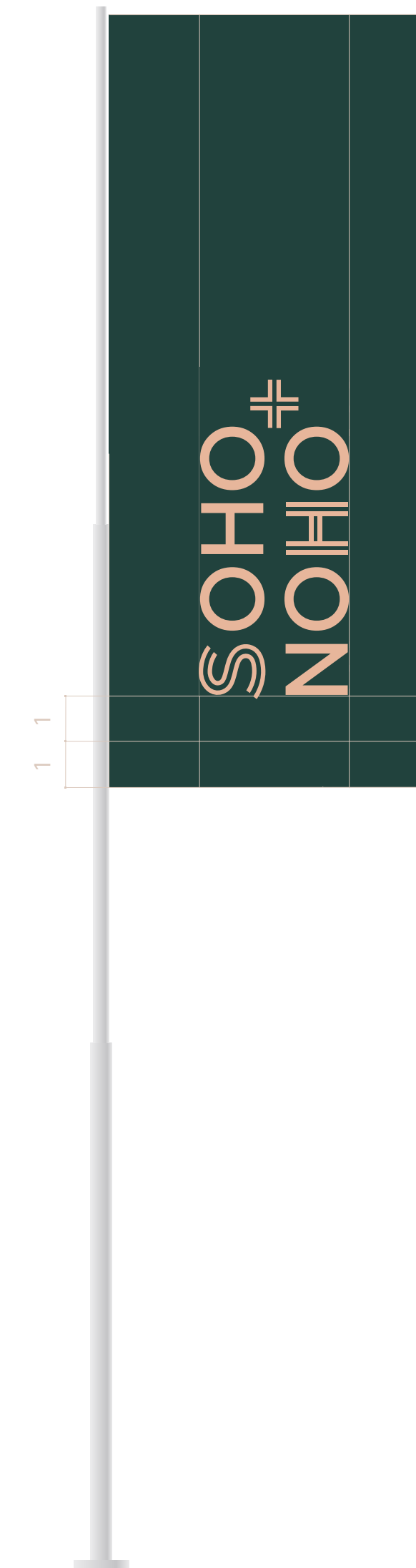
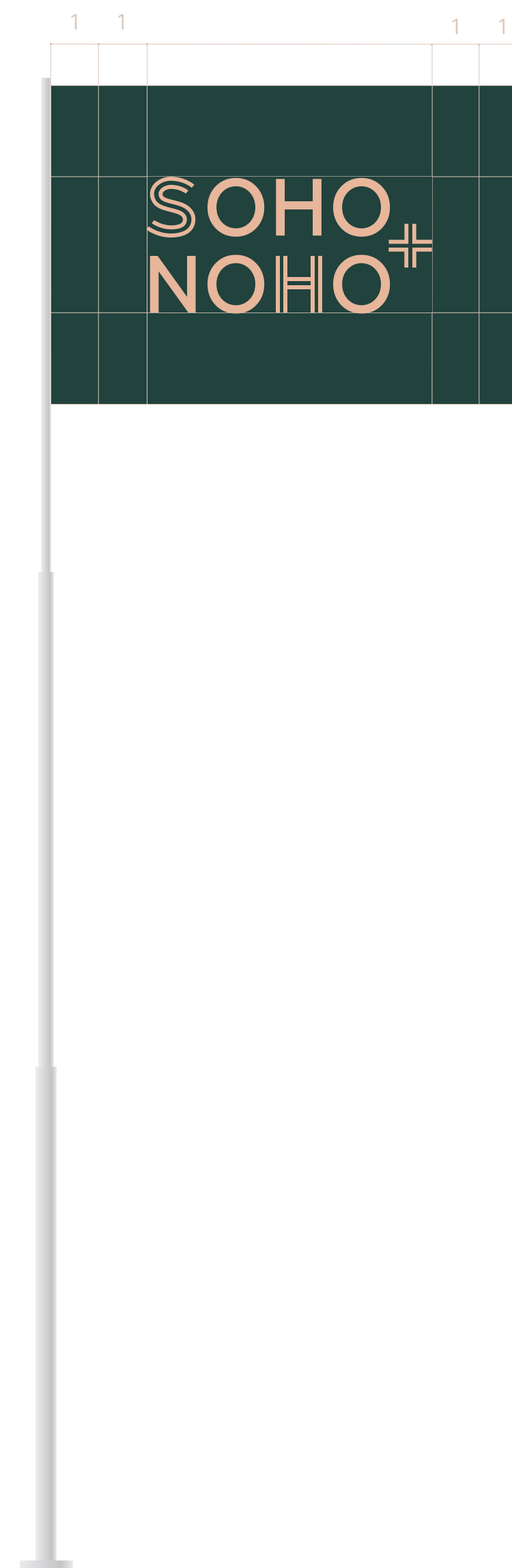
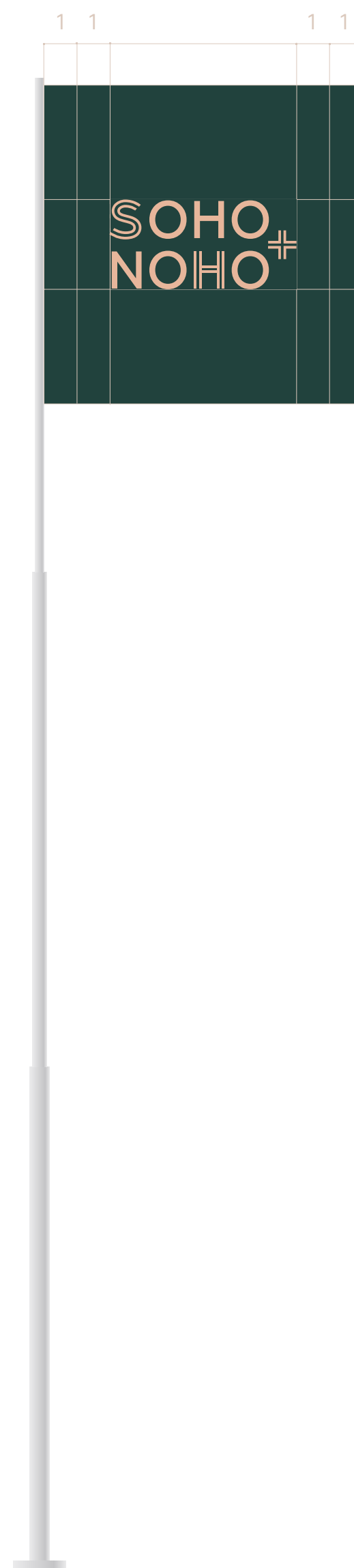


Построение

ФЛАГ

Макет флага строится на единой модульной сетке. В горизонтальном формате (также в квадратном) — логотип бренда размещается горизонтально с отступами по боковым краям равными двум «1».

При необходимости брендирования вертикального флага следует повернуть логотип на 90 градусов против часовой стрелки. Модульная сетка при этом остается такой же.



Построение

СПАСИБО
ЗА ВНИМАНИЕ

2018

SOHO
NOHO⁺