



ТЕРМОДОМ

строительный холдинг

БРЕНДБУК

СОДЕРЖАНИЕ

ИСТОРИЯ КОМПАНИИ	4
ВНУТРЕННЯЯ МИССИЯ	8
ВИДЕНИЕ	10
ВНЕШНЯЯ МИССИЯ	12
НАШЕ КРЕДО	13
ВИДЕНИЕ КОММУНИКАЦИИ	14
ИНДИВИДУАЛЬНОСТЬ БРЕНДА	16
КАКИЕ МЫ КАК СОТРУДНИКИ	18
МЕТАФОРА	20
1.0 ОСНОВНЫЕ КОНСТАНТЫ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ	
ПРАВИЛА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЛОГОТИПА	28
ТИПОВОЕ ПОСТРОЕНИЕ ЛОГОТИПА ПРОЕКТОВ	32
ШРИФТОВАЯ ГАРНИТУРА	34
ФИРМЕННАЯ ПАЛИТРА	36
ГРАФИЧЕСКИЙ МОТИВ	38
ФОТОСТИЛЬ	40
2.0 БАЗОВЫЙ КОМПЛЕКТ ФИРМЕННЫХ НОСИТЕЛЕЙ	
ИМЕННЫЕ ВИЗИТКИ	44
КОРПОРАТИВНЫЕ ВИЗИТКИ	45
ФИРМЕННЫЙ БЛАНК	46
БЛАНК КОММЕРЧЕСКОГО ПРЕДЛОЖЕНИЯ	47
ПАКЕТ	48
РУЧКА	49
ЗНАЧОК	50
ТАБЛИЧКИ ДЛЯ КАБИНЕТОВ	51

КОНВЕРТЫ	52
ТАБЛИЧКА «РЕЖИМ РАБОТЫ»	53
ЗАРПЛАТНАЯ КАРТА	54
ДИПЛОМ	55
ЧЕХОЛ НА ТЕЛЕФОН	56
СТОЙКА ДЛЯ POS-МАТЕРИАЛОВ	57
ПОДПИСЬ ЭЛЕКТРОННОГО ПИСЬМА	58
ПАПКА ДЛЯ ДОКУМЕНТОВ	59
ФИРМЕННЫЙ ФОН РАБОЧЕГО СТОЛА ДЛЯ ПК	60
ФИРМЕННЫЙ ФОН ДЛЯ СОТОВОГО ТЕЛЕФОНА	61
ИМЕННЫЕ БЕЙДЖИ	62
ИМЕННЫЕ БЕЙДЖИ НА ШЕЮ	63
НАСТОЛЬНЫЕ ТАБЛИЧКИ	64
ПРЕСС-ВОЛЛ	65
ДРЕСС-КОД СОТРУДНИКОВ ОФИСА	66
ДРЕСС-КОД СТРОИТЕЛЕЙ	67
ОФОРМЛЕНИЕ ОФИСА	68
ФИРМЕННЫЕ ПИКТОГРАММЫ	70
ОФОРМЛЕНИЕ ПРЕЗЕНТАЦИИ	72
СИСТЕМА СТИЛЕЙ ПРОЕКТОВ	74
ОФОРМЛЕНИЕ БУКЛЕТА	76
ТИПОВЫЕ МАКЕТЫ НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ	80
КАДРЫ ВИДЕОРОЛИКА	86
БАННЕРЫ ДЛЯ ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМЫ	88
ОФОРМЛЕНИЕ СТРАНИЦ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ	90
РЕНДЕРЫ ПРОЕКТОВ	92



ИСТОРИЯ КОМПАНИИ

Строительный холдинг «Термодом» основан в 1998 году.

Начало развития компании связано с производством строительных материалов, далее — с успешным выполнением проектов в сфере индивидуального и малоэтажного строительства.

Сегодня компания проектирует и строит жилые комплексы, по масштабу сравнимые с городами-спутниками.

В состав компании входят предприятия, позволяющие обеспечить доступную цену качественной недвижимости:

- завод железобетонных изделий,
- два домостроительных комбината,
- кирпичный и асфальтовый заводы,
- линия по производству евроокон,
- деревообрабатывающее производство,
- линия по производству пенополистирола,
- линии по производству стеновых и кровельных сэндвич-панелей,
- линии по производству лакокрасочной продукции, сухих строительных смесей.

ДОКАЗЫВАЕМ НАДЕЖНОСТЬ УЖЕ БОЛЕЕ 20 ЛЕТ

Нашей компании всегда интересны новые вызовы. На каждом этапе развития, с каждым проектом мы запускаем новые линии производства, придумываем и создаем более сложные объекты.

Уже давно мы не просто строим дома. Мы выполняем весь комплекс работ: от производства материалов и проработки проектов до благоустройства комплексов и продаж квартир счастливым жителям.



Один из крупнейших объектов девелопера, имеющий особенное значение для г. Пензы, Город Спутник, получил одобрение и высокую оценку первых лиц государства — Владимира Путина и Дмитрия Медведева.

**Мы стремимся
к постоянному развитию
и совершенствованию.**

ВНУТРЕННЯЯ МИССИЯ

Для нас равнозначно важны как стратегия производительности, так и стратегия роста.

Мы в равной степени стремимся к сбалансированному развитию:

- ценовой и ассортиментной политики (в том числе в разрезе разных технологий строительства),
- качества продуктов,
- доступности,
- функциональности проектов для жителей,
- качества и скорости обслуживания,
- развития бренда и имиджа девелопера и проектов.

ВИДЕНИЕ

Мы работаем на рынке жилой недвижимости. Основными проектами являются проекты комплексного многоэтажного строительства и комплексного освоения территорий.

Основные маркетинговые цели компании — достижение и укрепление лидерских позиций в восприятии целевых групп по таким характеристикам, как качество строительства и престижность покупки (престижность бренда, продукта).

Мы стремимся развивать клиентскую политику, способствующую достижению маркетинговых целей в рамках сбалансированной системы показателей:

- развитие бренда и имиджа компании,
- развитие осведомленности целевых групп о качестве и ключевых характеристиках проектов.

**Мы строим организацию,
нацеленную на сервис
и развитие продуктов.**

ВНЕШНЯЯ МИССИЯ

Главное стратегическое направление нашей работы в отношении целевой аудитории для повышения ценности продуктов.

Повышение оценки качества и развитие имиджа бренда.

Мы работаем во благо каждого жителя, каждой семьи, которые доверяют нам.

Мы даем жителям тепло, заботливо поддерживая их семейные ценности.

НАШЕ КРЕДО

Кредо отражает наш подход к развитию внутреннего бренда, а через него — внешнего бренда.

**Тепло внутри —
тепло вокруг.**

ВИДЕНИЕ КОММУНИКАЦИИ

**Кто мы, предопределяет то, как мы строим
и как мы продаем.**

Основные ожидания от недвижимости и требования к продукту со стороны аудитории формируют понимание основных тем коммуникации и направлений для формирования имиджа компании.

Еще до покупки наша аудитория может оценить то, чем является наш бренд, через непосредственное взаимодействие с сотрудниками компании. Как компания, мы ведем себя так, чтобы создать верный образ, дополняющий образ нашего продукта.

КАКИЕ МЫ

Надежный девелопер с опытом
Мы открытые

Работаем прозрачно и с гарантией
Покупать у нас престижно

КАК МЫ СТРОИМ

Строим качественно
из качественных материалов

Продумываем планировки,
пространство квартир, двора,
всего комплекса

Учитываем социальную
инфраструктуру проектов

Строим в срок

Даем клиенту выбор

КАК МЫ ПРОДАЕМ

Мы компетентны, хорошо знаем
продукт и все процедуры

Общаемся просто,
вежливо, спокойно

Наши офисы открытые и уютные

У нас лаконичный,
дружелюбный дизайн

Мы наглядно демонстрируем
продукт, технологии, материалы

Делаем все для клиента от А до Я

ИДИВИДУАЛЬНОСТЬ БРЕНДА



ИДИВИДУАЛЬНОСТЬ БРЕНДА

На основе понимания ключевых выгод для аудитории мы можем определить основные характеристики индивидуального образа бренда. Это те свойства, которые усиливают выгоды для клиентов и сотрудников.

Открытый

Знающий

Надежный

Состоятельный

Точный

Вежливый

Уверенный

Уютный

Дружелюбный

Спокойный

КАКИЕ МЫ, КАК СОТРУДНИКИ

Прежде всего

Мы — помощники для наших клиентов

Дружный коллектив

При создании команды мы опираемся на стабильность, общие ценности, подбор кадров по общим критериям и представление о равной ценности каждого сотрудника.

Смелость

Решимость и готовность брать ответственность на себя.

Уверенность

Она появляется благодаря качеству продукта и знаниям.

Общительность

«Термодом» — открытая компания, в которой работают сотрудники, готовые общаться с клиентами.

Счастье

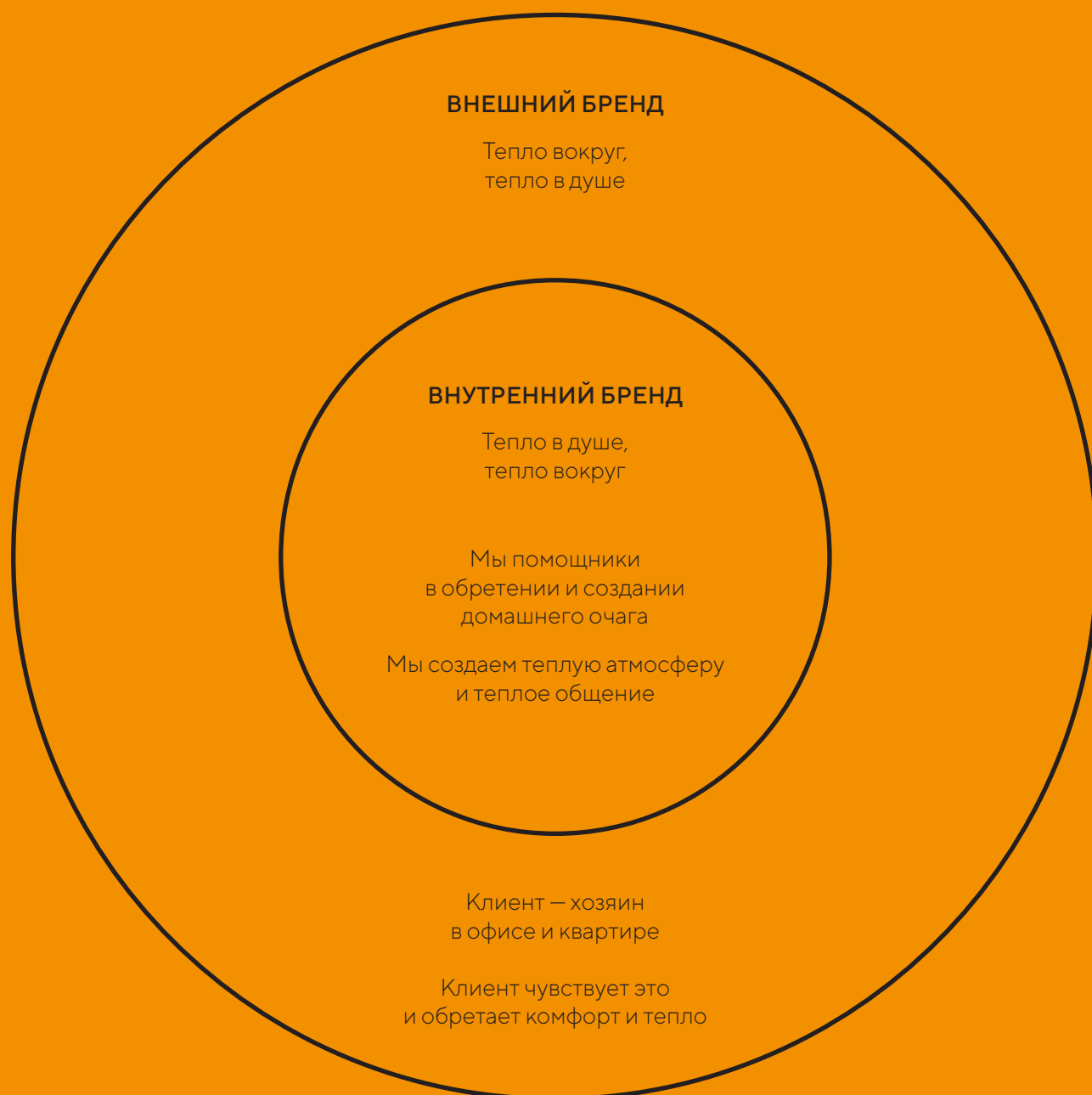
Мы любим свою профессию и любим работу, которую выбрали.



МЕТАФОРА

Бренд получится только тогда, когда сами
сотрудники транслируют его изнутри.

**Дарим людям
свое тепло**



**Мы вдохновляем
людей делиться
теплом с другими**







A photograph of a person's right arm and hand, wearing a white t-shirt, positioned on the left side of the frame. The hand is resting on the hip. The background is a solid, light blue color.

Мы не рассказываем о детских площадках

**Мы вдохновляем
родителей
развивать детей**

Мы не рассказываем о планировках

**Мы вдохновляем
людей воплощать
разнообразные мечты**

Мы не делаем буклеты

**Мы делаем книги,
вдохновляющие на
создание уютного дома**

КОНСТАНТЫ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ

ОСНОВНЫЕ КОНСТАНТЫ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ

1.0

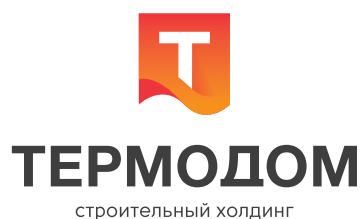


ПРАВИЛА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЛОГОТИПА (ВЕРТИКАЛЬНЫЙ)

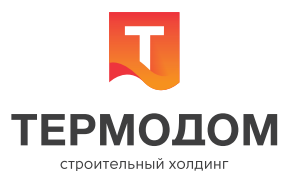
ВЕРСИИ ЛОГОТИПА

Ниже представлены основные рекомендуемые цветовые сочетания фона и логотипа.

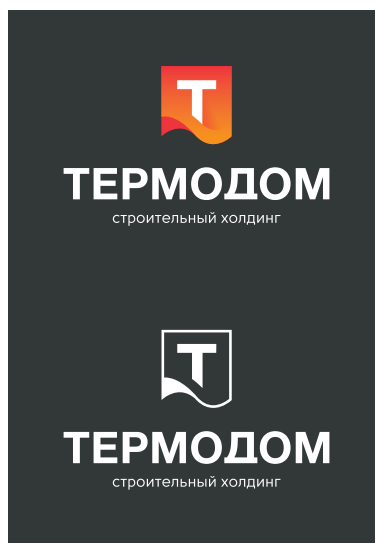
Оригинальный логотип



Логотип на светлом фоне

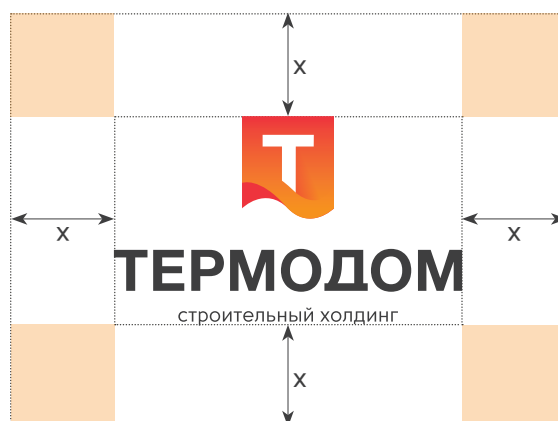


Логотип на темном фоне



ПОЛЕ БЕЗОПАСНОСТИ ЛОГОТИПА

У каждой версии логотипа существует поле безопасности. Это пространство, в пределах которого не должно размещаться каких-либо объектов (других логотипов, графических элементов и т. п.). Поле безопасности формируется расстоянием с каждой стороны, равным высоте символа.



ПРАВИЛА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЛОГОТИПА (ГОРИЗОНТАЛЬНЫЙ)

ВЕРСИИ ЛОГОТИПА

Ниже представлены основные рекомендуемые цветовые сочетания фона и логотипа.

Оригинальный логотип



Логотип на светлом фоне



Логотип на темном фоне



ПОЛЕ БЕЗОПАСНОСТИ ЛОГОТИПА

У каждой версии логотипа существует поле безопасности. Это пространство, в пределах которого не должно размещаться каких-либо объектов (других логотипов, графических элементов и т. п.). Поле безопасности формируется расстоянием с каждой стороны, равным высоте символа.



ТИПОВОЕ ПОСТРОЕНИЕ ЛОГОТИПА ПРОЕКТОВ ДЕВЕЛОПЕРА

СХЕМА ПОСТРОЕНИЯ ЛОГОТИПОВ

Логотипы проектов компании могут иметь особенные оригинальные знаки и шрифт. При этом построение логотипов (композиция) должно подчиняться единым принципам.

Это необходимо для того, чтобы логотипы вписывались в макеты фирменного стиля и рекламы, создаваемые по единым стандартам.

Допускается незначительное отклонение от рекомендаций, которое не влияет на возможность применения логотипа в макетах. Допуск обусловлен оригинальностью знаков (рисунков) в логотипе и различным построением букв шрифтов разного стиля (некоторые элементы букв могут выступать за границы строки).



ПРИМЕР ЛОГОТИПА

ПРИМЕР ОСНОВНОЙ ВЕРСИИ ЛОГОТИПА

Размер знака должен соответствовать расстоянию между базовой линией дескриптора (нижняя граница) и базовой линией знака логотипа.



Логотип проекта представлен для демонстрации применения правила к проекту.

ШРИФТОВАЯ ГАРНИТУРА

Стиль заголовков и подзаголовков должен отличаться от наборного текста для достижения акцента.

Для оформления текстов и в прочих случаях рекомендуется использовать предложенное далее сочетание шрифтов и их стилей.

Ad

ДАРИМ ЛЮДЯМ СВОЕ ТЕПЛО

Шрифт
для заголовков
AVERTA CY (EXTRABOLD)

Мы работаем на рынке жилой
недвижимости. Основными проектами
являются проекты комплексного
многоэтажного строительства и
комплексного освоения территорий.

Шрифт
для наборного текста
NERIS (LIGHT)

**А Б В Г Д Е 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**

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

ФИРМЕННАЯ ПАЛИТРА

Рекомендуется последовательно использовать фирменные цвета. Значения в RGB используются для экранного дизайна, Pantone — для печати.

ОСНОВНЫЕ ЦВЕТА



RGB
230. 42. 50

Pantone
185

RGB
243. 144. 0

Pantone
144

ОСНОВНОЙ ГРАДИЕНТ

Рекомендуется повсеместно использовать фирменный градиент в фирменных носителях и макетах рекламы для создания устойчивого узнаваемого образа.



ГРАФИЧЕСКИЙ МОТИВ

Графический мотив — это основной элемент дизайна, используемый при создании и оформлении носителей фирменного стиля компании и ее проектов. Волна символизирует тепло, непрерывность развития и отсылает к топографической индивидуальности проекта — близость реки к ключевым проектам компании.

Цвет может меняться в зависимости от ситуации использования: для макетов компании используется фирменная палитра компании, для макетов проектов — палитра проектов.

Рекомендуется последовательно повсеместно использовать графический мотив для развития устойчивого образа бренда и его проектов среди целевой аудитории.





ФОТОСТИЛЬ

Рекомендуется использовать фотографии с людьми в естественных позах и с естественным выражением лица (естественные положительные эмоции). Возможно использование фотографий с людьми на однородном цветном фоне или в окружении, связанном с недвижимостью: двор, квартира.

Рекомендуется использовать фотографии, в которых присутствуют фирменные цвета (компании или проекта).

В фотографиях не должно быть засветов, солнечных бликов и каких-либо неестественных эффектов.



ФИРМЕННЫЕ НОСИТЕЛИ

БАЗОВЫЙ КОМПЛЕКТ ФИРМЕННЫХ НОСИТЕЛЕЙ

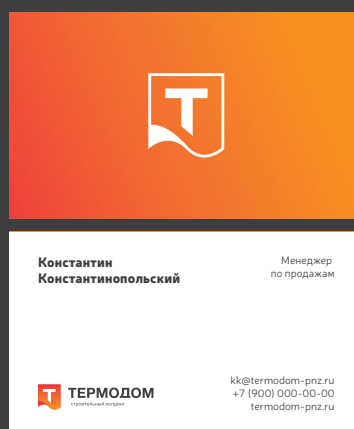
2.0



ИМЕННЫЕ ВИЗИТКИ



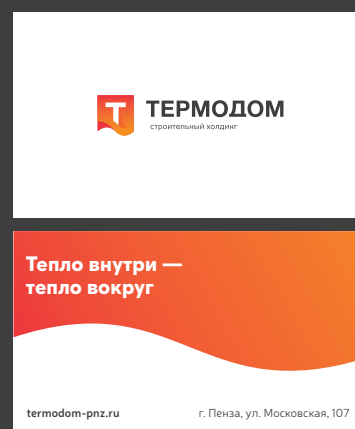
Визитные карточки изготавливаются из плотной матовой бумаги.
Размер визиток: 90x50 мм.
Минимальное значение кегля в макете для текста с контактными данными — 8 pt.
Шрифт: Neris Light, Neris Bold.



КОРПОРАТИВНЫЕ ВИЗИТКИ



Визитные карточки
изготавливаются
из плотной матовой бумаги.
Размер визиток: 90x50 мм.
Минимальное значение кегля
в макете для текста с
контактными данными — 8 pt.
Шрифт: Neris Light, Neris Bold.

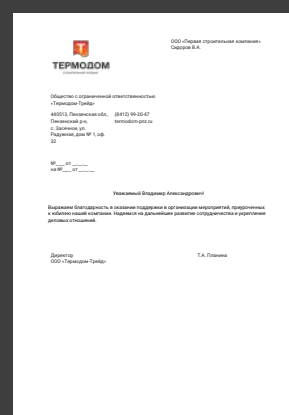


ФИРМЕННЫЙ БЛАНК



Бланк для оформления типовой деловой документации (писем) рекомендуется изготавливать с использованием типографской печати.

Формат: А4 (297x210 мм)
Цветность: 4+0



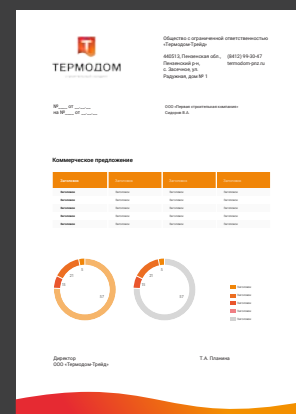
БЛАНК КОММЕРЧЕСКОГО ПРЕДЛОЖЕНИЯ



Таблицы, графики и диаграммы созданы с помощью стандартных средств программы Microsoft Word.

При создании необходимо следовать рекомендациям:

- не использовать рамок вокруг графика, не использовать фон,
- использовать фирменную цветовую палитру.



ПАКЕТ



Пакеты изготавливаются из плотной матовой бумаги.



РУЧКА



При выборе ручки для брендинга нужно следовать следующим правилам:

- Выбирать ручку максимально простого дизайна, но сделанную из качественных материалов.
- Ручки должны быть фирменных или близких к ним цветов.



ЗНАЧОК



Материал: металл
Технологии нанесения:
холодные, полированные эмали,
лаки, смолы.
Вид крепления: цанга, булавка,
магнит, винт.



ТАБЛИЧКИ ДЛЯ КАБИНЕТОВ

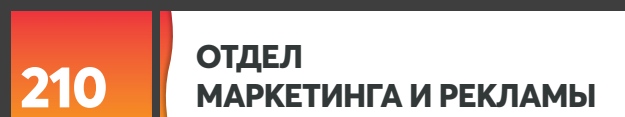


Навигационные таблички помогают ориентироваться клиенту в помещении.

Возможно использование таблички с названием отдела отдельно от номера кабинета.

Размер: 400 x 120 мм

Материал: пластик 10 мм с накатанной пленкой.



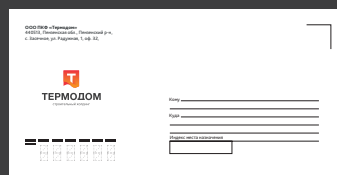
КОНВЕРТЫ



Конверты представлены двух видов.

Типовой конверт может использоваться для отправки корреспонденции клиентам и партнерам.

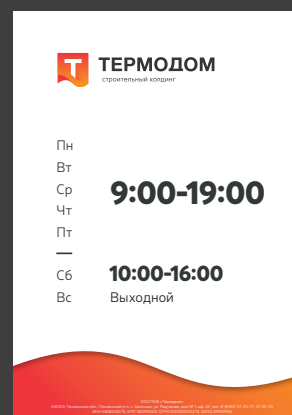
Подарочный конверт печатается на дизайнерской бумаге (к примеру Isperia).



ТАБЛИЧКА «РЕЖИМ РАБОТЫ»



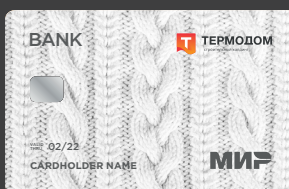
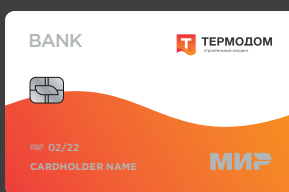
Табличка изготавливается с использованием прозрачного стекла и пленки с цветной печатью.
Формат – А4.



ЗАРПЛАТНАЯ КАРТА



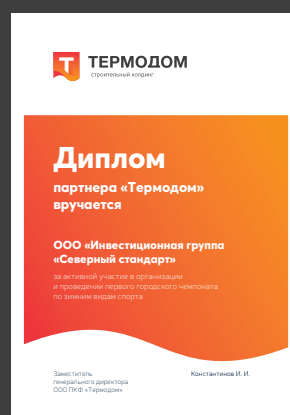
Рекомендуется использовать зарплатные карты с фирменным дизайном фона и логотипом. Предпочтение отдается использованию карт с изображениями, ассоциативно связанными с теплом.



ДИПЛОМ



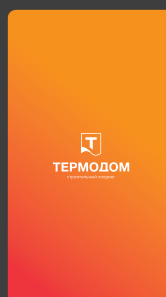
Диплом изготавливается из плотного картона.
Формат — А4.



ЧЕХОЛ НА ТЕЛЕФОН



Рекомендуется изготавливать чехлы с использованием фирменного стиля в качестве сувенирной продукции для сотрудников.



СТОЙКА ДЛЯ POS-МАТЕРИАЛОВ



Стойка используется для распространения промоматериалов. При разработке дизайна обязательным является использование крупного логотипа, графического мотива, контактной и юридической информации.

Размер: 45x155 см.

Стойки в стиле компании используются для распространения информации о всех проектах вне зависимости от класса и типа проекта. Число и формат держателей для POS-материалов может меняться.

ПОДПИСЬ ЭЛЕКТРОННОГО ПИСЬМА

В данном проекте мы постарались от деталей, которым уделили особое внимание архитектура и зеленое благоустройство стилобата выделяют проект «Гармония» от конкурентов и наполняют жизнь собственников счастливыми моментами. Это творческое отношение к жизни, чувство вкуса и прекрасного, создаются крепко процветают добрососедские отношения, к которым призывает жилой комплекс.

С уважением,
Константин Константинопольский
Менеджер отдела продаж



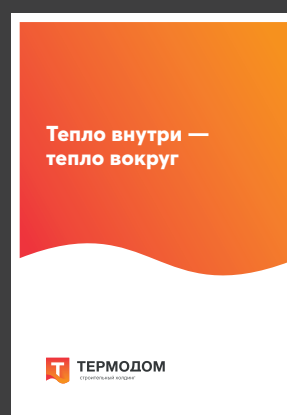
Офис продаж недвижимости
г. Спутник, ул. Радужная д. 1
тел: +7 (8412) 99-30-47
termodom-pnz.ru

Используется в качестве подписи
в деловой переписке
по электронной почте.

ПАПКА ДЛЯ ДОКУМЕНТОВ



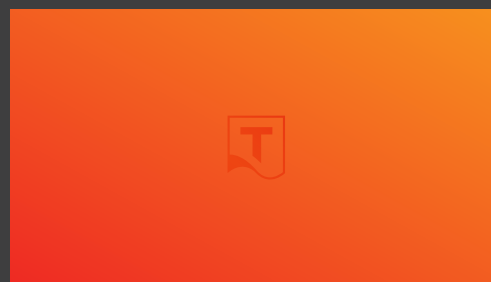
Папка изготавливается
из плотного картона.
Формат: А4 (297x210 мм)



ФИРМЕННЫЙ ФОН РАБОЧЕГО СТОЛА ДЛЯ ПК



Рекомендуется использовать фирменные фоны на компьютерах сотрудников.



HD 1920x1080

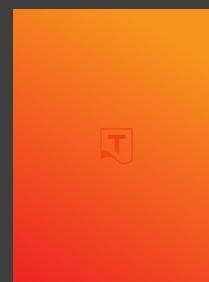
ФИРМЕННЫЙ ФОН ДЛЯ СОТОВОГО ТЕЛЕФОНА



Рекомендуем использовать
для сотовых телефонов
сотрудников компании
фирменный фон.

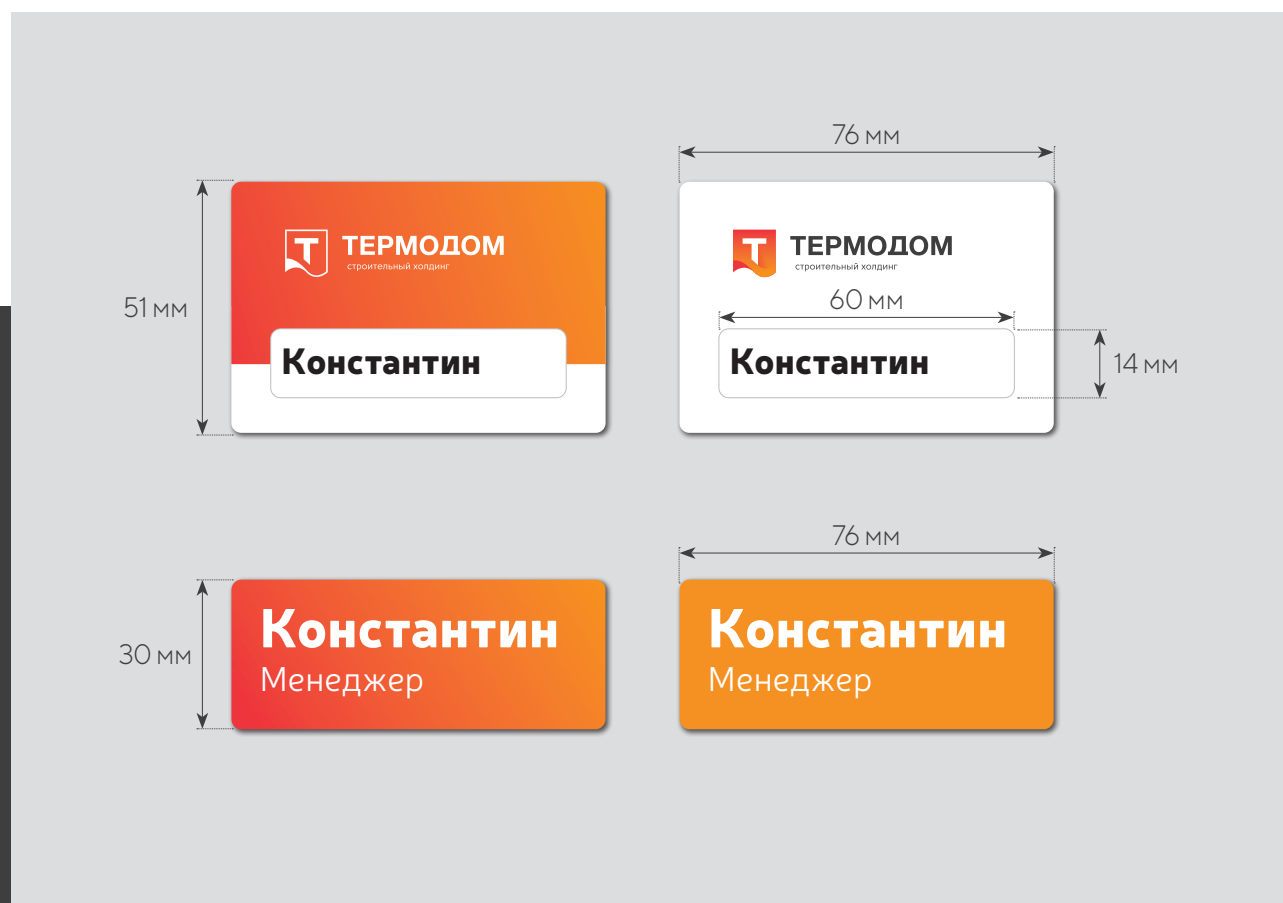


1080x1920



1536x2048

ИМЕННОЙ БЕЙДЖ



Бейдж изготавливается из плотного цветного пластика с печатью.

Крепится к одежде сотрудников с помощью магнитного крепления.

ИМЕННОЙ БЕЙДЖ НА ШЕЮ



Бейдж изготавливается
из плотного цветного пластика
с печатью.

Размер — 80x120 мм

НАСТОЛЬНЫЕ ТАБЛИЧКИ



Формат — 210х60 мм
Материал — пластик
Печать — прямая УФ (СМУК)

**Константин
Константинов**
Менеджер


ТЕРМОДОМ
строительный холдинг

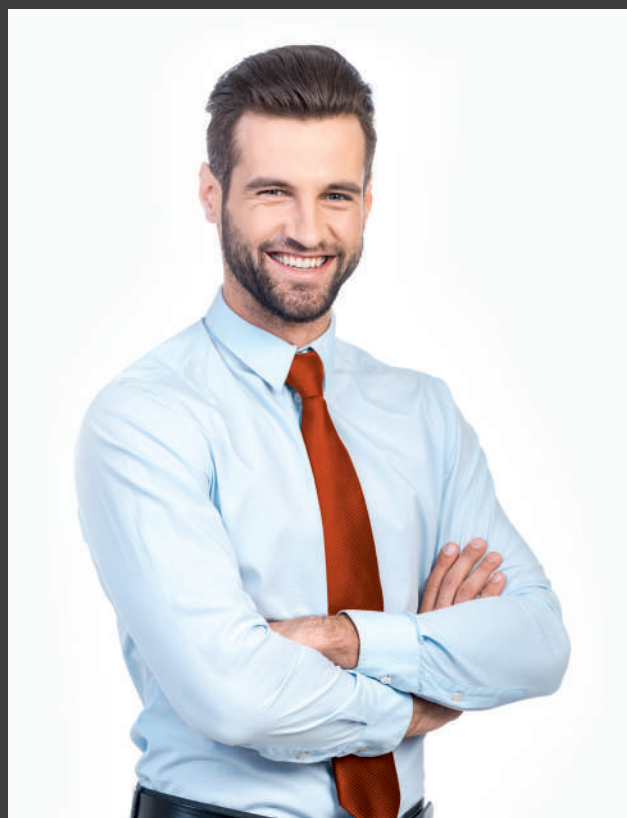
ПРЕСС-ВОЛЛ



Рекомендуется использовать конструкции с плавными формами, повторяющими линии графического мотива.

ДРЕСС-КОД СОТРУДНИКОВ ОФИСА

Сотрудникам отдела продаж
рекомендуется надевать одежду светлых
тонов с аксессуарами фирменных цветов:
оранжевый, желтый, красный.



ДРЕСС-КОД СТРОИТЕЛЕЙ

Строителям рекомендуется надевать спецодежду серого цвета со вставками фирменных цветов: оранжевый, желтый, красный.

Шелкотрафаретная
печать
(вариант 1)



Ншивка или
шелкотрафаретная
печать



Шелкотрафаретная
печать

Шелкотрафаретная
печать
(вариант 2)

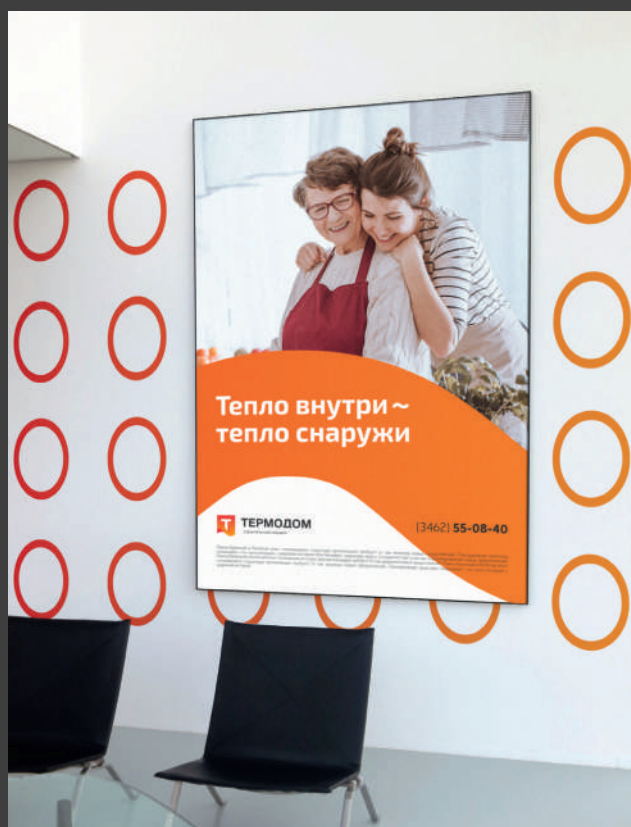


ОФОРМЛЕНИЕ ОФИСА

При оформлении офиса и создании офисной мебели рекомендуется повсеместно использовать графический мотив компании и фирменные цвета.



Клиентская зона



Оформление стен (вариант 1)



Оформление стен (вариант 2)

ФИРМЕННЫЕ ПИКТОГРАММЫ

Используются для оформления любых коммуникаций и элементов навигации. Набор фирменных пиктограмм может дополняться новыми изображениями. Иконки должны быть построены при помощи линейной графики, иметь одинаковую толщину штриха, соответствовать общему уровню детализации и распределению массы внутри изображения.

ВАЖНЫЕ ОБЪЕКТЫ ИНФРАСТРУКТУРЫ ГОРОДА

Значимые объекты для использования на карте оформляются в минималистичном стиле. Прорисовывается узнаваемый контур объекта и крупные детали архитектурного облика.



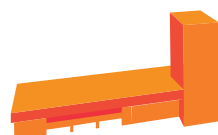
Филармония



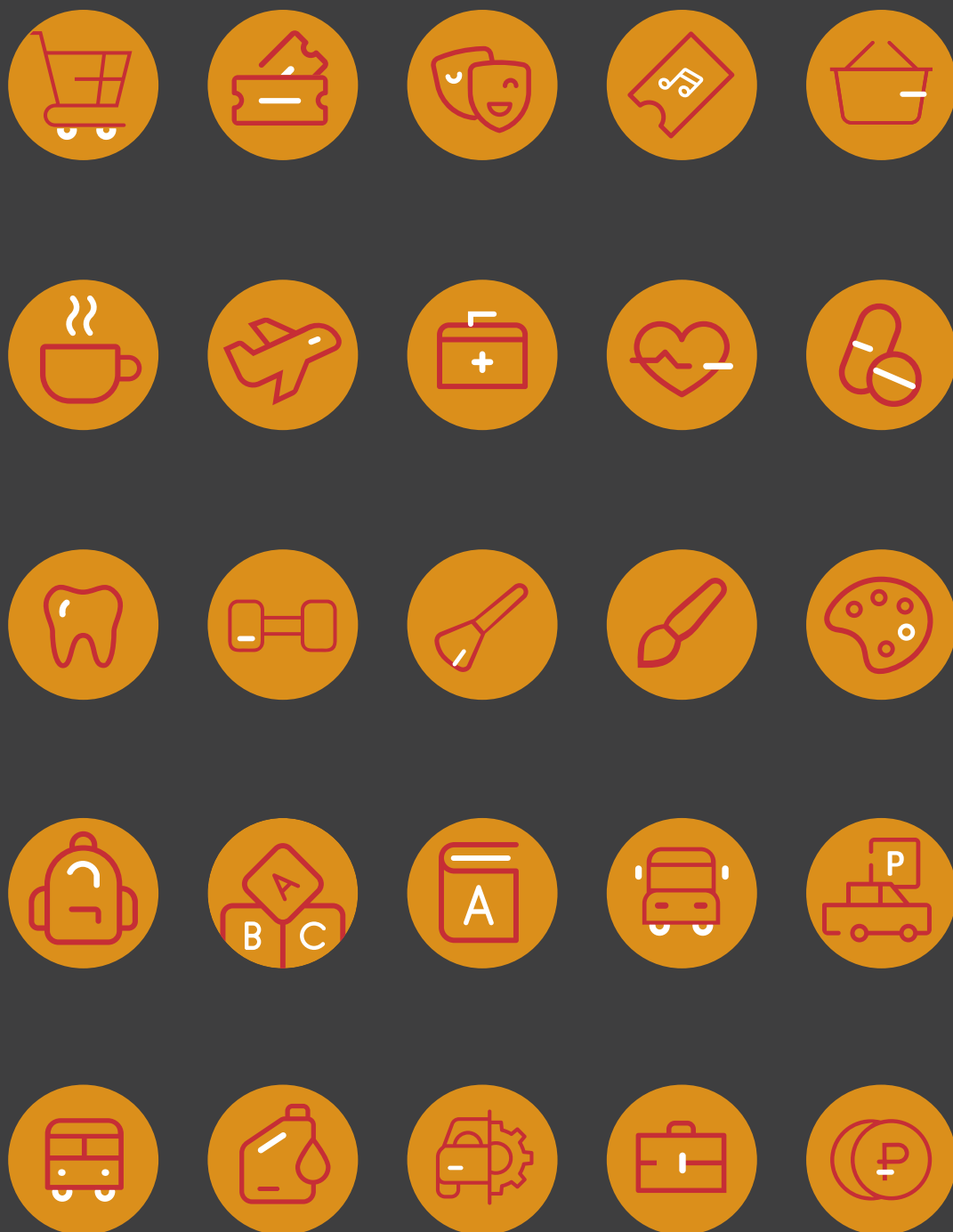
ККЗ «Пенза»



ТРК «Суворовский»



Вокзал



ОФОРМЛЕНИЕ ПРЕЗЕНТАЦИИ

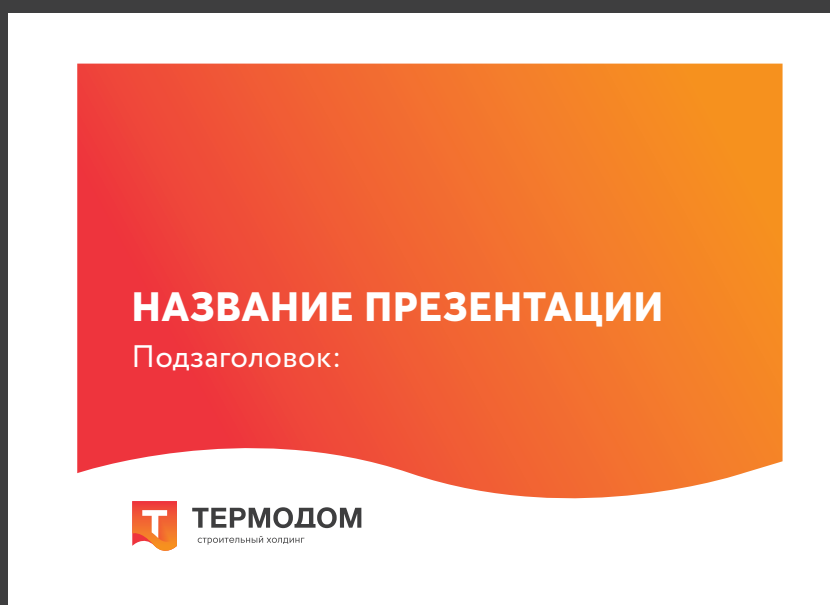
ТИТУЛЬНЫЙ СЛАЙД

Название презентации:

Шрифт — Averta CY (Extrabold)
Шрифт стандартный — Verdana (Bold)
Выравнивание — выключка влево
Цвет — белый

Подзаголовок:

Шрифт — Circe (Regular)
Выравнивание — выключка влево
Цвет — белый



СЛАЙД С ИЗОБРАЖЕНИЕМ И ТЕКСТОМ

Заголовок:

Шрифт — Averta CY (Extrabold)
Шрифт стандартный — Verdana (Regular)
Кегль — 27 pt
Выравнивание — выключка влево
Цвет — RGB 230. 42. 50

Акцентированный текст:

Шрифт — Circe (Regular)
Шрифт стандартный — Verdana (Regular)
Кегль — 13-20 pt
Выравнивание — выключка влево
Цвет — черный

Наборный текст:

Шрифт — Circe (Regular)
Шрифт стандартный — Verdana (Regular)
Кегль — 12-17 pt
Выравнивание — выключка влево
Цвет — черный



ТЕКСТОВЫЙ СЛАЙД**Заголовок:**

Шрифт — Averta CY (Extrabold)
 Шрифт стандартный — Verdana (Bold)
 Кегль — 27 pt
 Выравнивание — выключка влево
 Цвет — RGB 230. 42. 50

Акцентированный текст:

Шрифт — Circe (Regular)
 Шрифт стандартный — Verdana (Regular)
 Кегль — 13-20 pt
 Выравнивание — выключка влево
 Цвет — черный

Наборный текст:

Шрифт — Circe (Regular)
 Шрифт стандартный — Verdana (Regular)
 Кегль — 12-17 pt
 Выравнивание — выключка влево
 Цвет — черный

СЛАЙД С ИЗОБРАЖЕНИЕМ

Изображение размещается
 в форме графического мотива.

**ОЧЕНЬ КРАСИВЫЙ
ЖИЛОЙ КОМПЛЕКС**

Отличительная особенность проекта — эстетика,
 которая проявляется в самых мелких деталях.

В данном проекте мы пошли от деталей, которым уделили особое внимание. Мелодичная архитектура и зеленое благоустройство стилобата выделяют проект «Парк Рояль» среди конкурентов и наполняют жизнь собственников счастливыми моментами.

«Парк Рояль» призван вдохновлять своих жильцов творить и созидать, заниматься с детьми и развивать их, вместе проводить время и формировать добрососедские отношения. Благоустройство выполнено в музыкальной тематике. На кровле стилобатовой части обустроены зоны отдыха, размещена часть детских площадок. Также площадки для игр оборудованы во дворе.

**ГРАФИКИ И ДИАГРАММЫ**

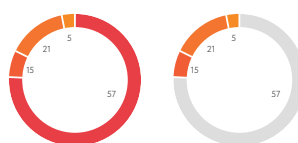
Таблицы, графики и диаграммы созданы с помощью стандартных средств программы Power Point.

При создании необходимо следовать рекомендациям:

- не использовать рамок вокруг графика, не использовать фон,
- использовать фирменную цветовую палитру.

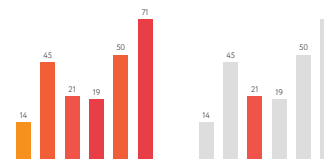
**СТРОИМ
ПРАКТИЧНО**

Отличительная особенность
 проекта



■ Показатель ■ Показатель
 ■ Показатель ■ Показатель

Отличительная особенность
 проекта



СИСТЕМА СТИЛЕЙ ПРОЕКТОВ

Общие характеристики
проектов в зависимости
от принадлежности и класса

	Все проекты		Проекты в Городе Спутнике	
	Фирменные шрифты	Структура верстки носителей	Элементы из логотипа Спутника	Цвета из логотипа Спутника
Для проектов всех классов			+/-	+
Премиум-класс				
Бизнес-класс	+	+		
Комфорт-класс	+	+		
Стандарт	+	+		

Отличительные особенности
проектов в зависимости
от принадлежности и класса

Структура буклетов

	Все проекты		Проекты в Городе Спутнике		
	Единая основа структуры буклетов	Фирменные шрифты	Структура верстки носителей	Элементы из логотипа Спутника	Цвета из логотипа Спутника
Для проектов всех классов				+	+
Премиум-класс	+	+			
Бизнес-класс	+	+			
Комфорт-класс		+			
Стандарт					

ОФОРМЛЕНИЕ БУКЛЕТА

При оформлении буклета рекомендуется повсеместно использовать графический мотив. Следует использовать заголовки разного стиля для достижения акцента. Общий стиль верстки: простой и функциональный.



СИЛЬНЫЙ ПРОЕКТ ДЛЯ СИЛЬНЫХ ЛЮДЕЙ

СИЛЬНЫЙ ПРОЕКТ ДЛЯ СИЛЬНЫХ ЛЮДЕЙ

Когда мы видим какой-то достойный проект, то часто панибратски говорим друг другу: «Это сильный проект». Изучив данный буклет, вы убедитесь, что мы сделали именно сильный проект и его особая сила заключается в том, что мы сделали его еще и для сильных людей, которым есть, с чем сравнить.



СИЛЬНЫЙ ПРОЕКТ ДЛЯ СИЛЬНЫХ ЛЮДЕЙ

УДОБНЫЙ РАЙОН

УДОБНЫЙ РАЙОН

Мы строим жилой комплекс в особенном месте — рядом есть все, что нужно для удобной жизни, в районе развитая транспортная инфраструктура, но нет шума и плотной застройки.



От вашего будущего дома легко добраться в любой район города. А район — все, к чему вы привыкли.

● Детский сад № 88	4 минуты
● Школа № 58	6 минут
● ТРЦ «Солнечный сад»	8 минут
● Тинькофф Банк	8 минут
● Экопарк	12 минут
● КСЗ «Татьяна»	13 минут
● Сквер им. Ф. Э. Дзержинского	20 минут
● Сквер им. В. Г. Беленьского	23 минуты

ЖИЗНЬ, ПОЛНАЯ ЭМОЦИЙ



- 1 Торговый центр «Сувениры»
- 2 Пензенская областная филармония
- 3 Магазины
- 4 Турфирмы
- 5 Кинотеатр «Рубин»
- 6 КСС «Тельца»
- 7 Кафе

**ЖИЗНЬ,
ПОЛНАЯ ЭМОЦИЙ**

Жить в центре города — значит в любое время иметь возможность проводить досуг так, как вам хочется. Посетить филармонию, прогуляться по магазинам, посетить в уютном кафе или же расслабиться за просмотром фильма в комфортном зале кинотеатра.

12

ЖИЗНЬ, ПОЛНАЯ ЭМОЦИЙ



13

ЗДОРОВЬЕ И КРАСОТА



- 1 Консультативно-диагностическая поликлиника
- 2 Стоматология
- 3 Фитнес-клуб
- 4 Медицинский центр
- 5 Аллея
- 6 Салон красоты

**ЗДОРОВЬЕ
И КРАСОТА**

Современный ритм жизни требует от горожан легкой повседневной выносливости с сохранением здоровья и внешнему виду. Недалеко от дома есть масса медицинских учреждений и аптек, спортивных клубов и салонов красоты и многое другое.

14

ЗНАНИЯ И ТВОРЧЕСТВО



- 1 Детская школа искусства им. Ю. Е. Выемина
- 2 Школа №98
- 3 Детский сад
- 4 Детская художественная школа №2
- 5 Лицей №29

**ЗНАНИЯ
И ТВОРЧЕСТВО**

Хорошим решением будет, чтобы и дети получили достойное образование, дополнительно развились и раскрыли свои творческие способности. Для этого в районе созданы все условия.

15

СВОБОДА ПЕРЕДВИЖЕНИЙ

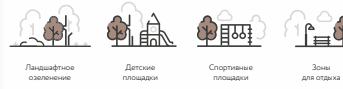
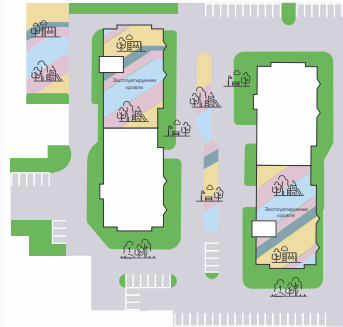
ТЕРРИТОРИЯ ДЛЯ ВСЕХ

Концепция благоустройства комплекса предполагает оснащение двора и интуитивно понятные дорожки современными и безопасными детскими и спортивными площадками, соответствующими мировым стандартам и потребностям людей.



20

СВОБОДА ПЕРЕДВИЖЕНИЙ



Ландшафтное озеленение

Детские площадки

Спортивные площадки

Зоны для отдыха

21

ПЛАНИРОВКИ

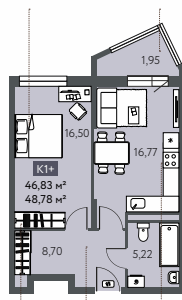
ОСОБЕННОСТИ ПЛАНИРОВОК

46,83 м²
ОДНА СПАЛЬНЯ



Для сна и отдыха

Планировочный вид



Вместительный шкаф-купе в прихожей

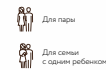
Просторная прихожая

Зона готовки и приема гостей

36

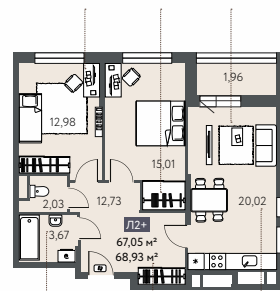
ПЛАНИРОВКИ

67,05 м²
ДВЕ СПАЛЬНИ



Рабочий стол у окна

Для тихого отдыха



Просторная ванная

Шкаф-купе в зоне входа

Кухня-гостиная для теплых семейных вечеров

37

ТИПОВЫЕ МАКЕТЫ НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ

Далее представлены типовые макеты наружной рекламы, которые могут использоваться для продвижения компании.

— Ключевое изображение

— Ключевой заголовок

— Логотип девелопера

— Телефон и лигал

— Ключевое изображение

— Ключевой заголовок

— Логотип девелопера

— Телефон и лигал

— Логотип девелопера

— Ключевой заголовок и подзаголовок

— Лигал

— Сайт

Ключевое
изображение

Ключевой
заголовок



Логотип
девелопера

Телефон
и лигал

ТИПОВЫЕ МАКЕТЫ НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ

Ключевой
заголовок



Логотип
проекта

Лигал

Логотип
девелопера,
телефон

Ключевое
изображение

Ключевой
заголовок

**Очень
красивый
жилой
комплекс**

Квартиры 99-30-47

Проектная декларация и разрешение на строительство на сайте termodom-pnz.ru

ПАРК РОЯЛЬ
жилой комплекс

ТЕРМОДОМ
строительный холдинг

Логотип
проекта

Лигал

Логотип
девелопера,
телефон

Ключевое
изображение

Ключевой
заголовок

**Красота
в деталях**

Квартиры 99-30-47

Проектная декларация и разрешение на строительство на сайте termodom-pnz.ru

ПАРК РОЯЛЬ
жилой комплекс

ТЕРМОДОМ
строительный холдинг

Логотип проекта

Лигал

Логотип девелопера, телефон

Ключевой
заголовок

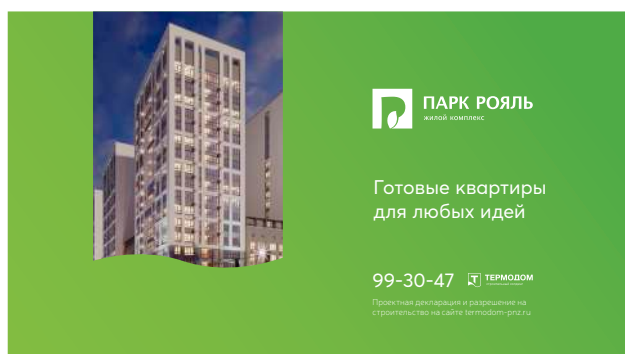


Логотип
проекта

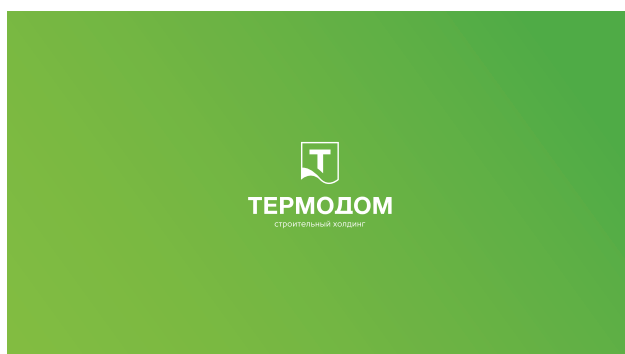
Лигал

Логотип
девелопера,
телефон

КАДРЫ ВИДЕОРОЛИКА



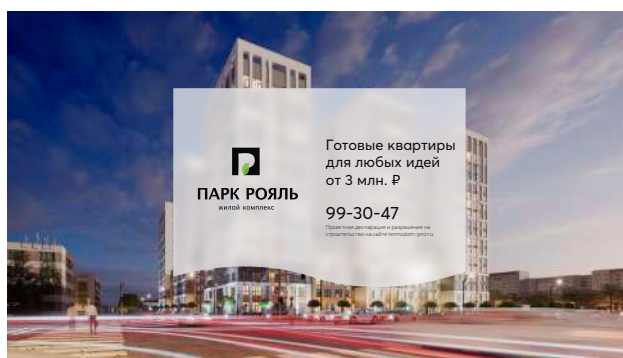
Пример кадра
с пекшотом
и цветным фоном



Пример кадра
с логотипом девелопера
на цветном фоне






Пример кадра с рендером



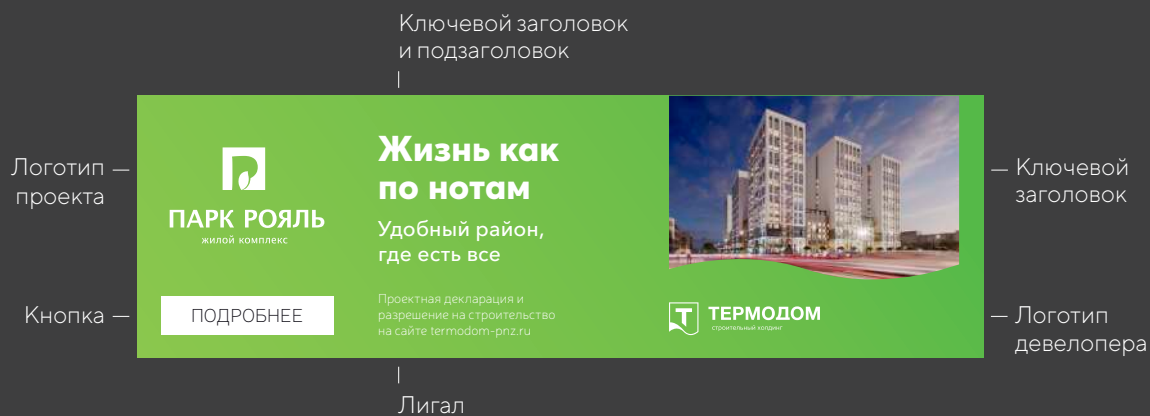
Пример кадра с пекшотом и прозрачным элементом

БАННЕРЫ ДЛЯ ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМЫ

Баннеры для продвижения девелопера

Ключевой заголовок —	<h1>БУДЬТЕ ВМЕСТЕ ЧАЩЕ</h1>		— Ключевое изображение
Подзаголовок —	Квартиры с кухнями-гостинными		
Ключевой заголовок —	<h1>РАЗВИВАЙТЕ ДЕТЕЙ</h1>		— Ключевое изображение
Под заголовок —	Дома с особенными дворами		
Ключевой заголовок —	<h1>СЕМЕЙНЫЕ КВАРТИРЫ,</h1>		— Логотип девелопера
Подзаголовок —	созданные с теплом	подобрать	— Кнопка
Лигал —	<small>Проектная декларация и разрешение на строительство на сайте termodom-pnz.ru</small>		

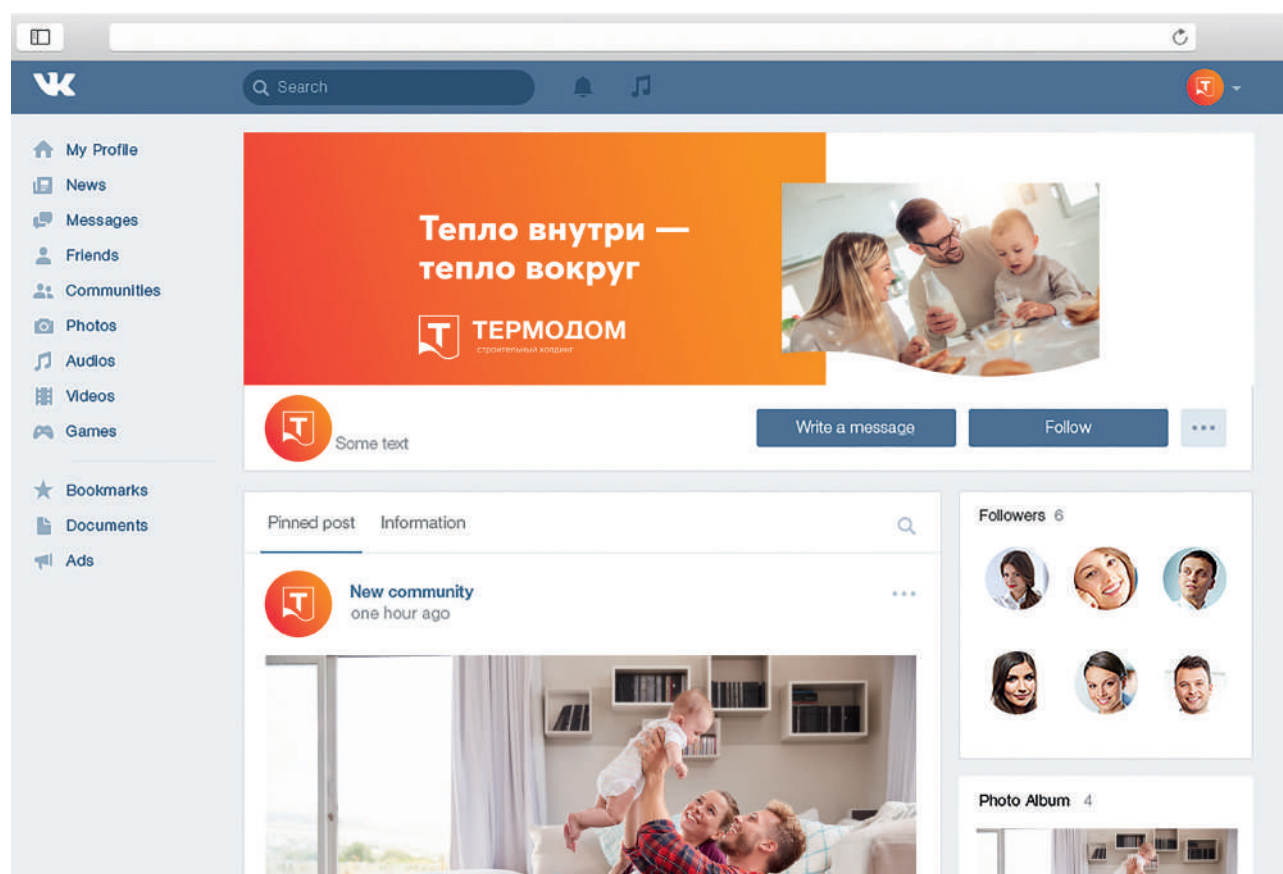
Пример баннеров проекта



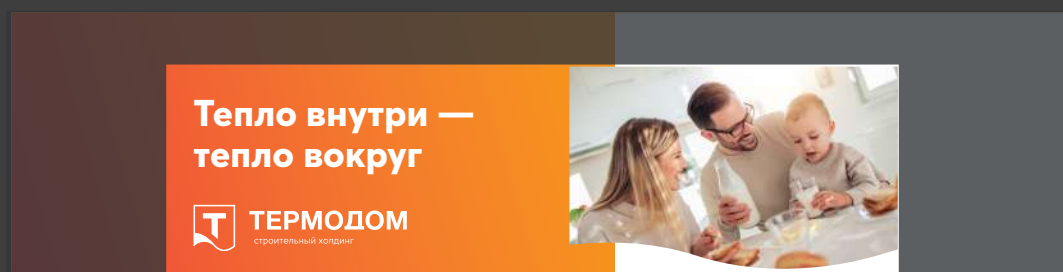
ОФОРМЛЕНИЕ СТРАНИЦ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ

При разработке дизайна шапки для групп в социальных сетях важно учитывать параметры обрезки макетов на различных устройствах. При оформлении шапок для социальных сетей возможны несколько вариантов. В зависимости от задач могут использоваться разные макеты.

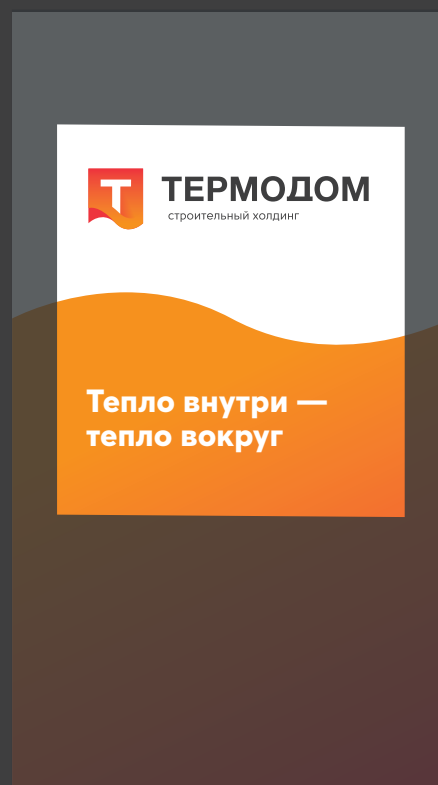
Основная шапка сообщества vk имеет размер 1470×400 px. Размер просмотра в мобильной версии 1196×316 px.



Основная шапка сообщества vk
имеет размер 1470×400 px



Размер просмотра в мобильной
версии 1196×316 px.



РЕНДЕРЫ ПРОЕКТОВ

При создании рендеров проекта важно придерживаться следующих рекомендаций:

- Рендеры должны иметь запас по ширине относительно объекта для свободной верстки текста.
- Особенное внимание должно быть уделено постобработке для создания изображения с качественно проработанным «воздухом» (небо, свет); атмосфера в кадре должна быть видимой и ощутимой.
- На изображениях должен чувствоваться объем и плановость (часть объектов должна быть ощутима, расположена первом плане).
- Вечерние рендеры должны включать объекты с подсветкой.





С обеих сторон рендера имеется запас пространства для размещения текста.

Ничто не загромождает жилой комплекс.





С обеих сторон рендера имеется запас пространства для размещения текста.

Прямой ракурс создает необычную и функциональную композицию внутри изображения.



Дерево на первом плане сбоку
создает дополнительное ощущение
объема и глубину пространства.



На вечернем рендере –
насыщенные цвета неба.

Объекты имеют
подсветку.



Слева и справа от рендера много места для размещения текста на почти однородном фоне.



