

БРЕНДБУК



ЖЕЛЕЗНО

СОДЕРЖАНИЕ

ПЛАТФОРМА БРЕНДА	3	Аудиологотип	32	МЕРЧ	72
Позиционирование	4	Видеологотип	33	Универсальное использование	73
Вербальная концепция	5	ЦВЕТОВАЯ ПАЛИТРА	34	Использование для HR бренда	78
Идея научного подхода	6	Основные цвета	35	Общие носители	88
Формула железного сплава	7	Правила использования ахроматических цветов	36	АРОМАМАРКЕТИНГ	95
Суперсилы	8	ФИРМЕННЫЙ ШРИФТ	37	ОФОРМЛЕНИЕ СУББРЕНДОВ	98
Ценности	9	ФИРМЕННАЯ ГРАФИКА	39	Структура	99
Характер	10	Графический мотив	40	Сервис Азбука	100
Метафора	11	Принцип построения макетов	41	Железно Команда	102
Слоган	12	Построения макетов девелопера	42	Железно Вместе	103
Предназначение	13	Построения макетов проекта	44		
Пирамида бренда	14	ФОТОСТИЛЬ	48		
Архитектура бренда	15	ФИРМЕННЫЕ НОСИТЕЛИ	52		
ЛОГОТИП	16	Вывеска офиса продаж	53		
Семантика знака	17	Визитки	57		
Правила использования знака	18	Забор строительной площадки	59		
Основной логотип	20	Типовые макеты	63		
Шрифтовой логотип	22	наружной рекламы	66		
Металлический логотип	24	Оформление социальных сетей	66		
Монохромная версия логотипа	25	ВЕРСТКА ПРЕЗЕНТАЦИЙ	69		
Недопустимые варианты использования логотипа	26				
Поле безопасности	27				
Минимальный размер	28				
Правила использования дескриптора	29				
Типы логотипов	30				

ПЛАТФОРМА БРЕНДА

ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ

Девелопмент со смыслом

Девелопер, который строит с применением научно-доказательных практик умные среднеэтажные мини-города с развитой инфраструктурой и высоким уровнем сервиса.

ВЕРБАЛЬНАЯ КОНЦЕПЦИЯ

Архитектура

Детские площадки

Благоустройство **СО СМЫСЛОМ**

Планировки

Сервис

ИДЕЯ НАУЧНОГО ПОДХОДА

Идея научного подхода раскрывается в собственной формуле. FE — сплав, который сочетает в себе Функцию, доведенную до идеала, и искреннюю Эмоцию при использовании продукта. Сплав является основой работы компании «Железно», главным принципом в создании проектов.

ФОРМУЛА ЖЕЛЕЗНОГО СПЛАВА



Функция

Мы строим:
продуманно,
превосходя ожидания
клиента

Эмоция

Клиент получает:
среду, вызывающую
яркие эмоции

СУПЕРСИЛЫ

Корпоративная

Занимаем лидирующие позиции среди работодателей благодаря сильной корпоративной культуре, основанной на непрерывном обучении, командном взаимодействии и внедрении лучших практик управления, поддерживаемых корпоративным университетом и принципами И. Адизеса.

Научная

Мы придерживаемся принципов устойчивого развития, сосредотачиваясь на благоустройстве, эстетике и функциональности. Наш подход к проектированию сочетает научные исследования, экономическую эффективность и международный опыт для создания оптимальных условий для счастливой жизни.

Инновационная

Наша компания выделяется разработкой и внедрением передовых цифровых решений, включая умные домашние системы, приложение «Мажордом», обеспечивая нашим жителям беспрецедентный комфорт и управляемость жильем.

Сервисная

Предоставляем высококлассный сервис, акцентируя внимание на оперативной обратной связи и поддержании инфраструктуры на высшем уровне. Наша команда сервисных специалистов, включая технических специалистов и службу поддержки, гарантирует эффективное и качественное обслуживание.

ЖЕЛЕЗНЫЕ ЦЕННОСТИ

Ценности бренда – основные принципы и убеждения, которые лежат в основе его деятельности и влияют на принятие решений. Они определяют, чем бренд ценен для своей аудитории и какие идеалы он поддерживает.

Командное лидерство

Каждый из нас руководствуется интересами всей компании, а не своими личными. Мы не боимся просить помощи и всегда готовы помочь коллегам, как по запросу, так и проактивно. Важной составляющей командного лидерства является объективная оценка вклада каждого сотрудника в общий результат. Мы стремимся выстраивать конструктивные отношения внутри коллектива, что позволяет нам доводить любое дело до завершения с максимальной эффективностью. Каждый из нас показывает личный положительный пример, вдохновляя других на достижение общих целей.

Уважение и доверие

Мы не скрываем проблемы и обеспечиваем свободный доступ к информации, чтобы все заинтересованные стороны могли добровольно и равноправно участвовать в принятии решений. Мы предоставляем необходимую информацию в полной, своевременной и понятной форме, чтобы каждый мог принимать обоснованные решения. Наши действия всегда прозрачны и понятны, и мы готовы объяснить их коллегам. Мы избегаем бюрократии и искусственных преград, стремясь к прозрачности в процессах и процедурах. Важной частью нашей культуры является благодарность за выполненную работу, помощь, идеи и инициативу, которые укрепляют взаимное уважение и доверие в команде.

Дизайн-мышление

Мы стремимся создавать эстетически привлекательные и удобные в использовании продукты и услуги. Мы создаем условия для креативности, экспериментирования и коллективного творчества, чтобы внедрять новые идеи и инновации. В процессе принятия решений мы признаем ценность разнообразных перспектив и идей, что позволяет нам находить оптимальные решения. Мы активно исследуем потребности и ожидания потребителей, чтобы глубже понять их требования. Прототипирование и тестирование решений помогают нам обеспечить соответствие продуктов этим ожиданиям. Мы внимательно анализируем обратную связь и готовы вносить изменения, чтобы постоянно улучшать наши продукты и процессы.

Развитие

Постоянное стремление находить лучшие решения и применять наиболее эффективные, включая уникальные, способы достижения поставленных целей. Мы приветствуем конкуренцию с лучшими практиками вне компании, используя её как стимул для роста. В процессе работы мы даем право на ошибку, понимая, что это важная часть обучения и прогресса. Мы стремимся знать и уметь больше, не ограничиваясь только профессиональными навыками, чтобы повышать свою результативность и эффективность. Постоянное обучение у коллег, обмен опытом и знаниями являются неотъемлемыми аспектами нашего роста. Мы активно поощряем развитие каждого сотрудника и создаем все необходимые условия для этого.

Ответственность

Каждый из нас несет ответственность за результаты своих действий и за успех компании в целом. Мы строго соблюдаем установленные в компании правила и всегда исполняем взятые на себя обязательства. В своей работе мы стремимся не подводить коллег, понимая, что личная ответственность каждого является основой доверия и надежности в команде.

ЖЕЛЕЗНЫЙ ХАРАКТЕР

Амбициозный

Ориентированы на большие достижения и рост. Компания не останавливается на достигнутом и всегда ищет новые возможности для развития.

Стремимся к лидерству в своей отрасли и не боимся вызовов. «Железно» вдохновляет своих сотрудников и клиентов высокими амбициями и стремлением к успеху.

Остроумный

Мыслим нестандартно и быстро находим оригинальные решения. Это может выражаться в юморе и креативности при общении с клиентами, в создании рекламных кампаний, в необычных подходах к решению проблем, а также в создании позитивной атмосферы в коллективе.

*Важно помнить, что остроумие должно быть уместным и не нарушать границы других людей

Внимательный

Всегда вовлечены в процесс. Уделяем внимание каждой детали своего продукта или услуги, а также потребностям и ожиданиям своих клиентов. Тщательно изучаем их запросы, чтобы предложить решения, которые будут превосходить их ожидания.

Дружелюбный

Устанавливаем эмоциональную связь с аудиторией, общаемся с клиентами уважительно и с заботой об их интересах, учитываем потребности и предпочтения каждого жителя, активно участвуем в социальных и благотворительных проектах, делаем свои проекты и услуги доступными для широкой аудитории, стремимся к долгосрочным отношениям с клиентами и партнерами.

Прогрессивный

Идем в ногу со временем и стремимся к инновациям. Готовы внедрять новые технологии, методы работы и подходы к продукту, чтобы оставаться на передовых позициях в своей отрасли.

Характер бренда — набор его уникальных черт, которые определяют его личность и способ взаимодействия с окружающим миром, клиентами и конкурентами.

МЕТАФОРА

Раскаленный металл

Раскаленный металл — это материал в процессе трансформации, обладающий потенциалом к созданию чего-то нового и значимого, что идеально отражает динамику, научный и творческий подходы компании к разработке и реализации своих проектов.

СЛОГАН

Девелопер
с горящими глазами
и горячим сердцем

ПРЕДНАЗНАЧЕНИЕ

Мы с любовью и уважением
к человеку создаем города
будущего, меняя мир
и жизнь людей к лучшему

ПИРАМИДА БРЕНДА



АРХИТЕКТУРА БРЕНДА: принцип брендинга

Уникальный: брендинг в собственном стиле проекта/компании

Девелопер: брендинг в фирменном стиле девелопера

Гибридный: стандарт стиля девелопера, наполнение контентом в стиле компании/проекта

Атрибуты бренда	Сервисная компания	Внутренняя экосистема Железно Команда	Внешняя экосистема ЖЕЛЕЗНО Вместе	Комфорт/бизнес	Премиум/элит	
Название	АЗБУКА	Монетный двор Корпоративный университет	Железно.Музыка Железно.ТВ Железно.Игры Железно.Журнал	Железно.Спорт Железно.Дети Соседский центр ЖелезноБонус	Уникальное	Уникальное
Логотип	Шрифт - Девелопер Знак - уникальный	Шрифт - Девелопер Знак - уникальный	Шрифт - Девелопер Знак - уникальный	Уникальный	Уникальный	
Наборный шрифт	Девелопер	Девелопер	Девелопер	Девелопер	Уникальный	
Палитра	Уникальная	Девелопер	Девелопер	Уникальная	Уникальная	
Графический мотив	Уникальный	Девелопер	Девелопер	Уникальный	Уникальный	
Стиль верстки	Девелопер	Девелопер	Девелопер	Девелопер	Девелопер	
Фотостиль	Уникальный	Девелопер	Девелопер	Уникальный	Уникальный	
Точки контакта	Гибридные	Девелопер	Гибридные	Гибридные	Гибридные	

ЛОГОТИП

Основной визуальный идентификатор бренда, который передает его ценности и характер, гармонично сочетается со всеми элементами фирменного стиля и универсален для любых носителей. Именно логотип позволяет клиенту быстро узнавать бренд среди конкурентов.

СЕМАНТИКА ЗНАКА



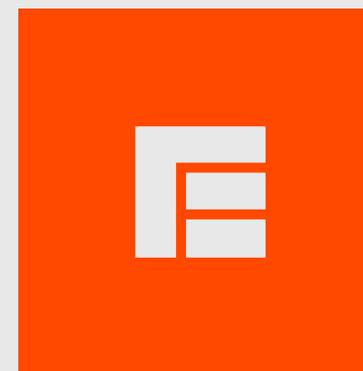
Фирменный знак — уникальный графический элемент, который усиливает узнаваемость логотипа. Располагается рядом со шрифтовой частью логотипа и может использоваться как самостоятельный элемент.

В знаке «Fe» из таблицы Менделеева обретает смысл, как сплав: «F» — это функция, «е» — эмоция. За счет верного направления литер знак выглядит структурным и визуалью устойчивым.

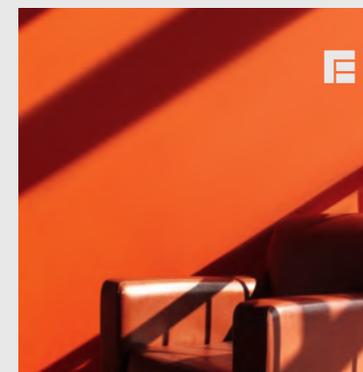
[Скачать \(будет гиперссылка\)](#)



ПРАВИЛА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЗНАКА

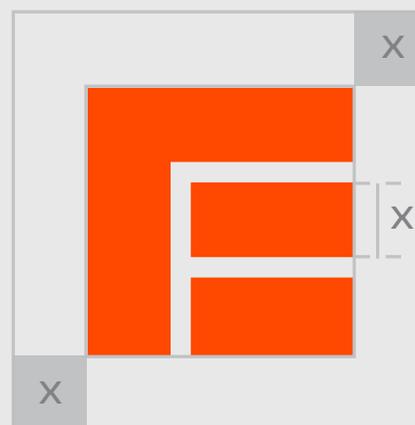
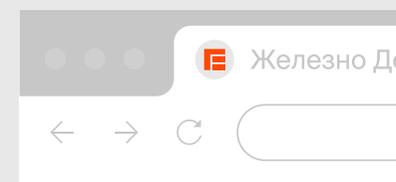


Знак всегда должен оставаться контрастным фоне. Допускается как позитивное, так и инверсивное сочетание логотипа и фона. Чтобы разместить логотип на изображении (например, рендерах дома или имиджевом фото), выбирайте максимально однородные участки.



ПРАВИЛА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЗНАКА

Минимальная ширина знака
для цифровой и печатной среды



Поле безопасности знака — это минимальное пространство вокруг знака, в которое не должны попадать посторонние элементы.

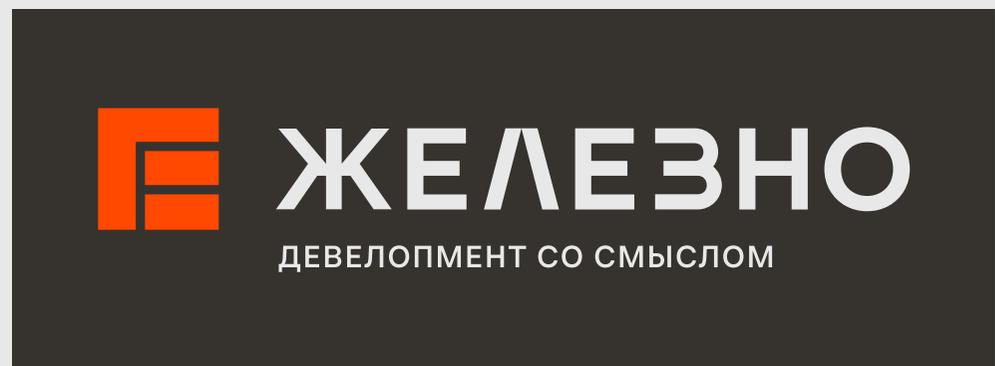
ОСНОВНОЙ ЛОГОТИП

Версия логотипа с дескриптором

Логотип на светлом фоне



Логотип на темном фоне



Основную версию логотипа с дескриптором можно использовать во всех форматах. Главное — сохранить читабельность всех элементов.

[Скачать \(будет гиперссылка\)](#)

ОСНОВНОЙ ЛОГОТИП

Версия логотипа без дескриптора

Логотип на светлом фоне



Логотип на темном фоне



Рекомендуем использовать версию логотипа без дескриптора в случаях, когда однозначно понятен контекст и товарная категория в макете. Либо когда логотип размещается на поверхности или объекте, относящихся к деятельности компании.

[Скачать \(будет гиперссылка\)](#)

ШРИФТОВОЙ ЛОГОТИП

Версия логотипа с дескриптором

Логотип на светлом фоне

ЖЕЛЕЗНО
ДЕВЕЛОПМЕНТ СО СМЫСЛОМ

Логотип на темном фоне

ЖЕЛЕЗНО
ДЕВЕЛОПМЕНТ СО СМЫСЛОМ

Шрифтовую версию логотипа с дескриптором применяют в случаях, когда на макете используется фирменный знак как отдельный графический элемент.

[Скачать \(будет гиперссылка\)](#)

ШРИФТОВОЙ ЛОГОТИП

Версия логотипа без дескриптора

Логотип на светлом фоне

ЖЕЛЕЗНО

Логотип на темном фоне

ЖЕЛЕЗНО

Шрифтовую версию логотипа без дескриптора применяют в случаях, когда на макете используется фирменный знак как отдельный графический элемент, а также когда понятен контекст и товарная категория. Важно чтобы на макете был однозначно понятен контекст и товарная категория.

[Скачать](#)

МЕТАЛЛИЧЕСКИЙ ЛОГОТИП



Металлическую версию логотипа с дескриптором и без необходимо использовать только в физическом воплощении. Например, в вывеске офиса продаж, сувенирной продукции, арт-объектах. В диджитал формате данную версию использовать запрещено.

МОНОХРОМНАЯ ВЕРСИЯ ЛОГОТИПА

Основной
ЛОГОТИП

 **ЖЕЛЕЗНО**
ДЕВЕЛОПМЕНТ СО СМЫСЛОМ

 **ЖЕЛЕЗНО**
ДЕВЕЛОПМЕНТ СО СМЫСЛОМ

 **ЖЕЛЕЗНО**
ДЕВЕЛОПМЕНТ СО СМЫСЛОМ

 **ЖЕЛЕЗНО**

 **ЖЕЛЕЗНО**

 **ЖЕЛЕЗНО**

Шрифтовой
ЛОГОТИП

ЖЕЛЕЗНО
ДЕВЕЛОПМЕНТ СО СМЫСЛОМ

ЖЕЛЕЗНО
ДЕВЕЛОПМЕНТ СО СМЫСЛОМ

ЖЕЛЕЗНО
ДЕВЕЛОПМЕНТ СО СМЫСЛОМ

ЖЕЛЕЗНО

ЖЕЛЕЗНО

ЖЕЛЕЗНО

Монохромная версия логотипа с дескриптором и без предназначена для черно-белой печати. Следует выбрать версию в белом цвете если использование светло-серой версии невозможно по техническим причинам. Например, в деловой документации.

НЕДОПУСТИМЫЕ ВАРИАНТЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ



ЖЕЛЕЗНО

Не изменяйте шрифт логотипа



ЖЕЛЕЗНО
ДЕВЕЛОПМЕНТ СО СМЫСЛОМ

Не изменяйте пропорции дескриптора



ЖЕЛЕЗНО
ДЕВЕЛОПМЕНТ СО СМЫСЛОМ

Не изменяйте пропорции логотипа



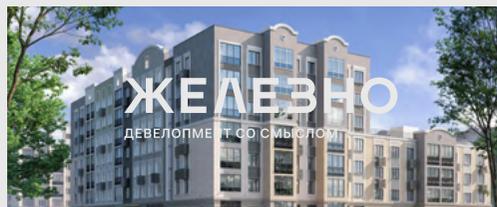
ЖЕЛЕЗНО

Не изменяйте цвета логотипа

Логотип — один из главных элементов айдентики и первая точка соприкосновения с брендом.

Сохраняйте идентичность и устойчивость восприятия бренда, не допуская перечисленных трансформаций логотипа.

Данные правила применяются ко всем версиям логотипа с дескриптором и без него.



Не используйте логотип на неоднородном фоне

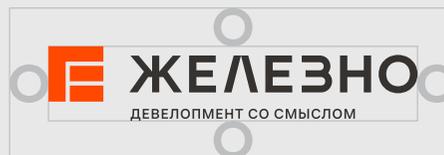


ЖЕЛЕЗНО

Не используйте логотип на малоконтрастном фоне

ПОЛЕ БЕЗОПАСНОСТИ ЛОГОТИПА

Поле безопасности
для основного логотипа
с дескриптором



Поле безопасности
для шрифтового логотипа
с дескриптором



Поле безопасности
для основного логотипа
без дескриптора



Поле безопасности
для шрифтового логотипа
без дескриптора



Поле безопасности — это пространство вокруг логотипа, внутри которого запрещено размещение любых элементов. Поле по размеру равно высоте буквы «О» и применимо ко всем версиям логотипа.

МИНИМАЛЬНЫЙ РАЗМЕР ЛОГОТИПА

Минимальная ширина основного логотипа с дескриптором для печатной и цифровой среды.



48 мм / 120 px

Минимальная ширина основного логотипа без дескриптора для печатной и цифровой среды.



30 мм / 70 px

Минимальная ширина шрифтового логотипа с дескриптором для печатной и цифровой среды.



34 мм / 90 px

Минимальная ширина шрифтового логотипа без дескриптора для печатной и цифровой среды.



15 мм / 50 px

Размеры указаны без учёта охранного поля. Не рекомендуем использовать логотипы меньших размеров. Также необходимо учитывать технические требования, предъявляемые типографиями для разных способов печати.

ПРАВИЛА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ДЕСКРИПТОРА



В основном логотипе дескриптор выровнен по левому краю шрифтовой части. Другое расположение дескриптора запрещено.



В шрифтовом логотипе выровнен по левому краю шрифтовой части. Другое расположение дескриптора запрещено.

В начертании дескриптора используется шрифт TT Neoris Trial с абрисом в 1 п. Использование других словосочетаний в дескрипторе запрещено.

ТИПЫ ЛОГОТИПОВ

Знак



Основной логотип
с дескриптором



Шрифтовой логотип
с дескриптором



Основной логотип
без дескриптора



Шрифтовой логотип
без дескриптора



ПРАВИЛА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЛОГОТИПА

В разделе представлены правила использования аудиологотипа, видеологотипа и правила оформления вывески офиса продаж.

ПРАВИЛА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ АУДИОЛОГОТИПА



Ссылка на аудиологотип:

disk.yandex.ru/d/-6no91TM_EzQAg

Текст:

Железно. Девелопмент со смыслом.

Тембр:

Мужской низкий голос, бархатный.

Настроение:

Решительный, уверенный, эксперт.

Хронометраж:

3–4 секунды.

Фоновая мелодия:

Аудиологотип может использоваться как с фирменной фоновой музыкой, так и без.

Аудиологотип нельзя использовать с использованием другой фоновой музыки, шумов и наложенных звуков.

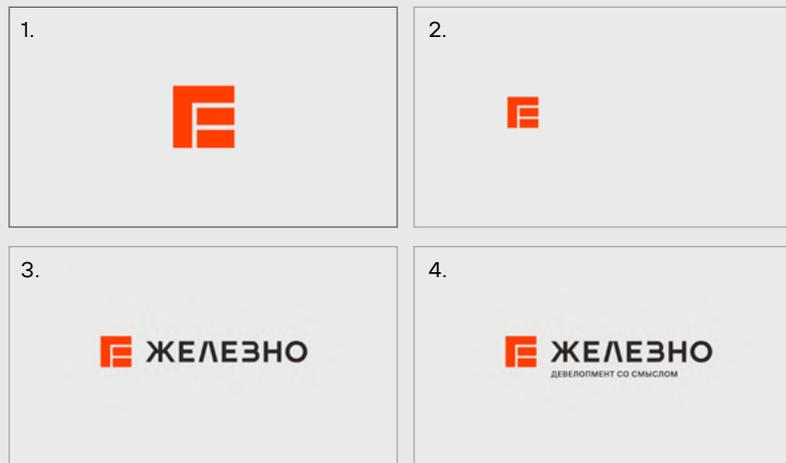
Основные требования к аудиологотипу — запоминаемость, краткость, оригинальность, эстетичность; обязательно проговаривать название компании и/или ключевую фразу.

Важную роль играет голос, который произносит текст. Он должен характеризоваться хорошей модуляцией, выразительностью, мелодичностью, уверенностью, силой и глубиной.

Звуковую айдентику можно использовать в офисах продаж и торговых центрах, на выставках, конференциях, презентациях и других мероприятиях; на телевидении и радио, в мобильных приложениях, на сайте компании или в голосовом автоответчике.

ПРАВИЛА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ВИДЕОЛОГОТИПА

Раскадровка анимации:



Анимированный логотип позволяет повысить узнаваемость бренда, подчеркнуть его статусность и выделить среди конкурентов.

Видеологотип можно ставить как в конце видео, так и в начале. Фирменную анимацию можно использовать не только в рекламных роликах, но и презентациях компании, в социальных сетях, на сайте компании, рекламном баннере.

Видеологотип может сопровождаться звуковыми эффектами по желанию клиента и уместности.

Ссылка на видеологотип:

disk.yandex.ru/d/uUHgwWDdD8GBaw

Наполнение:

Основной логотип «Железно» (стр. 17)

Настроение:

Динамичность, яркость, надежность.

Хронометраж:

4-5 секунд.

ЦВЕТОВАЯ ПАЛИТРА

Фирменные цвета — ключевой элемент айдентики бренда. Они вызывают определенные эмоции или воспоминания, что можно использовать для передачи желаемого настроения бренда. Уникальные фирменные цвета помогают выделить бренд среди конкурентов, сделать его более запоминающимся.

ОСНОВНЫЕ ЦВЕТА И ПРАВИЛА ИХ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ

Использование одних и тех же цветов во всех маркетинговых материалах помогает создать единый и последовательный образ бренда.

Светло-серый является основным цветом. Используется во всех форматах в качестве фона на макетах, как печатных, так и диджитальных.

Ярко-оранжевый цвет чаще всего используется в качестве акцента. **Использование данного цвета на белом фоне запрещено. Исключение — внутренняя/ деловая документация компании.**

Темно-серый цвет — дополнительный. Рекомендуем применять его в качестве цвета для текстовой части макетов или как фон для макетов, где наличие темного фона является необходимым.

Цвет матовый металл используется только в физическом воплощении, например в изготовлении вывески офиса продаж, сувенирной продукции, печати. Pantone Silver—металлизированная краска из палитры Pantone Special.

Значения в RGB указаны для цифрового дизайна, Pantone и CMYK — для печати.

 <p>Эмоция</p>	<p>PANTONE 172</p>	<p>CMYK 0 82 100 0</p>	<p>RGB 255 72 0</p>
 <p>Функция</p>	<p>PANTONE 4287</p>	<p>CMYK 66 62 55 54</p>	<p>RGB 53 50 47</p>
	<p>PANTONE 427</p>	<p>CMYK 0 0 0 12</p>	<p>RGB 232 232 232</p>
	<p>PANTONE SILVER</p>		<p>Матовый</p>

ПРАВИЛА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ АХРОМАТИЧЕСКИХ ЦВЕТОВ

Использование ахроматических цветов — белого и черного, носит исключительный характер. Применяются в случаях, когда использование основных цветов невозможно по техническим причинам, например, в деловой документации, а также в мерче, при изготовлении которого ахроматические цвета являются одними из наиболее распространенными и подходящими для печати.

Главное — соблюдать правила использования основных цветов. Так, оранжевый цвет на белом фоне не применяется.

Использование в других коммуникациях запрещено.

PANTONE BLACK	CMYK 40 50 60 100	RGB 0 0 0
PANTONE WHITE	CMYK 0 0 0 0	RGB 255 255 255

ФИРМЕННЫЙ ШРИФТ

Неотъемлемая часть фирменного стиля. Он помогает выделить бренд среди конкурентов, привнести гармонию в визуальный образ всех точек контакта. Фирменный шрифт делает образ бренда более привлекательным, улучшает читаемость и облегчает запоминание бренда потребителями.

Для всех видов фирменных носителей используется шрифт TT Hoves.

ОСНОВНОЙ ШРИФТ

Для заголовков
TT Hoves Pro Exp Medium

Девелопер
с горячим
сердцем

Для наборного текста
TT Hoves Pro Exp Regular

Внедряем
инновации

Используется во всех коммуникациях девелопера, а также в рекламных посылках проектов девелопера.

Скачать шрифт

typetype.ru/fonts/tt-hoves/

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЙ ШРИФТ

Для заголовков
Wix Madefor Display Medium

Энергия, чтобы
создавать

Для наборного текста
Wix Madefor Display Regular

Внедряем
инновации

Дополнительный шрифт используется в качестве наборного шрифта для презентаций, в деловой документации, а также в мобильном приложении. Не применяется в других видах коммуникаций.

Скачать шрифт

[fonts.google.com/specimen/
Wix+Madefor+Display?query=
Wix+Madefor+Display](https://fonts.google.com/specimen/Wix+Madefor+Display?query=Wix+Madefor+Display)

ШРИФТ ДЕСКРИПТОРА

TT Neoris Regular

Девелопмент
со смыслом

Для дескриптора используется шрифт TT Neoris Regular с абрисом в 1 пункт. Не применяется в других видах коммуникаций.

Скачать шрифт

typetype.ru/fonts/tt-neoris/

ФИРМЕННАЯ ГРАФИКА

Основной элемент дизайна, который используют в точках контакта: визитных карточках, упаковке, мерче и других материалах. Он помогает создать целостный образ бренда, связывая все элементы вместе. Рекомендуем использовать фирменную графику для узнаваемости бренда, так как потребители будут ассоциировать ее со всеми продуктами и услугами компании.

ГРАФИЧЕСКИЙ МОТИВ



Система графического мотива
базируется на незыблемой и самой
устойчивой форме — квадрате.

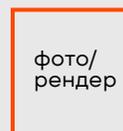
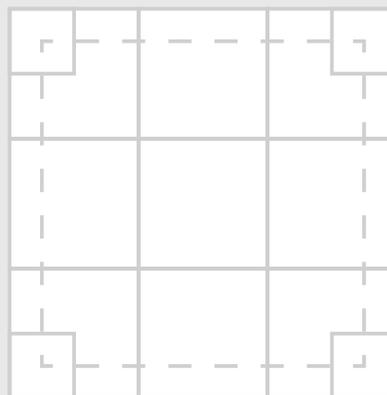
ПРАВИЛА ПОСТРОЕНИЯ МАКЕТОВ



На основе квадрата простроен знак с учетом оптической компенсации. Скелет этой формы состоит из 9 клеток, что позволяет масштабироваться на любой макет с сеткой, кратной трём (3).

Пунктирной линией обозначено поле, за пределами которого не должно располагаться никаких элементов.

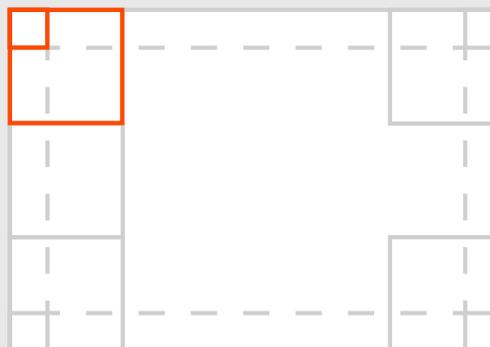
Пропорциональный макет



Всегда квадратный
или кратный квадрату



Нестандартный макет



Сетка меньшей из сторон макета кратна трём.

Границы охранного поля определяются $1/9$ от углового квадрата.

При необходимости охранное поле можно уменьшить. Важно соблюдать правило кратности квадрату.

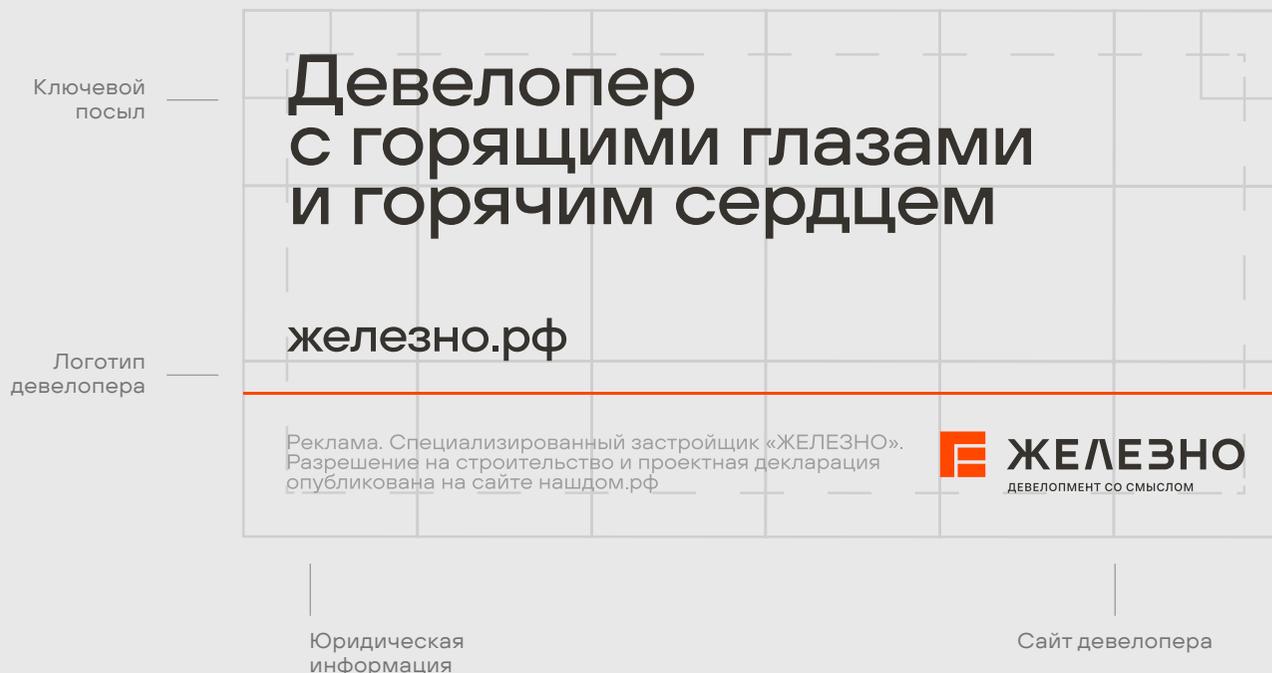
ПРАВИЛА ПОСТРОЕНИЯ МАКЕТОВ ДЕВЕЛОПЕРА

Баннер без изображения

Правилами построения макетов девелопера предусмотрено расположение посылы в верхнем левом углу. Масштаб посылы относительно баннера определяется индивидуально.

Логотип девелопера, а также юридическую информацию необходимо располагать в фиксированном подвале. Данное правило применимо только для шрифтовых макетов девелопера и проекта без какого-либо изображения. Контактная информация находится левой нижней стороны баннера.

Правилами запрещено выравнивание посылы и другой информации по центру.



ПРАВИЛА ПОСТРОЕНИЯ МАКЕТОВ ДЕВЕЛОПЕРА

Баннер с изображением

Имиджевое
изображение
или рендер

Ключевой
посыл

Правилами построения макетов девелопера предусмотрено расположение посылы в верхнем левом углу. Масштаб посылы относительно баннера определяется индивидуально.

В продуктивном баннере необходимо использовать логотип без дескриптора. Логотип девелопера, а также юридическую информацию необходимо располагать в левой нижней части макета. Данное правило применимо для всех рекламных макетов.

Квадратный контейнер для контента используется только в макетах с основным логотипом. В качестве контента в квадрате используется рендер/ фото продукта/ имиджевое изображение .

Дворы
СО СМЫСЛОМ

 **ЖЕЛЕЗНО**

Реклама. Специализированный застройщик «ЖЕЛЕЗНО». Разрешение на строительство и проектная декларация опубликована на сайте nashdom.rf



ПРАВИЛА ПОСТРОЕНИЯ МАКЕТОВ ПРОЕКТА

Баннер продуктового бренда с имиджевым изображением

Правилами построения макетов проекта девелопера предусмотрено расположение логотипа проекта в верхнем левом углу. Логотип девелопера с дескриптором и юридическая информация находится аналогично ранее рассмотренным макетам — в левом нижнем углу. Контактная информация располагается справа от логотипа девелопера.

В макетах проекта используется стиль верстки, а также шрифт девелопера. Цветовой код проекта остается неизменным.

Во втором варианте построения макета допустимо использование имиджевого изображения + рендер, а также два разных рендера. Деление изображения на два с помощью контейнеров для фото запрещено.

Логотип проекта

Ключевой посыл

Сайт девелопера

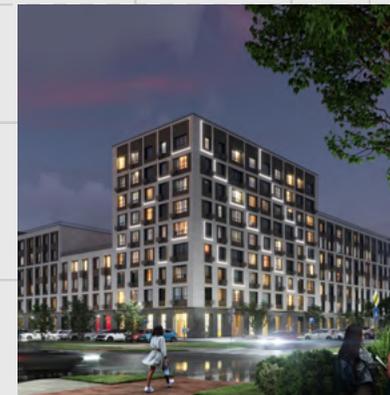
Дисклеймер

ГОРОД
новаторов

Старт продаж

ЖЕЛЕЗНО **железно.рф**
ДЕВЕЛОПМЕНТ СО СМЫСЛОМ

Реклама. Специализированный застройщик «ЖЕЛЕЗНО». Разрешение на строительство и проектная декларация опубликована на сайте нашдом.рф



Вариант 1

Логотип продукта

Ключевой посыл

Логотип девелопера

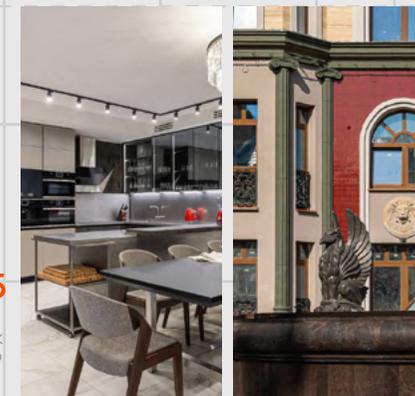
Дисклеймер

Б БУЛЫЧЁВ

Сервис
СО СМЫСЛОМ

ЖЕЛЕЗНО **22-25-55**
ДЕВЕЛОПМЕНТ СО СМЫСЛОМ

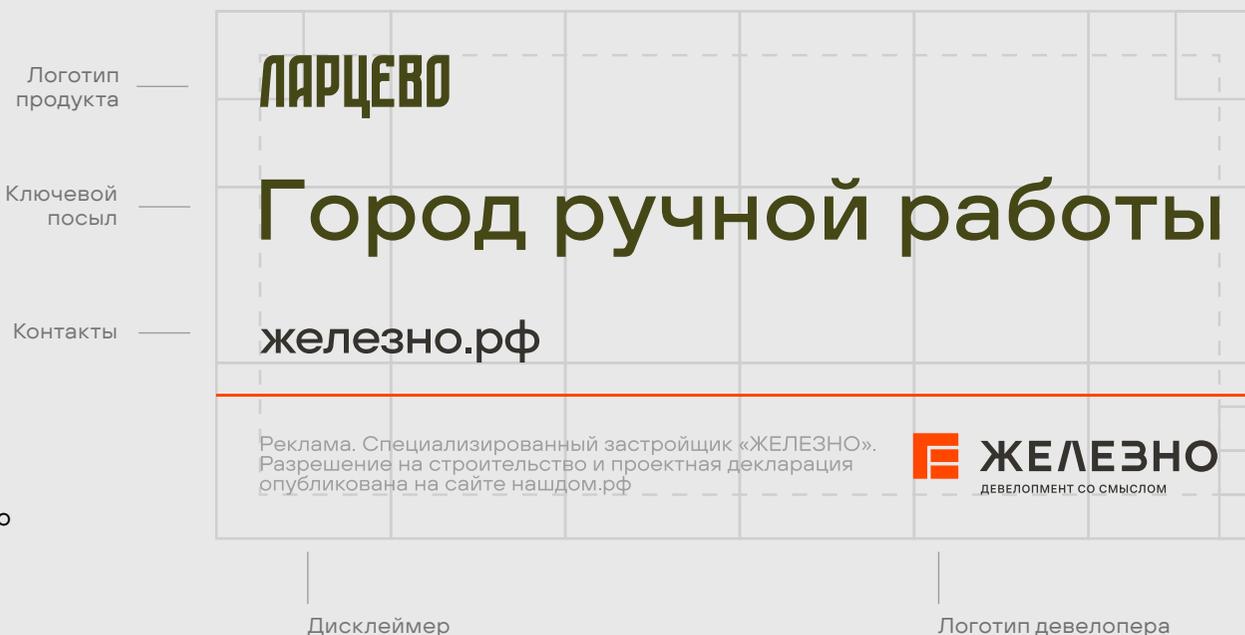
Реклама. Специализированный застройщик «ЖЕЛЕЗНО». Разрешение на строительство и проектная декларация опубликована на сайте нашдом.рф



Вариант 2

ПРАВИЛА ПОСТРОЕНИЯ МАКЕТОВ ПРОЕКТА

Шрифтовой
баннер проекта



Правилами построения макетов проекта девелопера предусмотрено расположение логотипа проекта в верхнем левом углу.

Логотип девелопера, а также юридическую информацию необходимо располагать в фиксированном подвале. Данное правило применимо только для шрифтовых макетов девелопера и проекта без какого-либо изображения. Контактная информация находится слева нижней стороны баннера.

В макетах проекта используется стиль верстки, а также шрифт девелопера. Цветовой код проекта остается неизменным.

ПРАВИЛА ПОСТРОЕНИЯ МАКЕТОВ ПРОЕКТА

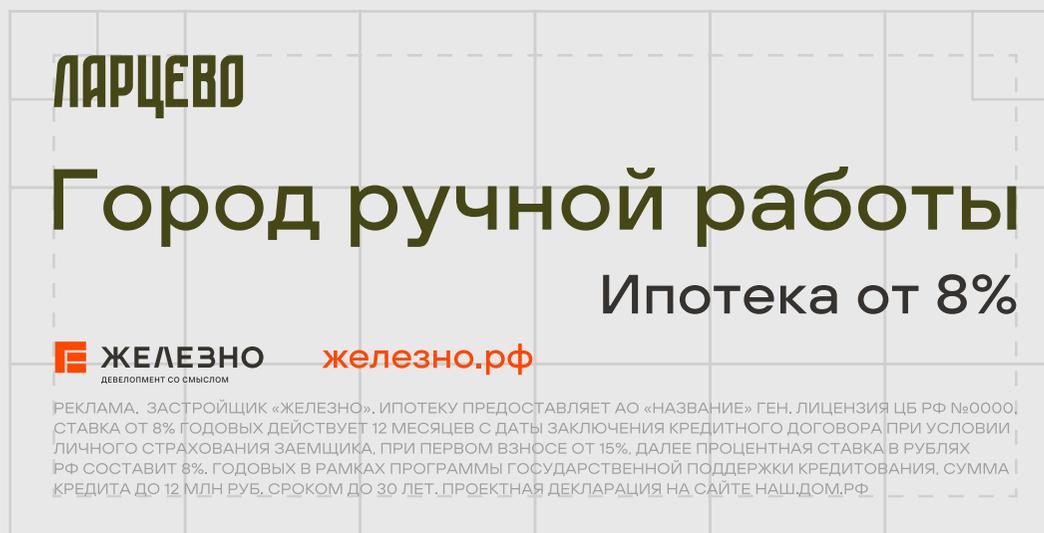
Ипотечный баннер
без изображения

Имиджевое
изображение
или рендер

Логотип
проекта

Ключевой
посыл

Логотип
девелопера



Подзаголовок

Правилами построения макетов девелопера предусмотрено расположение посылы в верхнем левом углу. Масштаб посылы относительно баннера определяется индивидуально.

Ипотечный лигал в макете без изображения пишется в пять строк и располагается по всей длине контурного поля.

Логотип девелопера и контактную информацию необходимо располагать под основным посылом. Контактная информация находится справа нижней стороны баннера. Правилами запрещено выравнивание посылы и другой информации по центру.

ПРАВИЛА ПОСТРОЕНИЯ МАКЕТОВ ПРОЕКТА

Ипотечный баннер
с изображением

Имиджевое
изображение
или рендер

Логотип
проекта

Ключевой
посыл

Логотип
девелопера

ГОРОД
новаторов

Ипотека от 8%

ЖЕЛЕЗНО
ДЕВЕЛОПМЕНТ СО СМЫСЛОМ

железно.рф

РЕКЛАМА. ЗАСТРОЙЩИК «ЖЕЛЕЗНО», ИПОТЕКУ ПРЕДОСТАВЛЯЕТ АО «НАЗВАНИЕ» ГЕН. ЛИЦЕНЗИЯ ЦБ РФ №0000, СТАВКА ОТ 8% ГОДОВЫХ ДЕЙСТВУЕТ 12 МЕСЯЦЕВ С ДАТЫ ЗАКЛЮЧЕНИЯ КРЕДИТНОГО ДОГОВОРА ПРИ УСЛОВИИ ЛИЧНОГО СТРАХОВАНИЯ ЗАЕМЩИКА. ПРИ ПЕРВОМ ВЗНОСЕ ОТ 15%, ДАЛЕЕ ПРОЦЕНТНАЯ СТАВКА В РУБЛЯХ РФ СОСТАВИТ 8%. ГОДОВЫХ В РАМКАХ ПРОГРАММЫ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ КРЕДИТОВАНИЯ, СУММА КРЕДИТА ДО 12 МЛН РУБ., СРОКОМ ДО 30 ЛЕТ. ПРОЕКТНАЯ ДЕКЛАРАЦИЯ НА САЙТЕ НАШДОМ.РФ



Правилами построения макетов девелопера предусмотрено расположение посыла в верхнем левом углу. Масштаб посыла относительно баннера определяется индивидуально.

Ипотечный лигал в макете с изображением/рендером равен 1/3 пунктирного поля.

Логотип девелопера и контактную информацию необходимо располагать под основным посылом. Контактная информация находится справа нижней стороны баннера. Правилами запрещено выравнивание посыла и другой информации по центру.

ФОТОСТИЛЬ

Выбирайте фотографии с живыми эмоциями и избегайте стоковых изображений с застывшими улыбками и срежиссированными позами. Выбирайте изображения в фирменных цветах проекта. Возможны бытовые сюжеты фото, для них фоном могут стать двор, квартира, фасад дома, природные мотивы.

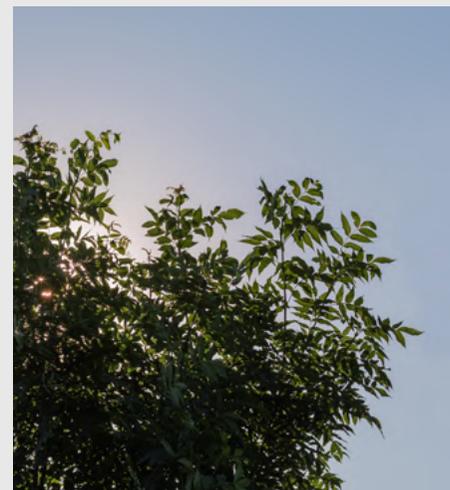
Эмоции



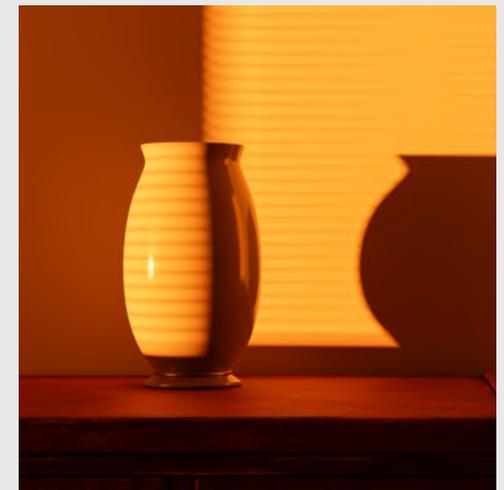
Бытовой сюжет



Фирменные цвета проекта
в фотографиях

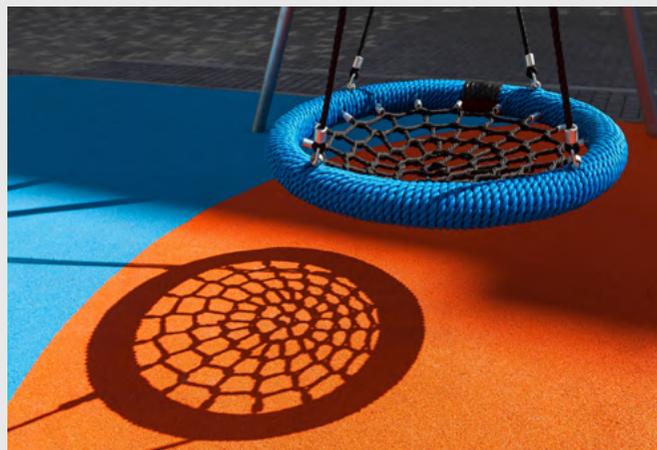
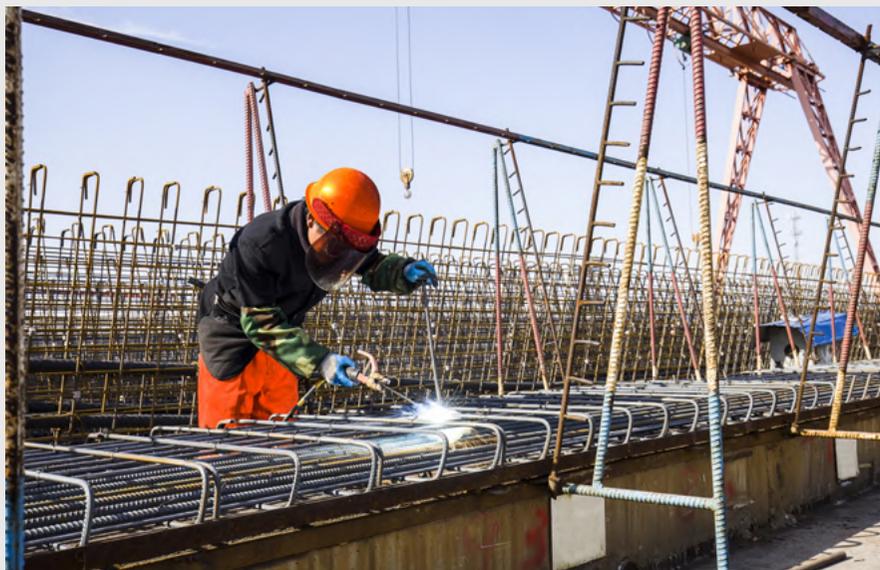


Натуральные цвета



Свет, кадрированные фото интерьера

Сюжеты строек



Фирменные цвета в окружении

РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ИСПОЛЬЗОВАНИЮ НЕЙРОСЕТЕЙ ДЛЯ СОЗДАНИЯ ФОТОСТИЛЯ

Одним из возможных способов применения дизайн-мышления служит генерация изображений с помощью искусственного интеллекта. Для работы подойдут любые нейросети.

Рекомендуемые prompts для высокого качества картинки: hyperrealistic, photorealistic, 8k, high detail.

В генерации нет строгих правил. Пробуйте перебирать разные запросы и уточняйте полученные результаты. Вы можете задавать любые ракурсы, экстерьеры, погоду и тд. Например, для изображений, представленных на развороте, мы пробовали:

1. On the construction site, build, builders, work uniform, outdoor, street, orange color accents.
2. Construction site, build, builders, work uniform with orange color accents.

Обращаем внимание, что нейросети пока не могут выдать точный оттенок цвета по Pantone. Поэтому мы рекомендуем редактировать полученные изображения в Photoshop. Фирменный оранжевый на всех изображениях этого разворота был получен именно таким способом.



НОСИТЕЛИ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ

Носители фирменного стиля — объекты, на которых размещены фирменные графические элементы. Они могут быть материальными и диджитальными.



ЖЕЛЕЗНО

ДЕВЕЛОПМЕНТ СО СМЫСЛОМ

ВЫВЕСКА ОФИСОВ ПРОДАЖ

Вариант 1



Отдельные объемные буквы фирменного темно-серого цвета. Расстояние от стены до 10 см. Толщина букв до 5 см.
Материалы: матовый металл, стекло, пластик.

За буквами виден фасад, цвета и элементы конструкции вывески не мешают восприятию архитектурного облика здания. Размеры вывески рассчитываются из размеров площади области размещения. Если необходима подложка под логотип, выполните ее в светло-сером фирменном цвете.

офис продаж



ЖЕЛЕЗНО

ДЕВЕЛОПМЕНТ СО СМЫСЛОМ

ЖЕЛЕ

ВЫВЕСКА ОФИСОВ ПРОДАЖ

Вариант 2



Отдельные объемные буквы металлического цвета.
Расстояние от стены до 10 см. Толщина букв до 5 см.
Материалы: матовый металл, стекло, пластик.

За буквами виден фасад, цвета и элементы конструкции вывески не мешают восприятию архитектурного облика здания. Размеры вывески рассчитываются из размеров площади области размещения. Если необходима подложка под логотип, выполните ее в темно-сером фирменном цвете.

Дмитрий Липовой
Директор по маркетингу



8 (900) 567-67-24
lipovoy.d@zh.ru

железно.рф

ЖЕЛЕЗНО
ДЕВЕЛОПМЕНТ СО СМЫСЛОМ

ВИЗИТКА ИМЕННАЯ

Размер визиток: 90 x 50 мм.

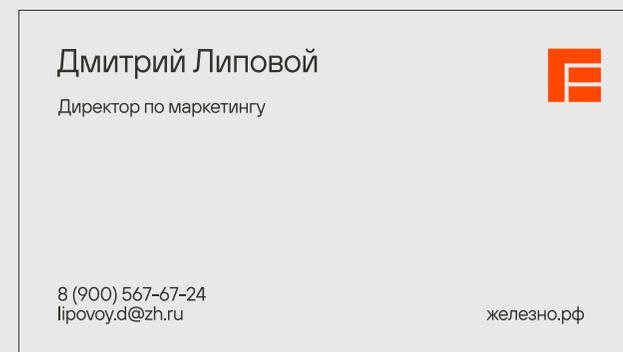
Минимальное значение кегля в макете для текста с контактными данными — 8 pt.

Офсетная или лазерная печать 4+4.

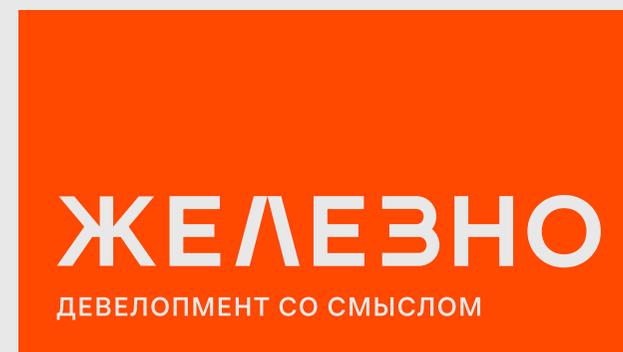
Возможные типы нанесения: софт-тач покрытие на оборотной стороне; печать шелкографией на картоне Touch cover; нанесение выборочного лака на логотип и знак, тиснение логотипа, фольгирование.

Материал: плотный дизайнерский картон, картон Touch cover .

Лицевая сторона

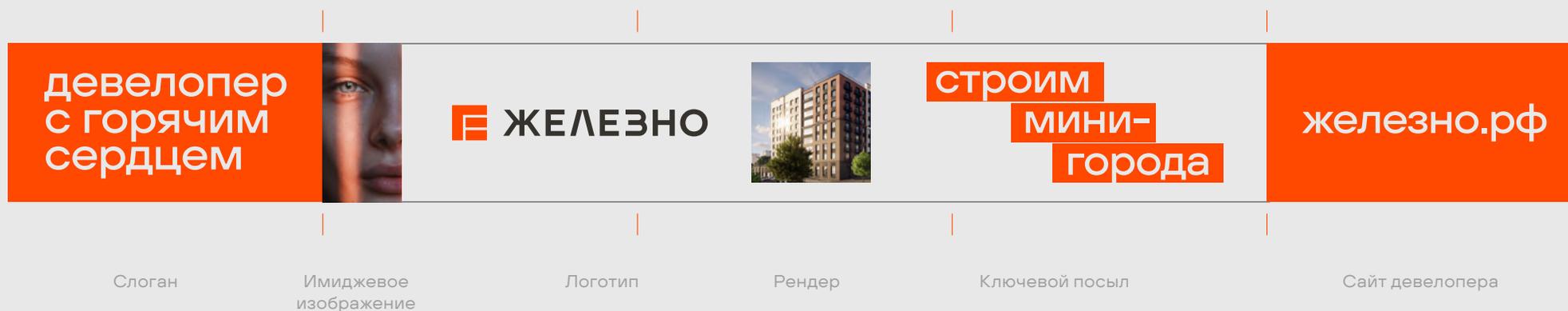


Оборотная сторона



ЗАБОР СТРОИТЕЛЬНОЙ ПЛОЩАДКИ

Забор со стандартными секциями



Забор на строительной площадке оформляется с использованием модулей в фирменном стиле. Соотношение сторон модулей 1 : 2.

Использованное фото из фотостилия на данном слайде носит демонстрационный характер. Не для коммерческого использования

р
1



ЖЕЛЕЗНО



СТРОИМ

МИНИ

ГОР

ЗАБОР СТРОИТЕЛЬНОЙ ПЛОЩАДКИ

Забор с особыми секциями. Первый вариант



девелопер с горящими глазами и горячим сердцем



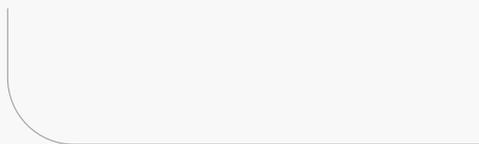
ЖЕЛЕЗНО

Логотип

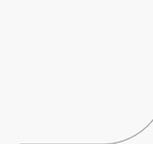
Слоган

Рендеры

Логотип



Торцы с подсветкой

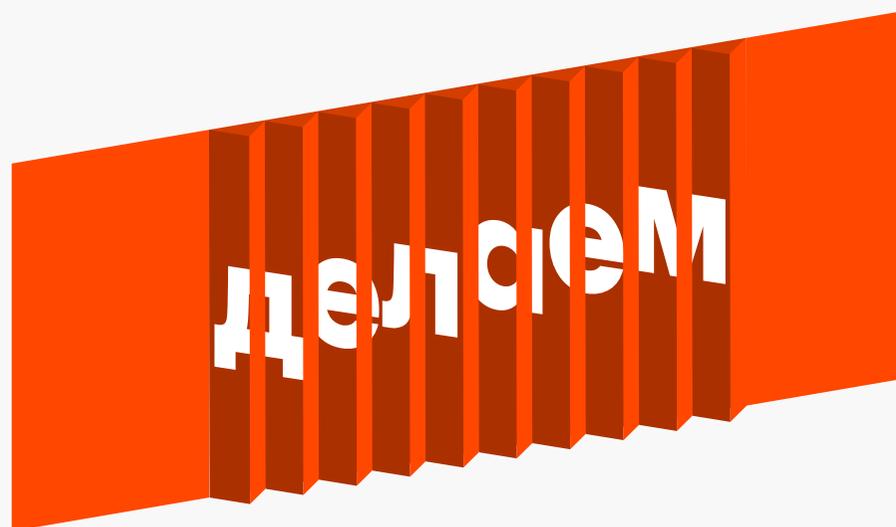


Забор на строительной площадке оформляется с использованием модулей в фирменном стиле. Соотношение сторон модулей 1 : 2.

Использованное фото из фотостилия на данном слайде носит демонстрационный характер. Не для коммерческого использования

ЗАБОР СТРОИТЕЛЬНОЙ ПЛОЩАДКИ

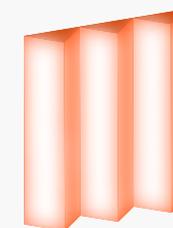
Забор с особыми секциями. Второй вариант



Пример слогана: на одной стороне призмы размещается слово «делаем», а на другой — «красиво»



Печать



LED-экран

ТИПОВОЙ МАКЕТ НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ

Имиджевый баннер девелопера

Ключевой
посыл

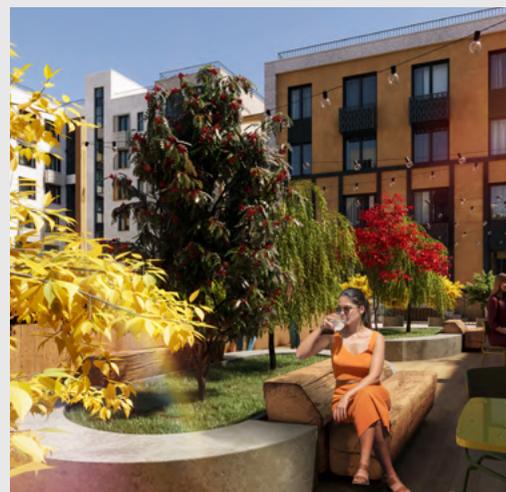
Дворы СО СМЫСЛОМ

Логотип

 **ЖЕЛЕЗНО**

Дисклеймер

Реклама. Специализированный застройщик «ЖЕЛЕЗНО». Разрешение на строительство и проектная декларация опубликована на сайте нашдом.рф



Рендер

Правила
построения
макетов

ТИПОВОЙ МАКЕТ НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ

Имиджевый баннер проекта девелопера

Логотип
проекта

ГОРОД
новаторов

Старт продаж

Логотип
девелопера

ЖЕЛЕЗНО **железно.рф**
ДЕВЕЛОПМЕНТ СО СМЫСЛОМ

Дисклеймер

Реклама. Специализированный застройщик
«ЖЕЛЕЗНО». Разрешение на строительство
и проектная декларация опубликована
на сайте нашдом.рф



Имиджевое
изображение

Рендер

Правила
построения
макетов

ТИПОВОЙ МАКЕТ НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ

Баннеры сити-формата 120x180 см

Ключевой
посыл

**Девелопмент
СО СМЫСЛОМ**



Имиджевое
изображение

ЖЕЛЕЗНО

**Дворы
СО СМЫСЛОМ**



Реклама. Специализированный застройщик «ЖЕЛЕЗНО».
Разрешение на строительство и проектная декларация
опубликована на сайте нашдом.рф

Логотип

ЖЕЛЕЗНО

Логотип

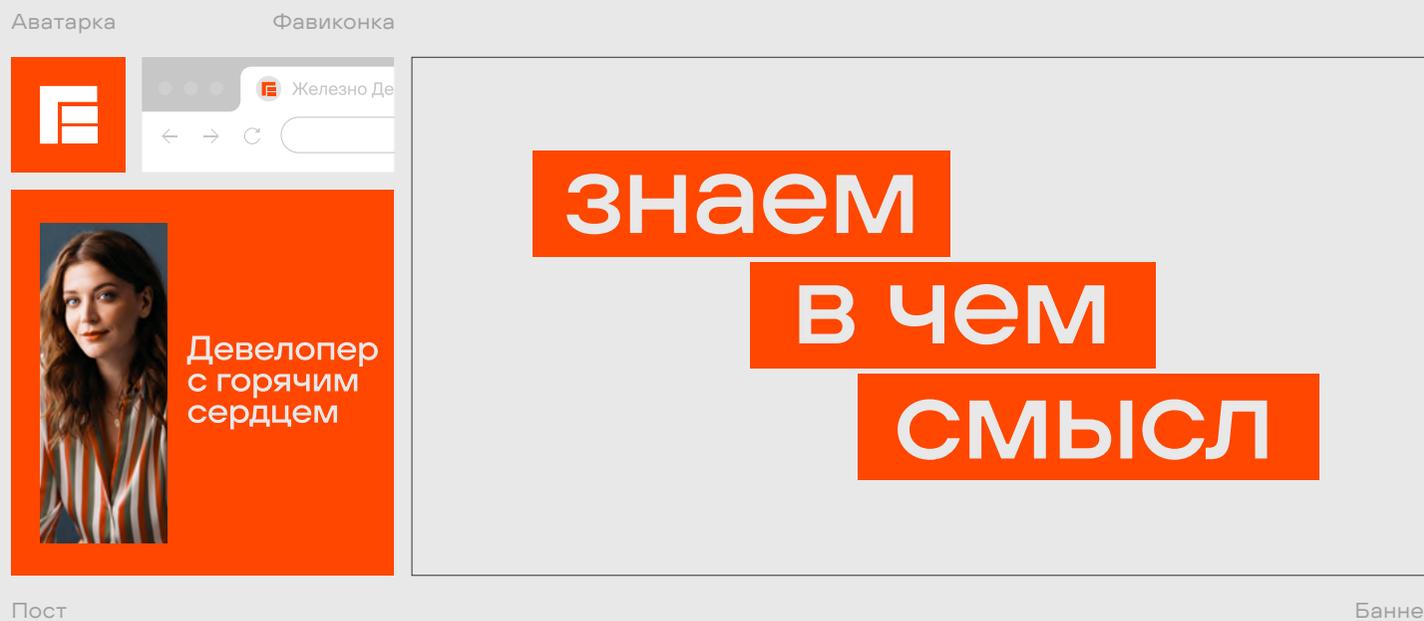
Ключевой
посыл

Рендер

Дисклеймер

Правила
построения
макетов

ПРИМЕР ОФОРМЛЕНИЯ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ



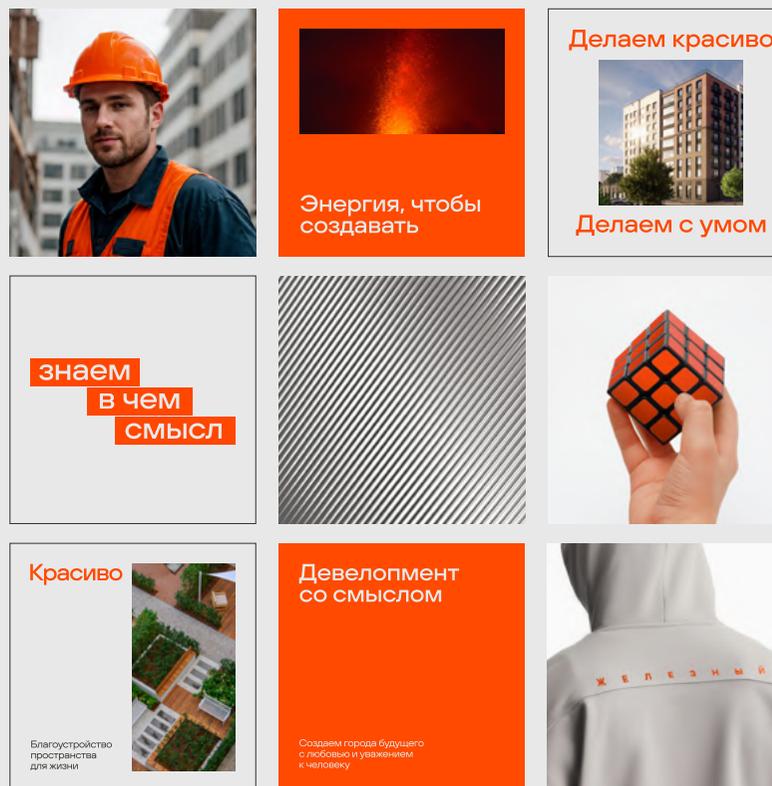
ПРИМЕР ОФОРМЛЕНИЯ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ

Для оформления постов в социальных сетях используются следующие шаблоны:

- верстка текста и цвета в фирменном стиле
- фото + текст
- фото, рендер или имиджевое изображение

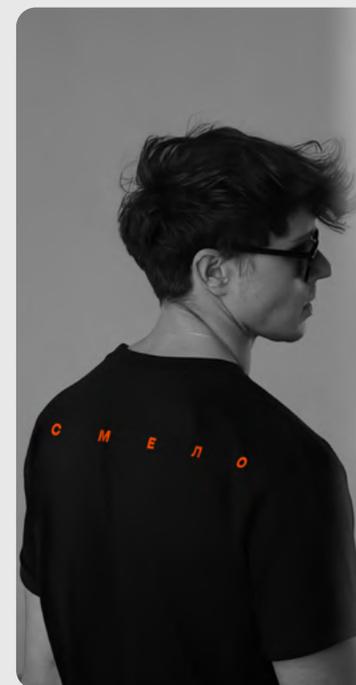
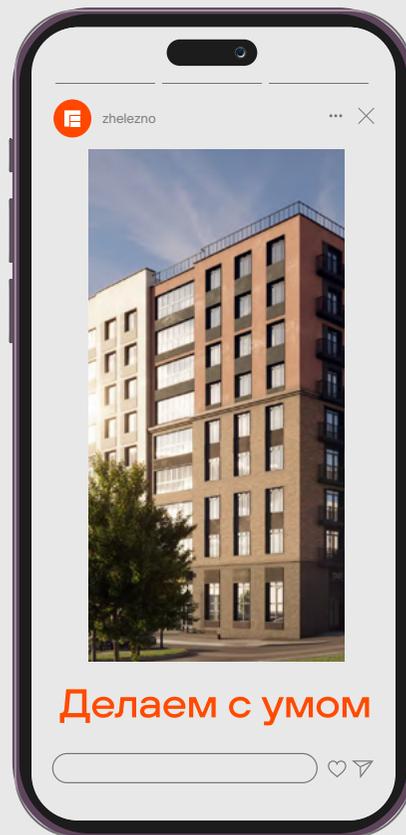
[Скачать шаблоны макетов](#)

Правила
построения
макетов



ПРИМЕР ОФОРМЛЕНИЯ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ

Оформление сторис



Правила
построения
макетов

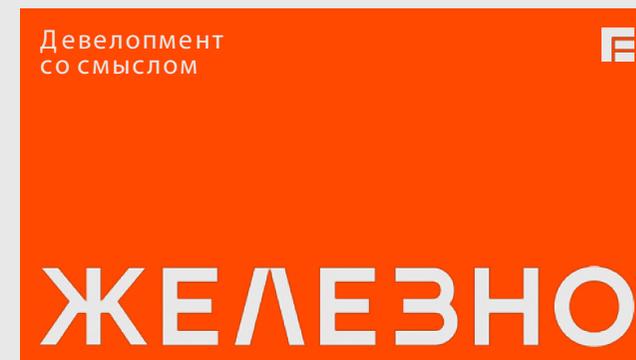
ВЕРСТКА ПРЕЗЕНТАЦИЙ

Презентация — один из элементов фирменного стиля, который демонстрирует идентичность бренда. Важно поддерживать единый стиль верстки во всех презентациях компании.

ПРАВИЛА ПОСТРОЕНИЯ ВЕРСТКИ

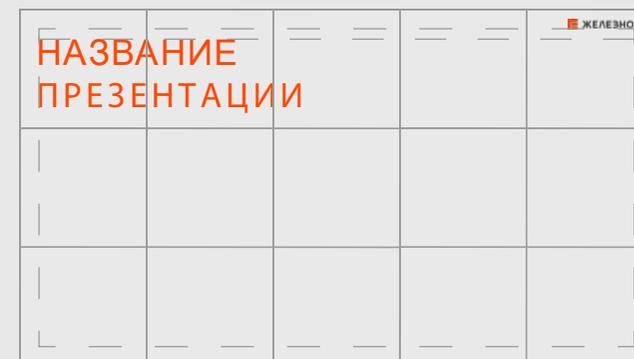
Размер шрифта
на обложке — 31 пт

Обложка



Размер шрифта
заголовков
(единичный элемент
на странице) — 40 пт

Типовой слайд



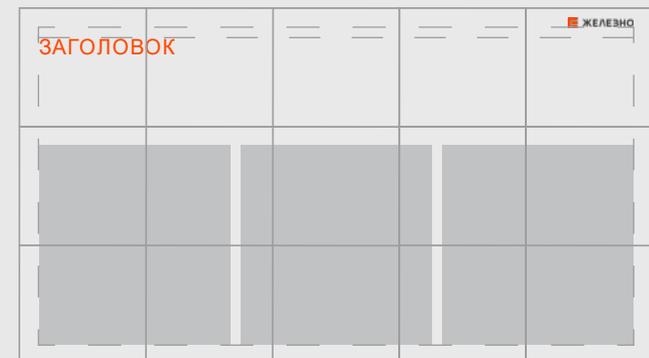
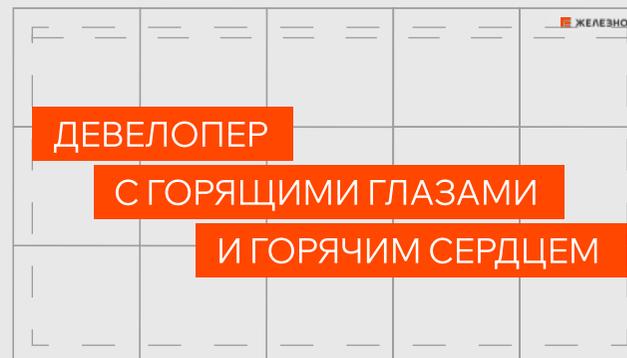
Построение сетки для верстки презентации создается по принципу нестандартного макета, описанного ранее в разделе «Фирменная графика».

Шрифт в презентации используется дополнительный Wix Madefor Display (раздел «Фирменный шрифт»)

ПРАВИЛА ПОСТРОЕНИЯ ВЕРСТКИ

Размер шрифта
заголовков — 24 пт

Размер шрифта
текстового блока — 12 пт



Ссылка на презентацию:

<https://disk.yandex.ru/d/I5crnGoT9xPQHA>

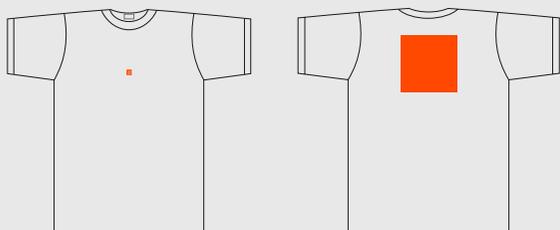
МЕРЧ

Это мощный инструмент продвижения бизнеса и современный инструмент коммуникации, как внутри компании, так и вне нее. Это могут быть одежда и любые предметы с символикой бренда.

Ниже представлены правила брендирования. Главный цвет — металлик. Оранжевый следует использовать для акцентов.

ФУТБОЛКА

Универсальное использование



Футболка из органического хлопка светло-серого цвета.

Тип нанесения: рефлективная термонаклейка/шелкография, вышивка знака на груди.

Размер квадрата на спине — 20x20 см.

Размер логотипа спереди — от 1,5 до 2 см.

Примечание:

Ткань для футболок должна быть однотонного цвета.

Ткани с вареной и потертой текстурой, а также синтетические составы использовать не рекомендуем.

Соблюдайте правила использования основных и ахроматических цветов.



ТОЛСТОВКА

Универсальное использование



Толстовка с капюшоном серого цвета.
Знак оранжевого цвета спереди и надписи на спине.
Размер знака от 1,5 до 2 см. Размер надписи
по ширине до 30 см.
Тип нанесения: термоперенос, шелкография, вышивка.

Примечание:

В зависимости от размера и длины капюшона
размещение надписи на спине может варьироваться
по вертикали.

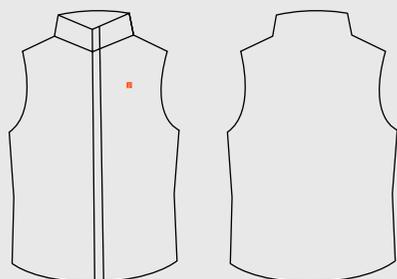
Ткань для толстовок должна быть однотонного цвета.
Ткани с вареной и потертой текстурой, а также
синтетические составы использовать не рекомендуем.

**Соблюдайте правила использования основных
и ахроматических цветов.**



ЖИЛЕТ УТЕПЛЕННЫЙ

Универсальное использование

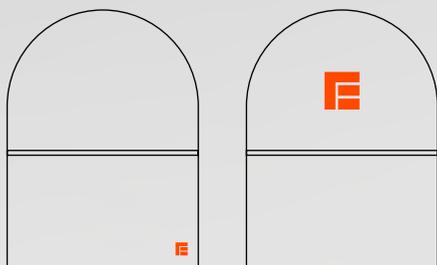


Утепленная жилетка на молнии
металлического цвета.
Размер знака от 1,5 до 2 см.
Тип нанесения — термотрансфер, вышивка.



РЮКЗАК

Универсальное использование



Металлический полиэстер.

Логотип на рюкзаке размещается на лицевой стороне в правом нижнем углу. Тип нанесения — шелкография, термоперенос. Фурнитура оранжевого цвета.

Флуоресцентный оранжевый полиэстер.

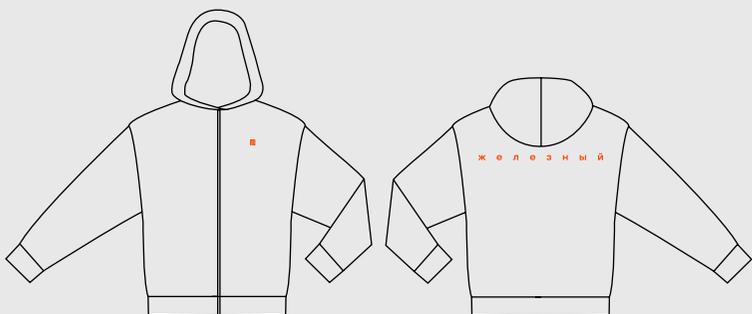
Логотип на рюкзаке размещается на лицевой стороне по центру. Тип нанесения — шелкография, термоперенос, вышивка. Фурнитура металлического цвета.

Размеры логотипа рассчитываются относительно размера рюкзака.



КУРТКА

Универсальное использование



Куртка из светоотражающего металлического полиэстера.
Может быть с капюшоном и без.
Знак оранжевого цвета спереди и надписи на спине.
Размер знака от 1,5 до 2 см. Размер надписи по ширине до 30 см.

Тип нанесения — термоперенос/шелкография.

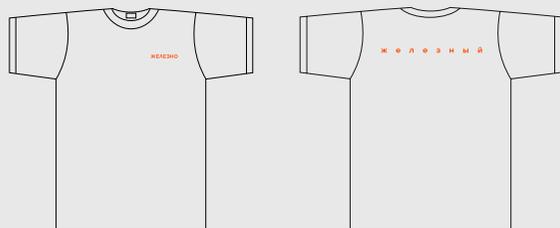
Примечание:

В зависимости от размера и длины капюшона размещение надписи на спине может варьироваться по вертикали.



ФУТБОЛКА

Использование для HR бренда



Футболка из органического хлопка черного цвета.

Тип нанесения — рефлективная термонаклейка/шелкография.

Размер логотипа по длине от 5 до 7 см.

Размер надписи по ширине до 30 см.

Примечание:

Ткань для футболок должна быть однотонного цвета.

Ткани с вареной и потертой текстурой, а также синтетические составы использовать не рекомендуем.

Соблюдайте правила использования основных и ахроматических цветов.



ХУДИ

Использование для HR бренда



Худи с капюшоном светло-серого фирменного цвета.
Знак оранжевого цвета спереди. Размер от 1,5 до 2 см.
Шрифтовой логотип оранжевого цвета на спине.
Размер от 25 до 30 см.
Тип нанесения: термоперенос, шелкография, вышивка.

Примечание:

В зависимости от размера и длины капюшона размещение надписи на спине может варьироваться по вертикали.

Ткань для толстовок должна быть однотонного цвета.
Ткани с вареной и потертой текстурой, а также синтетические составы использовать не рекомендуем.

Соблюдайте правила использования основных и ароматических цветов.



ХУДИ

Использование для HR бренда



Худи с капюшоном темно-серого фирменного цвета. Знак оранжевого цвета спереди. Размер от 3 до 4 см. Шрифтовой логотип оранжевого цвета на рукавах. Длина зависит от размера толстовки. Тип нанесения: термоперенос, шелкография.

Примечание:

Ткань для толстовок должна быть однотонного цвета. Ткани с вареной и потертой текстурой, а также синтетические составы использовать не рекомендуем.

Соблюдайте правила использования основных и ахроматических цветов.



ХУДИ

Использование для HR бренда



Худи с капюшоном оранжевого фирменного цвета. Знак фирменного светло-серого цвета спереди. Размер от 1,5 до 2 см. Шрифтовой логотип фирменного светло-серого на спине. Размер от 25 до 30 см. Тип нанесения: термоперенос, шелкография, вышивка.

Примечание:

В зависимости от размера и длины капюшона размещение логотипа на спине может варьироваться по вертикали.

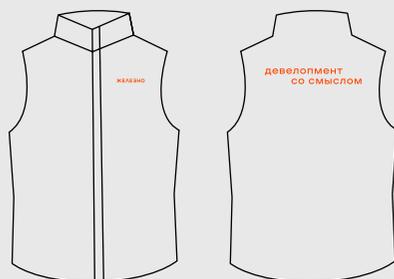
Ткань для толстовок должна быть однотонного цвета. Ткани с вареной и потертой текстурой, а также синтетические составы использовать не рекомендуем.

Соблюдайте правила использования основных и ахроматических цветов.



ЖИЛЕТ УТЕПЛЕННЫЙ

Использование для HR бренда



Утепленная жилетка на молнии
металлического цвета.

Размер логотипа от 5 до 6 см по горизонтали.

Тип нанесения — термотрансфер.



КЕПКА

Использование для HR бренда



Кепка может быть в трех фирменных цветовых вариантах: светло-сером, темно-сером и оранжевом. Логотип всегда располагается сбоку. Тип нанесения — термоперенос или вышивка. Размеры логотипа по горизонтали от 6 до 9 см в длину.



POWER BANK

Использование для HR бренда



Power bank из металлического корпуса с оранжевыми пластиковыми вставками по бокам. Тип нанесения логотипа — гравировка.

ЗОНТ

Использование для HR бренда



Зонт серого цвета с лицевой стороны, внутри фирменного оранжевого цвета. Логотип оранжевый на лицевой стороне. Размер логотипа по длине от 10 до 13 см. Тип нанесения — шелкография/сублимация по ткани.

знаем

в чем

смысл

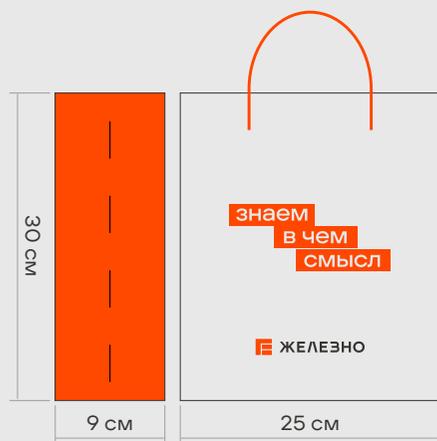
 ЖЕЛЕЗНО

ЖЕЛЕЗНО

ПАКЕТ БУМАЖНЫЙ

Использование для HR бренда

Вариант 1



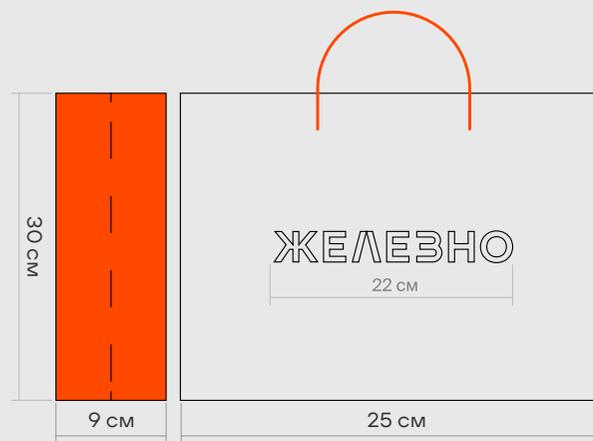
Формат 30x25x9 см.

Мелованая бумага 130 – 170 г/м²,
офсетная печать 4 + 0, матовая
ламинация 32 мкм.

Логотип и оранжевые плашки могут
быть покрыты выборочным лаком.

Сборка: люверсы, оранжевая лента.

Вариант 2



Формат 30x40x9 см.

Картон с металлическим эффектом.
Боковые стороны выполнены в фирменном
оранжевом цвете.

Тип нанесения логотипа:
фольгирование/ тиснение.

Сборка: люверсы, оранжевая лента.

ПИСЬМЕННЫЕ РУЧКИ

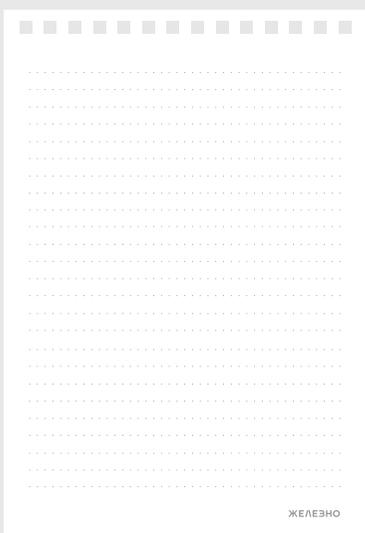


Предусмотрены два варианта ручки: металлическая и пластиковая. Пластиковая ручка может быть светло-серого и оранжевого цвета. Нанесение: металл — гравировка, пластик — тампопечать.

При выборе ручки для брендирования рекомендуем выбирать модель максимально простого дизайна, но сделанную из качественных материалов.



БЛОКНОТ



Внутренний блок

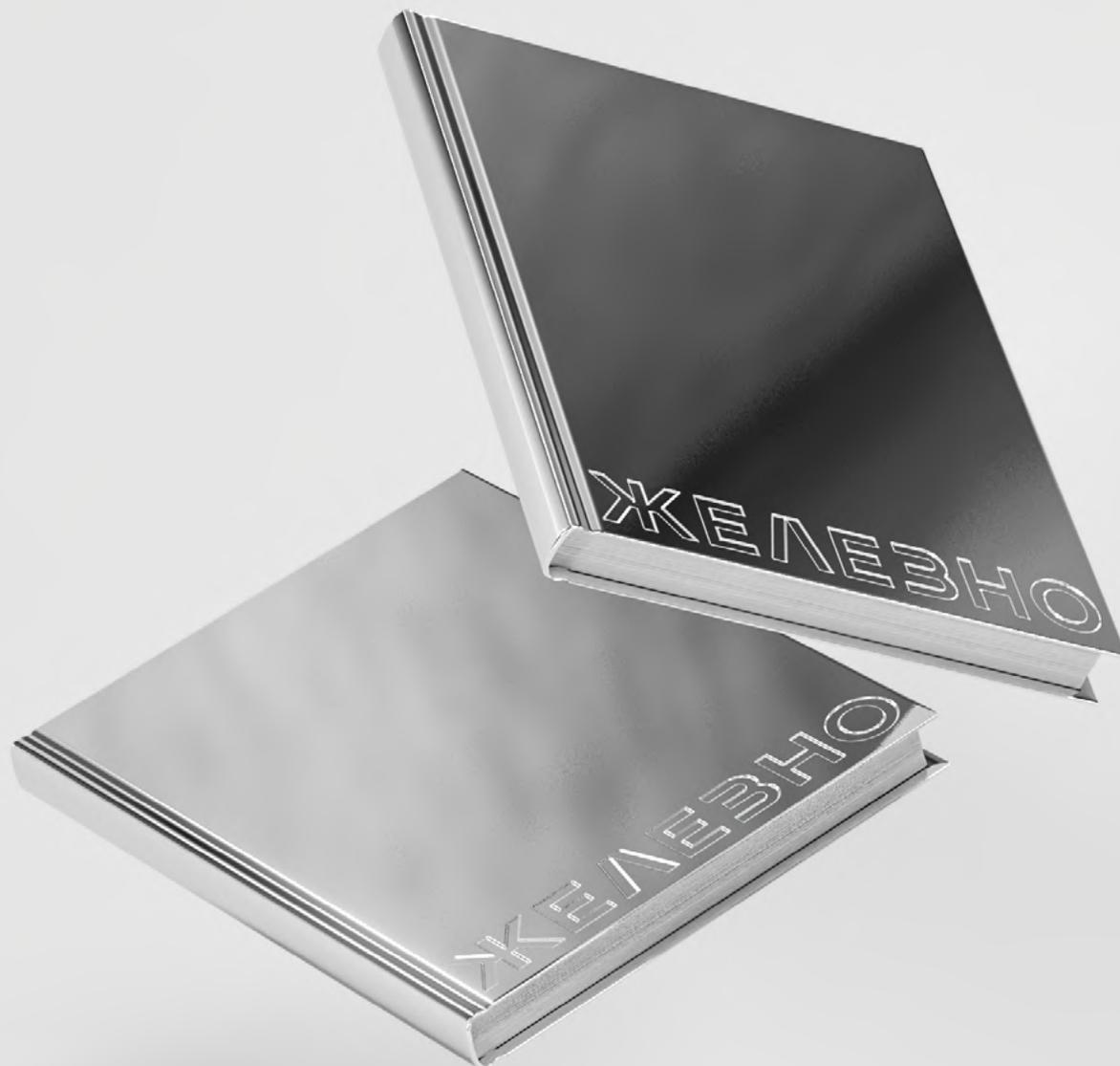
Формат блокнота А5.

Рекомендуем использовать для обложки
плотный картон (от 400 гр/м²)

Нанесение логотипа: шелкография, фольгирование.



ЕЖЕДНЕВНИК



Формат ежедневника А5.
Нанесение логотипа: тиснение

БУТЫЛКА



Бутылка из нержавеющей стали.
Тип нанесения логотипа — конгреф
по металлу/ гравировка.
Крышка оранжевая.



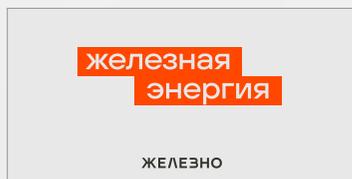
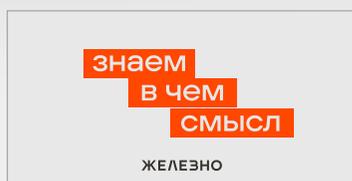
ТЕРМОСТАКАН



Термостакан из нержавеющей стали
с крышкой из теплостойкого пластика.
Тип нанесения — УФ печать.

ОДНОРАЗОВЫЙ СТАКАН

Вариант 1



Развертки стаканов



Стаканы фирменного светло-серого цвета с динамическими оранжевыми подложками.

ОДНОРАЗОВЫЙ СТАКАН

Вариант 2

Логотип занимает 50%
от длины развертки.



Стаканы из фольгированного картона.
Возможен вариант с использованием
оранжевой пластиковой крышки.
Нанесение: термоперенос.



РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ АРОМАМАРКЕТИНГА В ОФИСАХ ПРОДАЖ

Аромамаркетинг — это профессиональная ароматизация коммерческих помещений для привлечения клиентов и повышения их лояльности. Действие ароматов незаметно, но очень эффективно.

ОБОРУДОВАНИЕ ДЛЯ ПРИМЕНЕНИЯ АРОМАМАРКЕТИНГА



W300

При использовании помещений до 150 м² (450 м³) рекомендуемая модель оборудования черного цвета, W120 или аналог. Способ ароматизации — локальная установка в любом месте, исходя из конкретной планировки помещения.

При использовании помещений до 250 м² (1200 м³) рекомендуемая модель оборудования черного цвета, W300 или аналог. Способ ароматизации — через вентиляцию или локально в любом месте, исходя из конкретной планировки помещения.



W120

Рекомендации по оборудованию и применению ароматов от компании AromaKo. Сайт подрядчика: aromako.bitrix24.shop

ПРИМЕР АРОМАТОВ ДЛЯ АРОМАМАРКЕТИНГА

Рекомендуемые группы ароматов, исходя из цветового кода проекта и слогана: древесно-пряные, древесно-цитрусовые.

1. Богатый древесный аромат со сливочными и гурманскими акцентами, успокаивающий и настраивающий на плодотворную работу, вводящий в медитативное состояние, обеспечивает чистоту сознания и концентрацию.

2. Настоящий кубинский мастер по скручиванию табака расскажет вам, что сигары пахнут прелой землей, горьким шоколадом, карамелью и толикой пряных трав. Испытайте и вы этот бодрящий, мужской и крепкий аромат.

3. Сказочный аромат, сошедший со страниц легендарной «Тысячи и одной ночи». Королевский уд – загадочный и таинственный; землистый, экзотический и чувственный, с базовыми нотами драгоценного масла уда и сандала.

4. Отождествляется с духом свободы и вибрирующей энергией мегаполиса. Это классический свежий, цитрусовый аромат. Обладает «вкусными» пряными нотами сердца. Хорошо раскрывается в небольшом помещении. Нравится мужчинам любого возраста.



ОФОРМЛЕНИЕ СУББРЕНДОВ

Суббренды «Железно», реализующие свои продукты, должны внешне идентифицироваться. Ниже представлены возможные концепции фирменного оформления суббрендов.

СТРУКТУРА



КОНЦЕПЦИЯ СТИЛЯ СЕРВИСА «АЗБУКА»



RGB
255 72 0

RGB
251 185 28

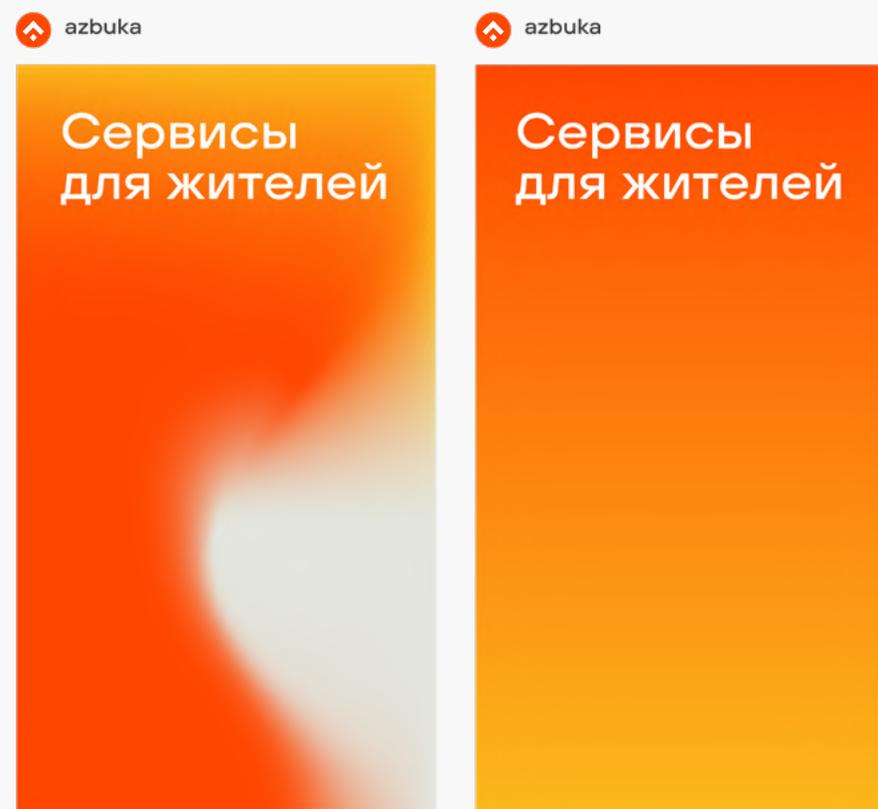
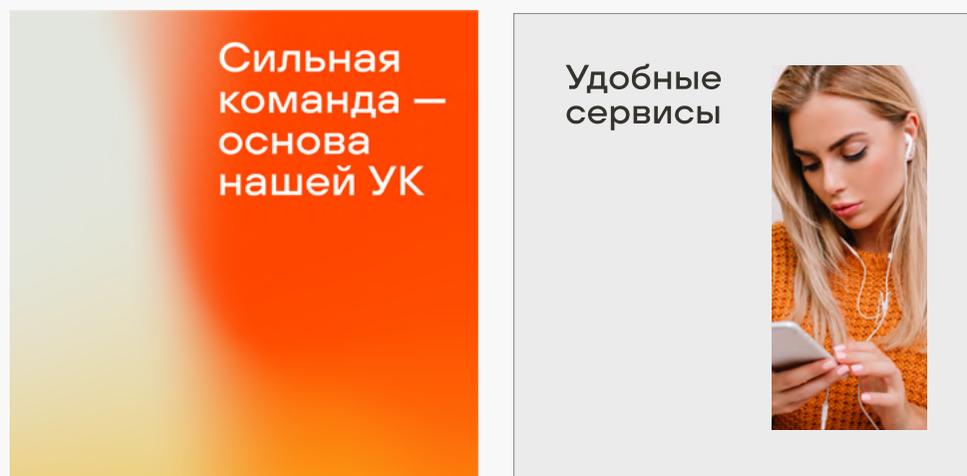
RGB
235 235 235



Шрифт в дескрипторе сервиса тот же,
что в дескрипторе логотипа «Железно».
Представлен в разделе «Фирменный шрифт».

Знак может использоваться в двух форматах
в зависимости от места и размера размещения.

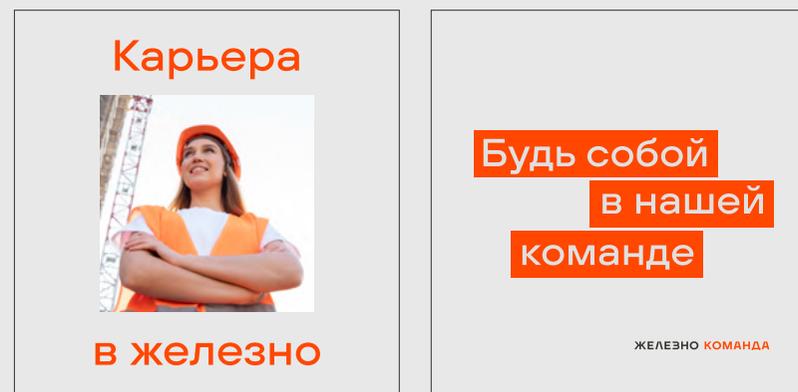
КОНЦЕПЦИЯ СТИЛЯ СЕРВИСА «АЗБУКА»



Концепция оформления фирменного стиля сервиса «Азбука» на примере оформления социальных сетей.

КОНЦЕПЦИЯ СТИЛЯ СУББРЕНДА «ЖЕЛЕЗНО КОМАНДА»

ЖЕЛЕЗНО КОМАНДА



Концепция оформления фирменного стиля суббренда «Железно Команда» на примере оформления социальных сетей.

RGB
255 72 0

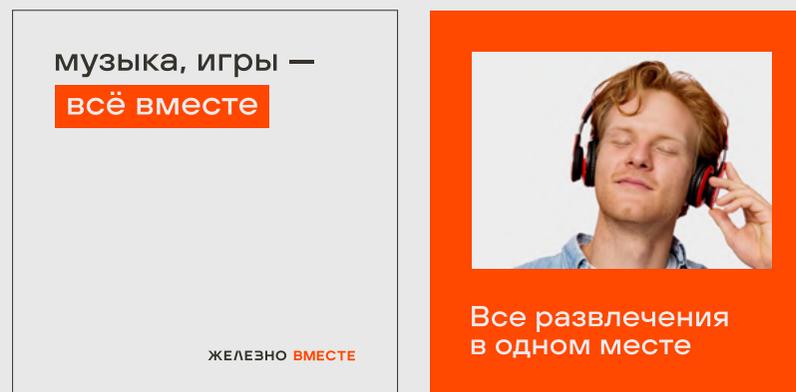
RGB
53 50 47

RGB
232 232 232



КОНЦЕПЦИЯ СТИЛЯ СУББРЕНДА «ЖЕЛЕЗНО ВМЕСТЕ»

ЖЕЛЕЗНО ВМЕСТЕ



Концепция оформления фирменного стиля суббренда «Железно Вместе» на примере оформления социальных сетей.

RGB
255 72 0

RGB
53 50 47

RGB
232 232 232



КОНЦЕПЦИЯ ОФОРМЛЕНИЯ СЕРВИСОВ СУББРЕНДА «ЖЕЛЕЗНО ВМЕСТЕ»



ЖЕЛЕЗНО
МУЗЫКА



ЖЕЛЕЗНО
СПОРТ



ЖЕЛЕЗНО
ИГРЫ



ЖЕЛЕЗНО
ДЕТИ



ЖЕЛЕЗНО
ЖУРНАЛ



ЖЕЛЕЗНО
ТВ

ЖЕЛЕЗНО | DEVISION