

**Брендбук.**

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>О КОМПАНИИ</b>	<b>4</b>
<b>БРЕНД</b>	<b>6</b>
<b>ВИДЕНИЕ</b>	<b>8</b>
<b>ВОСПРИЯТИЕ</b>	<b>9</b>
<b>ЭФФЕКТ ОТ НАШЕЙ РАБОТЫ</b>	<b>10</b>
<b>МИССИЯ</b>	<b>12</b>
<b>ПРИОРИТЕТЫ В РАБОТЕ</b>	<b>14</b>
<b>ФОРМУЛА РЕШЕНИЙ</b>	<b>16</b>
<b>ВЕРБАЛЬНАЯ КОНЦЕПЦИЯ/ СЕМАНТИКА</b>	<b>18</b>
<b>ТОНАЛЬНОСТЬ</b>	<b>20</b>
<b>СТИЛЬ КОММУНИКАЦИИ</b>	<b>22</b>

### 1.0 ОСНОВНЫЕ КОНСТАНТЫ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ

ПРАВИЛА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЛОГОТИПА	26
ФИРМЕННЫЙ ЗНАК	38
ШРИФТОВАЯ ГАРНИТУРА	40
ФИРМЕННАЯ ПАЛИТРА	42
ГРАФИЧЕСКИЙ МОТИВ	44
ФОТОСТИЛЬ	50

### 2.0 БАЗОВЫЙ КОМПЛЕКТ ФИРМЕННЫХ НОСИТЕЛЕЙ

ВИЗИТКИ ДЛЯ СОТРУДНИКОВ	56
ВИЗИТКИ ДЛЯ РУКОВОДСТВА	58
ПАПКА ДЛЯ ДОКУМЕНТОВ	60
ФИРМЕННЫЙ БЛАНК	62
ЗНАЧОК	64
СТОЙКА ДЛЯ POS-МАТЕРИАЛОВ	66
ПАКЕТ БУМАЖНЫЙ ВЕРТИКАЛЬНЫЙ	69
РУЧКА	0
НАБОР	72
КАРТОЧКА ВАРТИРЫ	74
ТИПОВЫЕ МАКЕТЫ НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ	76

### 3.0 DIGITAL

САЙТ	84
ИНТЕРНЕТ-БАННЕРЫ	86
ОФОРМЛЕНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ	94
ФИРМЕННАЯ АНИМАЦИЯ	104
ШАБЛОН ПОДПИСИ ЭЛЕКТРОННОГО ПИСЬМА	106

### 4.0 ОФИС

ОСНОВНАЯ ВЫВЕСКА	110
БРЕНДИРОВАНИЕ АВТОМОБИЛЕЙ	116
ОФОРМЛЕНИЕ СТРОИТЕЛЬНОЙ ТЕХНИКИ	118

## О КОМПАНИИ

«Астон» — девелоперская компания, работающая с 2004 года. Первые проекты компания реализовала в Екатеринбурге.

Компания фокусируется на создании проектов, соответствующих передовым отраслевым стандартам строительства современной недвижимости.

Основные виды деятельности:

- девелопмент
- продажи
- служба заказчика
- организация производства



**Продукт —  
на первом месте.**

## ПРИ СОЗДАНИИ БРЕНДА МЫ ИСХОДИМ ИЗ ПОЗИЦИЙ:

- Опыт взаимодействия с продуктом сильно влияет на формирование бренда девелопера.
- Для проецирования имиджа девелопера на новые проекты и продуктивного продвижения мы создаем отличительные атрибуты бренда девелопера.
- Дизайн и коммуникация девелопера влияют на восприятие продукта.

### Дифференциация продукта

Набор преимуществ и дифференциация свойств продукта

↓  
Формирование  
бренда

↑  
Влияние бренда  
на восприятие

### Дифференциация бренда

Набор отличительных внешних свойств, коммуникации, опыта взаимодействия аудитории с продуктом и сотрудниками

## ВИДЕНИЕ

**«Астон» —  
легкоузнаваемый бренд  
девелопера, которому  
можно доверять.**

## ВОСПРИЯТИЕ

**Мы стремимся  
сформировать образ  
надежной компании.**

## ЭФФЕКТ ОТ НАШЕЙ РАБОТЫ

Мы делаем жизнь людей лучше, меняя окружение.

### Компания

Мы строим современную городскую недвижимость

### Люди

Меняем условия жизни  
Меняем жизнь людей

### Ландшафт

Меняем родные районы  
Меняем города  
Делаем новые районы родными

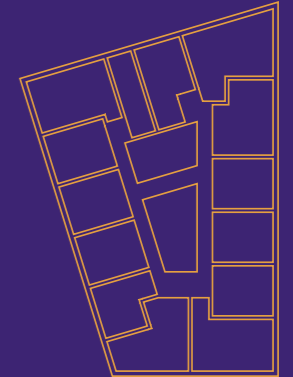
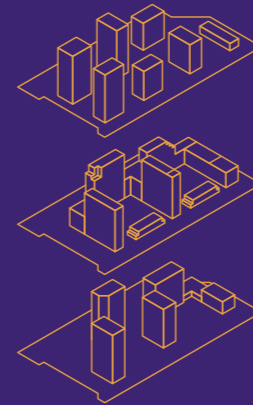
МИССИЯ

# Преобразование городов.



## НАШИ ПРИОРИТЕТЫ В РАБОТЕ НАД ПРОДУКТОМ

- Привлекательность не отдельного элемента, а всего объекта в целом
- Элегантные решения сложных задач
- Органичное последовательное развитие
- Субъектность (приоритет локальных решений, решающих конкретные задачи в локации)





## ФОРМУЛА РЕШЕНИЙ

### ИННОВАЦИИ И БРЕНДИНГ



Продукт, который поднимает уровень жизни, — больше пространства в той же площади.

Например:

- Уникальные лобби
- Мастер-спальни
- Лайф-лоджи



Образ и коммуникация, которые нацелены на дифференциацию продуктов (за счет их свойств).

## ДЕЛАЕМ АКЦЕНТ НА ГЛАВНОМ ДЛЯ КЛИЕНТОВ

Значение буквы «А» и желаемое восприятие компании определяют тональность и содержание будущей коммуникации. Она будет опираться на идеи приоритета, порядка и доминирования.

Круг используемый в логотипе, будет подкреплять сообщения акцентом на деталях проекта и служить точкой, поддерживая однозначность тезисов.



## НАПРАВЛЕНИЯ ВЕРБАЛЬНОЙ КОНЦЕПЦИИ/СЕМАНТИКА

### ГЛАВНОЕ.

Образы	Вербальная концепция на примере девизов и рекламных тезисов	
Буква «А»	Фокус на главном	Главные в районе
Центровая композиция	А главное — ...	Знаем ваши приоритеты
Выделение акцентов, изоляция	... — это главное.	Во главе угла (проект)
Крупные объекты	Акцент на ...	Главный на улице
Крупные тексты	Мы тут за главного (в районе; забор на стройке)	Главный герой
Буквица		... в главной роли
		Главное — площадь

### ПОРЯДОК.

Образы	Вербальная концепция на примере девизов и рекламных тезисов	
Образы	Все по плану	Знаем порядок (опыт)
Ритм	Мы — ваш план «А»	Мыслим планомерно (планировки)
Последовательность	А — Астон	Все будет по плану (переезд)
Разные размеры	Компания класса «А»	Устраиваем (вас, переезд, комфорт)
Списки, таблицы	Компания с первой буквы	Видим перспективу (переезд, архитектура)
Строгая верстка	Все в порядке (стройка)	Строим в порядке
	Расставляем по порядку (МАФы)	

## ТОНАЛЬНОСТЬ

**Кратко.**  
**Конкретно.**  
**По существу.**

**За качество отвечаем.**  
**Строим в порядке.**  
**Главное — результат.**

## СТИЛЬ КОММУНИКАЦИИ

# Регулярная цель маркетинга — увеличение числа новых обращений

Коммуникация должна быть понятной и направленной на привлечение внимания к компании.

### Как мы вовлекаем в контакт аудиторию:

- Яркие образы
- Категорийные образы
- Читательные короткие заголовки
- Простая композиция
- Последовательный нейминг (система)
- Атмосфера доверия



**Основные константы  
фирменного стиля.**



**1.0**

## ПРАВИЛА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЛОГОТИПА (ОСНОВНАЯ ВЕРСИЯ)

### 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 буквы А.

В случае необходимости возможно сокращение охранного поля по одной из 4 сторон, с сохранением пропорций остальных 3 сторон. Однако для читаемости запрещается зарезание букв более чем на 1/4 по ширине, по высоте допускается только расположение логотипа в край.



Принципы построения поля безопасности логотипа остаются неизменными для всех версий и вариаций логотипа.

## ПРАВИЛА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЛОГОТИПА (АНГЛИЙСКАЯ ВЕРСИЯ)

### ВЕРСИИ ЛОГОТИПА

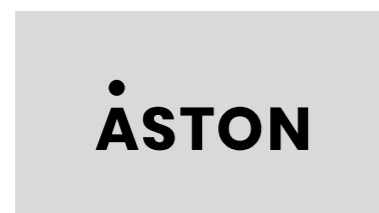
Ниже представлены основные рекомендуемые цветовые сочетания фона и логотипа.

Оригинальный логотип



**ASTON**

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 буквы А.

В случае необходимости возможно сокращение охранного поля по одной из 4 сторон, с сохранением пропорций остальных 3 сторон. Однако для читаемости запрещается резание букв более чем на 1/4 по ширине, по высоте допускается только расположение логотипа в край.



Принципы построения поля безопасности логотипа остаются неизменными для всех версий и вариаций логотипа.

## ПРАВИЛА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЛОГОТИПА (ВЕРСИЯ С ДЕСКРИПТОРОМ)

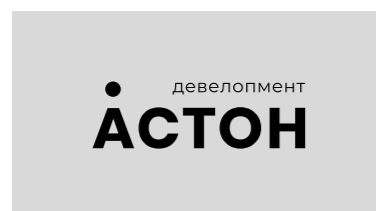
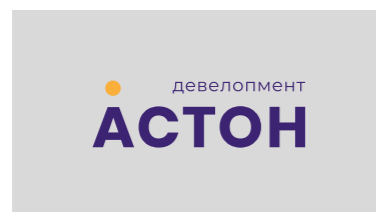
### ВЕРСИИ ЛОГОТИПА

Ниже представлены основные рекомендуемые цветовые сочетания фона и логотипа.

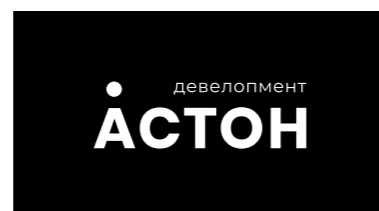
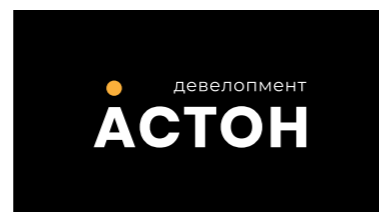
Оригинальный логотип



Логотип на светлом фоне



Логотип на темном фоне



### ВЕРСИИ ЛОГОТИПА

Ниже представлены основные рекомендуемые цветовые сочетания фона и логотипа.

Оригинальный логотип



Логотип на светлом фоне



Логотип на темном фоне





## ПРАВИЛА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЛОГОТИПА (ВЕРСИЯ С ДЕСКРИПТОРОМ)

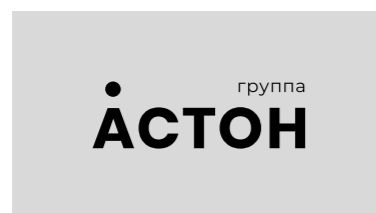
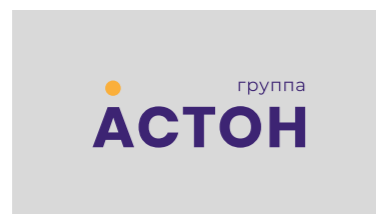
### ВЕРСИИ ЛОГОТИПА

Ниже представлены основные рекомендуемые цветовые сочетания фона и логотипа.

Оригинальный логотип

● группа  
**АСТОН**

Логотип на светлом фоне



Логотип на темном фоне



### ВЕРСИИ ЛОГОТИПА

Ниже представлены основные рекомендуемые цветовые сочетания фона и логотипа.

Оригинальный логотип

● group  
**ASTON**

Логотип на светлом фоне



Логотип на темном фоне



## ПРАВИЛА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЛОГОТИПА (ВЕРСИЯ С ПОДРАЗДЕЛЕНИЕМ)

Логотип и подразделение всегда разделяются чертой. Разделительная черта может быть окрашена только в цвет логотипа.

Логотип с подразделением  
(русская версия)

**АСТОН** | ЕКАТЕРИНБУРГ

**АСТОН** | НОВОСИБИРСК

Логотип с подразделением  
(английская версия)

**ASTON** | PRAGUE

## ПРАВИЛА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЛОГОТИПА (ВЕРСИЯ С НАЗВАНИЕМ ПРОЕКТА)

В случае, когда логотип употребляется вместе с названием проекта, фирменная точка переносится в конец логотипа.

Логотип с подразделением  
(русская версия)

**АСТОН** . АМУНДСЕН

Логотип с подразделением  
(английская версия)

**ASTON** . RIVERSIDE

## ПРАВИЛА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЛОГОТИПА

### МИНИМАЛЬНЫЙ РАЗМЕР

Рекомендациями предусмотрен минимальный размер логотипа для печатных носителей и цифровой среды. Размеры указаны без учёта охранного поля. Не рекомендуется использовать логотипы меньших размеров. Также необходимо учитывать технические требования, предъявляемые типографиями для разных способов печати.

Оригинальный логотип



АСТОН

Минимальная ширина – 15 мм

Версия логотипа с дескриптором



АСТОН  
группа

Минимальная ширина – 25 мм

Версия логотипа для цифровой среды



АСТОН

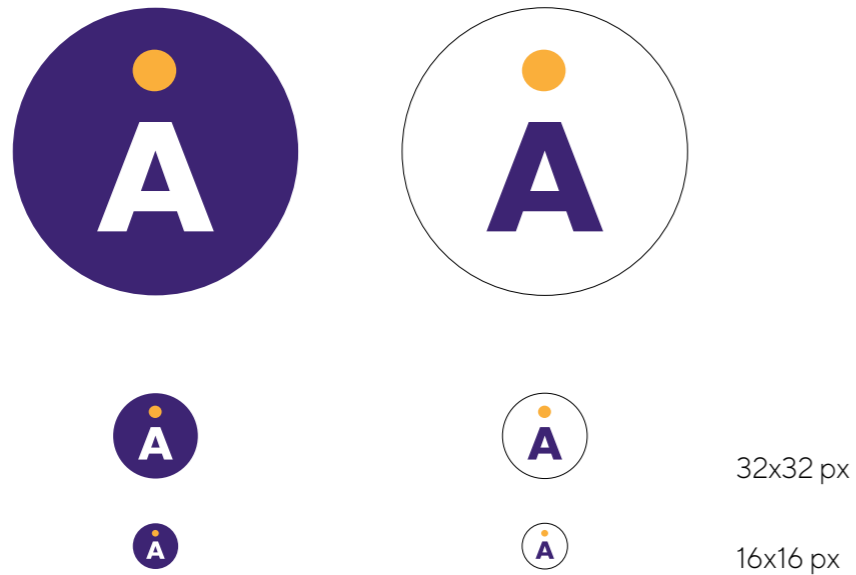
Минимальная ширина – 40 px

## ФИРМЕННЫЙ ЗНАК

Фирменный знак может использоваться без текстовой части для оформления сувенирной продукции, в цифровой среде и прочих случаях, когда указание названия является необязательным.

Одновременное использование знака и логотипа на одном носителе не допускается.

### ВЕРСИИ ЗНАКА



### ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЗНАКА

При использовании знака применяются правила, аналогичные правилам использования полной версии логотипа.

### ПОЛЕ БЕЗОПАСНОСТИ ЗНАКА



## 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.

# Aa

### ОСНОВНОЙ ШРИФТ

Шрифт для заголовков  
**Source Sans Pro, Semibold**

Скачать шрифт:  
[fonts.google.com/specimen/Source+Sans+Pro?query=source](https://fonts.google.com/specimen/Source+Sans+Pro?query=source)

**ПОКА ДРУГИЕ СПОРЯТ,  
«АСТОН» СТРОИТ.**

Шрифт для наборного текста  
**Open Sans, Regular**

Скачать шрифт:  
<https://fonts.google.com/specimen/Open+Sans?query=open>

**ПОКА ДРУГИЕ СПОРЯТ,  
«АСТОН» СТРОИТ.**

Шрифт для написания подразделений и проектов  
**Montserrat, Regular**

Скачать шрифт:  
<https://fonts.google.com/specimen/Montserrat?query=mont>

**ПОКА ДРУГИЕ СПОРЯТ,  
«АСТОН» СТРОИТ.**

### WEB-ШРИФТ

Шрифт для заголовков  
**Source Sans Pro, Semibold**

**ПОКА ДРУГИЕ СПОРЯТ,  
«АСТОН» СТРОИТ.**

Шрифт для заголовков  
**Open Sans, Regular**

**ПОКА ДРУГИЕ СПОРЯТ,  
«АСТОН» СТРОИТ.**

### ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЙ ШРИФТ (СТАНДАРТНЫЙ ШРИФТ НА ПК)

Шрифт для заголовков  
**Verdana Bold**

**ПОКА ДРУГИЕ СПОРЯТ,  
«АСТОН» СТРОИТ.**

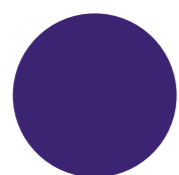
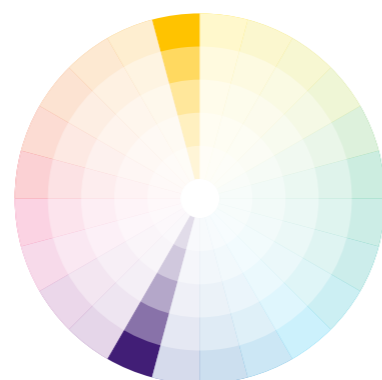
Шрифт для наборного текста  
**Verdana Regular**

**ПОКА ДРУГИЕ СПОРЯТ,  
«АСТОН» СТРОИТ.**

## ФИРМЕННАЯ ПАЛИТРА

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

### ОСНОВНЫЕ ЦВЕТА



RGB 60 / 35 / 110  
Pantone 354  
Web: #411e76



RGB: 250 / 175 / 59  
Pantone: 123  
Web: #ffc300

### ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ЦВЕТА

Для проектов рекомендуется использовать дополнительные цвета из указанных частей палитры.

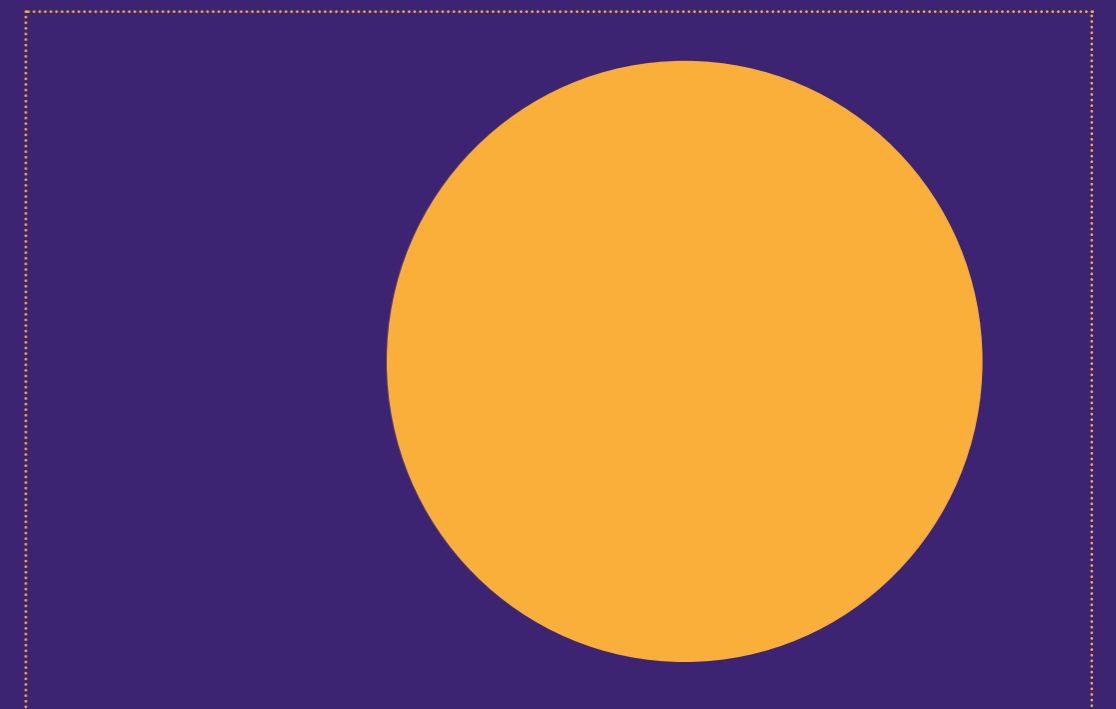


## ГРАФИЧЕСКИЙ МОТИВ

Графический мотив — это основной элемент дизайна, используемый при создании и оформлении носителей фирменного стиля компании, рекламных материалов ее проектов.

В рекламе основной принцип в графическом мотиве — это размытие общего и фокусировка на главном.

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







Круг, используемый в логотипе, будет подкреплять сообщения акцентом на деталях проекта.

# Фокус на главном.

Мы — ваш план





## 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.

Возможно добавлять на фотографии объекты и элементы, напоминающие элементы графического мотива.



**Базовый комплект  
фирменных носителей.**



**2.0**

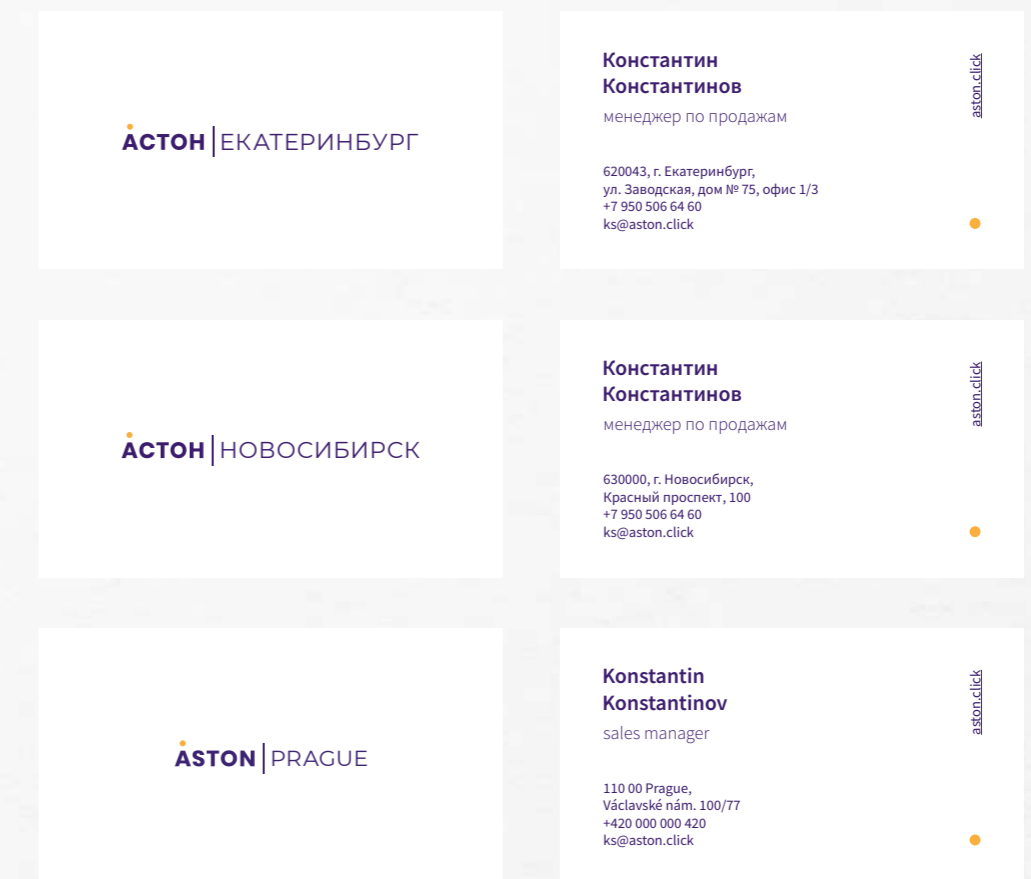
## ВИЗИТКИ ДЛЯ СОТРУДНИКОВ

Визитные карточки изготавливаются из плотной матовой бумаги 300 гр.

Размер визиток: 90x50 мм.

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

Шрифт: Source Sans Pro, Regular, Source Sans Pro, Semibold.





## ВИЗИТКИ ДЛЯ РУКОВОДСТВА

Визитные карточки изготавливаются из дизайнерской хлопковой бумаги 300–350 гр.

Логотип: обратное каширование

Текст: высокая печать

Торец окрашен в фирменный фиолетовый цвет

Размер визиток: 90x50 мм.

Минимальное значение кегля в макете для текста с контактными данными — 10 pt.

Шрифт: Source Sans Pro, Regular, Source Sans Pro, Semibold.

**АСТОН | ЕКАТЕРИНБУРГ**

**Константин  
Константинов**  
CEO

+7 950 506 64 60  
ks@aston.click  
[aston.click](http://aston.click)

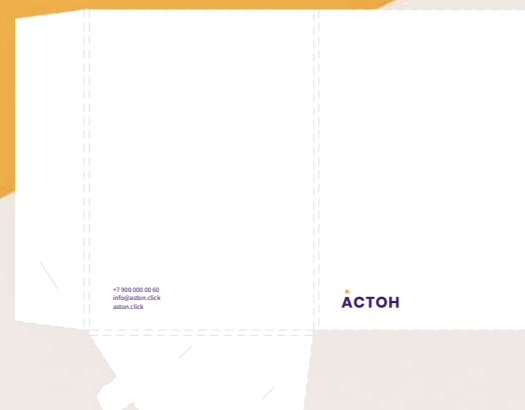
## ПАПКА ДЛЯ ДОКУМЕНТОВ

Вариант 1



Папка изготавливается из плотного картона.  
Формат: А4 (297x210 мм).  
Нанесение: шелкография в 3 цвета.

Вариант 2



Папка изготавливается из плотного картона.  
Формат: А4 (297x210 мм).  
Нанесение: шелкография в 2 цвета.



## ЗНАЧОК

Материал: металл.

Технологии нанесения: холодные,  
полированные эмали, лаки, смолы.

Вид крепления: «бабочка», винт, игла.

Вариант 1



Вариант 2





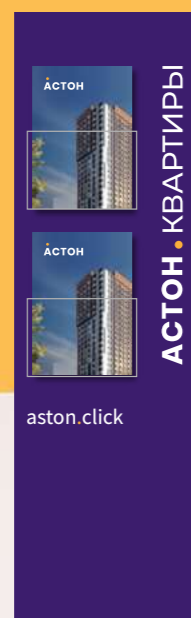
## СТОЙКА ДЛЯ POS-МАТЕРИАЛОВ

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

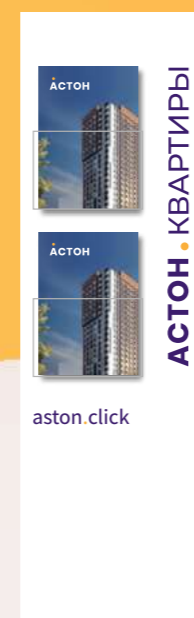
Размер: 45x155 см.

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.

Вариант 1



Вариант 2



Карман  
для буклета



АСТОН • КВАРТИРЫ

Логотип  
девелопера

Сайт

aston.click



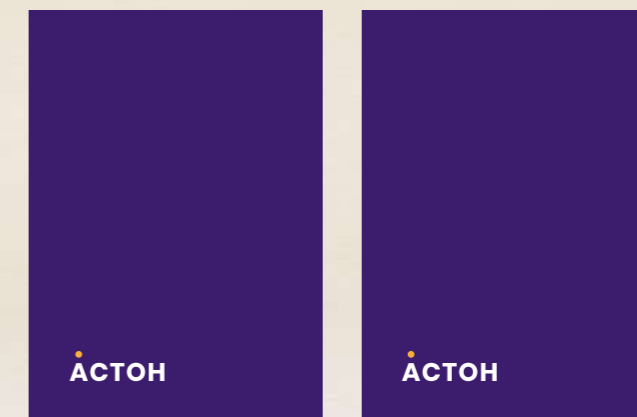
## ПАКЕТ БУМАЖНЫЙ ВЕРТИКАЛЬНЫЙ

Формат 250x350x70 мм

Мелованная бумага 130–170 г/м<sup>2</sup>, офсетная  
печать 4+0, матовая ламинация 32 мкм.

Сборка: люверсы, ручка шнур.

Вариант 1



Вариант 2

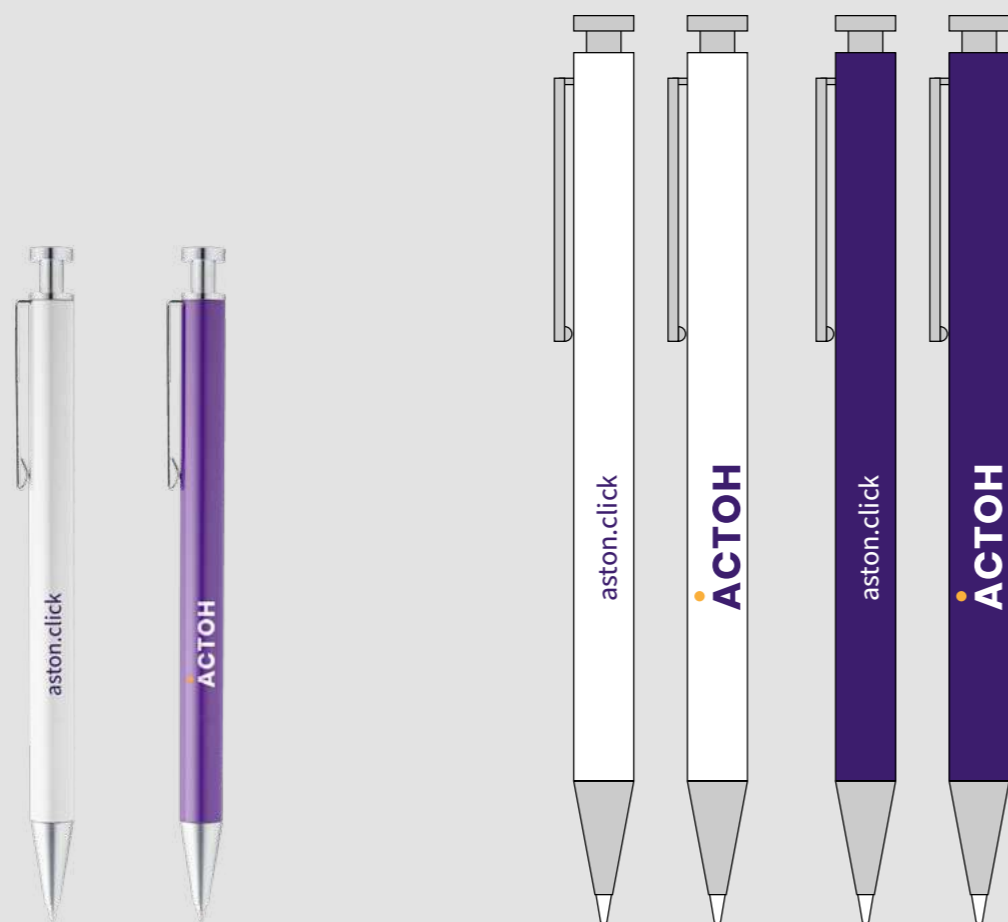


## РУЧКА

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.

Нанесение: тампопечать в 2 цвета.



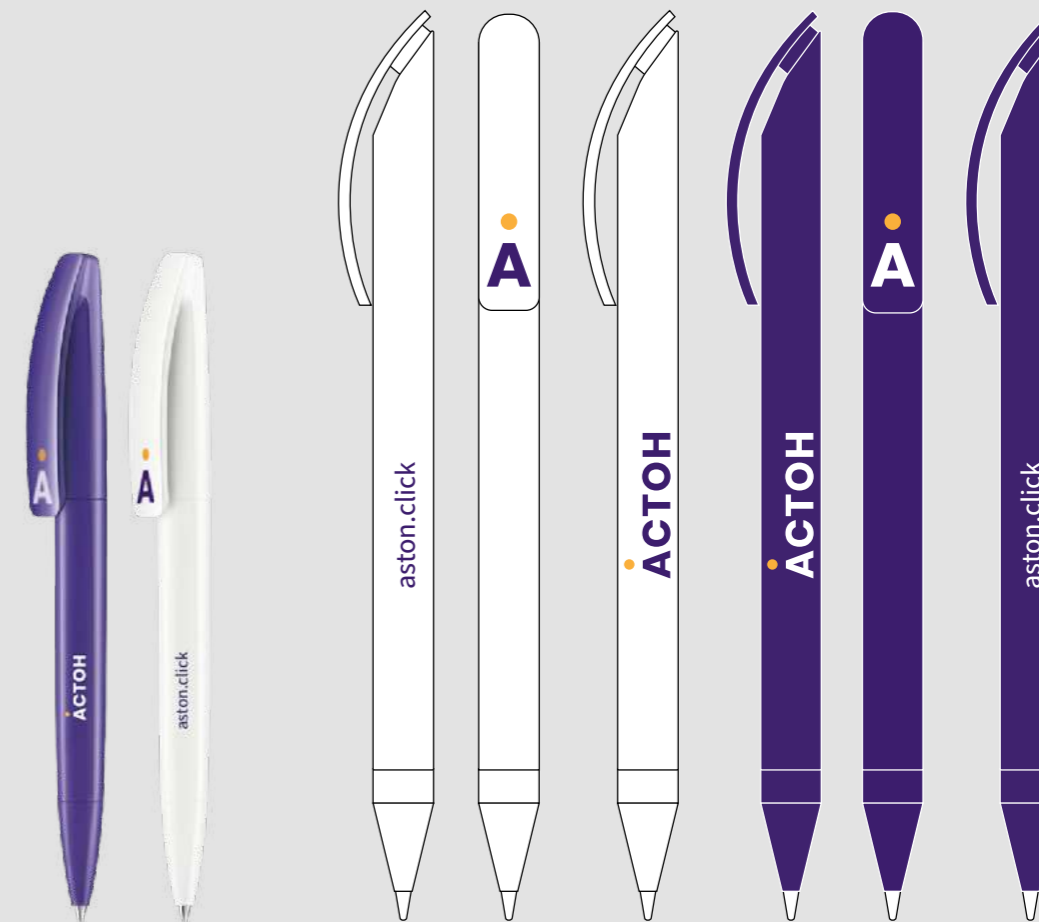
<https://gifts.ru/id/119090>

Шариковая ручка с поворотным механизмом. Полированная поверхность корпуса.

Материал: пластик

Pantone: white

Pantone: 267



<http://www.senator-pen.ru/ruchki/3250-shr-bridge-polished-beliy-white-1290>

## НАБОР

Ежедневник, недатированный;  
 Нанесение: тампопечать в 2 цвета.  
 Ручка шариковая.  
 Нанесение: тиснение бесцветное.  
 Набор упакован в подарочную  
 коробку с ложементом.



## НАБОР

Механизм ручки: поворотный.  
 Корпус ручки разбирается, стержень  
 легко заменить.  
 Нанесение: лазерная гравировка.



## ТИПОВЫЕ МАКЕТЫ НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ

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

### СОСТАВ МАКЕТА

В основном все рекламные макеты содержат ограниченный набор блоков, показанных на примере справа.

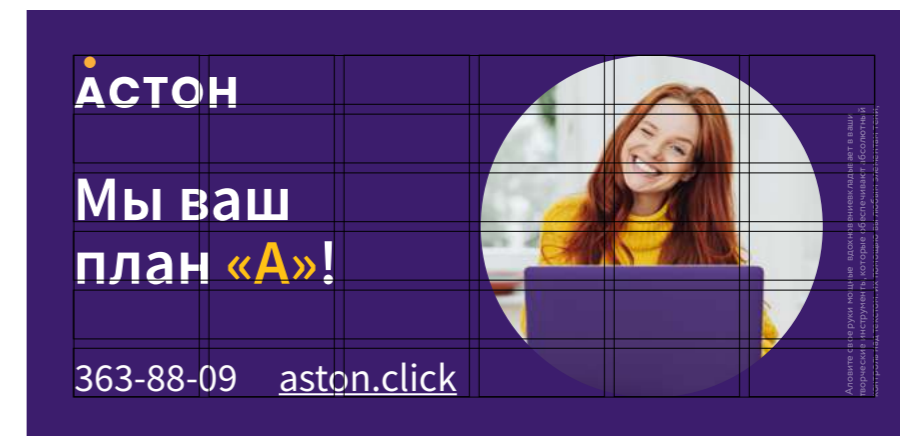
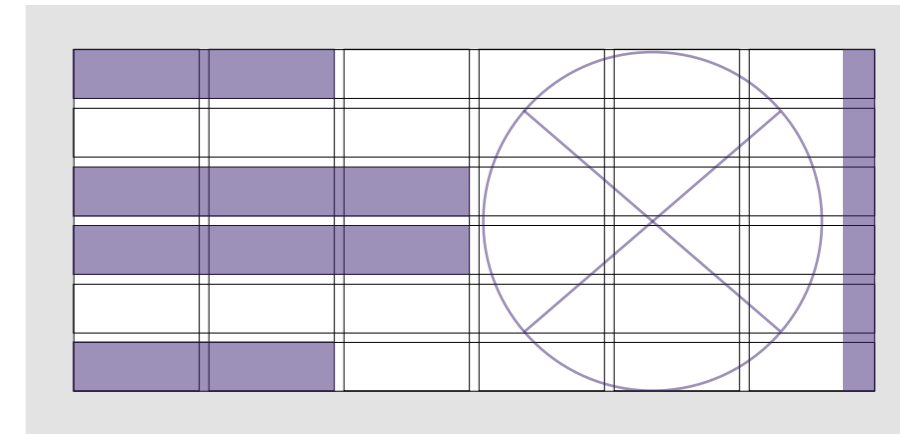
Макет делится на 6 столбцов.

Часть макета отводится под фотографию, которая вписана в окружность

Логотипы и все надписи располагаются на макете с одинаковыми отступами от краев, которые занимают около 5% от ширины макета (но не меньше 1,5 охранного поля логотипа). Исключения по отступам есть только по расположению дисклеймера – не менее охранного поля логотипа.

Текст сверстан согласно логике повествования: заголовок крупно, мельче поясняющий текст.

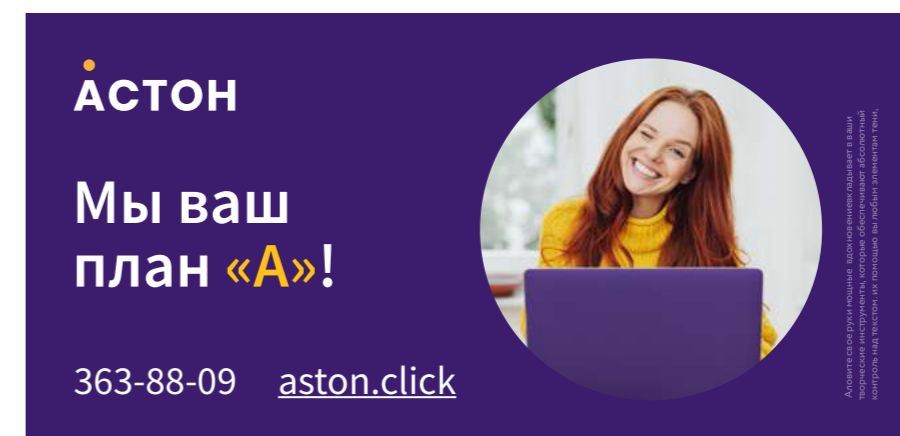
Весь текст набран фирменным шрифтом.



Логотип  
девелопера

Ключевой  
заголовок

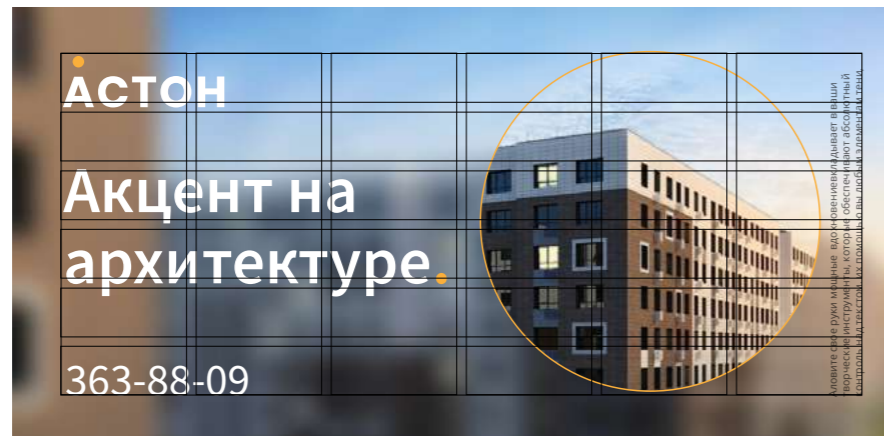
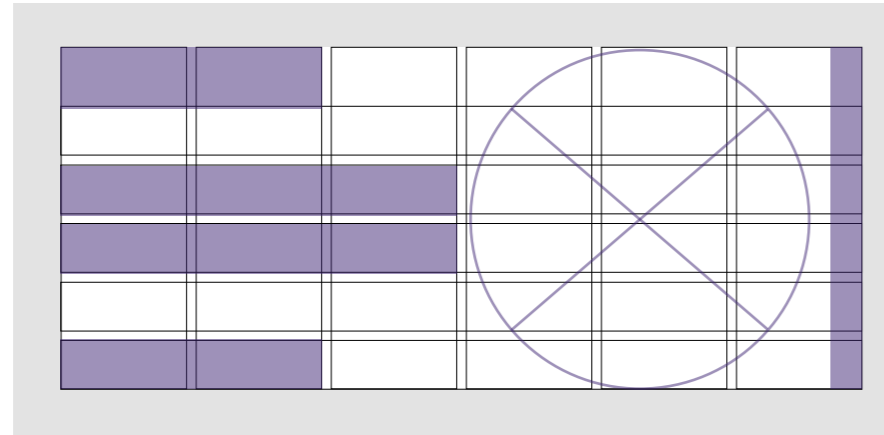
Ключевое  
изображение



Телефон

Сайт

Дисклеймер



Логотип девелопера

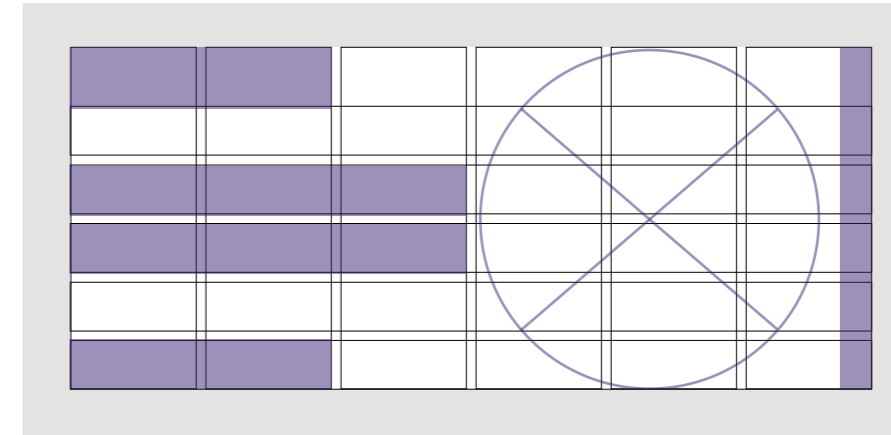
Ключевое изображение



Телефон

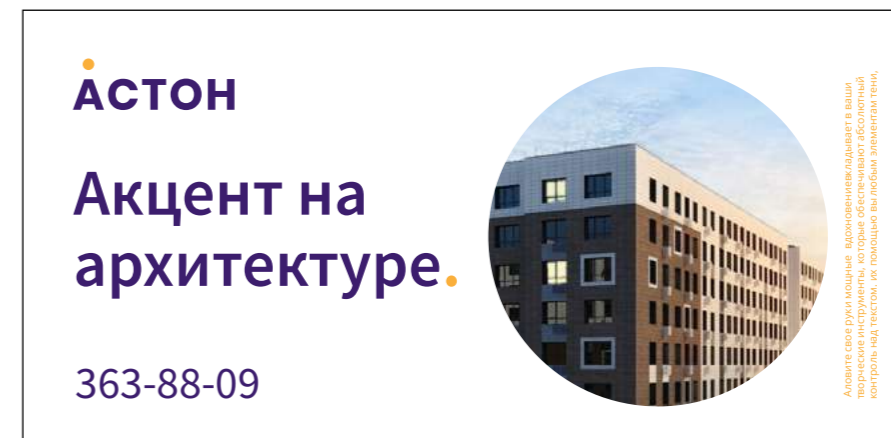
Ключевой заголовок

Дисклеймер



Логотип девелопера

Ключевое изображение



Телефон

Ключевой заголовок

Дисклеймер

## БАННЕРЫ СВОБОДНОЙ ВЕРСТКИ

Логотипы и все надписи располагаются на макете с одинаковыми отступами от краев, которые занимают около 5% от ширины макета (но не меньше 1,5 охранного поля логотипа). Исключения по отступам есть только по расположению дисклеймера – не менее охранного поля логотипа.

Блоки размещаются свободно с сохранением воздушного пространства вокруг.

Текст сверстан согласно логике повествования: заголовок крупно, мельче поясняющий текст.

Весь текст набран фирменным шрифтом.

Ключевой  
заголовок

**КВАРТИРА**СТОН

**aston.click**

Проектная декларация и разрешение  
на строительство на сайте [aston.click](http://aston.click).

Сайт

Дисклеймер

Ключевое  
изображение

Логотип  
девелопера



**АСТОН**

**Новые  
квартиры.**

Проектная декларация и разрешение  
на строительство на сайте [aston.click](http://aston.click).

Ключевой  
заголовок

Дисклеймер

**Digital.**

**3.0**



# ИНТЕРНЕТ-БАННЕРЫ

## Шаблоны веб-баннеров

В основном все рекламные макеты содержат ограниченный набор блоков, показанных на примере справа.

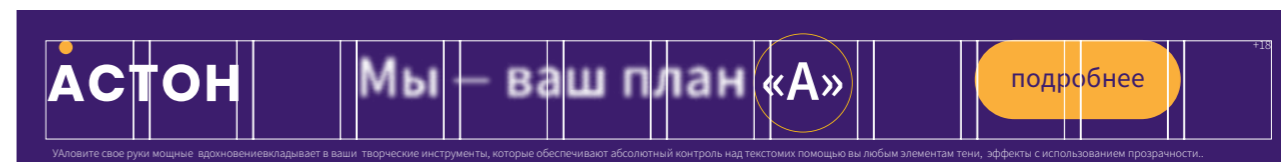
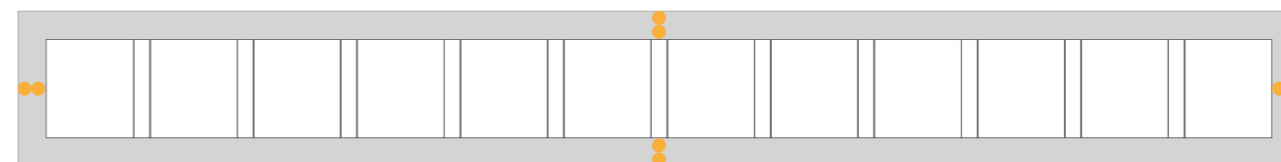
Макет делится на 12 столбцов.

Часть макета отводится под фотографию, которая вписана в окружность.

Логотипы и все надписи располагаются на макете с одинаковыми отступами от краев, которые занимают около 5% от ширины макета (но не меньше 1,5 охранного поля логотипа). Исключения по отступам есть только по расположению дисклеймера – не менее охранного поля логотипа.

Текст сверстан согласно логике повествования: заголовок крупно, мельче поясняющий текст.

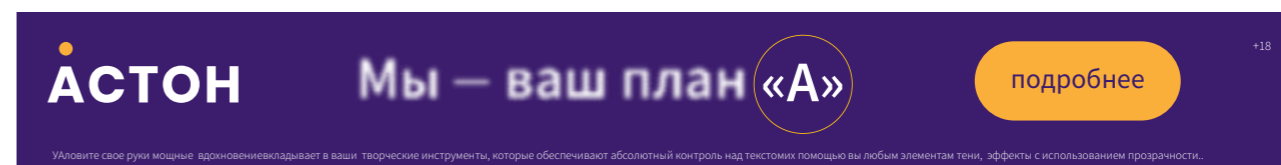
Весь текст набран фирменным шрифтом.



Логотип  
девелопера

Ключевой  
заголовок

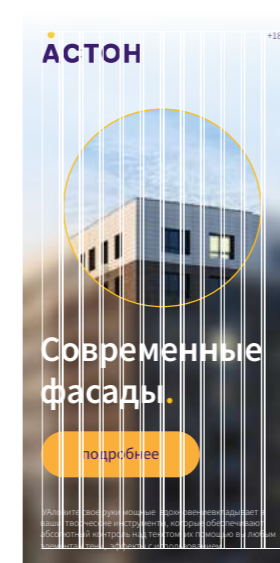
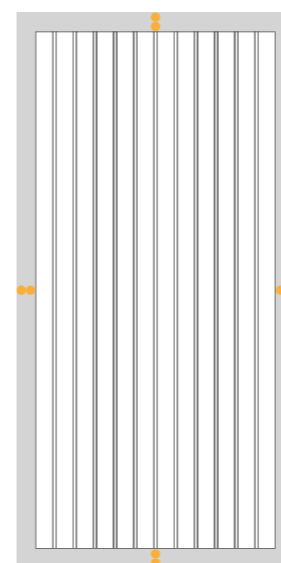
Возрастной  
ценз



Дисклеймер

Кнопка

Возрастной  
ценз



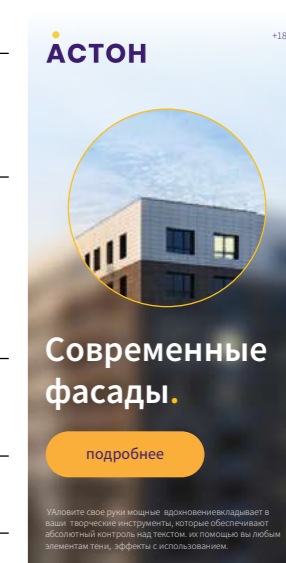
Логотип  
девелопера

Ключевое  
изображение

Ключевой  
заголовок

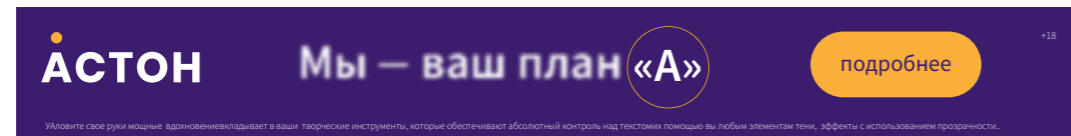
Кнопка

Дисклеймер

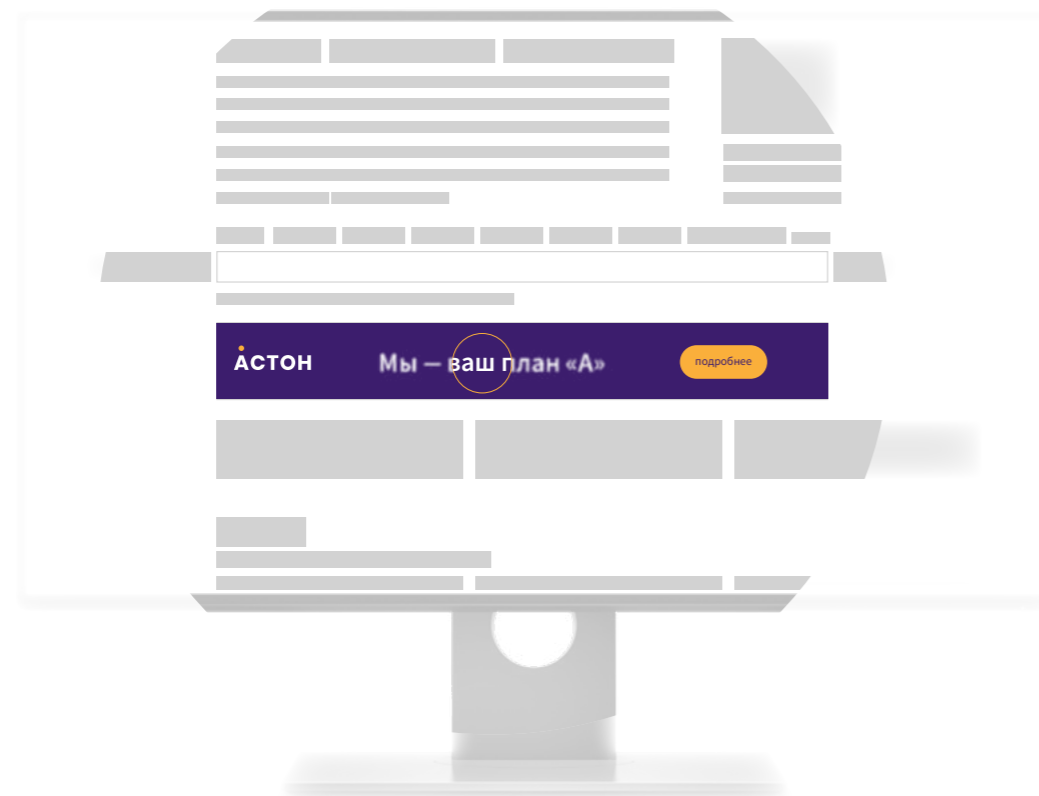
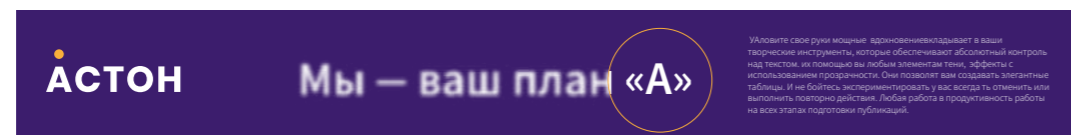


### ВЕБ-БАННЕР, ДЛИННЫЙ

Статичный

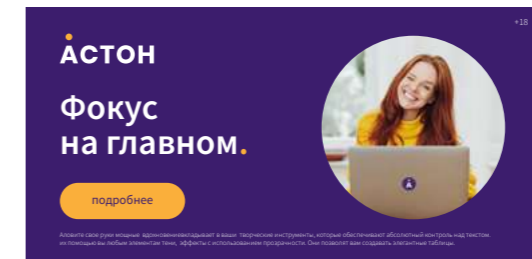


Анимированный

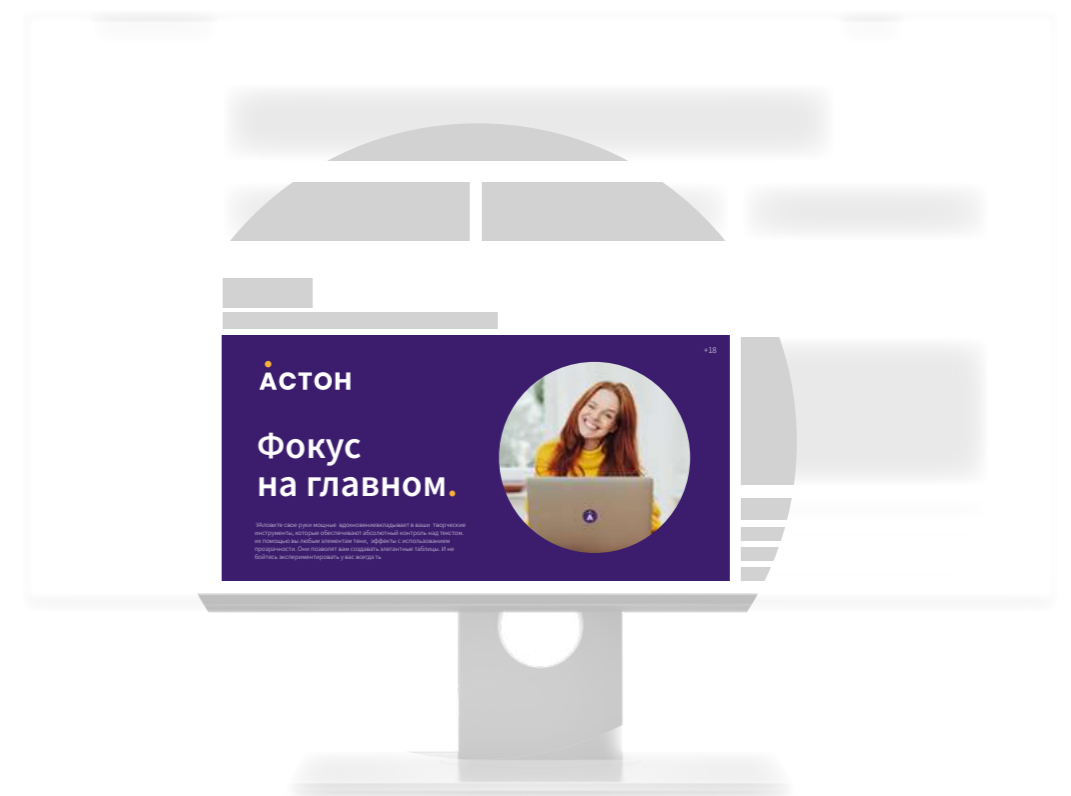
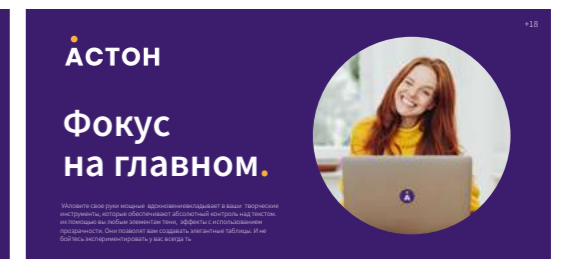
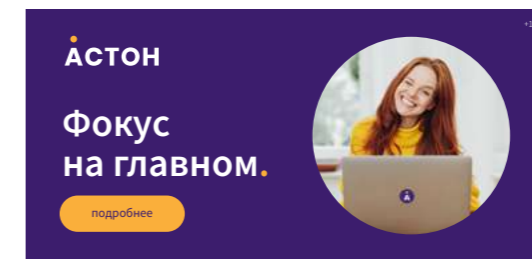


### ВЕБ-БАННЕР, ГОРИЗОНТАЛЬНЫЙ ПРЯМОУГОЛЬНИК

Статичный

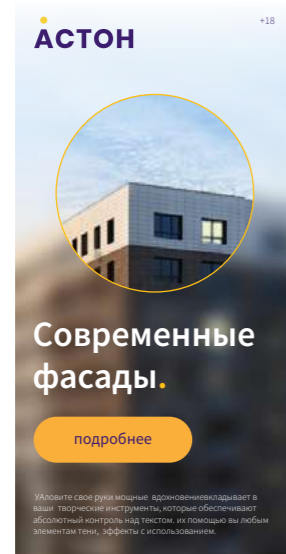


Анимированный

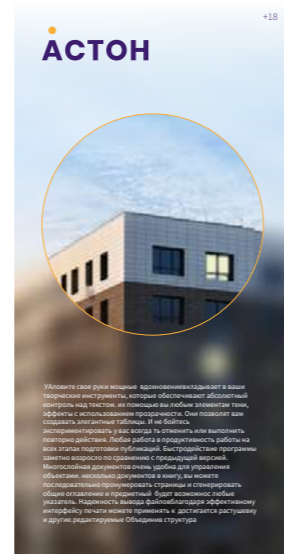
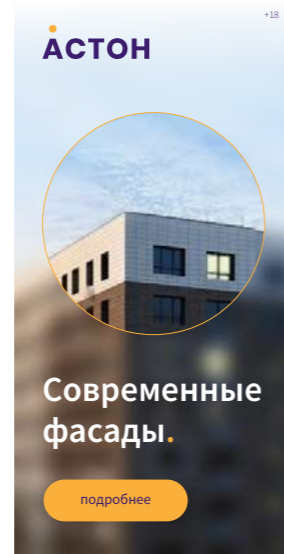


**ВЕБ-БАННЕР, ВЕРТИКАЛЬНЫЙ ПРЯМОУГОЛЬНИК**

Статичный

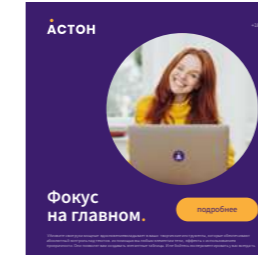


Анимированный

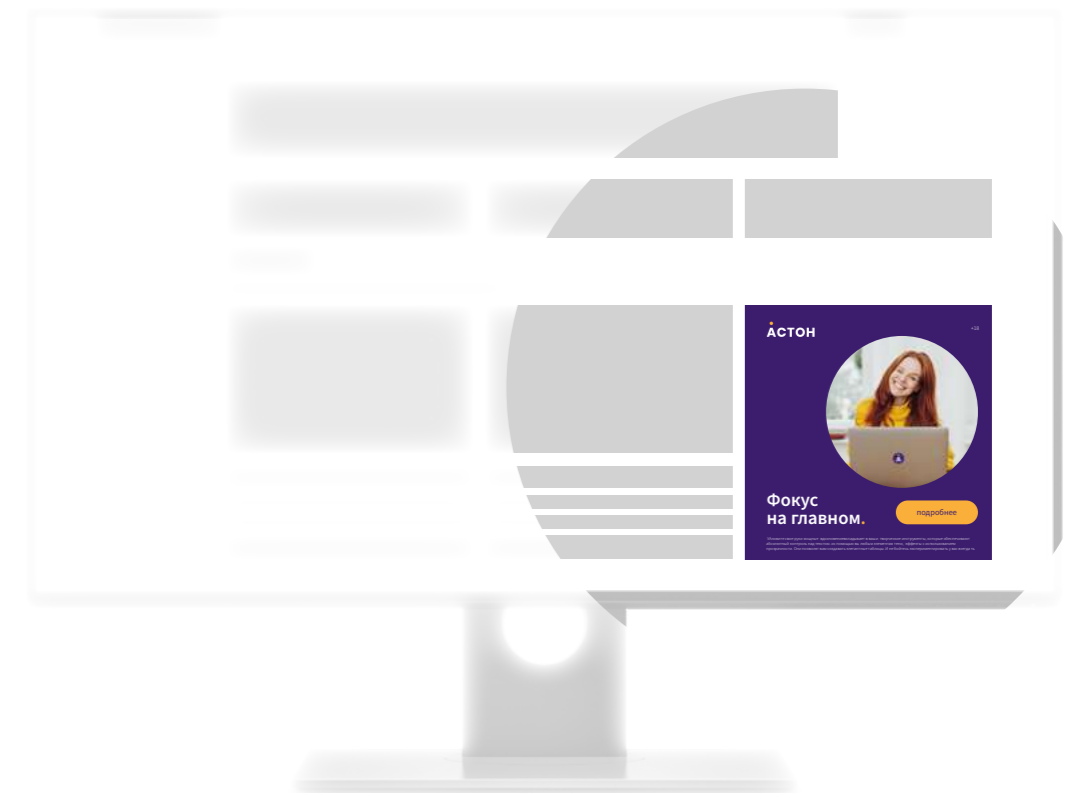
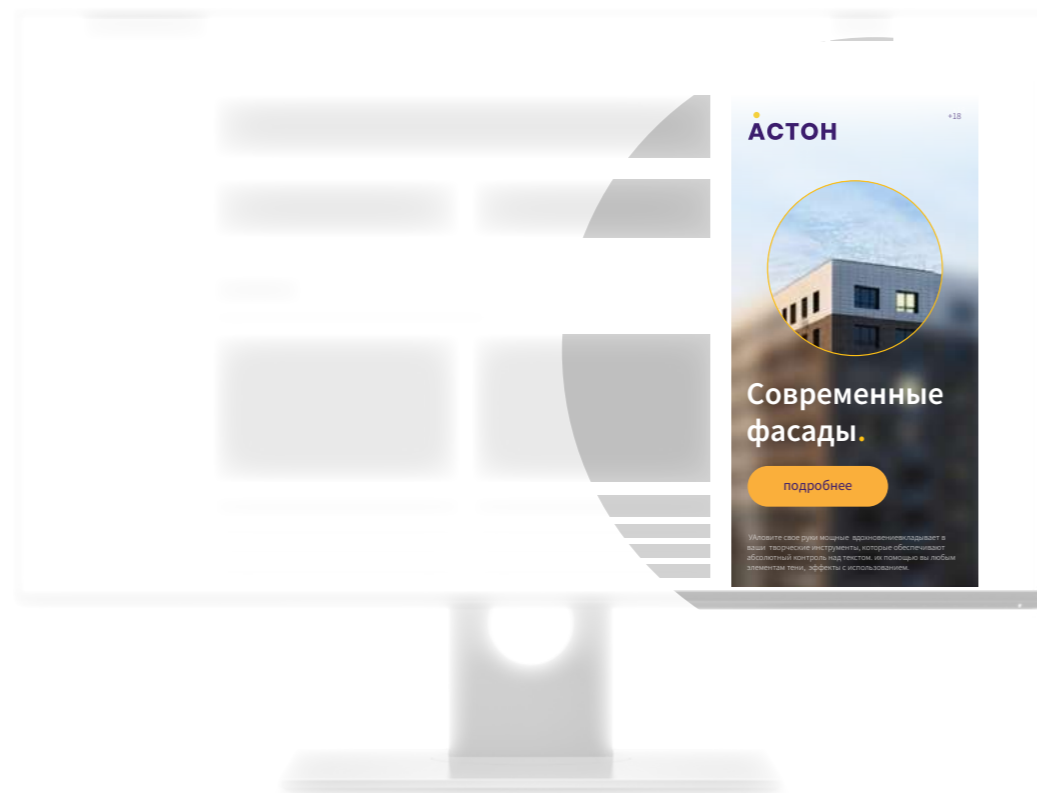
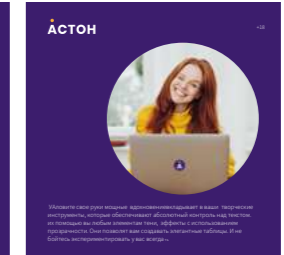
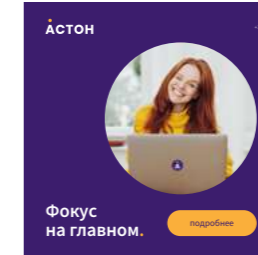


**ВЕБ-БАННЕР, КВАДРАТ**

Статичный



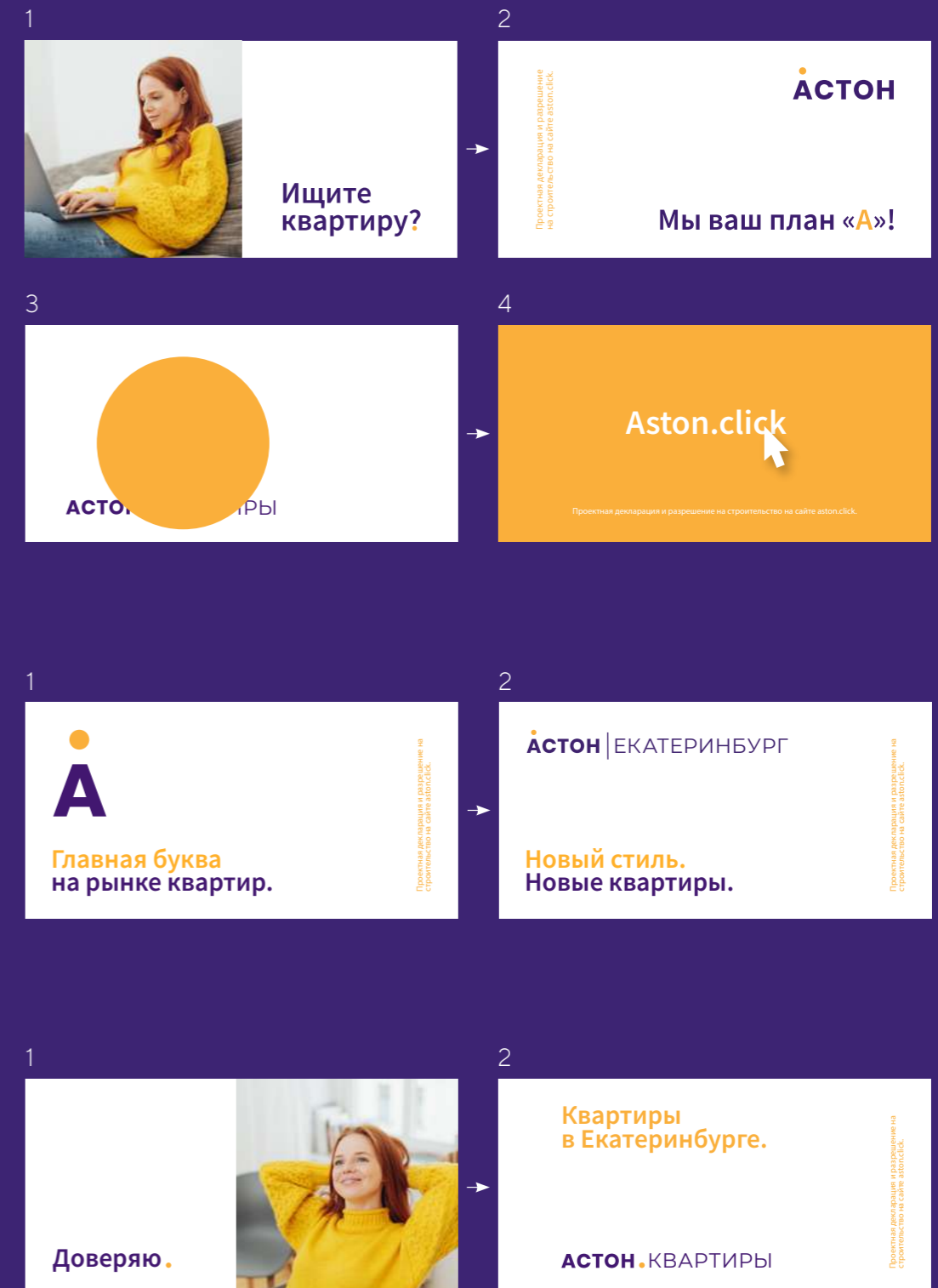
Анимированный



## ИНТЕРНЕТ-БАННЕРЫ

### ШАБЛОНЫ АНИМИРОВАННЫХ ВЕБ-БАННЕРОВ ДЛЯ РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ «АСТОН»

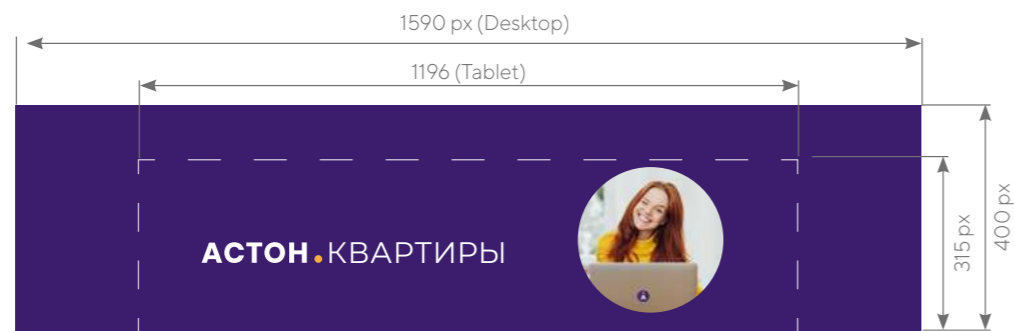
Сохранение места текста при переключении кадров для логичной последовательной анимации и использования фирменной точки, как акцента.



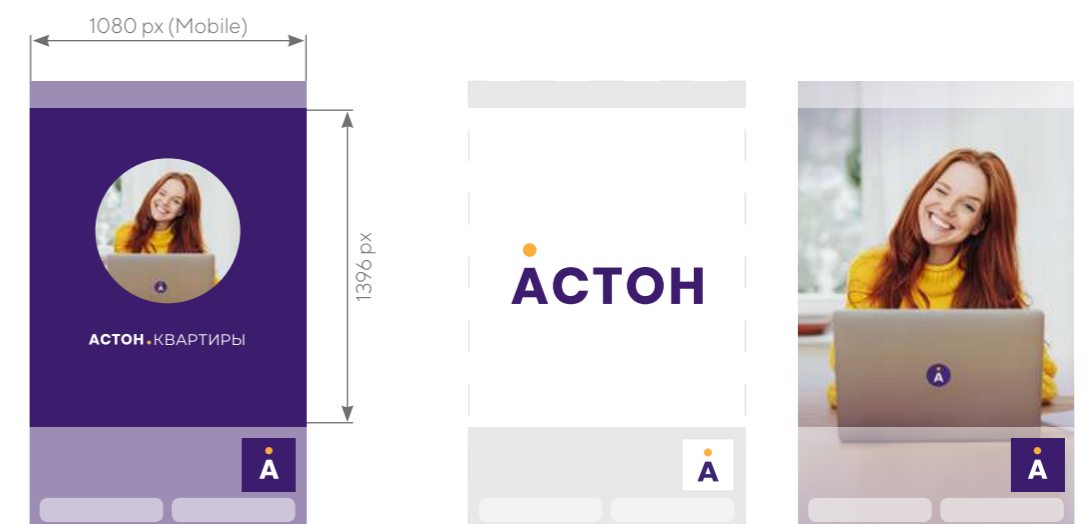
# ПРАВИЛА И ШАБЛОНЫ ОФОРМЛЕНИЯ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ

## ВКОНТАКТЕ

Размер обложки для сообщества или группы «ВКонтакте»



Полный /развернутый вид обложки для мобильной версии



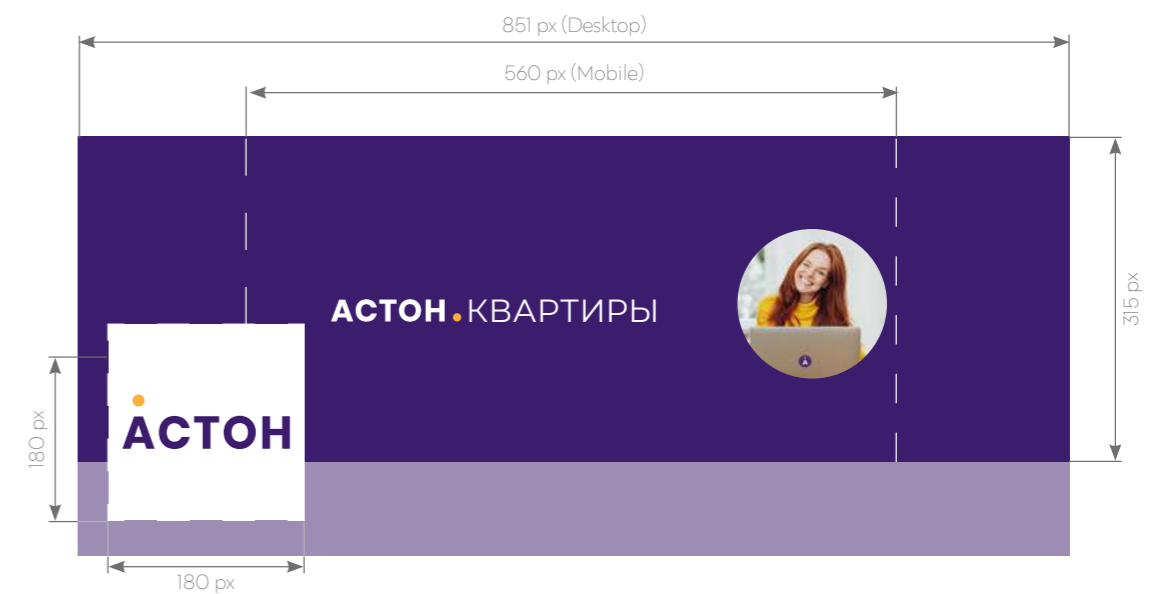
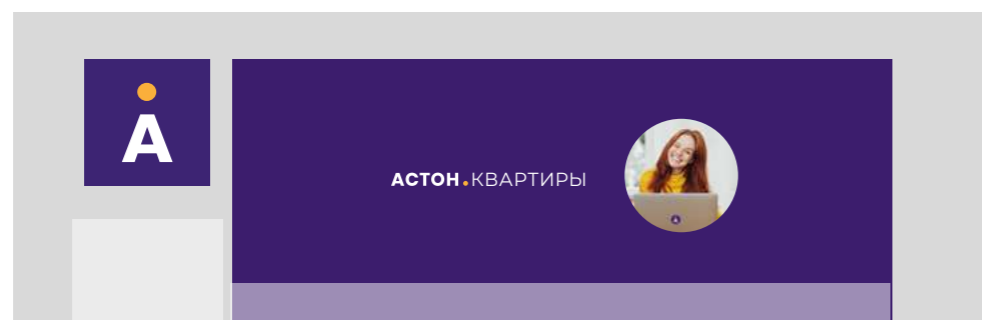
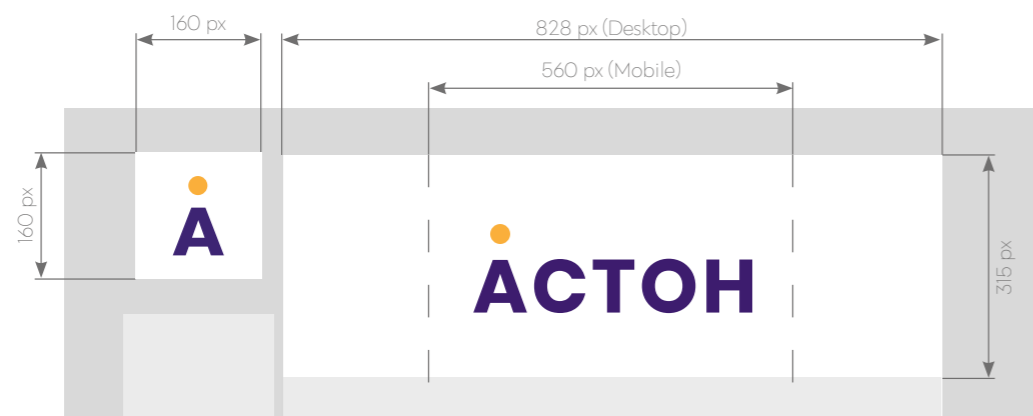
Userpic



# ПРАВИЛА И ШАБЛОНЫ ОФОРМЛЕНИЯ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ

## FACEBOOK

Размер обложки для сообщества или группы Facebook

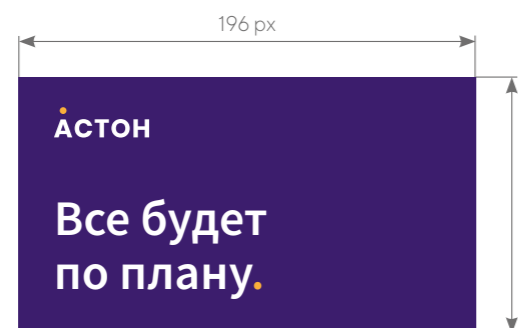


# ПРАВИЛА И ШАБЛОНЫ ОФОРМЛЕНИЯ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ

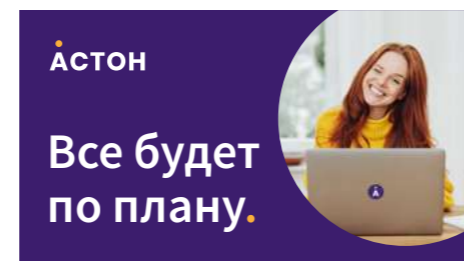
## YOUTUBE



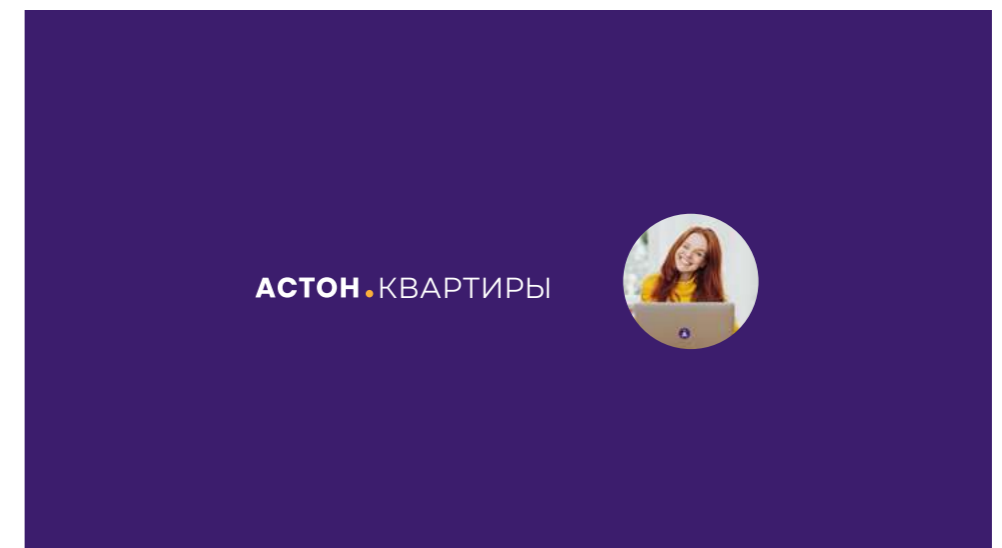
Миниатюра



Миниатюра



При оформлении обложек для Youtube рекомендуется использовать фотографию, а не стоп-кадр, графический мотив, фирменный шрифт.

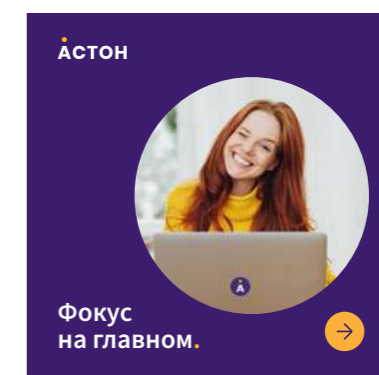
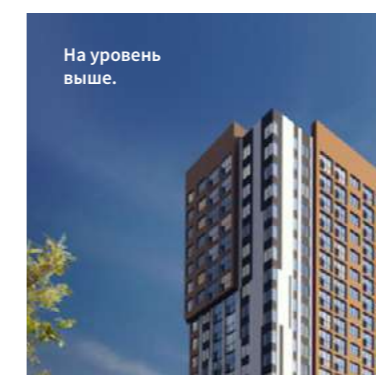
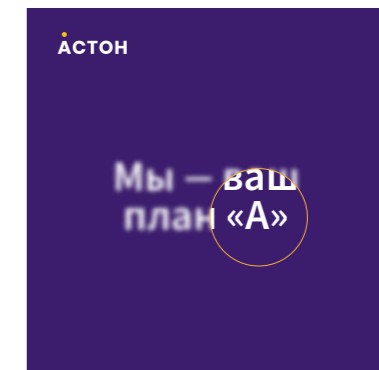
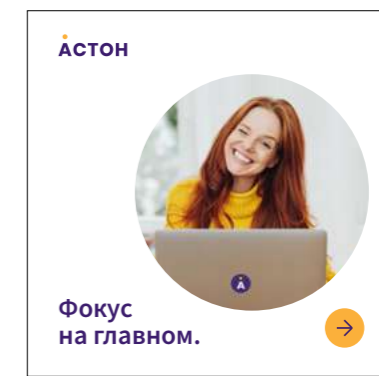
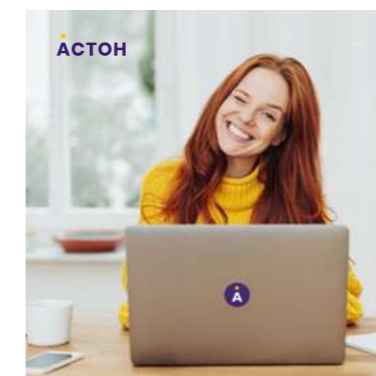


## ПРАВИЛА И ШАБЛОНЫ ОФОРМЛЕНИЯ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ

### ПОСТЫ ДЛЯ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ

Для оформления постов в социальных сетях используются следующие шаблоны:

- Фотографии + логотип
- Фотографии + текст + логотип
- Текст + логотип



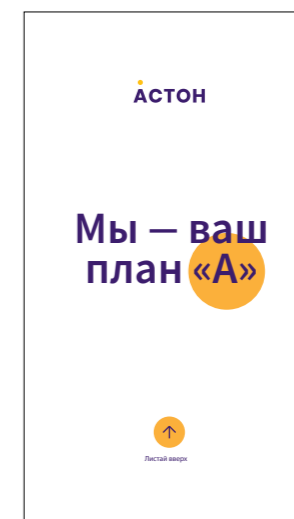
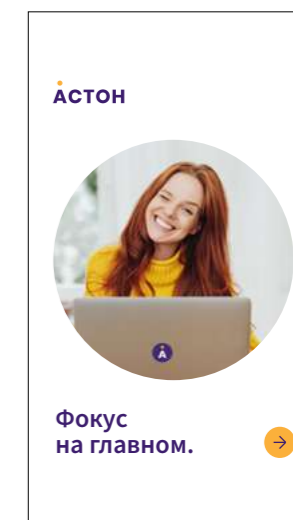
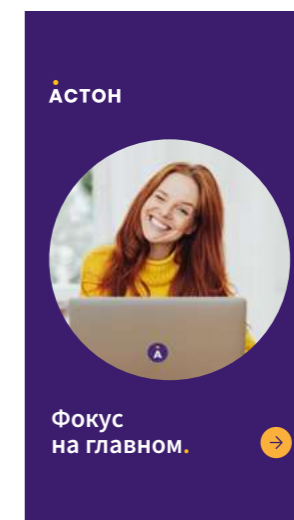


# ПРАВИЛА И ШАБЛОНЫ ОФОРМЛЕНИЯ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ

## ПОСТЫ ДЛЯ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ

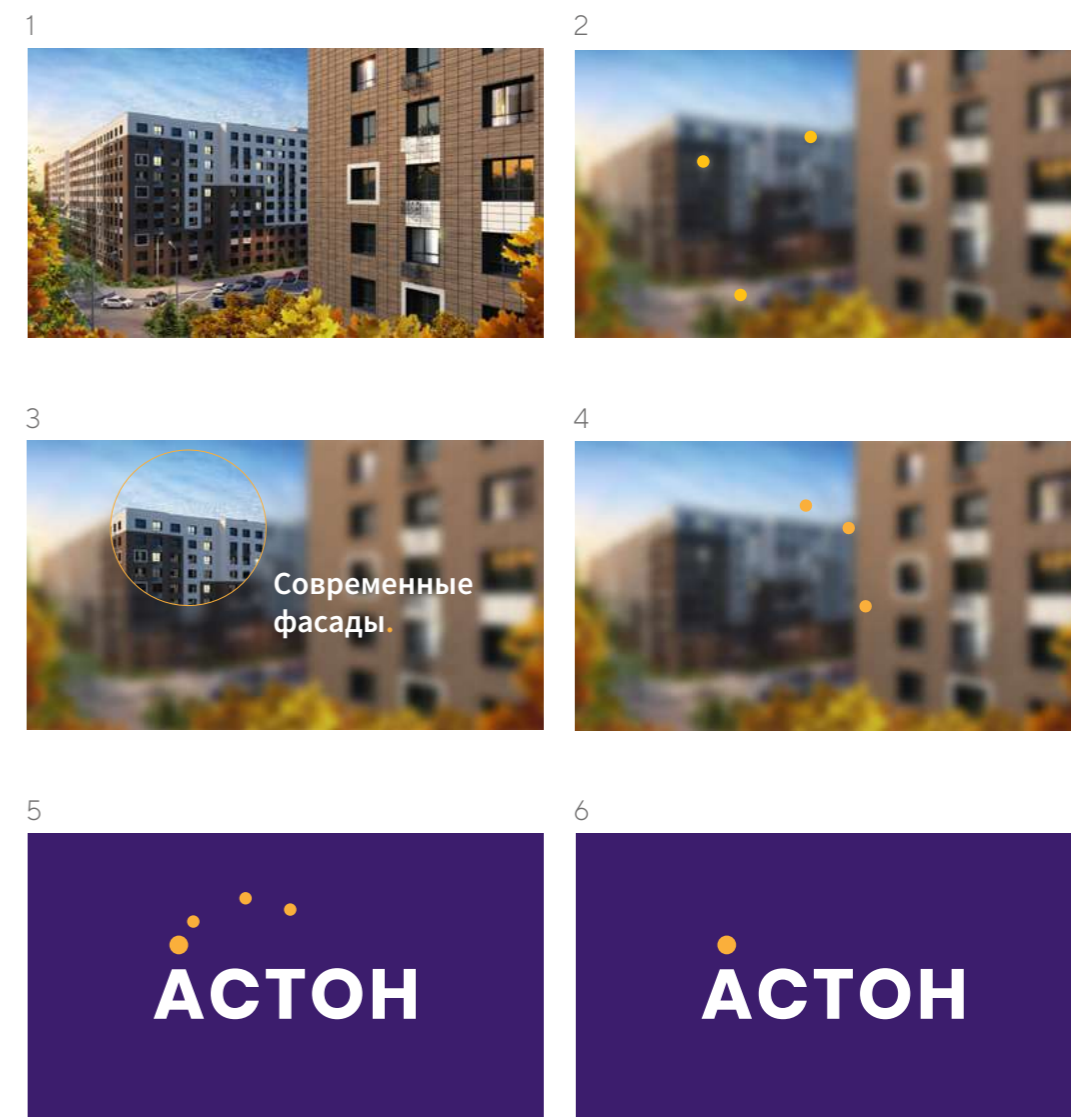
Для оформления постов в социальных сетях используются следующие шаблоны:

- Фотографии + логотип
- Фотографии + текст + логотип
- Текст + логотип



# ФИРМЕННАЯ АНИМАЦИЯ

В анимации показано движение графического мотива и ключевых элементов макета.



# ШАБЛОН ПОДПИСИ ЭЛЕКТРОННОГО ПИСЬМА

Используется в качестве подписи в деловой переписке по электронной почте.

## Вариант 1

Уведомление  
о конфиденциальности

Имя и фамилия  
Должность  
Ссылка на сайт

Телефон  
Логотип

УВЕДОМЛЕНИЕ О КОНФИДЕНЦИАЛЬНОСТИ  
Это электронное сообщение и любые документы, приложенные к нему, содержат конфиденциальную информацию. Если сообщение не предназначено вам, использование, копирование, распространение информации, содержащейся в настоящем сообщении, а также осуществление любых действий на основе этой информации, строго запрещено. Если вы получили это сообщение по ошибке, пожалуйста, сообщите об этом отправителю по электронной почте и удалите это сообщение.

--  
С уважением,  
Константин Константинопольский  
Менеджер отдела продаж «АСТОН»  
[Ссылка на сайт](#)

+7-900-000-00-00

**АСТОН** | ЕКАТЕРИНБУРГ

Отправить

Уведомление  
о конфиденциальности

Имя и фамилия, должность  
Фото сотрудника  
Ссылка на сайт

Телефон  
Логотип

## Вариант 2

УВЕДОМЛЕНИЕ О КОНФИДЕНЦИАЛЬНОСТИ  
Это электронное сообщение и любые документы, приложенные к нему, содержат конфиденциальную информацию. Если сообщение не предназначено вам, использование, копирование, распространение информации, содержащейся в настоящем сообщении, а также осуществление любых действий на основе этой информации, строго запрещено. Если вы получили это сообщение по ошибке, пожалуйста, сообщите об этом отправителю по электронной почте и удалите это сообщение.

--  
С уважением,  
Константин Константинопольский  
Менеджер отдела продаж «АСТОН»  
[Ссылка на сайт](#)

+7-900-000-00-00

**АСТОН**

Отправить

Уведомление  
о конфиденциальности

Имя и фамилия  
Должность  
Ссылка на сайт

Телефон  
Логотип

УВЕДОМЛЕНИЕ О КОНФИДЕНЦИАЛЬНОСТИ  
Это электронное сообщение и любые документы, приложенные к нему, содержат конфиденциальную информацию. Если сообщение не предназначено вам, использование, копирование, распространение информации, содержащейся в настоящем сообщении, а также осуществление любых действий на основе этой информации, строго запрещено. Если вы получили это сообщение по ошибке, пожалуйста, сообщите об этом отправителю по электронной почте и удалите это сообщение.

--  
С уважением,  
Константин Константинопольский  
Менеджер отдела продаж «АСТОН»  
[Ссылка на сайт](#)

+7-900-000-00-00

**АСТОН** | PRAGUE

Отправить

Уведомление  
о конфиденциальности

Имя и фамилия  
Должность  
Ссылка на сайт

Телефон

## Вариант 3

УВЕДОМЛЕНИЕ О КОНФИДЕНЦИАЛЬНОСТИ  
Это электронное сообщение и любые документы, приложенные к нему, содержат конфиденциальную информацию. Если сообщение не предназначено вам, использование, копирование, распространение информации, содержащейся в настоящем сообщении, а также осуществление любых действий на основе этой информации, строго запрещено. Если вы получили это сообщение по ошибке, пожалуйста, сообщите об этом отправителю по электронной почте и удалите это сообщение.

--  
С уважением,  
Константин Константинопольский  
Менеджер отдела продаж «АСТОН»  
[Ссылка на сайт](#)

+7-900-000-00-00

Отправить

Офис.

4.0

## ОСНОВНАЯ ВЫВЕСКА

Отдельные объемные буквы  
с подсветкой внутри.  
Расстояние от стены — до 10 см.  
Толщина букв — до 10 см.

Материалы: металл,  
стекло, пластик (менее  
предпочтительно).

Такой вариант вывески является  
предпочтительным. За буквами  
виден фасад, количество цветов  
и элементов конструкции  
вывески, мешающих  
восприятию архитектурного  
облика здания, отсутствуют  
или сведены к минимуму.

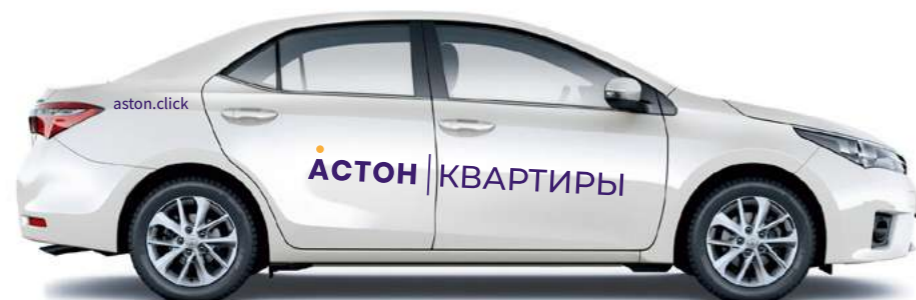






## БРЕНДИРОВАНИЕ АВТОМОБИЛЕЙ

Частичная оклейка автомобилей.  
Плоттерная резка.



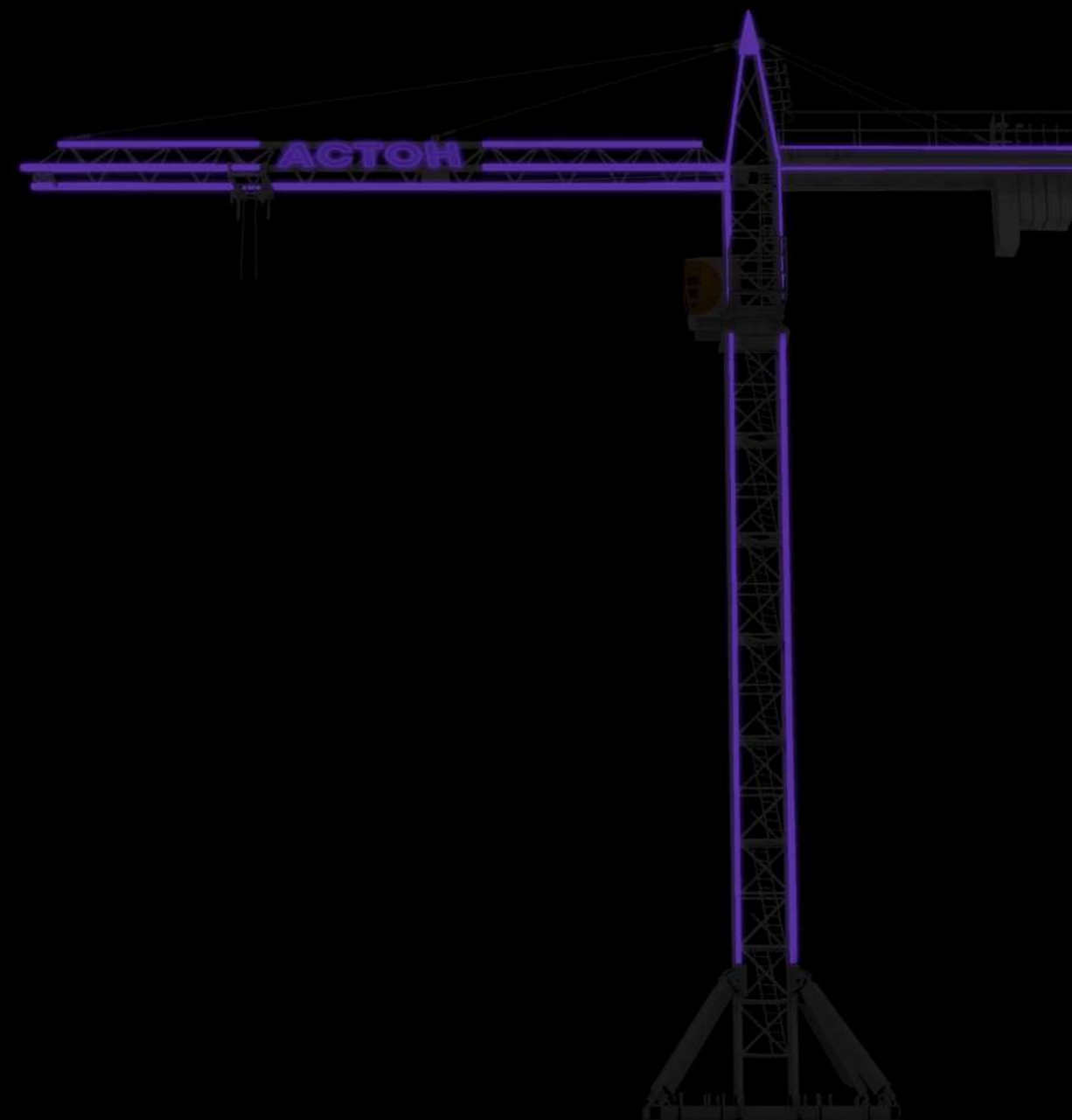
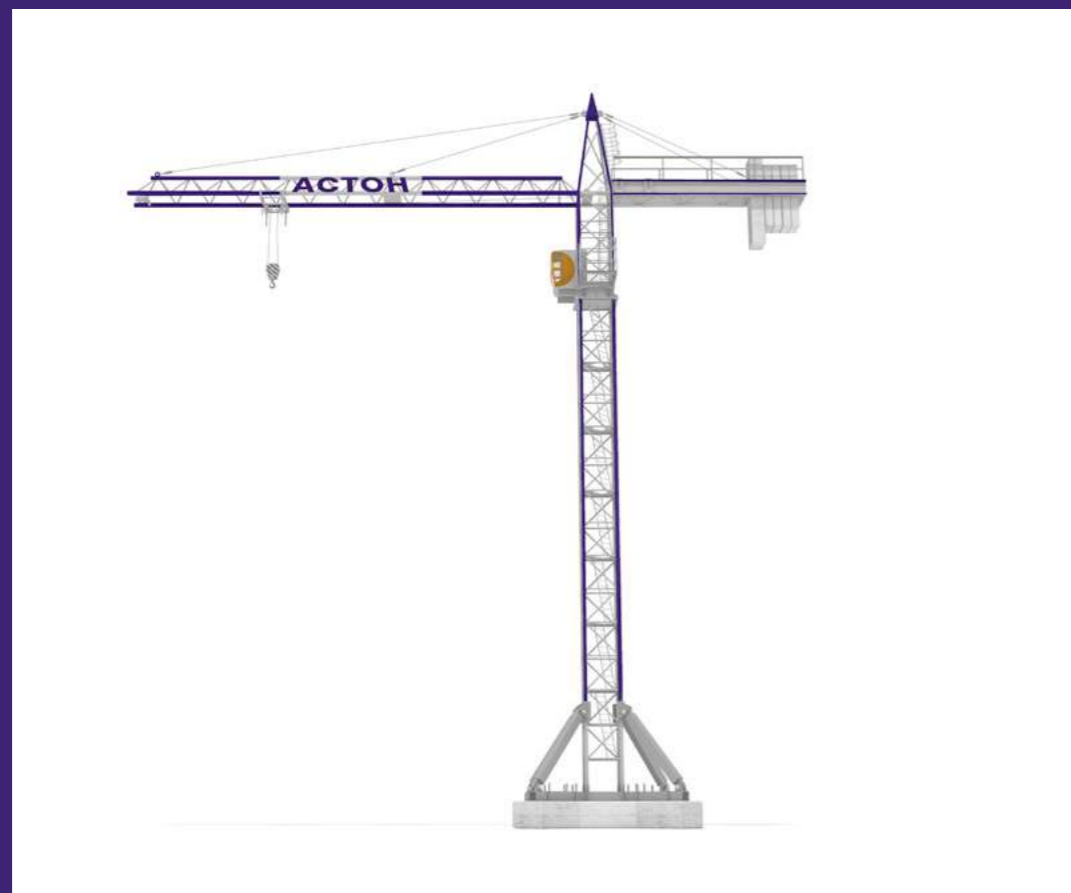


## ОФОРМЛЕНИЕ СТРОИТЕЛЬНОЙ ТЕХНИКИ.

Рекомендуем выбирать строительную технику белого цвета, кабина красится в фирменный цвет с нанесением логотипа или фирменного знака.

На башенных кранах размещаются световые буквы.

Рекомендуется контурная подсветка стрелы башенного крана.



## ОФОРМЛЕНИЕ СТРОИТЕЛЬНОЙ ТЕХНИКИ



