



ВСЕ ДЛЯ
КРОВЛИ И ФАСАДА

**Руководство по использованию
элементов фирменного стиля**

Использование фирменного стиля

Руководство по использованию элементов фирменного стиля – основной документ, регламентирующий визуальный образ компании «Все для кровли и фасада».

В основе фирменного стиля лежат несколько базовых элементов: логотип, цвета, шрифт. Они служат отправной точкой при решении любых оформительских задач. Данное руководство - это инструкция по эксплуатации стиля, позволяющее следить за соблюдением выработанных стандартов. Системное следование стандартам фирменного стиля позволит создать и сохранить единый узнаваемый образ компании «Все для кровли и фасада» среди представителей всех ее целевых аудиторий.

Содержание

О компании «Все для кровли и фасада»	4
Логотип	5
Основной логотип	5
Построение логотипа	6
Монохромная версия логотипа	7
Свободное пространство вокруг логотипа	8
Недопустимые варианты использования логотипа	9
Логотип на фоне	10
Фирменные цвета	11
Фирменные элементы	12
Фирменные шрифты	13
Представительская продукция	15
Визитные карты	15
Бейджи	17
Фирменные бланки	18
Конверты	19
Фирменная папка	20
Фирменные открытки	21
Фирменные приглашения	22
Фирменная продукция	23
Рекламно-информационные материалы	24
Наружное оформление	26
Внутреннее оформление	27
Рекомендации по маркировке спецодежды	28
Рекомендации по маркировке автотранспорта	29

О компании «Все для кровли и фасада»

ООО «Все для кровли и фасада» успешно работает и стабильно развивается на рынке стройматериалов с 1 сентября 2008 года, занимаясь розничной торговлей материалами для отделки кровли и фасада. Компания является официальным представителем крупнейших заводов-изготовителей России.

Главным отличием компании является тот факт, что все материалы поставляются только напрямую с заводов, что позволяет предложить покупателям выгодные цены.

Компания оказывает услуги по монтажу кровельных, фасадных и многих других материалов. Сотрудники «Все для кровли и фасада» - это профессионалы, имеющие серьезный опыт работы в сфере строительства, люди, чутко реагирующие на потребности клиента. Мобильность и техническая оснащенность позволяет выполнять работы высокой сложности, оперативно решать любые производственные вопросы и сдавать в эксплуатацию объекты, качество которых не вызывает сомнений.

Логотип

Основной логотип

Логотип компании представляет собой сочетание трех угловых полос, символизирующих крыши домов и строгое основательное написание названия «Все для кровли и фасада». Он простой, лаконичный и понятный, точно соответствует роду деятельности компании и ассоциируется с уверенностью, надежностью.

Логотип - основа фирменного стиля, главное средство идентификации компании. Он используется на бланках и визитках, в журналах и презентациях, на вывесках, билбордах и др.

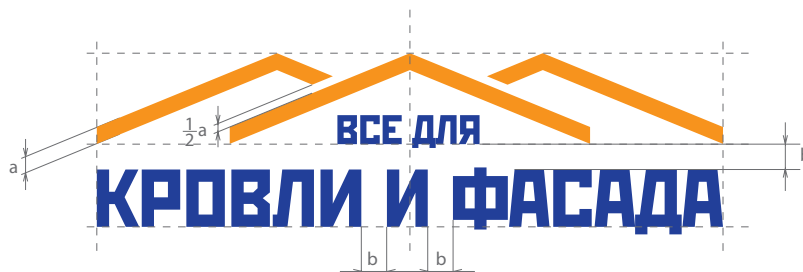


Построение логотипа

Логотип имеет неизменную горизонтальную ориентацию, его пропорции выверены. Знак и основное написание имеют равную ширину и центральную ориентацию друг относительно друга. Надпись «Все для» основного написания расположена внутри центральной фигуры знака, нижние линии их совпадают.

За основу построения знака принята ширина полосы - a . Расстояние между двумя соседними полосами равно половине ширины a .

В основе построения основного написания лежит расстояние b , которому равны вертикальное расстояние между знаком и основным написанием и пробелы между словами в надписи «Кровли и фасада» основного написания.



Монохромная версия логотипа

Этот вариант используется тогда, когда применить цветную печать невозможно, например при отправке факса.



Свободное пространство вокруг логотипа

Вокруг логотипа желательно оставлять свободное пространство и следить за тем, чтобы в него не попадали посторонние элементы.



Недопустимые варианты использования логотипа

Чтобы логотип не терял своей узнаваемости, а его внешний вид соответствовал фирменному стилю, нельзя допускать ошибки при его использовании. Примеры самых распространенных ошибок приведены далее.



Нельзя изменять пропорции логотипа



Нельзя менять взаиморасположение элементов логотипа



Нельзя трансформировать отдельные элементы логотипа



Нельзя произвольно менять цвета элементов логотипа или добавлять обводки



Не допускается наклонное и вертикальное использование логотипа



Нельзя менять шрифт, используемый в логотипе

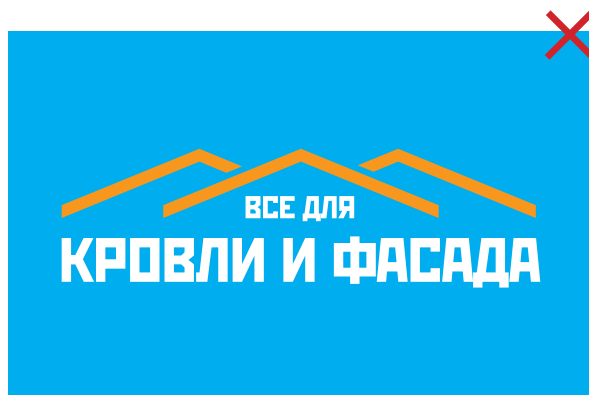
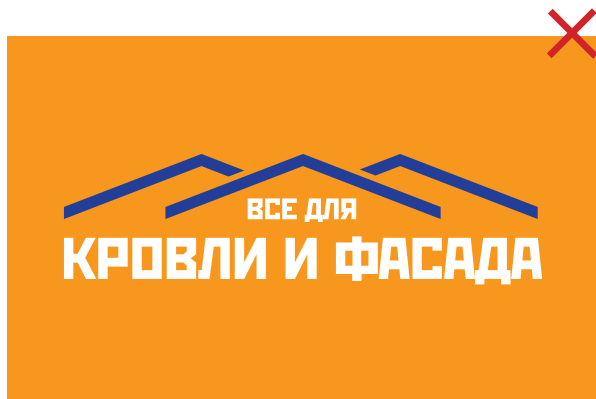
Логотип на фоне



Основной логотип используется только на белом фоне.
Использование плашек цветов, отличных от фирменных, не предусмотрено.



Также выигрышно смотрится решение логотипа на фирменном синем фоне. В этом случае надпись «Все для кровли и фасада» выполняется в белом цвете.



Использование логотипа на оранжевом или другом, отличном от фирменного, фоне нежелательно.

Фирменные цвета

Фирменная палитра компании «Все для кровли и фасада» состоит из 2 цветов, исключая белый. Выбранные цвета соответствуют роду деятельности компании. Обилие белого цвета делает дизайн лаконичным и современным.



Синий

Pantone 2736 C
Oracal 049 King blue

C: 100 R: 35
M: 91 G: 62
Y: 0 B: 153
K: 0



Оранжевый

Pantone 144 C
Oracal 036 Light orange

C: 0 R: 248
M: 48 G: 151
Y: 100 B: 29
K: 0

Кроме основных цветов у компании есть фирменный градиент, который можно использовать в качестве фона для некоторых видов имиджевых носителей (открытки, приглашения).

C: 100 R: 35
M: 91 G: 62
Y: 0 B: 153
K: 0



C: 100 R: 38
M: 100 G: 34
Y: 25 B: 98
K: 25

Фирменные элементы

Для составления информационных носителей и поддержания целостности стиля компании «Все для кровли и фасада» используются фирменные элементы, состоящие из плашки определенной формы фирменного синего цвета с оранжевой окантовкой. Строгие геометрические формы соответствуют направленности на мужскую целевую аудиторию.

Ширина полосы окантовки в макете зависит от размера логотипа и равна двойной толщине полосы знака (2а - см. Построение логотипа). Плашка фирменного элемента может служить формой для размещения фотоматериала.

Возможны 2 варианта композиции фирменного элемента в зависимости от назначения.



Угловой фирменный элемент

Используется в рекламно-информационных и имиджевых носителях.



Прямолинейный фирменный элемент

Используется в представительской продукции.

Фирменные шрифты

В качестве фирменных шрифтовых гарнитур используются RodchenkoCTT и Myriad Pro. Первая используется в написании логотипа и на рекламно-информационных носителях для выделения небольшого объема наиболее важной информации (ключевой фразы, заголовка). Вторая используется как в рекламно-информационной и имиджевой, так и представительской продукции. Применяется в начертаниях Regular, Semibold и Bold.

RodchenkoCTT

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
АВСDEFGHIJKLМNOPQRSTUVWXYZ
АВСDEFGHIJKLМNOPQRSTUVWXYZ
1234567890.,!?"«”№ ;5:*()_ -+=\|@#^&

Myriad Pro Regular

абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя
АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890.,!?"«”№ ;5:*()_ -+=\|@#^&

Myriad Pro Semibold

абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя
АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890.,!?'«»"№;5:*()_ - += \ / @ # ^ &

Myriad Pro Bold

абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя
АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890.,!?'«»"№;5:*()_ - += \ / @ # ^ &

Представительская продукция

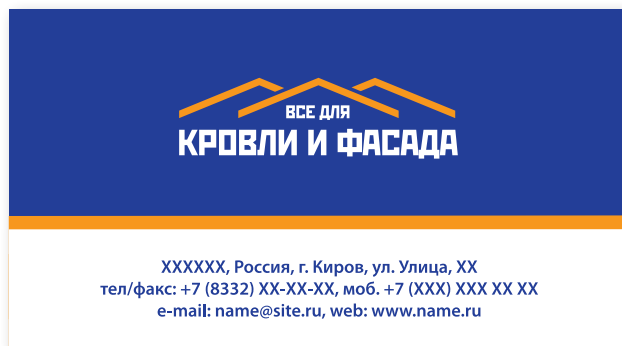
Визитные карты

Визитки могут быть персональными - представляющими конкретного сотрудника - и корпоративными.

На картах используется прямолинейный фирменный элемент, логотип, фирменные цвета.

Корпоративная визитная карточка

Корпоративные визитные карточки используются тогда, когда нужно донести основную информацию о компании. Они обычно раздаются на выставках, презентациях или в офисах.



Контактная информация
Шрифт: Myriad Pro Semibold
Кегль: 7,5 п.
Интерлиньяж: 9 п.
Разрядка: 0

Размер: 90 × 50 мм
Материал: бумага 300 г/м2
Цветность: 4 + 0

Персональная визитная карточка

Персональные визитные карточки вручает лично их владелец.

На них обязательно указываются имя сотрудника, должность, адрес компании, номер телефона, адрес электронной почты и сайт компании.



Имя сотрудника
Шрифт: Myriad Pro Semibold
Кегль: 9 п.
Интерлиньяж: 11 п.
Разрядка: 0
Должность
Шрифт: Myriad Pro Semibold
Кегль: 7,5 п.
Интерлиньяж: 9 п.
Разрядка: 0
Контактная информация
Шрифт: Myriad Pro Semibold
Кегль: 7,5 п.
Интерлиньяж: 9 п.
Разрядка: 0

Размер: 90 × 50 мм
Материал: бумага 300 г/м²
Цветность: 4 + 0

Бейджи

На бейдже указывается имя сотрудника компании и его должность.

Нижняя часть бейджа украшается прямолинейным фирменным элементом.

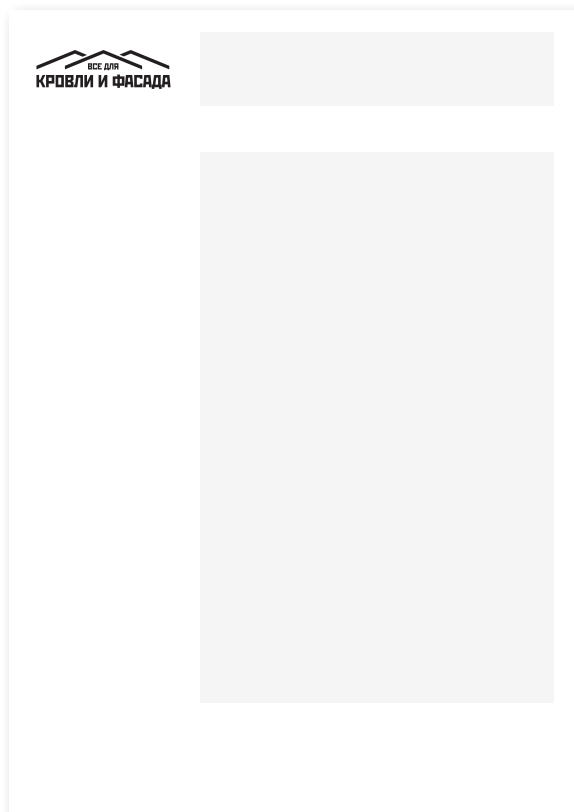
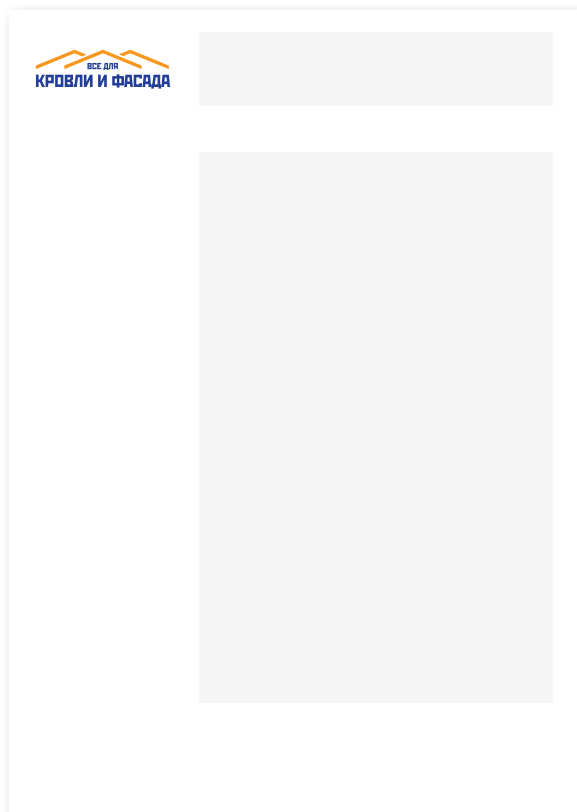


Имя сотрудника
Шрифт: Myriad Pro Semibold
Кегль: 14 п.
Интерлиньяж: 17 п.
Разрядка: 0
Должность
Шрифт: Myriad Pro Semibold
Кегль: 12 п.
Интерлиньяж: 14 п.
Разрядка: 0

Размер: 70 × 85 мм
Материал: пластик
Цветность: 4 + 0

Фирменные бланки

В верхней части располагаются логотип, адресный блок и список реквизитов компании.



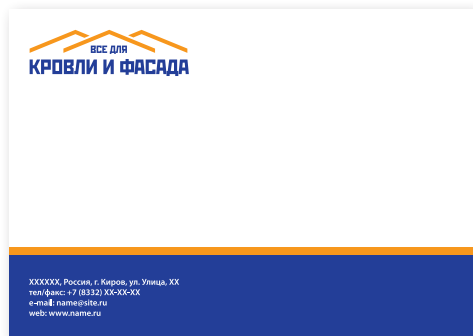
Размер: А4
Материал: офисная бумага

Конверты

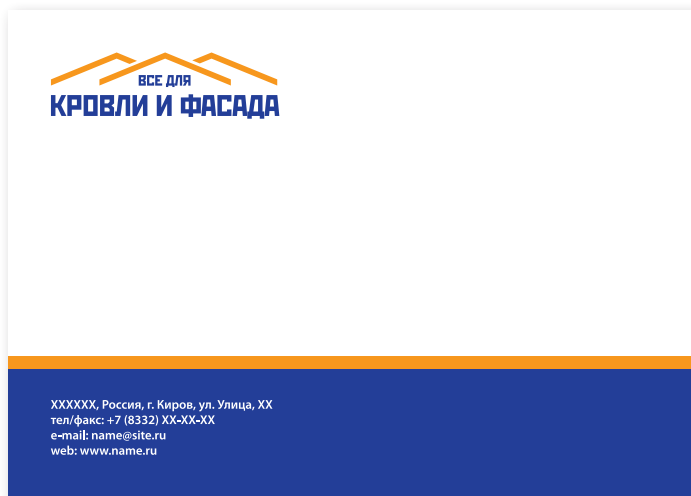
Конверты для ежедневной деловой переписки выглядят строго и лаконично. Используется прямолинейный фирменный элемент.



Конверт DL



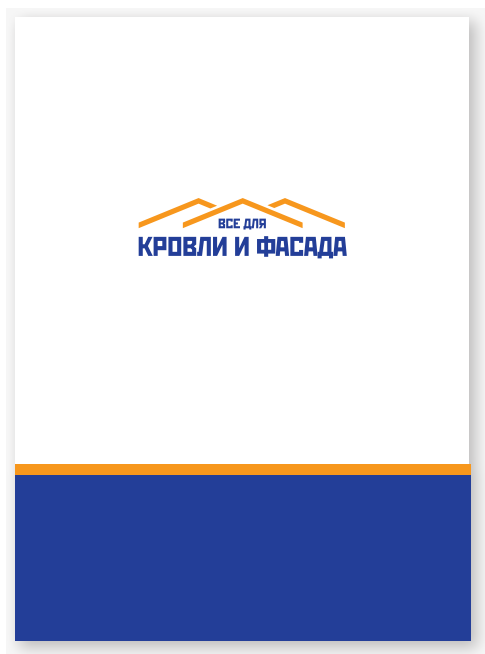
Конверт C5



Конверт C4

Фирменная папка

Лицевая сторона фирменной папки украшается логотипом и прямолинейным фирменным элементом.



Развертка папки

Фирменные открытки

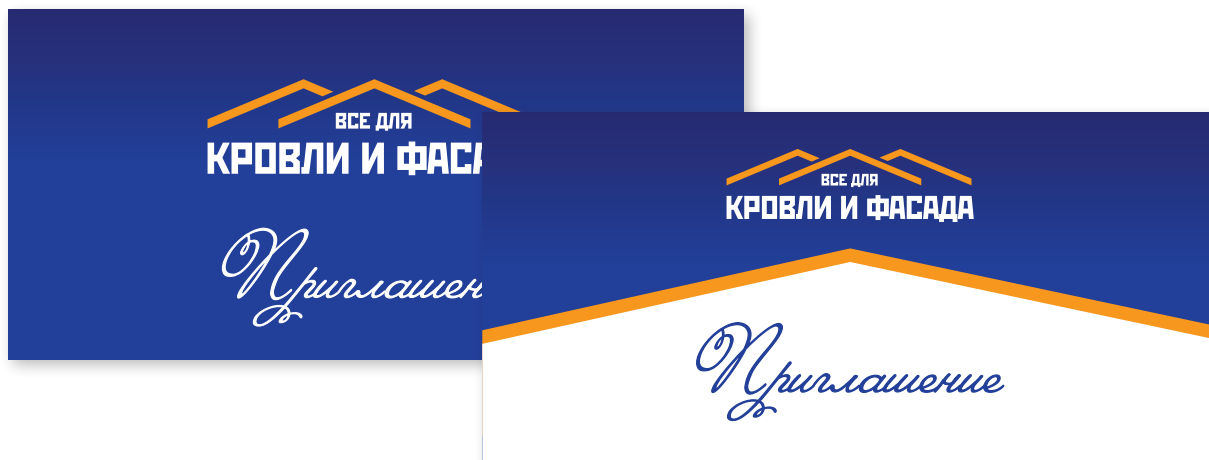
Фирменные открытки евро-формата украшены угловым фирменным элементом, являющимся формой для размещения имиджевого фото, подходящего по смыслу и стилистике. Возможно использование заливки поверхности, свободной от фотоматериала, фирменным градиентом или фирменным цветом. На лицевой стороне расположен логотип, с обратной стороны размещается текстовый блок с контактной информацией.



Пример разворота открытки с использованием фотоматериала

Фирменные приглашения

Фирменные приглашения евро-формата украшены угловым фирменным элементом. Возможно использование полной заливки поверхности фирменным градиентом или фирменным цветом. На лицевой стороне расположен логотип.



Фирменная продукция

Логотип и фирменные элементы применяются при изготовлении фирменной продукции.



Фирменный блокнот с тиснением логотипа



Фирменная ручка с нанесением



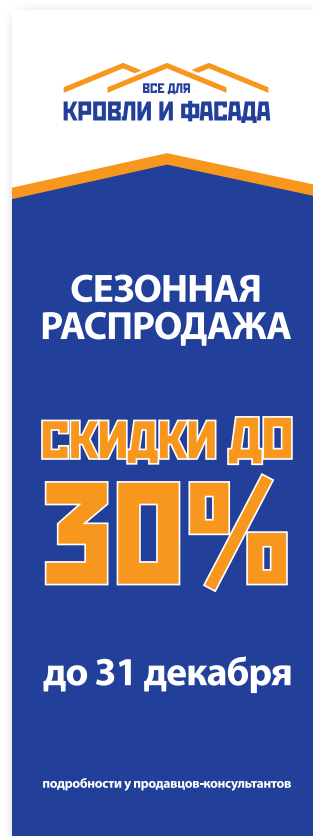
Фирменная кружка с нанесением

Рекламно-информационные материалы

В рекламно-информационных носителях используется угловой фирменный элемент и фирменные шрифты. Информация выравнивается по центру.



Листовка/Постер А-кратного формата



Баннер в X-стенд



**СЕЗОННАЯ
РАСПРОДАЖА!**

СКИДКИ ДО 30%


на металлочерепицу, сайдинг, снегозадержатели,
сварные ограждения, водосточные системы

до 28 февраля!

Подробности акции у продавцов - консультантов и на сайте krovli-fasadi.ru
Производственная 29, 70-46-52, 21-21-17, info@krovli-fasadi.ru

Акция проходит с 1.02.2014 по 28.02.2014. Количество товара ограничено.

Газетный модуль



**СЕЗОННАЯ
РАСПРОДАЖА**

**СКИДКИ ДО
30%**

до 31 декабря


подробности у продавцов-консультантов

Буклет



КУПОН
НА ГИПСОКАРТОН
СПЕЦИАЛЬНАЯ ЦЕНА

188₽
ЗА ЛИСТ
ТОЛЩИНОЙ 9,5ММ
размер листа 2500x1200 мм



СКИДКА
НА ВСЕ МАТЕРИАЛЫ
ДЛЯ ВНУТРЕННЕЙ
ОТДЕЛКИ

3%

купон действителен с 1 по 30 ноября на
материалы для внутренней отделки в
магазине СТРОЙГУД

Купоны

Наружное оформление

Наружное оформление и рекламно-информационные носители выполняются в единой стилистике для поддержания узнаваемости компании.



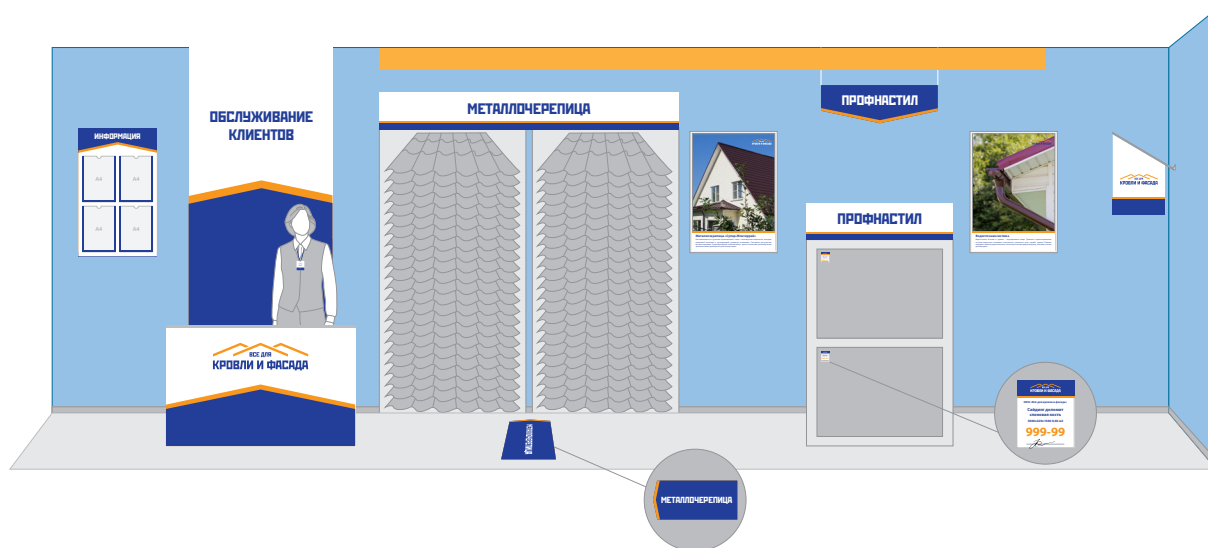
Для наружного оформления торговой точки используются вывески, постеры, режим работы, табличка на дверь «Открыто/Закрыто», штендер, флаг. Также возможно использование декора в виде полосы фирменного синего цвета на входной двери.

На вывесках используется прямолинейный фирменный элемент, отличный от основного. В данном случае оранжевая полоса равна половине ширины полосы знака логотипа (см. «Построение логотипа»). В остальных носителях используется угловой фирменный элемент.

Для размещения рекламной информации в городе используются билборды и сити-формат. На билбордах возможно использование фотоматериала без фирменных элементов. Обязательно использование логотипа, фирменных цветов и шрифтов.

Внутреннее оформление

Во внутреннем оформлении торговых точек соблюдается единая фирменная стилистика.



Место для обслуживания клиентов оборудовано столом, закрытым фартуком. Часть стены за столом закрыта имиджевым фоном. В зале расположена информационная доска с карманами формата А4. Для декора данных носителей используется угловой фирменный элемент.

Для ориентации посетителей используются навигационные таблички в форме углового фирменного элемента, с указанием товарной категории, и фризы, расположенные непосредственно над выкладкой товара. Используется фирменный шрифт RodchenkoСТТ. Таблички выполняются в фирменном синем цвете с оранжевой полосой для привлечения внимания. На фризах используется прямолинейный фирменный элемент для поддержания общей цветовой стилистики. Возможно использование навигационных напольных стикеров фирменного синего цвета с оранжевой полосой.

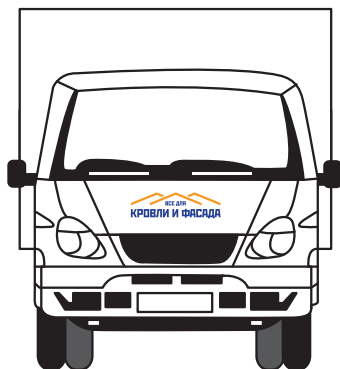
На стенах располагаются рамки с постерами, содержащие информацию о продукции компании и соответствующий фотоматериал. Информация размещается на белой плашке с полосой фирменного оранжевого цвета вверху. Шрифт - Myriad Pro, цвет - фирменный синий. Также на стенах крепятся фирменные флаги с логотипом и прямолинейным фирменным элементом.

Ценники украшаются прямолинейным фирменным элементом. Размер 100x70 мм.

Рекомендации по маркировке спецодежды



Рекомендации по маркировке автотранспорта





г. Киров, 2014