



**APOLLO
MAYER**

БРЕНДБУК

РУКОВОДСТВО
ПО ФИРМЕННОМУ СТИЛЮ
2025



Перед вами брендбук, который описывает правила использования фирменного стиля и посыл компании. Относитесь к нему, как к своду указаний, а не жёстких законов.

СОДЕРЖАНИЕ

1.0 БРЕНД.....	02	2.0 ЛОГОТИП И ЛОГОЗНАК....	07	3.0 ЦВЕТОВАЯ СИСТЕМА.....	25	7.0 ПЕЧАТНЫЕ НОСИТЕЛИ.....	38
1.1 О компании.....	03	2.1 Логотип и логознак.....	08	3.1 Цвета, Общие.....	26	7.1 Визитка.....	39
1.2 Миссия.....	04	2.2 Построение логотипа.....	09	3.2 Цвета RGB.....	27	7.2 Общий визуальный вид.....	40
1.3 Ценности - tone of voice.....	05	2.3 Значение и символика логотипа.....	10				
1.4 Позиционирование.....	06	2.4 Масштабируемость.....	11	4.0 ШРИФТОВАЯ СИСТЕМА....	28	8.0 СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ.....	42
		2.5 Цвета.....	12	4.1 Фирменные шрифты.....	29	8.1 Отступы.....	43
		2.6 Использование логотипа в макетах.....	13	4.2 Примеры использования.....	30	8.2 Instagram посты и сторис.....	44
		2.7 Не рекомендуется.....	14			8.3 VK.....	45
		2.8 Логознак. Значение и символика.....	15	5.0 ЭЛЕМЕНТЫ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ.....	31	8.4 Размеры макетов.....	46
		2.9 Логознак. Принципы использования.....	16	5.1 Элементы стиля.....	32	8.5 Размеры макетов Instagram.....	47
		2.10 Не рекомендуется.....	17	5.2 Иконки.....	33	8.6 Размеры макетов VK.....	48
		2.11 Логознак в миссии.....	18	5.3 Не рекомендуется.....	35	8.7 Примеры ресайзов.....	49
		2.12 Фирменный блок.....	19			8.8 Фотографии.....	50
		2.13 Примеры использования.....	20	6.0 ПРИНЦИПЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЭЛЕМЕНТОВ СТИЛЯ В МАКЕТАХ....	36	9.0 ПРЕЗЕНТАЦИЯ.....	50
		2.14 Не рекомендуется.....	21	6.1 Фирменные формы.....	37	9.1 Презентация.....	51
		2.15 Использование цвета.....	23				
		2.16 Не рекомендуется.....	24			10.0 САЙТ.....	52
						10.1 Сайт.....	53

1.0 БРЕНД



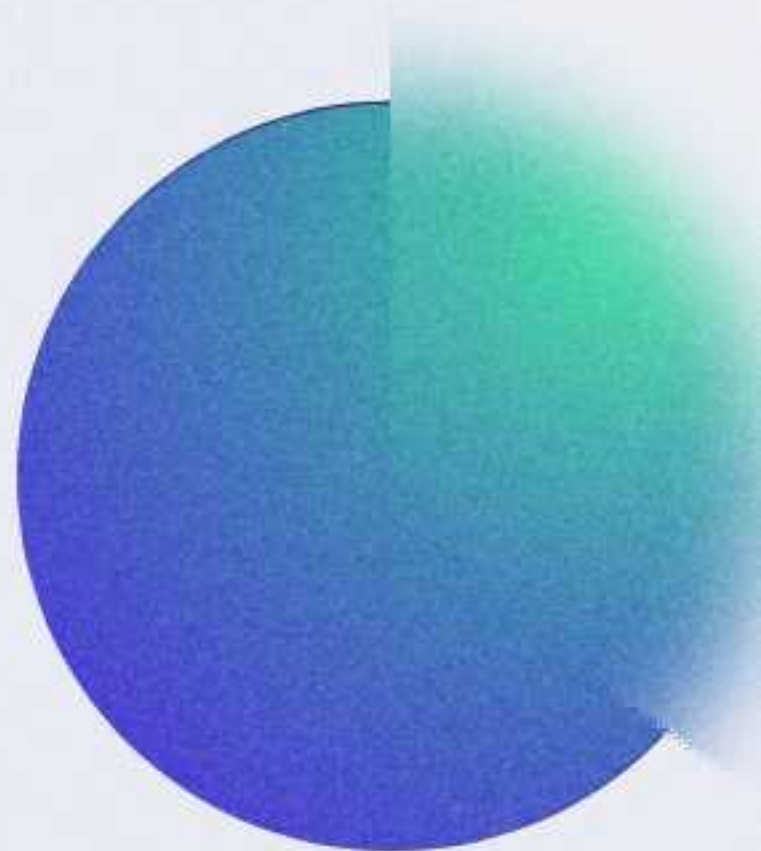
1.1 О Компании

Apollo Mayer - это креативное рекламное агентство, основанное в 2022 году и базирующееся в России.

Агентство специализируется на разработке и реализации эффективных маркетинговых стратегий для бизнеса любого масштаба.

Предлагает широкий спектр услуг, от брендинга и веб-разработки до SMM и digital-маркетинга. Команда профессионалов с опытом в различных отраслях, обеспечивает клиентам индивидуальный подход и качественные решения.

Apollo Mayer стремится стать надежным партнером для своих клиентов, помогая им достигать поставленных бизнес-целей.





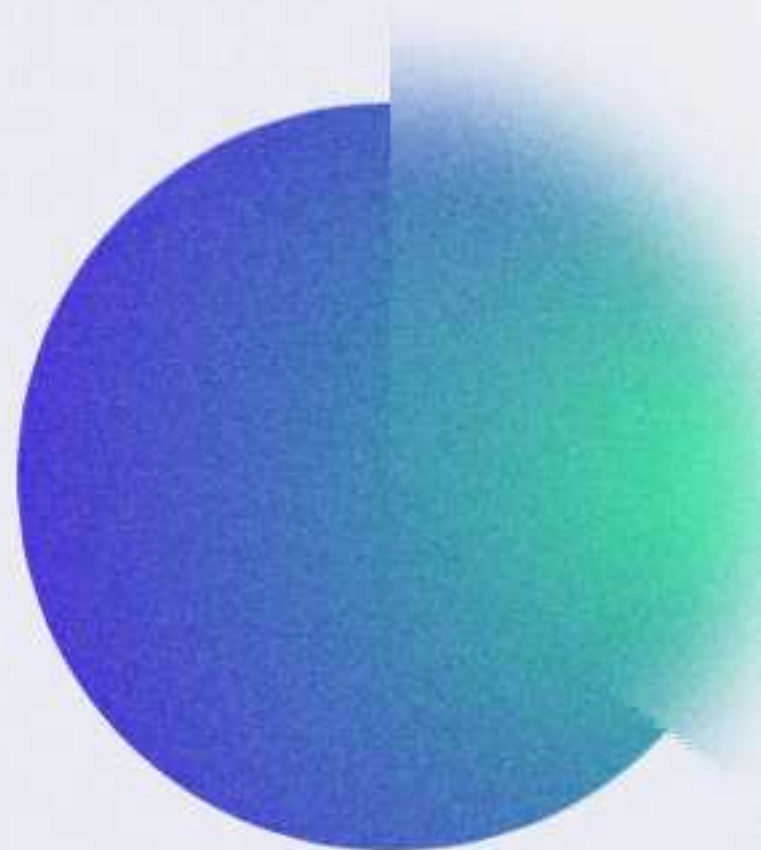
1.2 Миссия

Миссия Apollo Mayer - помогать бизнесу расти и процветать, используя креативный подход и эффективные маркетинговые инструменты.

Агентство стремится не просто создавать рекламу, а разрабатывать стратегии, которые приносят реальные результаты и способствуют развитию брендов.

Apollo Mayer стремится стать для клиентов не просто исполнителем, а надежным партнером, который понимает их потребности и помогает им достигать успеха.

Основной посыл — “мы растем - когда растете вы”.





1.3 Ценности - Tone Of Voice

Apollo Mayer руководствуется следующими ключевыми ценностями:

- **Креативность:** Стремиться к нестандартным решениям и инновационным подходам в каждой кампании.
- **Результативность:** Ориентир на достижение конкретных и измеримых результатов для своих клиентов, используя современные инструменты аналитики.
- **Индивидуальный подход:** Разработка стратегии, учитывая специфику каждого бизнеса и его цели, избегая шаблонных решений.
- **Профессионализм:** Команда Apollo Mayer состоит из опытных специалистов, которые постоянно развиваются и следят за последними тенденциями в маркетинге.
- **Ответственность:** Агентство несет ответственность за качество своей работы и стремится к долгосрочным партнерским отношениям с клиентами.
- **Честность:** Придерживаться прозрачных и открытых отношений со своими клиентами, предлагая честные и адекватные решения.



1.4 Позиционирование

Apollo Mayer позиционирует себя как креативное и результативное рекламное агентство, способное помочь бизнесу любого размера достичь своих целей. Агентство предлагает полный спектр маркетинговых услуг, от брендинга до digital-маркетинга, разрабатывая индивидуальные стратегии, основанные на анализе и креативности.

Apollo Mayer нацелен на клиентов, которые ищут надежного партнера для развития своего бизнеса и готовы к смелым и инновационным решениям. Агентство стремится не просто создавать рекламу, а строить сильные бренды и помогать клиентам расти на рынке.

Заявление о позиционировании:

Apollo Mayer – стратегическое рекламное агентство, которое выводит бренды на орбиту. Мы используем передовые идеи и творческую силу, чтобы вывести ваше сообщение за рамки обычного маркетинга, обеспечивая непревзойденное воздействие и измеримые результаты.



2.0

ЛОГОТИП И ЛОГОЗНАК

2.1 Логотип и логознак

Основой визуального языка Apollo Mayer являются: логотип (комбинированный) и логознак (уникальная графическая форма / эмблема).

Логотип и логознак могут использоваться в макетах совместно.

Компоновка логотипа и логознака не является фиксированной, а зависит от макета.

Состоит из двух частей/слов создающих единую композицию. В макетах может использоваться отдельно от логознака



Является фирменной эмблемой. Также используется как графический элемент, являющийся неотъемлемой частью экосистемы бренда. В некоторых случаях может быть модифицирован (форма, масштаб, компоновка) в зависимости от носителя.

2.2 Построение логотипа



Логотип представляет собой комбинацию надписи и графических элементов состоящую из двух печатных слов с закругленными краями "Apollo Mayer", имеющих одинаковое начертание, и графических элементов выступающих из слова "Mayer", и также создающих в нём пустое пространство, как бы проходящих сквозь всё слово.

2.3 Значение и символика логотипа

1. Аполлон:

- Историческая справка: «Аполлон» немедленно вызывает ассоциации с историческими миссиями NASA Apollo, мгновенно ассоциируя агентство с амбициями, новаторскими инновациями и достижением, казалось бы, невозможных целей. Это означает приверженность агентства смелым, дерзким кампаниям, которые достигают звезд.
- Стратегический охват: миссия Apollo заключалась в том, чтобы «идти туда, где еще не ступала нога человека». Как агентство, Apollo Mayer стремится продвигать клиентов на неизведанные территории маркетинга и создания бренда.

2. Майер: Добавляет ощущение персонализированного опыта, придавая названию более человеческий оттенок.

Логотип «Apollo Mayer» имеет закруглённые формы шрифтовой части логотипа отсылают к визуально обтекаемым формам космического корабля.

И фиолетовые модули встроенные в шрифт, являются его частями.



Общая символика:

Логотип передает:

- Инновации: Агентство находится на передовой рекламного рынка, используя новые стратегии и подходы для достижения прорывного успеха.
- Амбициозные цели: Apollo Mayer не соглашается на посредственность. Агентство стремится достичь выдающихся результатов.
- Стратегическое мышление: так же, как миссии «Аполлон» требовали тщательного планирования и реализации, агентство предоставляет стратегическое руководство, помогающее брендам достигать своих целей.
- Охват: название и логотип передают идею расширения границ горизонтов и охвата новой аудитории.
- Авторитет: Название Apollo внушает уважение и предполагает, что агентство обладает значительным опытом.

2.4 Масштабируемость

Логотип масштабируется в рх только
в соотношении сторон кратным 4

APOLLO
MAYER

APOLLO
MAYER

APOLLO
MAYER

APOLLO
MAYER

2.5 Цвета

Логотип можно использовать в фирменных: фиолетовом, зеленом, черном и белом цветах. Допустимо использовать полностью белую версию на затемненных фонах и полностью цветную, на чистом фоне. Должна оставаться хорошая читаемость.

Но в приоритет ставим варианты:
черный + фиолетовый
белый + фиолетовый



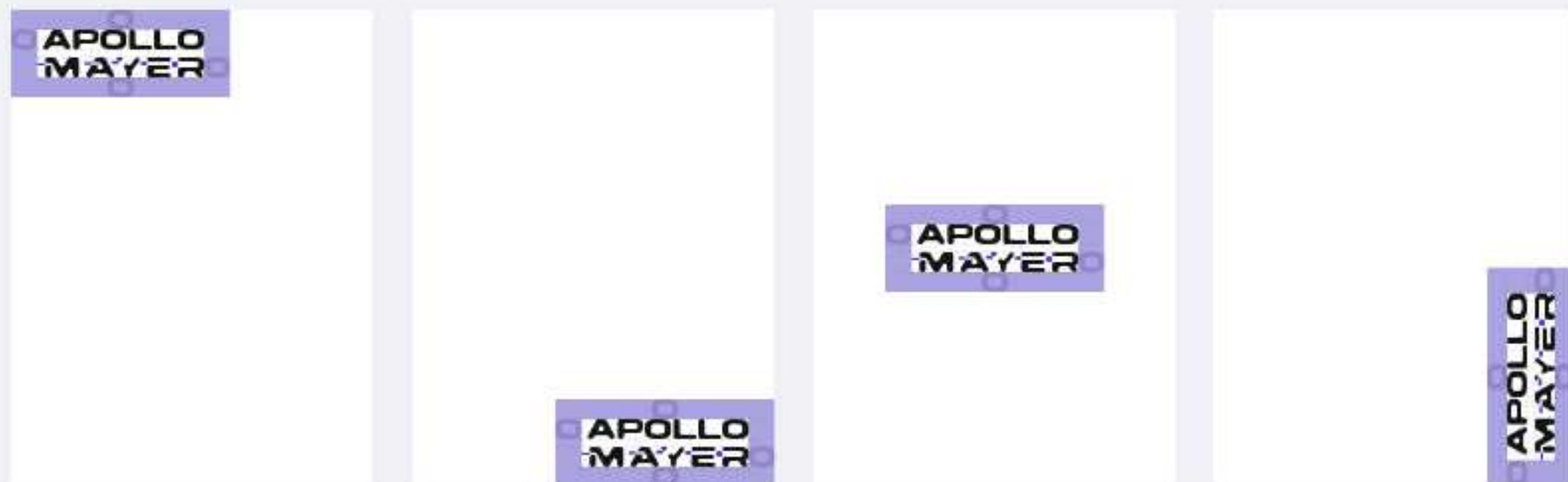
черный + фиолетовый



белый + фиолетовый

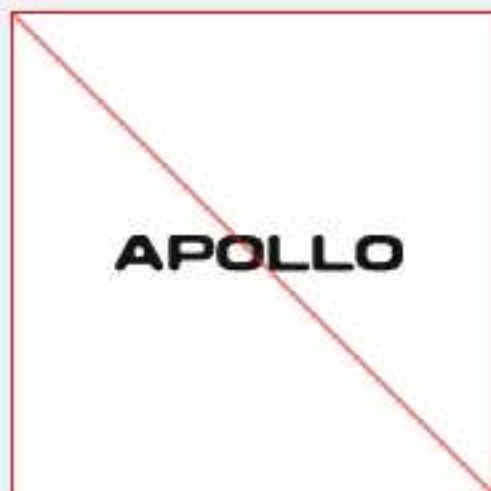


2.6 Использование логотипа в макетах



Размещения логотипа в макетах:
чаще всего он располагается в углах,
но бывают случаи, когда логотип
располагается и по центру макета

2.7 Не рекомендуется



Использовать только одну часть логотипа



Переставлять или изменять компоненты логотипа



Логотип всегда одного или двух цветов. Окрашивать элементы в разные цвета запрещается



Запрещается механически растягивать, искажать или как-то деформировать логотип

2.8 Логознак. Значение и символика

Используется в виде краткой версии логотипа (фавикон) или как декоративный элемент фирменного стиля. В макетах он работает как графический элемент (в масках, коллажах и паттернах)

Символика логознака:

- Орбиты (Белые Дуги):
 - Стратегическая орбита: Белые дуги, символизируют орбиты планет и небесных тел. Это представляет стратегический подход агентства: тщательное планирование и направление брендов в оптимальную позицию для успеха, гарантируя, что они идеально расположены для резонанса с целевой аудиторией.
 - Непрерывное движение и рост: Орбиты также представляют собой непрерывный импульс, рост и непрерывную эволюцию бренда. Агентство подчеркивает адаптивность и устойчивую производительность.
- Звезда (Центральный Элемент):
 - Бренд как звезда: звездообразный элемент в центре логотипа символизирует сам бренд, излучающий энергию, блеск и привлекающий внимание. Бренд не просто присутствует; он сияет.
 - Направленность: Концы звезды символизируют движение и расширение, символизируя стремление агентства помогать брендам расти и достигать новых горизонтов.
- Космический фон (темный):
 - Огромный потенциал: темный фон вызывает ассоциации с необъятностью пространства, символизируя безграничный потенциал рынка и каждого бренда.
 - Стратегический фокус: темный фон акцентирует внимание на элементах логотипа.
- Контейнер (квадратный с закругленными углами)
 - Защита: Агентство заботится о вашем бренде и защищает его.

Общее значение:

Логознак Apollo Mayer эффективно передает идею стратегического рекламного агентства, которое понимает, как продвигать бренды на позиции известности и устойчивого успеха.

Он говорит о:

- Стратегическое видение: способность агентства определять курс для брендов, направляя их на правильную орбиту для максимального воздействия.
- Величие бренда: способность агентства раскрывать и усиливать уникальные качества, которые делают бренд ярким.
- Инновации и креативность: стремление разрабатывать кампании, которые будут столь же захватывающими и впечатляющими, как чудеса космоса.
- Длительное воздействие: способность агентства разрабатывать стратегии и кампании, которые гарантируют, что ваш бренд запомнят.



Цель логознака – передать компетентность и видение, креативность и инновации, долгосрочное планирование и устойчивые результаты.

2.9 Логознак. Принципы использования

В большинстве случаев в макетах логознак придвинут к левому краю, и отступ от края зависит от контента. Но в некоторых случаях допустимо его использовать по центру.



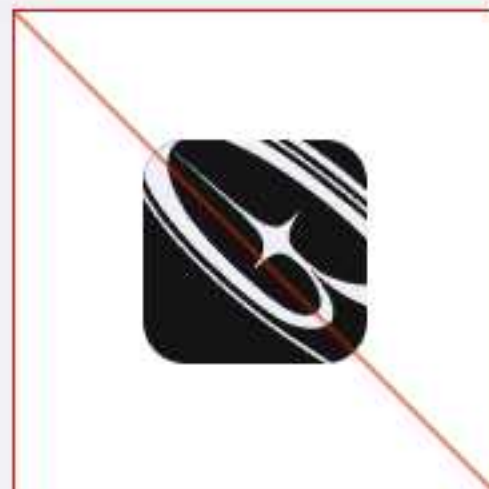
2.10 Не рекомендуется



Нельзя использовать логознак
в не фирменных цветах



Запрещается механически
растягивать, искажать или как-то
деформировать логознак.
Исключение: случаи, где логознак
становится графическим
элементом



Запрещается отображать зеркально



Запрещается переворачивать,
наклонять логознак

2.11 Логознак в иконке

Иконка/ аватарка в разных форматах



Иконка в квадрате (фавикон)



Apps иконка



Круглая иконка:
логознак располагается
в середине круга



2.12 Фирменный блок

Состоит из логознака и логотипа.

Композиция логотипа и логознака зависит от макета и их соразмерность может меняться.



2.13 Примеры использования фирменного блока



Логознак можно использовать, как графический элемент/часть фона/маску

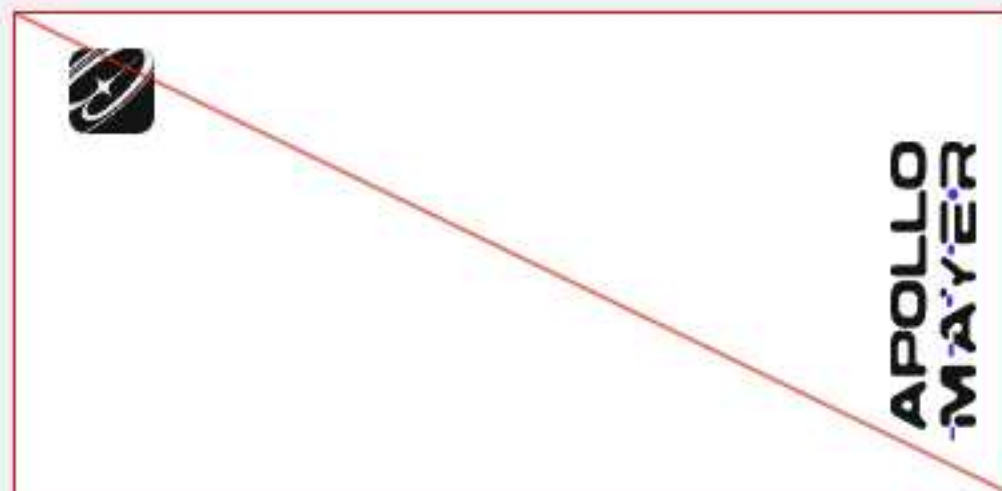


Оптимальное соотношение размеров приблизительно равно высоте логотипа к высоте логознака

2.14 Не рекомендуется



Не рекомендуется пересекать логотип с логознаком



Не рекомендуется использовать под разными углами части логотипа



Не рекомендуется использовать слишком большие соотношения логознака к логотипу.

Исключение: Когда логознак используется, как графический элемент/часть фона/маску

2.15 Использование цвета в фирменном блоке

Логотип и логознак можно использовать в фирменных: фиолетовом, зеленом, черном и белом цветах.

У логознака допустимо менять только фон. Рекомендуется сохранять правило, что цвет орбиты равен цвету фона. Должна оставаться хорошая читаемость.

Но в приоритет ставим варианты, где логотип:

черный + фиолетовый
белый + фиолетовый

Стандартный логознак на темном фоне и его инверсия.



черный + фиолетовый



белый + фиолетовый



2.16 Не рекомендуется



Красить логотип и/или логознак в не фирменные цвета



Использовать слишком яркие цвета как фон



Использовать мало контрастные цвета на фоне



Красить в разные сочетания цветов логознак и логотип

3.0

ЦВЕТОВАЯ СИСТЕМА

3.1 Цвета. Общие

Цвета сочетаются между пространствами на ~90%

Для большего совпадения с RGB (цвета монитора) и более яркой печати, необходимо использовать цвета Pantone. Цвета CMYK будут более приглушенными при печати.

#4527A9
RGB 69, 39, 169
CMYK 96, 100, 0, 0
Pantone 2098 C

#141414
RGB 20, 20, 20
CMYK 67, 33, 0, 96
Pantone Black 6 C

#201545
RGB 32, 21, 69
CMYK 99, 100, 38, 50
Pantone 2765 C

#6045B9
RGB 96, 69, 185
CMYK 77, 76, 0, 0
Pantone 2097 C

#A9A3DF
RGB 169, 163, 223
CMYK 46, 39, 0, 0
Pantone 2705 C

#F0F1F7
RGB 240, 241, 247
CMYK 7, 5, 2, 0
Pantone 7541 C


#FFFFFF
RGB 255, 255, 255
CMYK 0, 0, 0, 0
Pantone White

#97E2BE
RGB 151, 226, 190
CMYK 54, 0, 43, 0
Pantone 2097 C

3.2 Цвета RGB

Исключение:

Допускается добавление нескольких более ярких оттенков для отображения на мониторах в пространстве RGB



#5E23FF
RGB 94, 35, 255

#5E23FF
RGB 87, 238, 166

#2B039A
RGB 43, 3, 154

#481BC2
RGB 72, 27, 194

4.0

ШРИФТОВАЯ СИСТЕМА

4.1 Фирменные шрифты

Основной шрифт

bold NT Somic

semibold NT Somic

medium NT Somic

regular NT Somic

NT Somic доступна вся гарнитура шрифта, но активно используем только три начертания: semibold, medium, regular

NT Somic вариативный шрифт. Гарнитура содержит 4 файла и поддерживает 50 языков. Лицензия SIL OFL 1.1. Можно использовать в коммерческой и не коммерческой деятельности.

Акцентный шрифт

regular BALHATTAN

italic regular *BALHATTAN*

Balhatten доступны 2 гарнитуры шрифта: regular, italic regular. Используем в основном в веб для презентаций и сайта для акцентных заголовков.

Balhatten лицензия открытого шрифта SIL (OFL). Можно использовать в коммерческой и не коммерческой деятельности.

4.2 Примеры использования

Используйте контраст размеров в заголовках:

В заголовках используется NT Somic - Semibold

Для набора массивных текстовых блоков используется NT Somic - Regular

Для чего нужен Persona Canvas

Persona Canvas – это инструмент, который позволяет лучше понять психологию и поведение клиента, значительно улучшить качество продукта.

Для того, чтобы начать работу с Persona Canvas, определите некоторые характеристики своей аудитории (пол, возраст, роль и т. д.). Далее приступите к творческому этапу и нарисуйте портрет клиента. Это поможет вам в дальнейшем сборе информации. Совместно со своей командой начните заполнять Persona Canvas. Попробуйте подумать, с чем ваш клиент сталкивается и какие эмоции это вызывает у команды. Что они по этому поводу думают? Постарайтесь, чтобы формулировки были четкими и конкретными.

Пример использования в посте ВК



5.0

ЭЛЕМЕНТЫ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ

5.1 Элементы стиля

Фирменные формы,
которые рифмуются с пластикой
логотипа



Иконки 3D - пластик, металл,
прозрачность



Градиенты - мягкие, аккуратно
вписанные в пространство, шрифты,
кнопки, др. графические элементы



Прозрачность
в графических элементах



Высококачественные
изображения



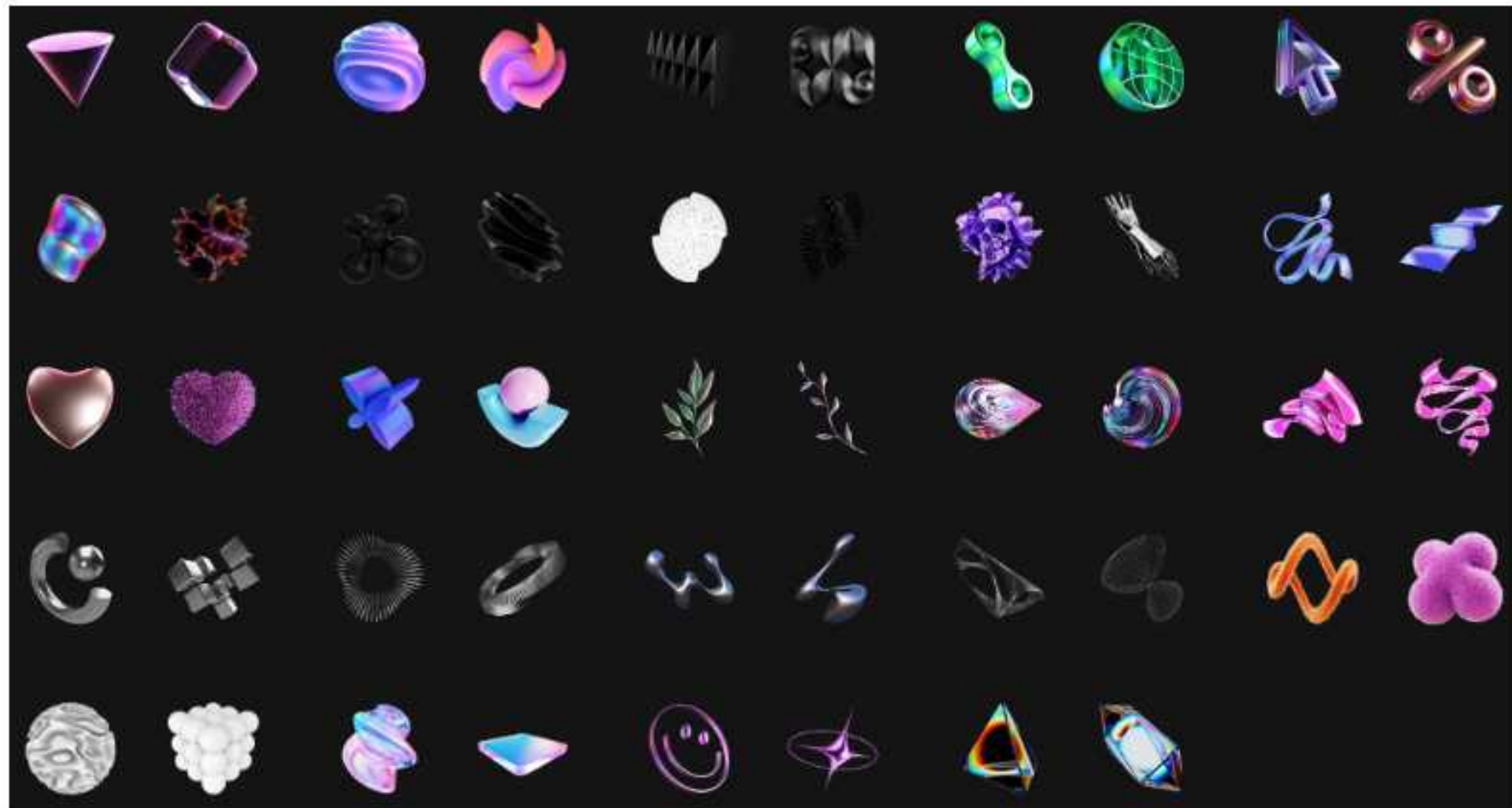
5.2 Иконки

Главный пак иконок

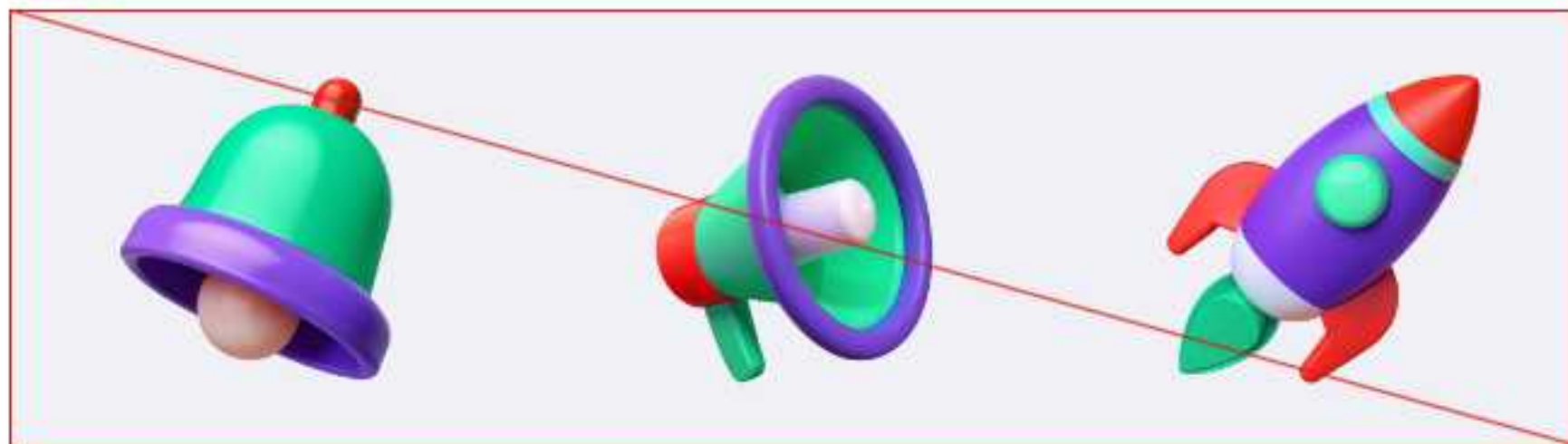
В фирменном стиле используются 3D иконки с текстурой: пластик, металл, прозрачность.



В фирменном стиле используются 3D иконки с текстурой: пластик, металл, прозрачность.
Возможно дополнение иконками из других паков с "материальными" текстурами.



5.3 Не рекомендуется



Использовать "мультяшные", менее реалистичные материалы в 3D иконках

6.0

ПРИНЦИПЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЭЛЕМЕНТОВ СТИЛЯ В МАКЕТАХ

6.1 Фирменные формы

Фирменные формы - часть фирменного стиля

Используете овальные формы орбит с крупными фотографиями
и с лаконичной графикой без множества деталей.

Многофигурные сложные фотографии потеряют свой шарм
в маске и будут спорить с текстом.



7.0

ПЕЧАТНЫЕ НОСИТЕЛИ

7.1 Визитка

Визитки печатаются на плотной мелованной бумаге, используется трёхслойное каширование (склеивание 3 слоёв бумаги – белая, салатная, белая)

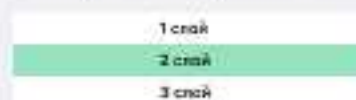


Обязательно! Перед первой печатью, сначала сделать тест-печать, пробу краски на передачу цветов.

Цвета сочетаются между пространствами на ~90%
Для большего совпадения с RGB (цвета монитора) и более яркой печати, необходимо использовать цвета Pantone.

Размер: 90x50 мм
Шрифт: NT Somic Medium
Бумага: Мелованная 350 гр

Каширование трёхслойное:



салатный цвет в середине

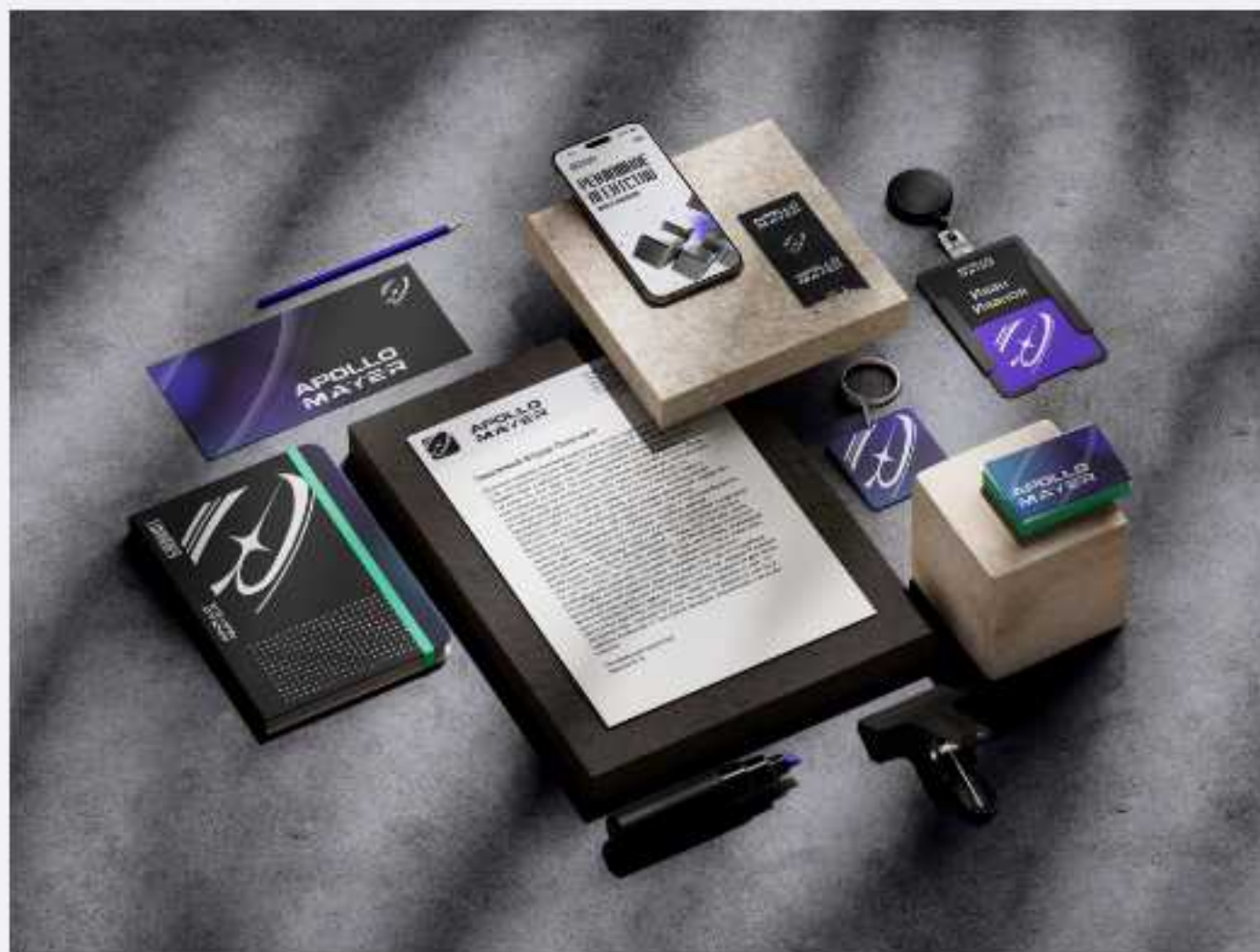


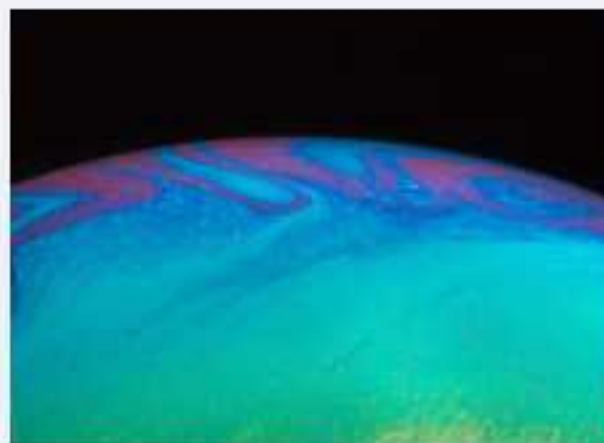
Лицевая сторона



Оборотная сторона

7.2 Общий визуальный вид





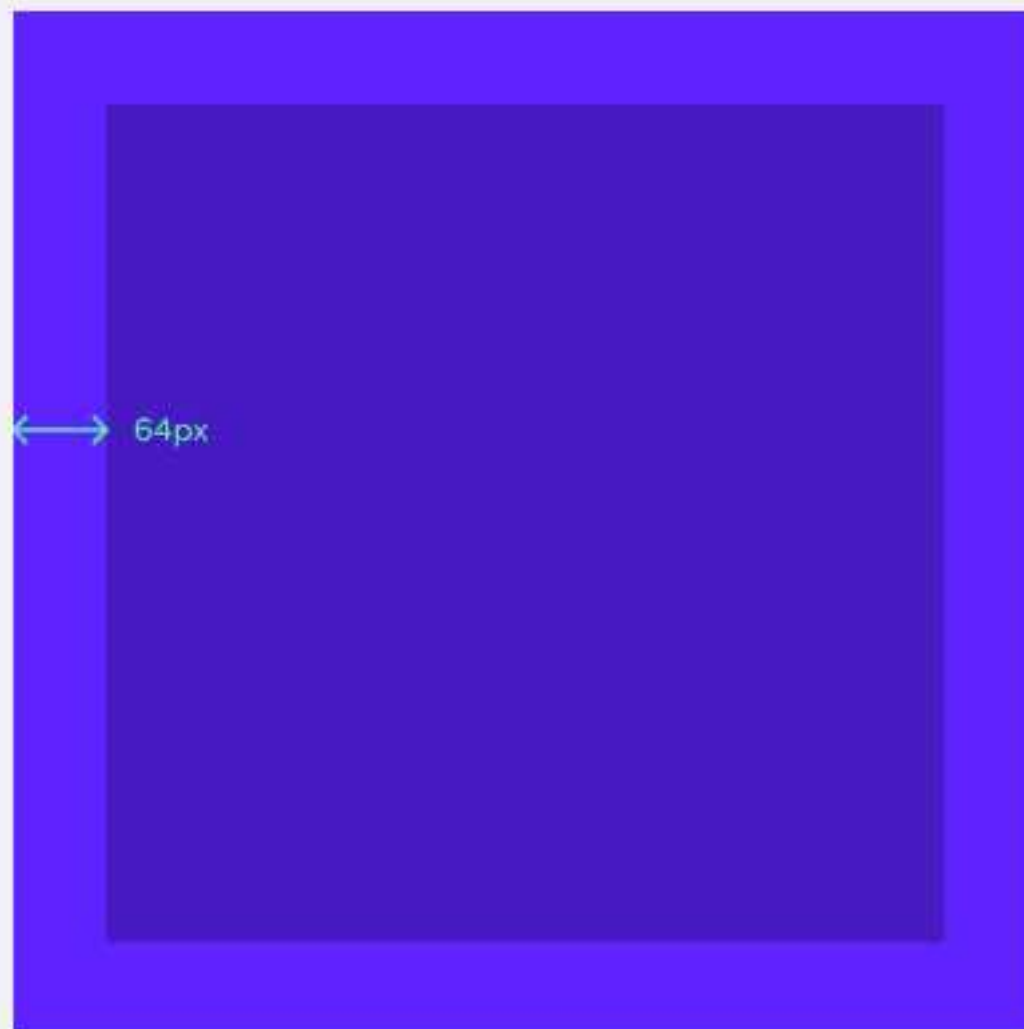
8.0

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ

8.1 Отступы

Особых правил по размещению текста в макетах нет, так как размещение текстового блока зависит от графики в нем. Но есть рекомендации по минимальному отступу.

Минимальный отступ от края макета — 64px. Лучше - больше.



8.2 Instagram посты и сторис

Короткие фразы

Шрифт NT Somic Semibold
Размер 100 px
Интерлиньяж 130px
120px если текст слишком
рядом с элементами



Более длинные фразы

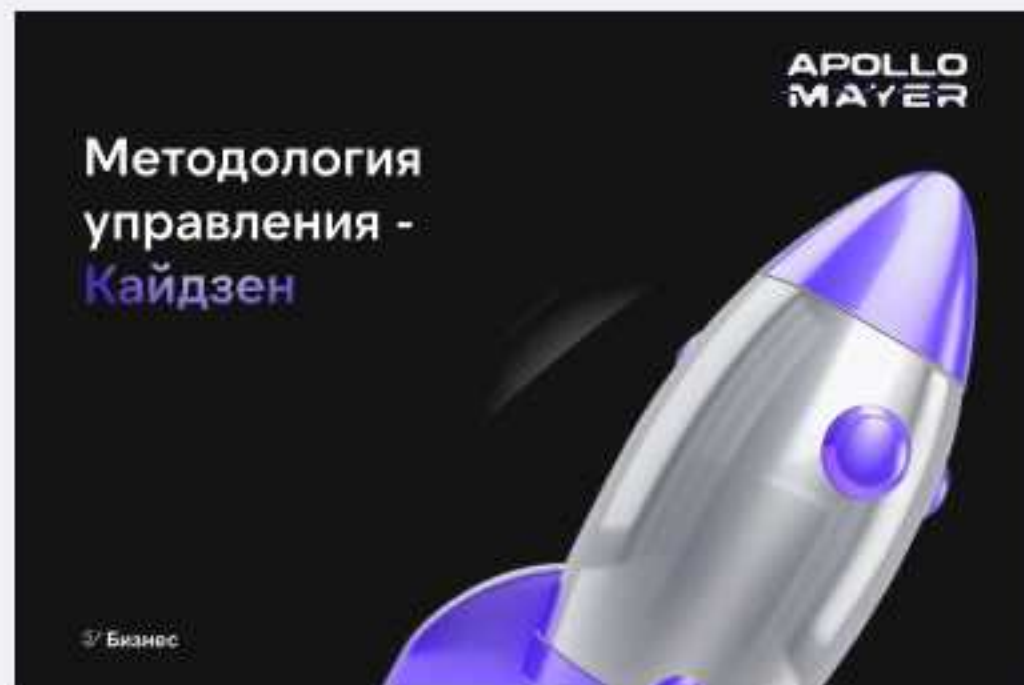
Шрифт NT Somic Semibold
Размер 74 px
Интерлиньяж 97 px
87 px если текст слишком
рядом с элементами



8.3 VK

Короткие фразы

Шрифт	NT Somic Semibold
Размер	100 px
Интерлиньяж	130px
	120px если текст слишком рядом с элементами



8.4 Размеры макетов для разных соц. сетей

Instagram



Сохраняйте макеты в цветовом пространстве RGB и разрешении минимум 2x для хорошего отображения на экранах с высоким разрешением.

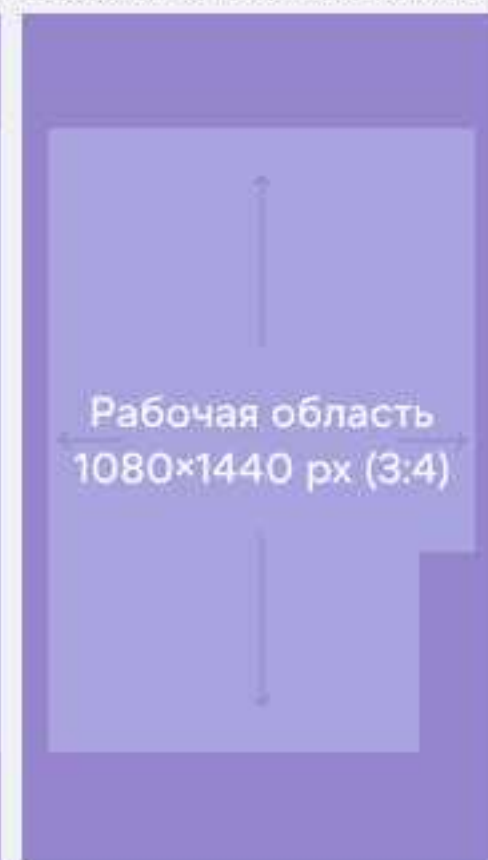
Посты-карусели
Оптимальный размер: 1080×1350 px (4:5)



Stories
Рекомендованный размер: 1080×1920 px (9:16)



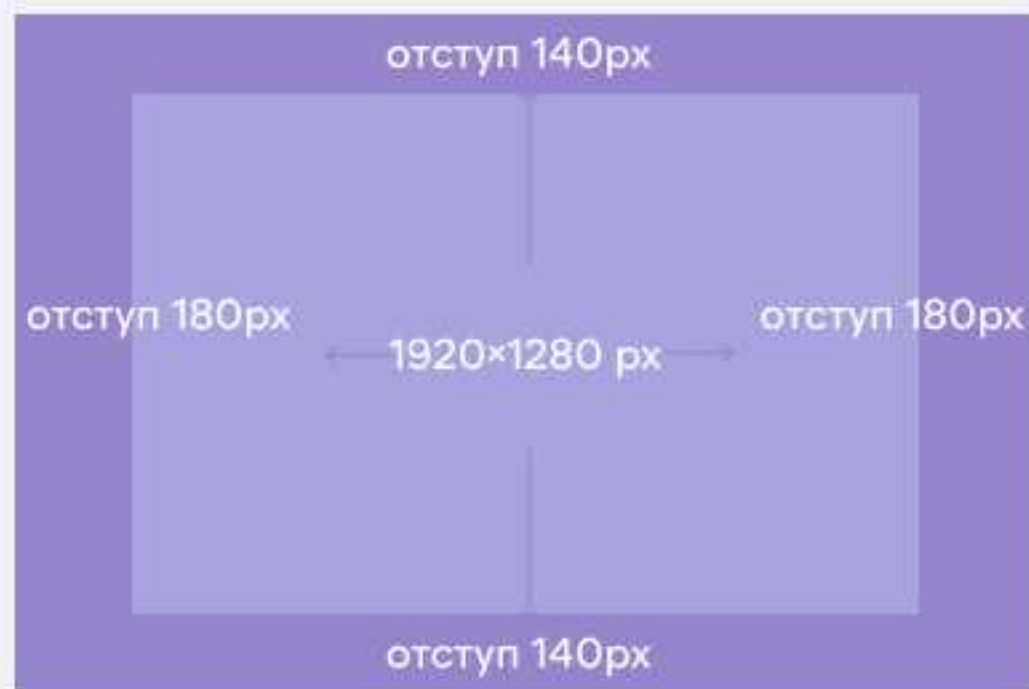
Reels
Рекомендованный размер: 1080×1920 px (9:16)



8.5 Размеры макетов для разных соц. сетей

VK

Пост в ленте, горизонтальный
Рекомендованный размер: 1920×1280 px (3:2)



Пост в ленте, вертикальный
Рекомендованный размер: 1080×1920 px



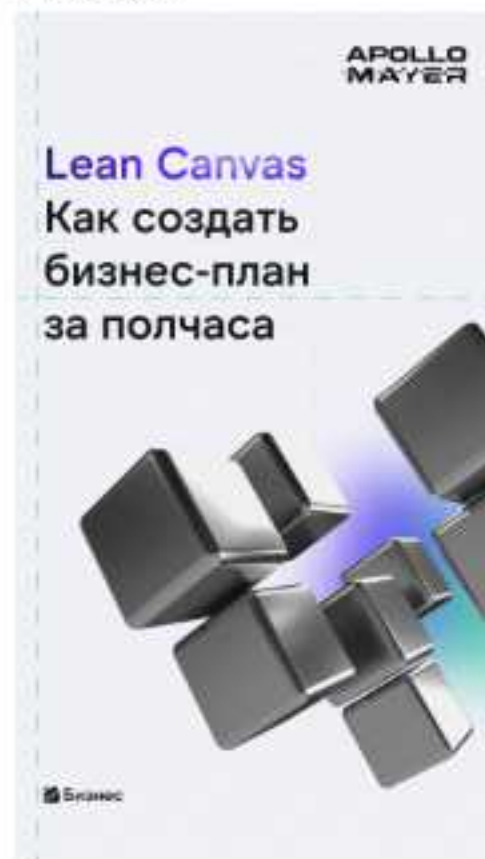
8.6 Примеры ресайзов

Выявленный принцип — контент размещается равномерно, композиционные углы держатся на логотипе и текстовом блоке с логотипом.

Посты-карусели Instagram



Stories Instagram



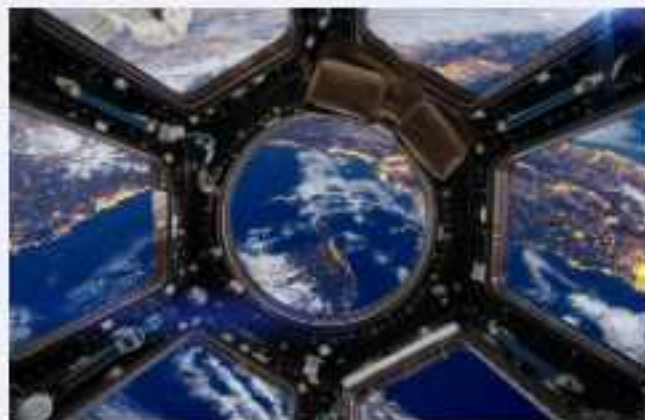
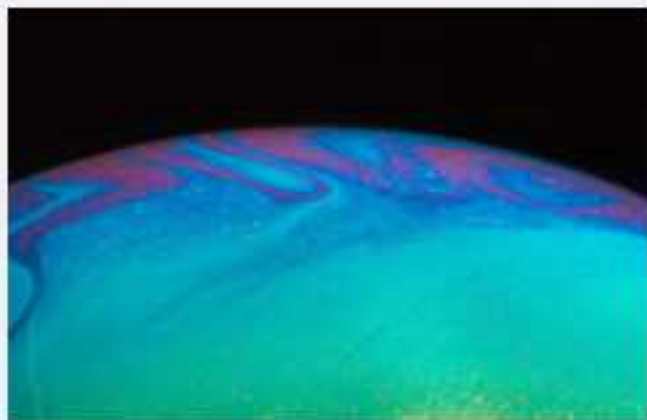
Пост в ленте, горизонтальный VK



8.7 Фотографии

Фотографии — часть ленты и постов.
При создании контента не стоит забыть использовать абстрактные высококачественные фотографии.

Предпочтение отдаем: больше космической тематики, натуральным материалам, разным масштабам



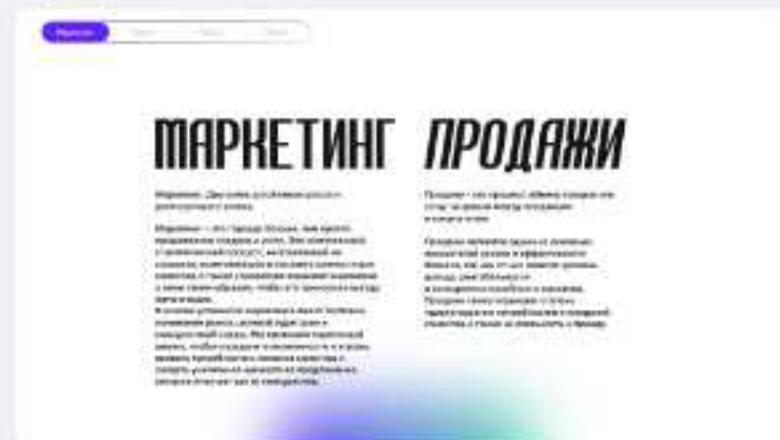
9.0 ПРЕЗЕНТАЦИЯ

9.1 Презентация

Примеры использования:



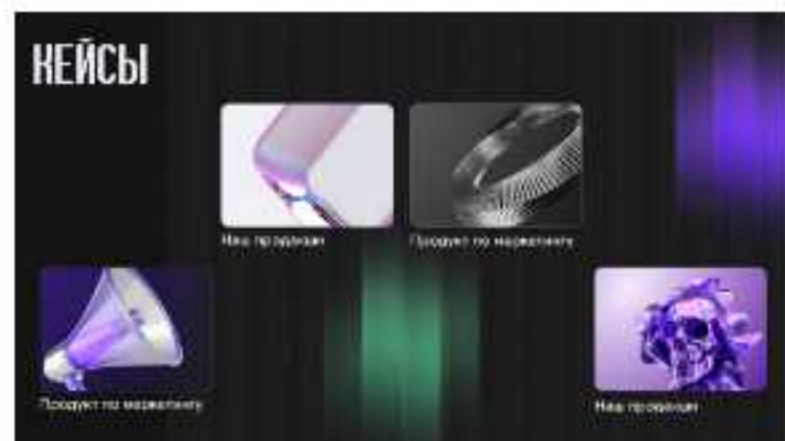
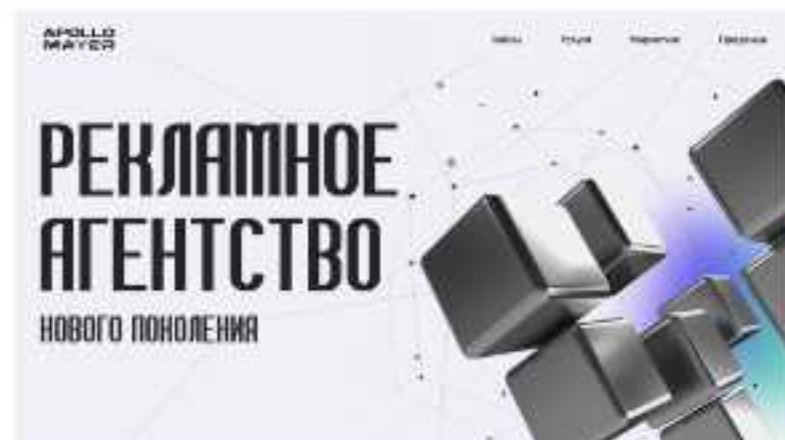
Каждая презентация создается индивидуально согласно запросу, но общие правила фирменного стиля необходимо применять.



10.0
САЙТ

10.1 Сайт

Примеры использования:



Создание сайтов и лендингов для компании производится индивидуально, но общие правила фирменного стиля необходимо применять.

СОДЕРЖАНИЕ

Древне установленный факт, что читатель будет столкнуться не читаемое содержание страницы при выходе на нее. Суть использования Lorem Ipsum в том, что она имеет более или менее нормальное распределение букв, а отличается использованием "Content here, content here", что делает его полезным для тестирования. Многие сайты настоящих маркетологов систем и редакторов веб-страниц теперь используют Lorem Ipsum в качестве своего placeholder по умолчанию, а также по Lorem Ipsum отдают множество веб-сайтов, которые все еще находятся в разработке состоянии. Различные версии Lorem Ipsum, по сравнению с оригиналом, иногда содержат ошибки и/или лишние слова.







APOLLO
MAYEER