



BRANDBOOK
руководство
по использованию
фирменного стиля

СОДЕРЖАНИЕ

1. Основные константы

- 1.1. Логотип. Основное начертание
- 1.2. Фирменные цвета (палитры RGB, CMYK, Pantone)
- 1.3. Фирменные шрифты. Дополнительные шрифты
- 1.4. Недопустимое использование логотипа
- 1.5. Элементы фирменного стиля
- 1.6. Фирменные фотографии

2. Деловая документация

- 2.1. Визитные карточки
- 2.2. Дисконтные карточки
- 2.3. Фирменные бланки

3. Корпоративные атрибуты

- 3.1. Фирменная одежда продавцов
- 3.2. Ценники и наклейки
- 3.3. Дизайн выставочного стенда
- 3.4. Вывески на точки продаж
- 3.5. Внутренняя система навигации
- 3.6. Дизайн презентации для партнеров
- 3.7. Фирменный транспорт (легковой, грузовой, трамвай)

4. Рекламные коммуникации

- 4.1. Рекламный макет ситиборда 3х6
- 4.2. Рекламный макет для постера и листовки

5. Сувенирная продукция

- 5.1. Пакеты
- 5.2. Кепки, футболки
- 5.3. Кружки, брелоки, флешки, ручки

1. ОСНОВНЫЕ КОНСТАНТЫ

1.1. Логотип. Основное начертание

Логотип фирменных магазинов «Мастер Класс» представляет собой уникальное шрифтовое начертание.

Название написано фирмской шрифтовой гарнитурой. Под названием расположен лозунг: «Все для красоты Ваших волос».

Все части логотипа находятся в определенной пропорции и имеют фиксированное расположение относительно друг друга.

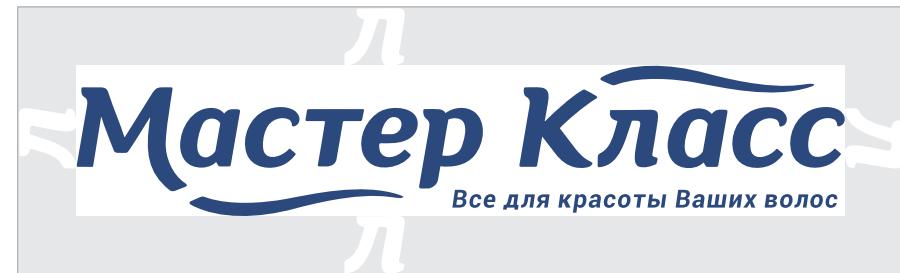


Мастер класс логотип
C:90 | M:75 | Y:20 | K:15

Свободное пространство

Величина, равная высоте букве «л», выбрана как стандартная единица измерения, определяющая размер свободного поля вокруг логотипа.

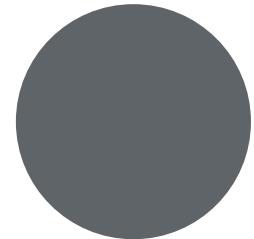
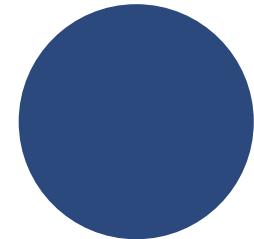
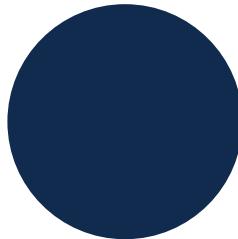
Свободное поле вокруг логотипа обеспечивает его наилучшее восприятие. Размер свободного поля соответствует величине, равной высоте буквы «л». Никакие элементы фотографии, графики и текста не должны попадать в область свободного поля вокруг логотипа.



1. ОСНОВНЫЕ КОНСТАНТЫ

1.2. Фирменные цвета

Фирменными цветами магазина «Мастер Класс» являются синий, ультрамарин и темно-серый.



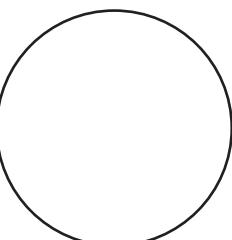
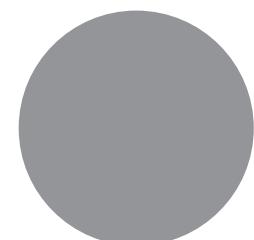
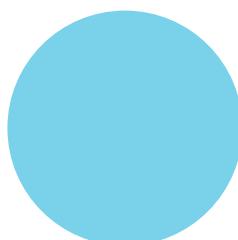
PANTONE: 2766C
C:95 M:85 Y:40 K:40
R:20 G:45 B:80

PANTONE: 2758C
C:90 M:75 Y:20 K:15
R:50 G:75 B:125

PANTONE: 425C
C:55 M:45 Y:40 K:30
R:95 G:100 B:105

Дополнительные цвета

Дополнительными цветами магазина «Мастер Класс» являются голубой, серебряный и белый.



PANTONE: 636C
C:45 M:0 Y:5 K:0
R:125 G:210 B:235

PANTONE: 422C
C:0 M:0 Y:0 K:50
R:125 G:210 B:235

PANTONE: —
C:0 M:0 Y:0 K:0
R:255 G:255 B:255

1. ОСНОВНЫЕ КОНСТАНТЫ

1.3. Фирменные шрифты

Фирменным шрифтом является Helvetica Neue LIGHT, используется при оформлении рекламных материалов, в полиграфии, деловой документации. Для выделения информации и в рекламных материалах могут использоваться Helvetica Neue ROMAN, Helvetica Neue BOLD.

Дополнительные шрифты - шрифты семейства Arial. Используются главным образом там, где применение основных фирменных шрифтов технически невозможно.

Helvetica Neue LIGHT

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T
U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x
y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Helvetica Neue ROMAN

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S
T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w
x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Helvetica Neue BOLD

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S
T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v
w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

1. ОСНОВНЫЕ КОНСТАНТЫ

1.4. Недопустимое использование логотипа

Любое отклонение от допустимых конфигураций – невозможно, поскольку даже незначительные изменения могут нарушить целостность фирменного стиля. Поэтому другие вариации и конфигурации надписи не разрешаются ни при каких обстоятельствах.

Примеры таких вариаций продемонстрированы на данной странице. Они не охватывают все возможные случаи. Для обеспечения надлежащего применения корпоративной подписи, используйте только оригинальное графическое написание. Логотип может быть увеличен или пропорционально уменьшен лишь в том случае, если это будет удовлетворять проектным требованиям.

Нарушать общий облик логотипа



Поворачивать под произвольным углом



Применять какие-либо эффекты к логотипу



Искажать и растягивать логотип



Помещать логотип на пестрый фон, не согласованный с брендбуком



1. ОСНОВНЫЕ КОНСТАНТЫ

1.5. Элементы фирменного стиля

В качестве дополнительных элементов фирменного стиля могут использоваться отдельные элементы, выполненные в одной стилистике с логотипом, а именно волнообразные линии. В свою очередь они могут менять габариты или быть заключены в прямоугольную форму. Данные элементы могут быть выполнены в одном из фирменных цветов, а также иметь полупрозрачность.



1. ОСНОВНЫЕ КОНСТАНТЫ

1.6. Фирменные фотографии

В качестве рекламных фотографий рекомендуется использовать качественные портретные фотографии девушек, которые могут быть выполнены в различных вариантах в зависимости от целей рекламного макета.

1.Фотографии красивых девушек на приятном, нежном, возможно цветочном фоне.

2.Фотографии девушек на нейтральном серо - голубом или белом фоне, с возможностью размещения на нем рекламных текстов.



1. ОСНОВНЫЕ КОНСТАНТЫ

1.6. Фирменные фотографии

В качестве рекламных фотографий продукции рекомендуется использовать качественные фотографии предметов, которые могут быть выполнены в различных вариантах в зависимости от целей рекламного макета.

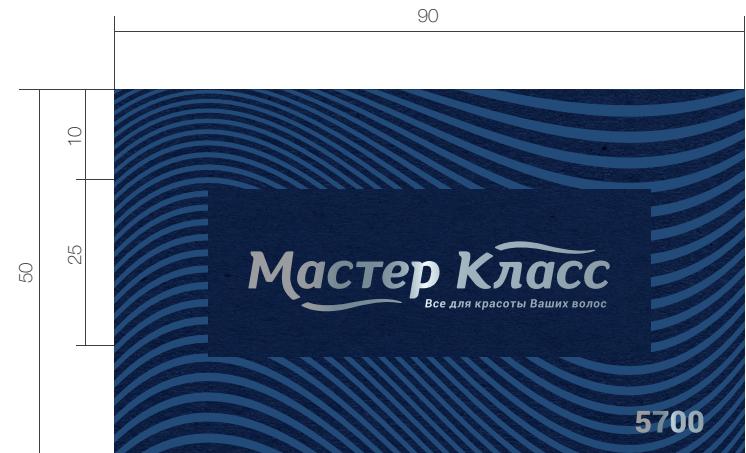
1. Продуманные постановочные фотографии с определенной композицией, подбором дополнительных элементов, входящих в кадр.
2. Фотографии продукции на белом фоне, с использованием дополнительных элементов, например листиков или цветов.
3. Фотографии предметов сверху на белом или нейтральном фоне.



2. ДЕЛОВАЯ ДОКУМЕНТАЦИЯ

2.1. Именные визитные карточки

Качественно выполненная визитная карточка — это не только элемент имиджа, но и наиболее доступный рекламный носитель. Являясь обязательным элементом фирменного стиля, визитка формирует отношение партнера и аудитории к организации и ее продукции, предоставляя всю необходимую информацию для установления и возобновления сотрудничества.



2. ДЕЛОВАЯ ДОКУМЕНТАЦИЯ

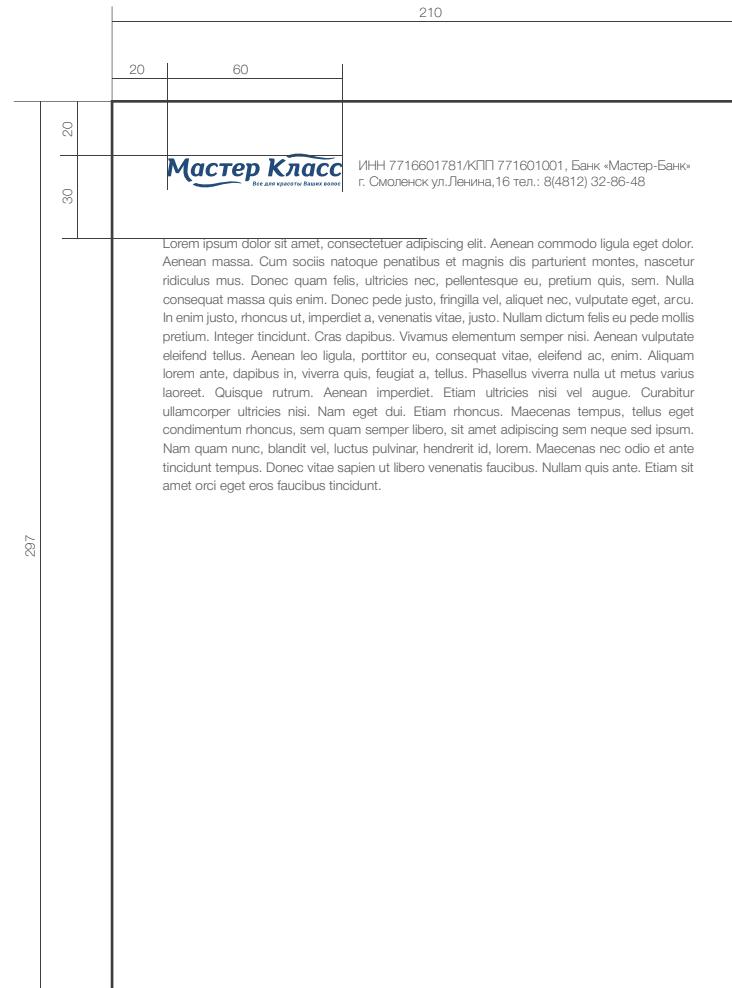
2.2. Дисконтные карточки



2. ДЕЛОВАЯ ДОКУМЕНТАЦИЯ

2.3. Фирменные бланки

Бланки используются для деловой переписки и издания распоряжений практически в любой организации. Фирменный бланк занимает особое место в линейке типов бланков. Помимо наименования, адреса, телефона и других реквизитов фирмы он содержит элементы фирменной символики компании. Являясь непременным элементом документооборота в компании, фирменный бланк одновременно оказывает положительное воздействие на формирование имиджа компании в деловых кругах.



297

3. КОРПОРАТИВНЫЕ АТРИБУТЫ

3.1. Фирменные одежда продавцов

Фирменная одежда продавцов-консультантов – это продолжение корпоративного стиля компании. Одежда не должна отвлекать от работы ни сотрудников компании, ни ее клиентов.

Для компании введение дресс-кода и использование фирменной одежды – это способ повысить производительность труда и создать благоприятный имидж. Так же это один из способов продемонстрировать надежность, успех и статус организации.

В одежде продавцов-консультантов рекомендуются однотонные рубашки-блузы синего и светло-голубого цветов, юбки или брюки темных тонов, удобная обувь темного цвета.

Для обозначения принадлежности к единому фирменному стилю рекомендуется ношение специально разработанных нагрудных значков.



3. КОРПОРАТИВНЫЕ АТРИБУТЫ

3.2. Ценники и наклейки



3. КОРПОРАТИВНЫЕ АТРИБУТЫ

3.3. Подарочные сертификаты



3. КОРПОРАТИВНЫЕ АТРИБУТЫ

3.4. Дизайн выставочного стенда



3. КОРПОРАТИВНЫЕ АТРИБУТЫ

3.4. Вывески на точки продаж



3. КОРПОРАТИВНЫЕ АТРИБУТЫ

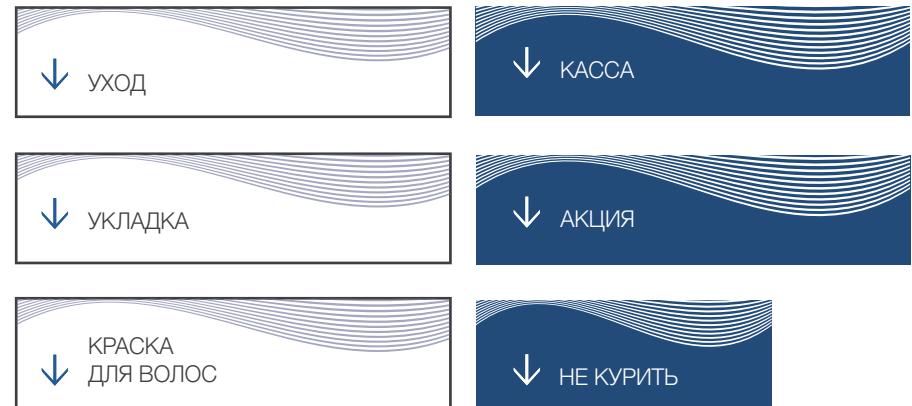
3.5. Система внутренней навигации

Подвесные таблички дают возможность легкой навигации для посетителей помещений. Они легко и удобно воспринимаются зрителями.

Немаловажно, что подвесные таблички не занимают дефицитное место на стенах, а обычно монтируются и свисают с потолка.

Для быстрой ориентации покупателя в конкретном отделе предусмотрена система навигации на полках.

Система навигации необходима также для поддержания позитивного настроения покупателя и создания атмосферы для покупки.



3. КОРПОРАТИВНЫЕ АТРИБУТЫ

3.7. Фирменные транспорт (легковой, грузовой)



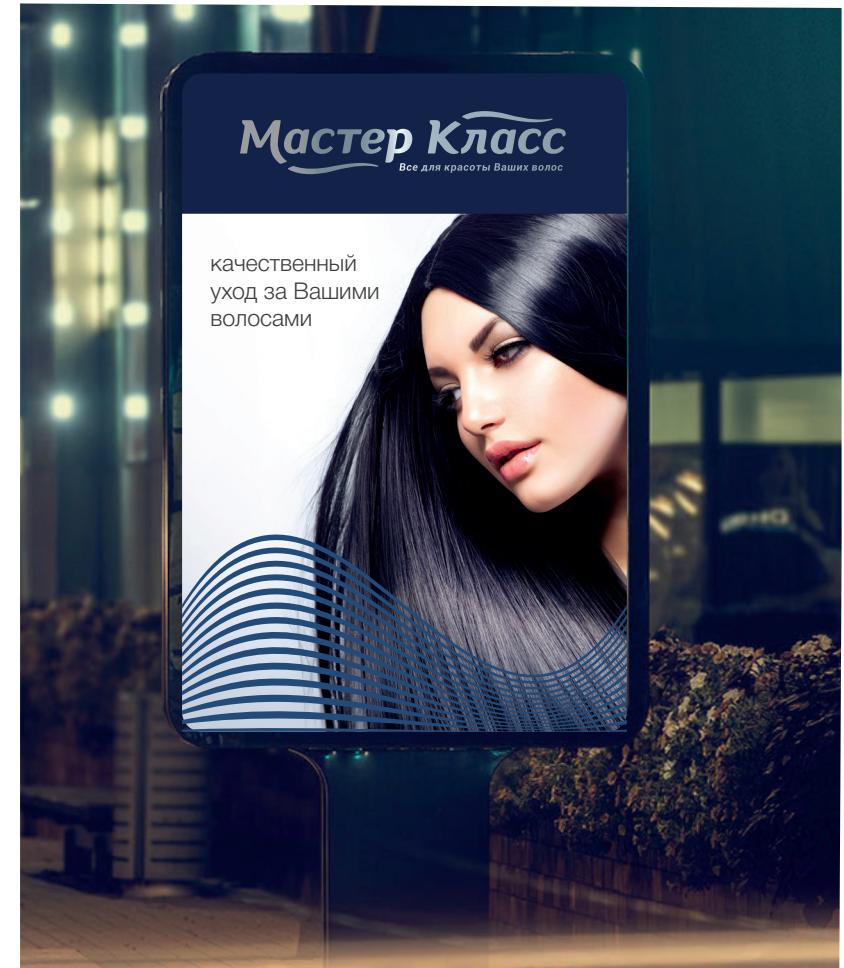
4. РЕКЛАМНЫЕ КОММУНИКАЦИИ

4.1. Рекламный макет ситиборда 3x6



4. РЕКЛАМНЫЕ КОММУНИКАЦИИ

4.1. Рекламный макет ситиборда 3x6



4. РЕКЛАМНЫЕ КОММУНИКАЦИИ

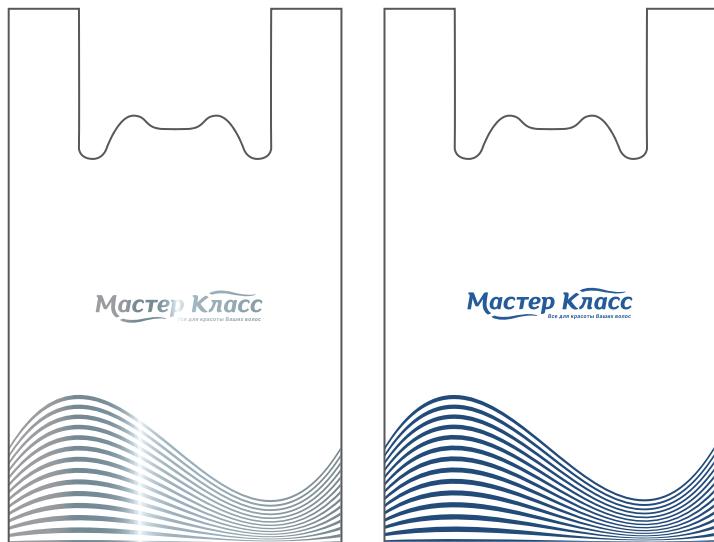
4.2. Рекламный макет для постера и листовки



An advertisement for L'Oréal Professional Serioxyl GlucoBoost + Incell hair treatment. It features three white bottles with blue caps: a pump bottle for Step 1 (Clarifying shampoo), a taller bottle for Step 2 (Bodifying conditioner), and a mousse bottle for Step 3 (Densifying treatment). The bottles are arranged on a white background with a wavy blue graphic at the bottom. A large blue circle on the right contains the text '25% скидка'. The L'Oréal logo and 'SERIOXYL' text are prominently displayed on the bottles. The text 'RECHERCHE AVANCEE L'OREAL' is also visible on the bottles.

5. СУВЕНИРНАЯ ПРОДУКЦИЯ

5.1. Пакеты



5. СУВЕНИРНАЯ ПРОДУКЦИЯ

5.1. Кепки, футболки.



5. СУВЕНИРНАЯ ПРОДУКЦИЯ

5.2. Брелоки, ручки, кружки.

