tilla

РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ИСПОЛЬЗОВАНИЮ КОРПОРАТИВНОГО СТИЛЯ

Данное руководство содержит описание правил, соблюдение которых позволит в полной мере использовать маркетинговый потенциал, заложенный в фирменном стиле. Основная задача фирменного стиля – подчеркнуть достоинства компании и визуально выделить её среди конкурентов. Элементы фирменного стиля должны использоваться во всей рекламной и имиджевой продукции компании. Это позволит фирменному стилю стать символом компании, подчеркнуть её солидность, стабильность и успешность.

ОГЛАВЛЕНИЕ

ЛОГОТИП И ЕГО СОСТАВЛЯЮЩИЕ 2
ЛОГОТИП 3
ПРАВИЛА ПОСТРОЕНИЯ ЛОГОТИПА 4
ОХРАННОЕ ПОЛЕ.....5
НЕДОПУСТИМОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ 6
КОРПОРАТИВНЫЕ ЦВЕТА 8
ШРИФТ.....9
ФИРМЕННЫЙ ПАТТЕРН 10
ЛОГОТИП НА ЦВЕТНЫХ ПОДЛОЖКАХ.....12
СТИЛЕОБРАЗУЮЩИЕ ЭЛЕМЕНТЫ
ДЕЛОВАЯ ДОКУМЕНТАЦИЯ.....14
ФИРМЕННЫЙ БЛАНК.....15
ВИЗИТНЫЕ КАРТОЧКИ 16
ШАБЛОН E-MAIL 18
ПОДПИСЬ В ЭЛЕКТРОННОЙ ПОЧТЕ.....19
РЕКЛАМНЫЕ И POS-МАТЕРИАЛЫ.....20
ВОББЛЕРЫ.....21
ТОРГОВАЯ СТОЙКА 22
ЦЕННИКИ 23
ПАКЕТЫ 24

ЛОГОТИП
и его составляющие

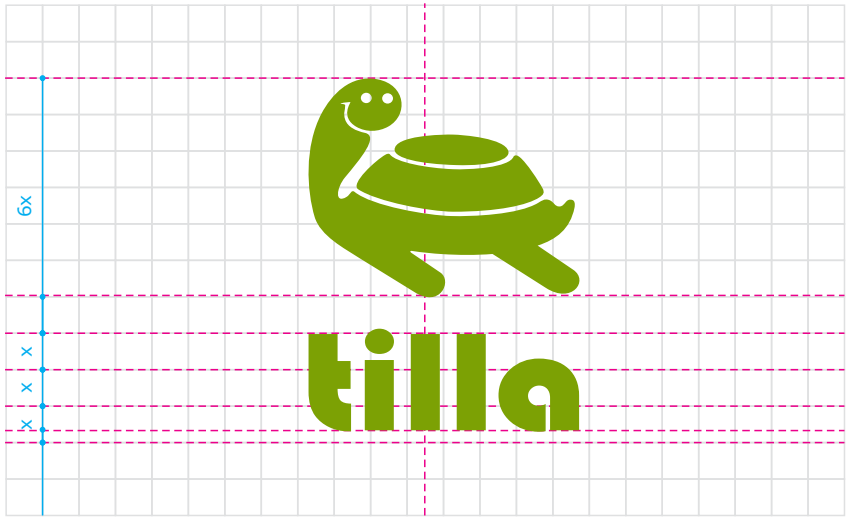
Логотип представляет собой знак, который представлен в виде стилизованного изображения черепахи в анимационном стиле, написания наименования проекта **«Tilla»** . Запрещено перерисовывать логотип, так как это нарушит оптическое восприятие и заложенные в него пропорции. Образ автора проекта является основополагающим в формировании корпоративного стиля Центра.

Знак

Написание

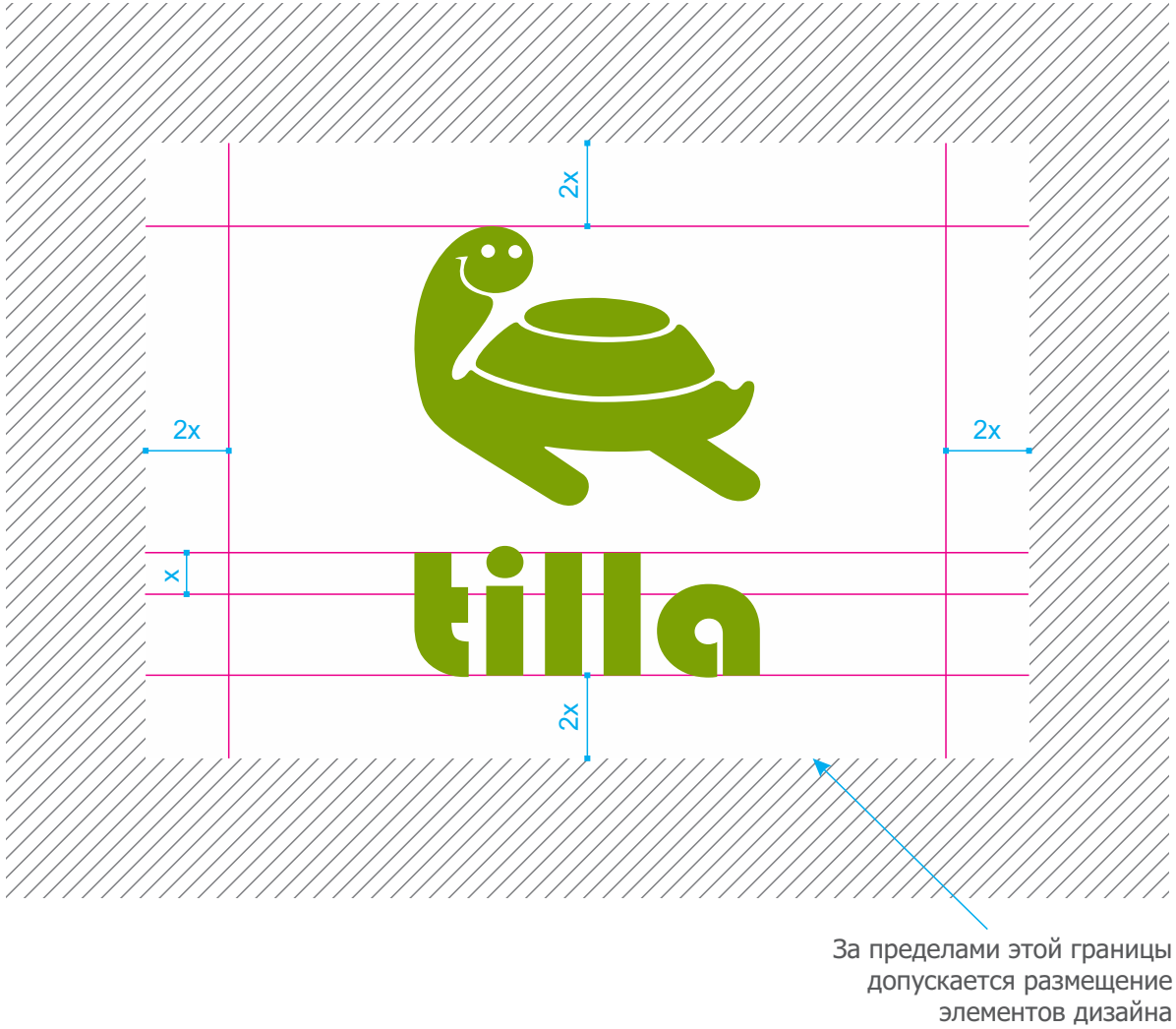
ПРАВИЛА ПОСТОРОЕНИЯ ЛОГОТИПА

Расположение составляющих элементов представлено на данной схеме. Знак, написание и дескриптор располагаются друг под другом и выравниваются относительно центральной вертикальной линии. **Запрещается** располагать написание и/или дескриптор справа или слева от знака. Основное написание **«Tilla»** является фиксированным и не редактируется. Подстрочник редактируется в зависимости от проекта компании **.**



Примеры различных вариантов дескриптора

ОХРАННОЕ ПОЛЕ



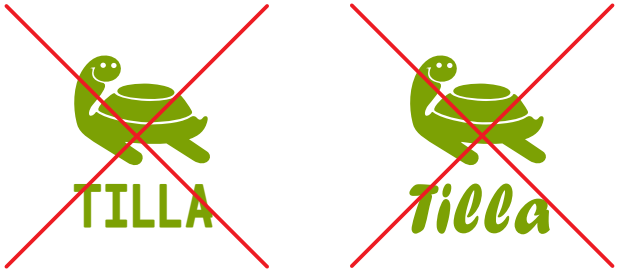
Вокруг логотипа желательно оставлять свободное пространство, где недопустимо использование посторонних элементов. Это облегчает правильное использование логотипа и его визуальную идентификацию.

На схеме видно, что размер свободного поля равен двойной высоте букв фирменного написания и строится относительно периметра логотипа.

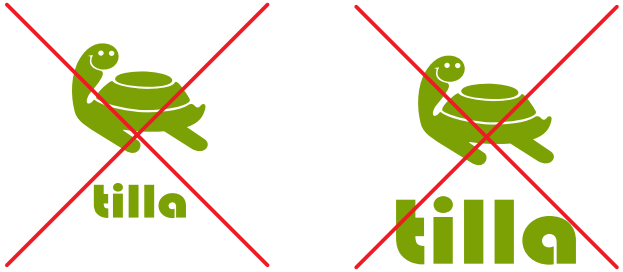
НЕДОПУСТИМОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЛОГОТИПА

Чтобы логотип не терял своей узнаваемости, следует избегать ошибок использовании. Далее показаны самые распространенные из них.

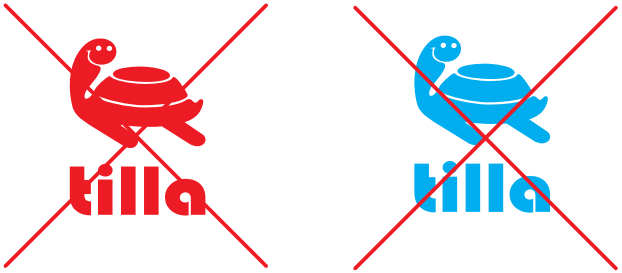
Нельзя менять шрифт текстовой части



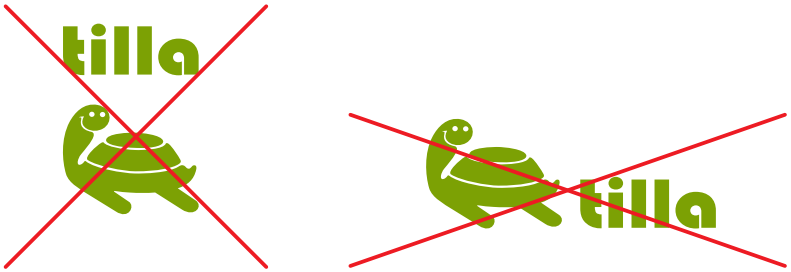
Запрещено менять пропорции логотипа



Недопустимо перекрашивать логотип в цвета, не принадлежащие фирменной палитре



Не разрешается менять местами элементы логотипа



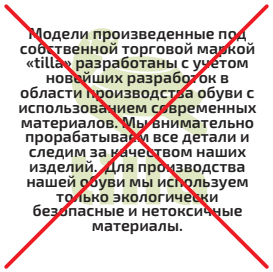
Требуется избегать рассмотренных ошибок, чтобы сохранить узнаваемость элементов фирменного стиля.

Запрещается нарушать охранное поле логотипа

Не разрешается деформировать логотип

Нельзя менять расстояние между графической и текстовой частями логотипа

Не следует использовать логотип или его части в качестве фонового изображения



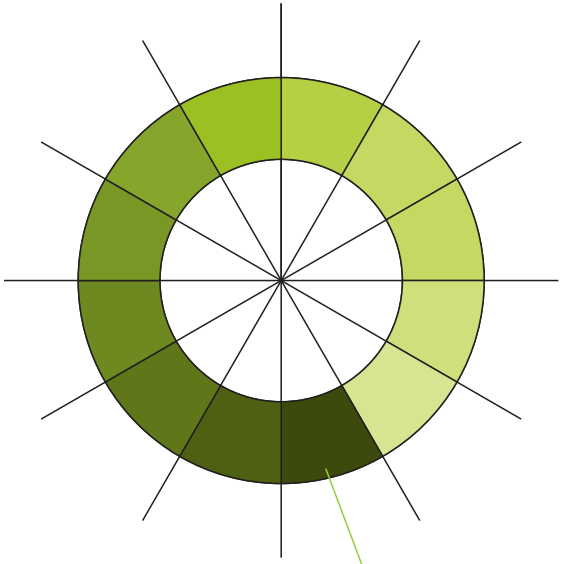
ФИРМЕННЫЕ ЦВЕТА

основной цвет

protection

#9AC021
R247 G130 B29
C44 M4 Y100 K2
PANTONE 376 C

дополнительные связуещие цвета



#9AC021
R60 G75 B13
C69 M47 Y100 K47
PANTONE 574 C

градиенты

дополнительные цвета могут использоваться как маркеры в рекламных материалах

Bauhaus 93

основной шрифт

abc ABC

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
1234567890#!%&*@

TotShriftBold

Шрифт дескриптора и слогана для имиджевой продукции

АБВ АБВ
ABC ABC

А Б В Г Д Е Ё Ж З И Й К Л М Н О П Р С Т У Ф Х Ц Ч Ш Щ Ъ Ы Ь Э Ю Я
А Б В Г Д Е Ё Ж З И Й К Л М Н О П Р С Т У Ф Х Ц Ч Ш Щ Ъ Ы Ь Э Ю Я
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
1234567890

дополнительные шрифты

Exo 2 Semi Bold

абв АБВ
abc ABC

абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя
АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890#! %&*@

Exo 2 Semi Bold Condensed

абв АБВ
abc ABC

абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя
АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890#! %&*@

ФИРМЕННЫЙ ПАТТЕРН

Для дополнительного оформления носителей фирменного стиля можно пользоваться фирменным бесшовным паттерном. Цвета следует выбирать из фирменной палитры.

Паттерн является частью фирменного стиля и применяется как дополнительный стилеобразующий элемент при оформлении корпоративной идентификации. Для максимального эффекта, назначая цвет заливки паттерна, следует придерживаться фирменной палитры.

РАЗМЕЩЕНИЕ ЛОГОТИПА НА ЦВЕТНЫХ ПОДЛОЖКАХ

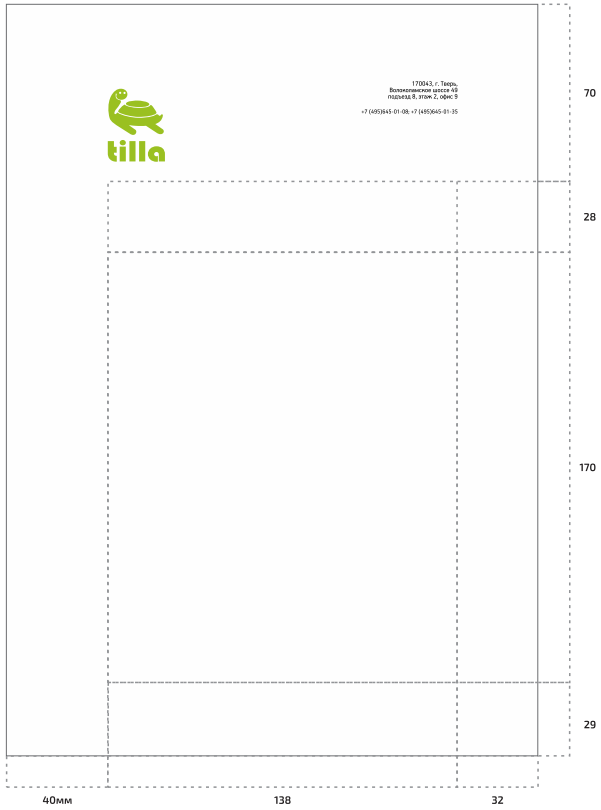
Логотип выглядит максимально эффектно, когда он наносился на объект, имеющий белый, темный или фотографический фон.
В некоторых случаях можно использовать дополнительную подложку.

Лучше использовать однородный светлый фотографический фон. В этом случае плашка не потребуется, а логотип удастся сделать крупнее.

ДЕЛОВАЯ ДОКУМЕНТАЦИЯ

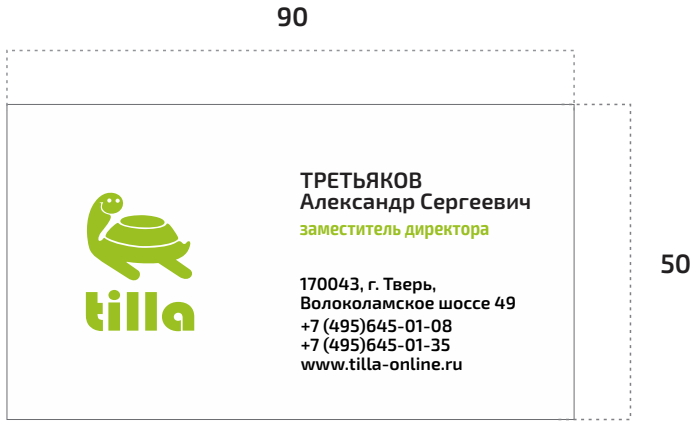
БЛАНК

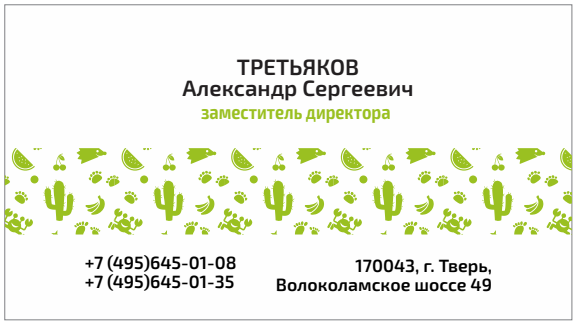
В бланке использован логотип и паттерн. Такой бланк подходит для написания любых официальных писем и предложений, а также пресс - релизов.



tilla
www.tilla-online.ru
ТРЕТЬЯКОВ
Александр Сергеевич
заместитель директора
170043, г. Тверь,
Волоколамское шоссе 49
+7 (495)645-01-08
+7 (495)645-01-35
www.tilla-online.ru

ВИЗИТНЫЕ КАРТОЧКИ





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

Персональные визитные карточки вручает лично их владелец. На них обязательно указываются имя сотрудника, номер его телефона и адрес электронной почты.

Оборот визитки можно запечатывать паттерном или имиджевым бэкграундом.

Размер: 90x50мм
Материал: мелованная бумага белого цвета, 300 г

ШАБЛОН E-MAIL

tilla

СПАСИБО

за покупку на нашем сайте

ЗАГОЛОВОК

Текст приветсвия и предложение!
основная мысль сообщения, основная мысль сообщения, основная мысль сообщения...

Дополнительное предложение!

Подробнее

tilla

ЗАГОЛОВОК

Текст приветсвия и предложение!
основная мысль сообщения, основная мысль сообщения, основная мысль сообщения...

Подробнее

предложение

краткое описание товара и

предложение

краткое описание товара и

предложение

краткое описание товара и

ЗАГОЛОВОК

Дополнительное предложение!
основная мысль сообщения, основная мысль сообщения, основная мысль сообщения...

Подробнее

персональная электронная подпись

Третьяков Александр Сергеевич
заместитель директора

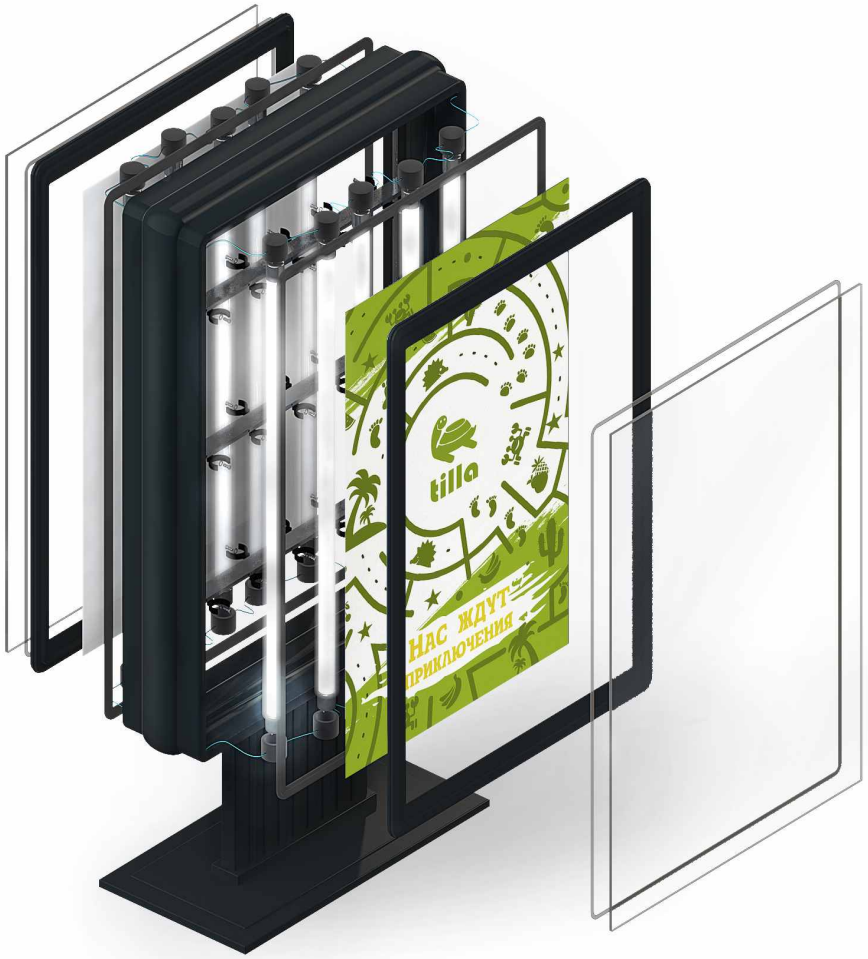
www.tilla-online.ru

+7 (495)645-01-08
+7 (495)645-01-35
170043, г. Тверь, Волоколамское шоссе 49

корпаративная электронная подпись

Свяжитесь с нами
Вы получили это электронное письмо, потому что Вы подписаны на рассылку информационных материалов рекламного характера от Tilla. Это сообщение было отправлено компанией Tilla, 170043, г. Тверь, Волоколамское шоссе 4, www.tilla-online.ru
Если Вы не хотите получать от нас сообщения с предложениями и новостями, пожалуйста, нажмите здесь , чтобы отписаться.

РЕКЛАМНЫЕ И POS-МАТЕРИАЛЫ



120x180

Воблеры могут быть разных форм и содержаний, в зависимости от целей мерчендайзинга, может указывать на скидку или идти в поддержку рекламной акции. Как правило, типография изготавливает их из фигурно вырубленной бумажной основы. Это основа крепится к держателю из алюминия или прозрачного ПВХ. За счет двустороннего скотча на ножке вобблер спокойно присоединяется к любой поверхности: полке, паллету, баннетте, самому товару и т.д.

ТОРГОВАЯ СТОЙКА

1250

200

Торговая стойка выполнена в общей концепции фирменного стлиля. Могут также использоваться дополнительные цвета в ключевых фразах для создания цветового ритма между оформлением и непосредственно самим продуктом представленным на рекламной стойке

680

300

Ценники можно использовать разных форм, размеров и сочетаний фирменного цвета с паттерном, для разграничения продукта по возрастной категории и других свойств.

ПАКЕТЫ

Пример использования фирменного бэкграунда, паттерна и знака на бумажных пакетах и пакетах из ткани.

Пример использования паттерна и знака на полиэтиленовом пакете

madekruto

web design studio