



3	Платформа бренда
16	Система айдентики
21	Логотип
28	Фирменная цветовая палитра
30	Типографика
33	Фирменная графика
40	Носители стиля

Платформа бренда

Кто мы

Наш продукт

Наши клиенты

Миссия бренда

Суть бренда

Роль бренда

Характер бренда

Компас бренда

Тональность

1

Мы обеспечиваем
наших клиентов преимуществом
системного подхода
в управлении коммуникациями

2

Мы объединяем
маркетинг и продажи
в единую бесшовную систему

3

Мы быстро откликаемся,
ценим открытость, инновации
и профессионализм

Платформа бренда

Кто мы

Наш продукт

Наши клиенты

Миссия бренда

Суть бренда

Роль бренда

Характер бренда

Компас бренда

Тональность

Система для управления коммуникациями в маркетинге и продажах

Платформа бренда

Кто мы

Наш продукт

Наши клиенты

Миссия бренда

Суть бренда

Роль бренда

Характер бренда

Компас бренда

Тональность

1. Единая система для бизнес-коммуникаций

Система с бесшовными/кросс-функциональными сервисами для бизнес-коммуникаций: ВАС, ОМНИ, сквозная аналитика, колл-трекинг, лидогенерация, AI.

2. Омниканальность

Интеграция в одной системе всех видов, каналов и инструментов связи для удобства сбора и анализа голосовой и текстовой информации.

3. Hi-end интеллектуальные разработки

Мы проектируем и создаём передовые сервисы для роста продаж. Совокупная интеллектуальная работа команды UIS генерирует выдающийся результат каждый год. Мы постоянно развиваемся, ориентируемся в it-трендах и вычлняем лучшее.

4. Уникальная Big Data

Большая база данных/звонков, накопленная с 1999 года. Наши знания и опыт неповторимы. Мы собираем информацию и умеем ее анализировать с пользой для бизнеса.

Платформа бренда

Кто мы

Наш продукт

Наши клиенты

Миссия бренда

Суть бренда

Роль бренда

Характер бренда

Компас бренда

Тональность

Мы ориентированы
на руководителей компаний,
отделов продаж и маркетинга,
выстраивающих системные
коммуникации с клиентами.

Платформа бренда

Кто мы

Наш продукт

Наши клиенты

Миссия бренда

Суть бренда

Роль бренда

Характер бренда

Компас бренда

Тональность

Быть партнером и поддержкой
бизнеса в управлении внешними
коммуникациями.
Настроить синергию маркетинга
и сейлзов для стабильных продаж.

Платформа бренда

Кто мы

Наш продукт

Наши клиенты

Миссия бренда

Суть бренда

Роль бренда

Характер бренда

Компас бренда

Тональность

Управляйте внешними коммуникациями системно

Платформа бренда

Кто мы

Наш продукт

Наши клиенты

Миссия бренда

Суть бренда

Роль бренда

Характер бренда

Компас бренда

Тональность

Стратегический партнёр

Платформа бренда

- Кто мы
- Наш продукт
- Наши клиенты
- Миссия бренда
- Суть бренда
- Роль бренда
- Характер бренда**
- Компас бренда
- Тональность

Внимательный и отзывчивый
it-профессионал, увлечённый
своим делом.

Компетентный, обходительный,
спикер с системным мышлением
и продвинутым чувством юмора.
Умеет интересно и доступно
объяснить сложные вещи.

характер бренда

Платформа бренда

Кто мы

Наш продукт

Наши клиенты

Миссия бренда

Суть бренда

Роль бренда

Характер бренда

Компас бренда

Тональность

НЕТ

Рисковый
Закоснелый
Отсталый
Замкнутый
Беспечный
Дилетант
Хаотичный
Реактивный
Скучный

ДА

Надежный
Гибкий
Продвинутый
Открытый
Внимательный
Компетентный
С системным
мышлением
Проактивный
С чувством юмора

НЕТ

Опекающий
Нестабильный
Авангардный
Откровенный
Навязчивый
Всезнающий
Педантичный
Гиперактивный
Насмешливый



Платформа бренда

Кто мы

Наш продукт

Наши клиенты

Миссия бренда

Суть бренда

Роль бренда

Характер бренда

Компас бренда

Тональность

Суть бренда

Система для управления коммуникациями в маркетинге и продажах

Наша миссия

Быть партнером и поддержкой бизнеса в управлении внешними коммуникациями. Настроить синергию маркетинга и сейлзов для стабильных продаж.

Ценности

Высокая экспертиза, Системность, Партнерство, Инновации, Прогнозирование, Безопасность, Контроль

Наша роль

Стратегический партнёр

Наши клиенты

Руководители компаний, отделов продаж и маркетинга, выстраивающие системные коммуникации с клиентами

Эмоциональная выгода

Конкурентное превосходство, уверенность в правильном выборе, признание профессиональных заслуг и рост

Функциональная выгода

Бесшовные коммуникации, омниканальность, систематизация рекламы, звонков и лидов, синергия маркетинга и продаж, адаптивность под разные задачи бизнеса, учитывает локальные нужды

Причины для доверия

- Единая система коммуникаций собственной разработки
- Российская компания с офисами в Москве и Туле
- Надежная работа телефонии, стабильные интеграции
- Команда более 200 сотрудников
- Уникальная Big Data, накопленная с 1999 года
- Безопасность данных
- Бесперебойный сервис 365/24/7

Платформа бренда

Кто мы

Наш продукт

Наши клиенты

Миссия бренда

Суть бренда

Роль бренда

Характер бренда

Компас бренда

Тональность

характер

что делать

Надёжный

Быть на связи. Подчеркивать стабильность работы сервисов и в общем компании UIS. В случае сложностей не обещать абстрактно, а устанавливать сроки и план действий. Быть конкретным. Делиться отзывами клиентов

Продвинутый

Подчеркивать свои инновации. Активно продвигать новые сервисы и обновления. Обрисовывать горизонт будущего (к примеру, делать дайджесты с трендами рынка). Не стесняться заявлять о своих достижениях и наградах.

Внимательный и гибкий

Уважительное обращение к клиентам, на Вы. Обязательное внимание к их потребностям перед продажами. Слушать и слышать, а не говорить. Быть партнером, но оставаться сервисом, оставлять позитивные пожелания. Говорить не о себе, а о бизнесе клиента и своих возможностях для него.

Проактивный и открытый

Не настойчиво, но уверенно призывать к действиям. Делиться своими идеями по развитию, искренне интересоваться бизнесом клиента и проявлять эрудированность в его сфере. Получать обратную связь (опросы, отзывы). Быть партнером.

Компетентный и последовательный

Подтверждать свои доводы и предложения данными, статистикой. Делиться знаниями, проводить обучающие вебинары, создавать контент. Подчеркивать значимость бизнес-коммуникаций и объединения маркетинга и продаж для развития бизнеса.

С чувством юмора

Для создания хорошего настроения и дружелюбного бренда, а не для того, чтобы отшутиться. Позитивный юмор, игра слов, интеллектуальные шутки, как способ демонстрации ума, цитаты, самоирония, уместные ситуативные шутки (подходящие к реальным событиям), «эксперименты» с AI. Без насмешки в сторону клиента и его конкурентов, «коверкания» слов, пошлости и банальностей, не слишком заумный и сложный, не двусмысленный

Система айдентики

- «Имиджевый»
- «Рекламный»
- «Деловой»

Оформление коммуникаций компании производится тремя различными способами в зависимости от типа носителя и коммуникационной задачи:

1. «Имиджевый»



для создания акцентных пятен присутствия бренда

2. «Рекламный»



для яркого оформления носителей, когда необходимо привлечь внимание ЦА с целью привлечения лидов

3. «Деловой»



для брендирования носителей, не требующих яркого оформления, когда не подразумевается активный «подогрев» лидов

Система айдентики. «Имиджевый» способ

Система айдентики

«Имиджевый»

«Рекламный»

«Деловой»

«Имиджевый» способ применяется для создания концентрированных, ярких пятен, когда необходимо обозначить присутствие бренда в окружающей среде, обратить внимание, застолбить территорию, напомнить о бренде.

Основное применение — сувенирная продукция (например, сумки, пакеты, ручки, карандаши, футболки, оклейка автомобилей и т. п.).

Достигается за счёт использования большого количества глубоко-синего цвета и крупного логотипа. Основные инструменты — заливки, «облако» и крупный логотип.



Чехол



Сумка



Футболка

Система айдентики. «Рекламный» способ

Система айдентики

«Имиджевый»

«Рекламный»

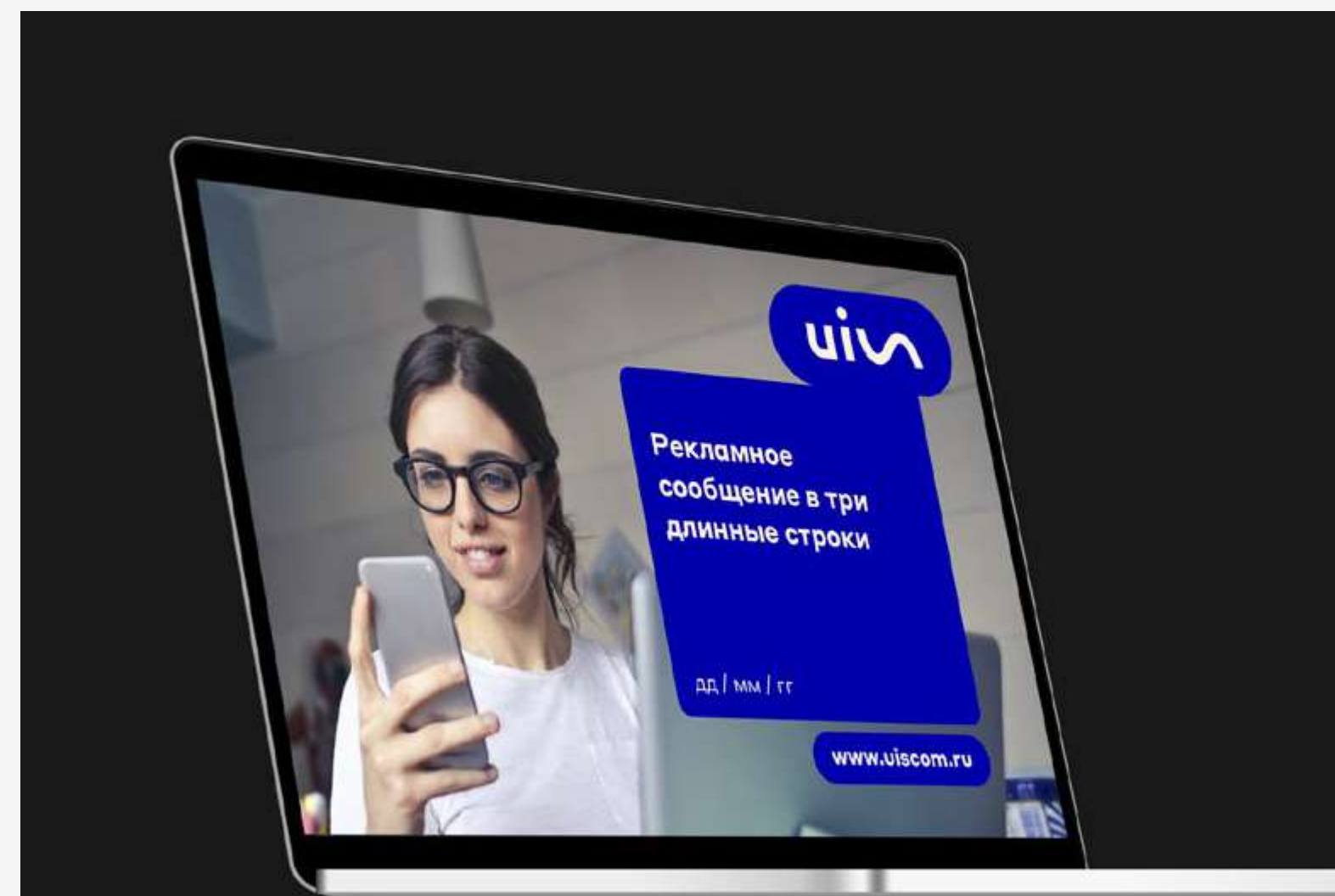
«Деловой»

Основное применение — тактические рекламные коммуникации (интернет-баннеры, роллапы, билборды, бейджи на мероприятиях, обложки презентаций и т. п.), а также «подогревающие» коммуникации (обложка ютюб-видео, smm, сайт).

Достигается за счёт использования значительного количества глубоко-синего цвета. Основные инструменты — фирменные «баблы», «облако» и логотип.



Roll-up



Обложка презентации



Обложка сториз



Система айдентики. «Деловой» способ

Система айдентики

«Имиджевый»

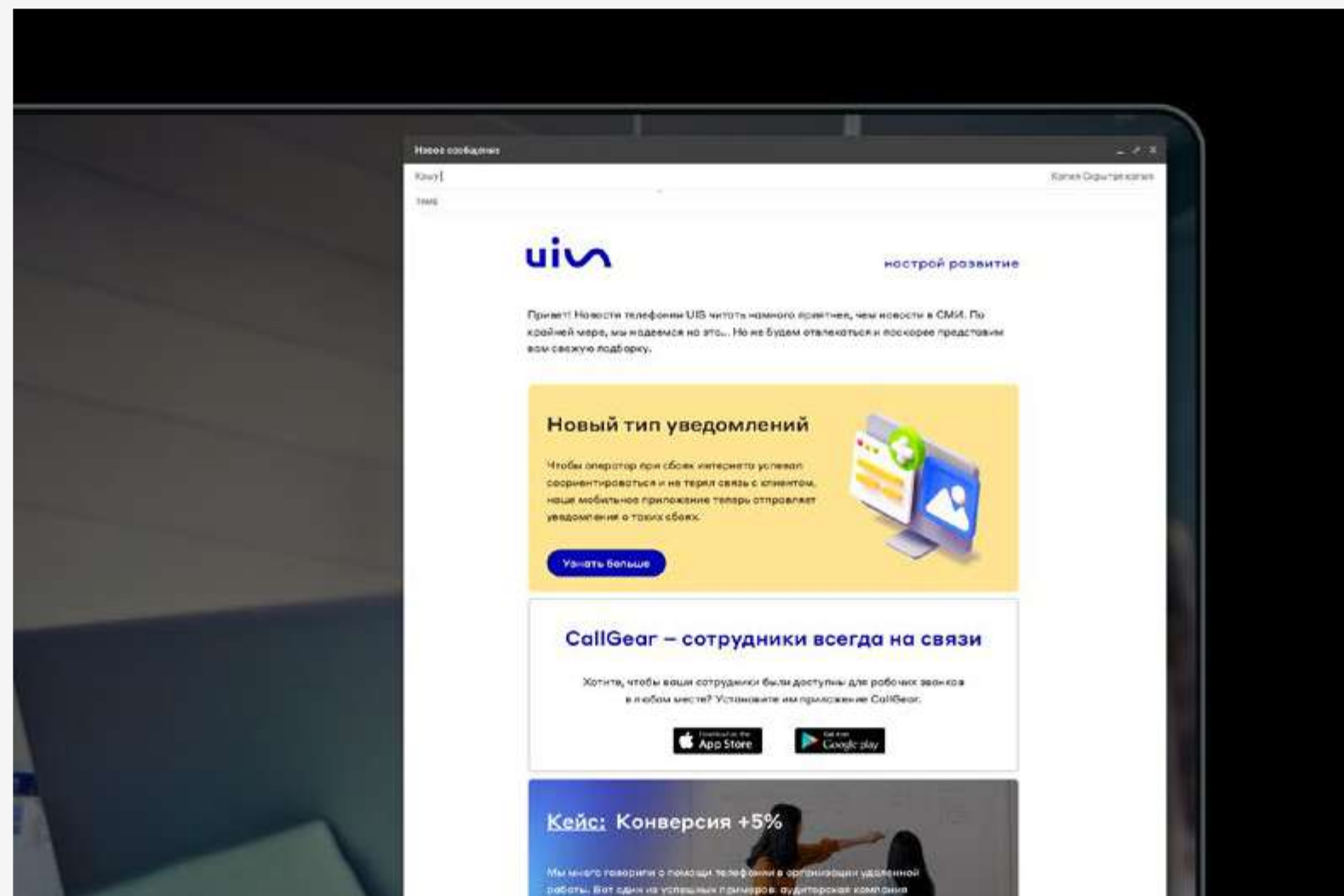
«Рекламный»

«Деловой»

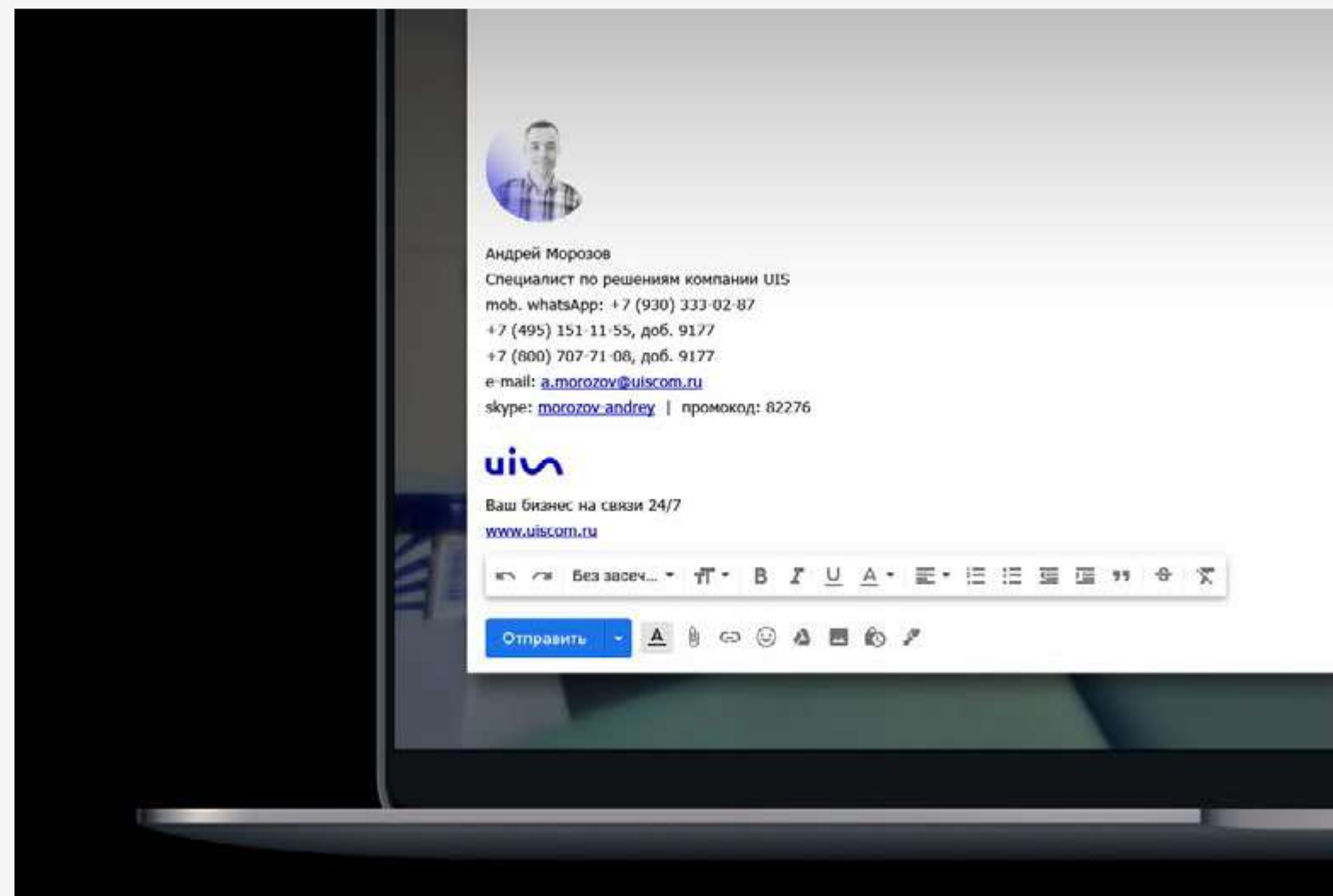
Сдержанный способ. Используется для лёгкого обозначения принадлежности к бренду. Для носителей, не требующих яркого оформления, не участвующих в агрессивной среде.

Обычно находит применение или в деловой документации, или на второстепенных носителях, или на второстепенных поверхностях носителей, когда необходимо сконцентрировать внимание на предоставляемой информации.

Основной инструмент — логотип.



E-mail рассылка / страница сайта



Подпись электронного письма



Бланк

Константы фирменного стиля

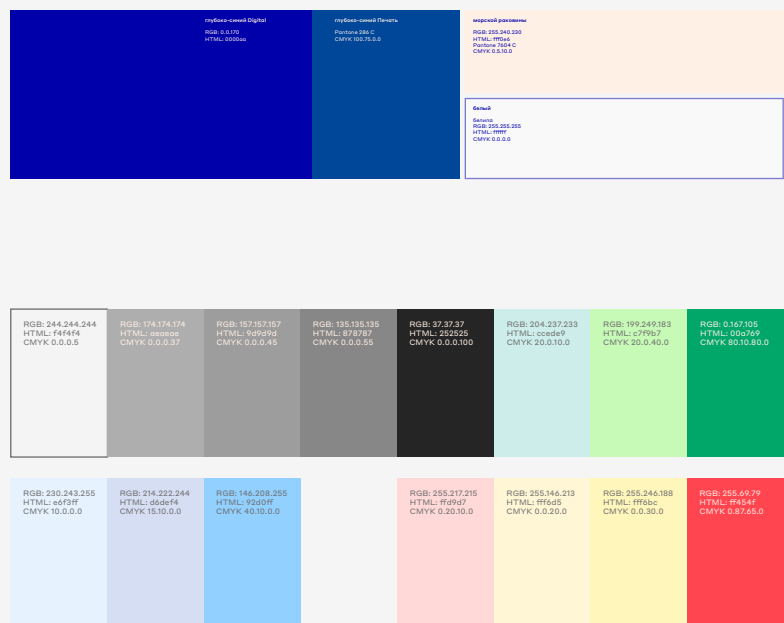
Константы фирменного стиля

- Логотип
- Фирменная цветовая палитра
- Типографика
- Фирменные «баблы»
- Элемент «облако»
- Заливки

Для успешного продвижения на рынке бренда UIS необходимо сформировать узнаваемый и уникальный визуальный образ. Данный Брендбук устанавливает основные правила и параметры применения логотипа и основных стилеобразующих элементов.

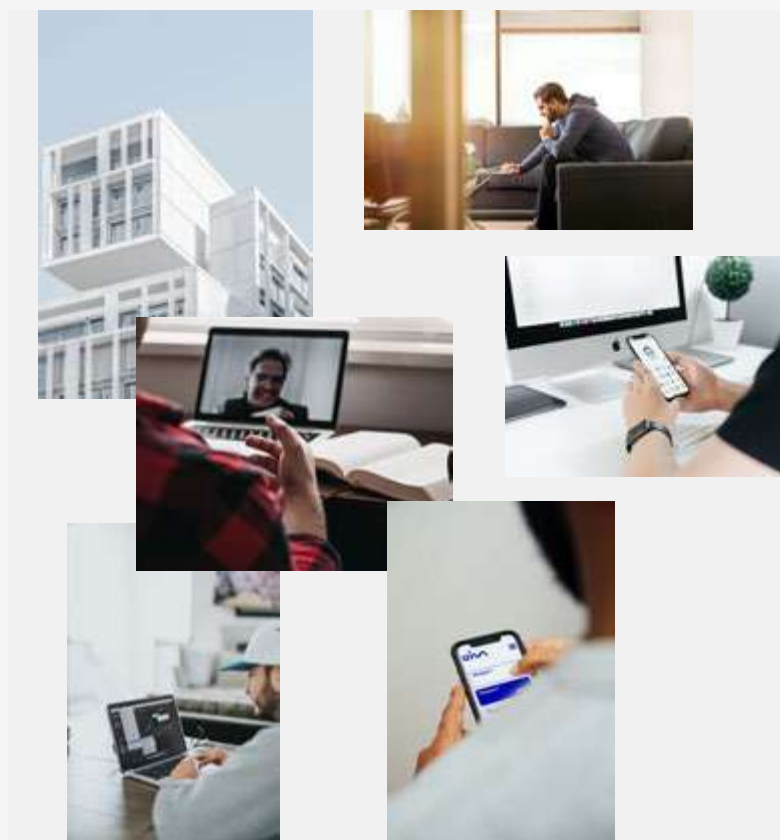


Логотип и заливки фирменным синим цветом

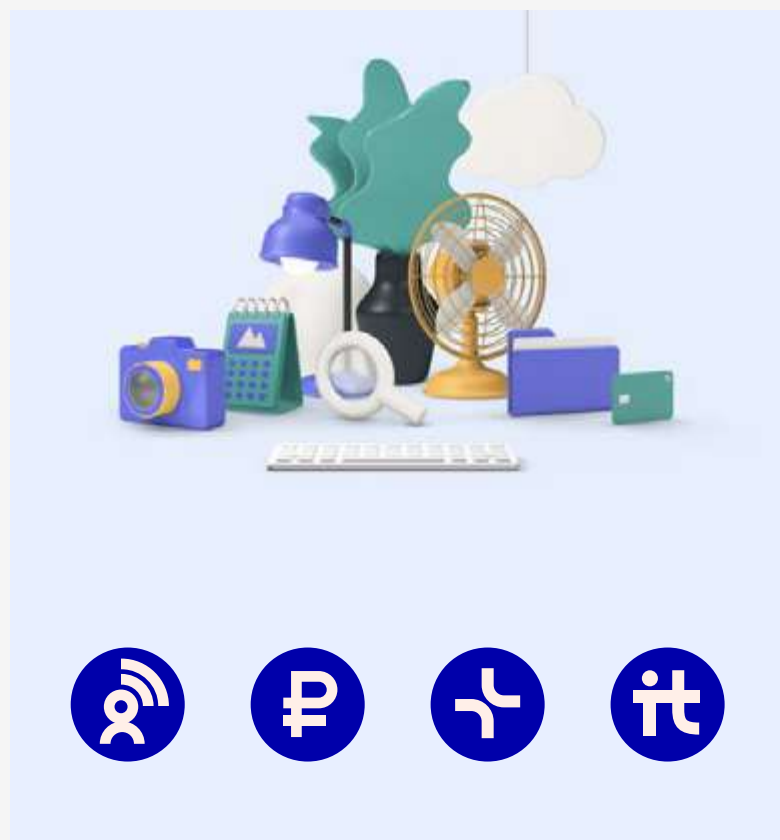


Styrene A LC

Цветовая палитра и фирменный шрифт



Фотостиль



3D-иконки – Bento 3D Design Vol. 1, 2, 3 и фирменные векторные иконки



Фирменная графика «баблы»



Фирменная графика «облако»

Логотип. Цветовые сочетания

Логотип

Цветовые сочетания

Дескриптор

Охранное поле и минимальные размеры

Линии привязок

Положение на макете

Ошибки

Логотип UIS представляет собой уникальную авторскую шрифтовую композицию. Основное цветовое сочетание в рекламных коммуникациях бренда — логотип фирменного цвета морской раковины на фоне глубоко-синего. Инверсия логотипа на светлом фоне используется только в случаях необходимости на второстепенных носителях или второстепенных поверхностях носителя. В данных случаях фон может быть цвета морской раковины, белым и светло-серым.

Логотип является цельной композицией, недопустимы какие-либо изменения цвета, пропорций, начертания логотипа и расстояний между элементами. Используйте оригинальные векторные файлы, прилагаемые к Брендбуку.

Основное цветовое сочетание



Инверсионные цветовые сочетания



Логотип. Дескриптор

Логотип

Цветовые сочетания

Дескриптор

Охранное поле и минимальные размеры

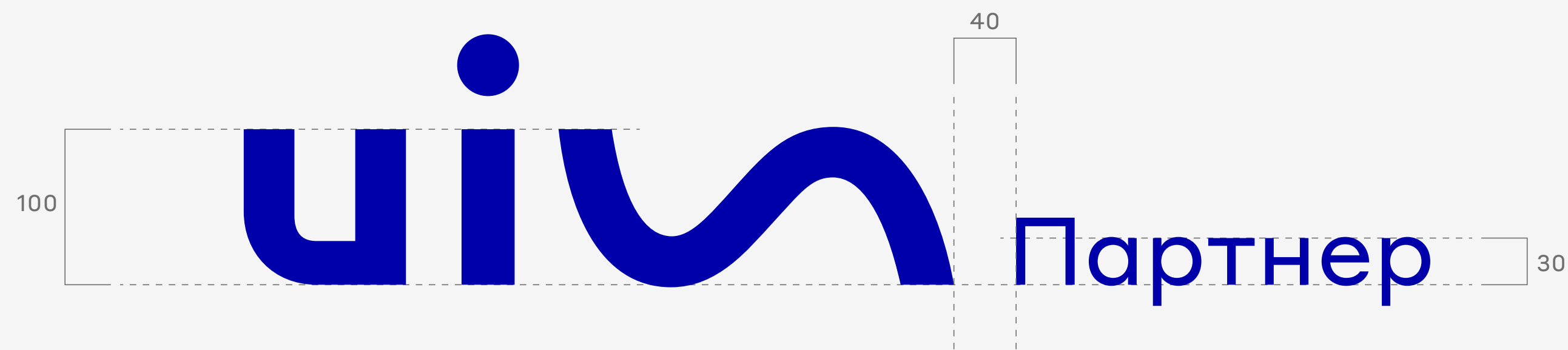
Линии привязок

Положение на макете

Ошибки

При необходимости к логотипу может быть добавлен дескриптор (например, наименование города, локации, партнёра, мероприятия и т. п.). Рекомендуется ограничиться одним-двумя словами в дескрипторе.

Дескриптор набирается фирменной гарнитурой Styrene A LC Medium в одну строку, с прописной буквы, и окрашивается в цвет логотипа. На рисунке обозначены пропорции. Для добавления дескриптора воспользуйтесь шаблоном, прилагаемым к Брендбуку.



ciw Academy

ciw Хакатон

ciw Маркет

~~ciw Главный партнер~~

~~ciw Самый важный партнер~~

~~ciw MARKET~~

Логотип. Охранное поле и минимальные размеры

Логотип

Цветовые сочетания

Дескриптор

Охранное поле и минимальные размеры

Линии привязок

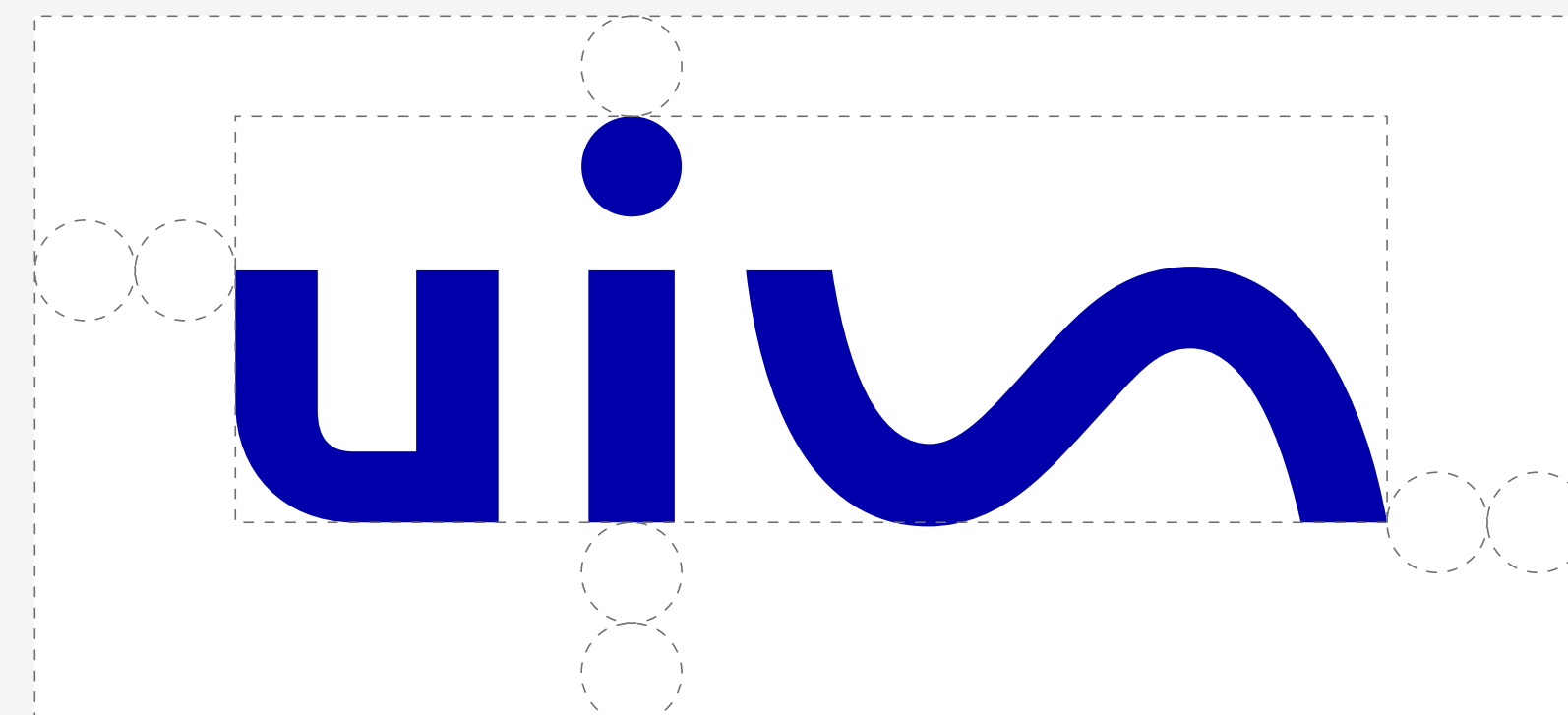
Положение на макете

Ошибки

С целью обеспечения узнаваемости и правильности восприятия логотипа при его размещении на носителях следует руководствоваться правилом охранного поля — минимального пространства вокруг логотипа, свободного от какой-либо посторонней графики и текста. Его размеры обозначены на схеме.

При способах печати с низким разрешением или в зависимости от свойств поверхности носителя или от контрастности фона некоторые детали могут отображаться некорректно, поэтому необходимо в каждом отдельном случае воспроизведения логотипа размером, близким к минимальному, следить за его читабельностью.

Охранное поле



Минимальные размеры

min 6 мм
20 pix



min 8 мм
35 pix



Логотип. Линии привязок

Логотип

Цветовые сочетания

Дескриптор

Охранное поле и минимальные размеры

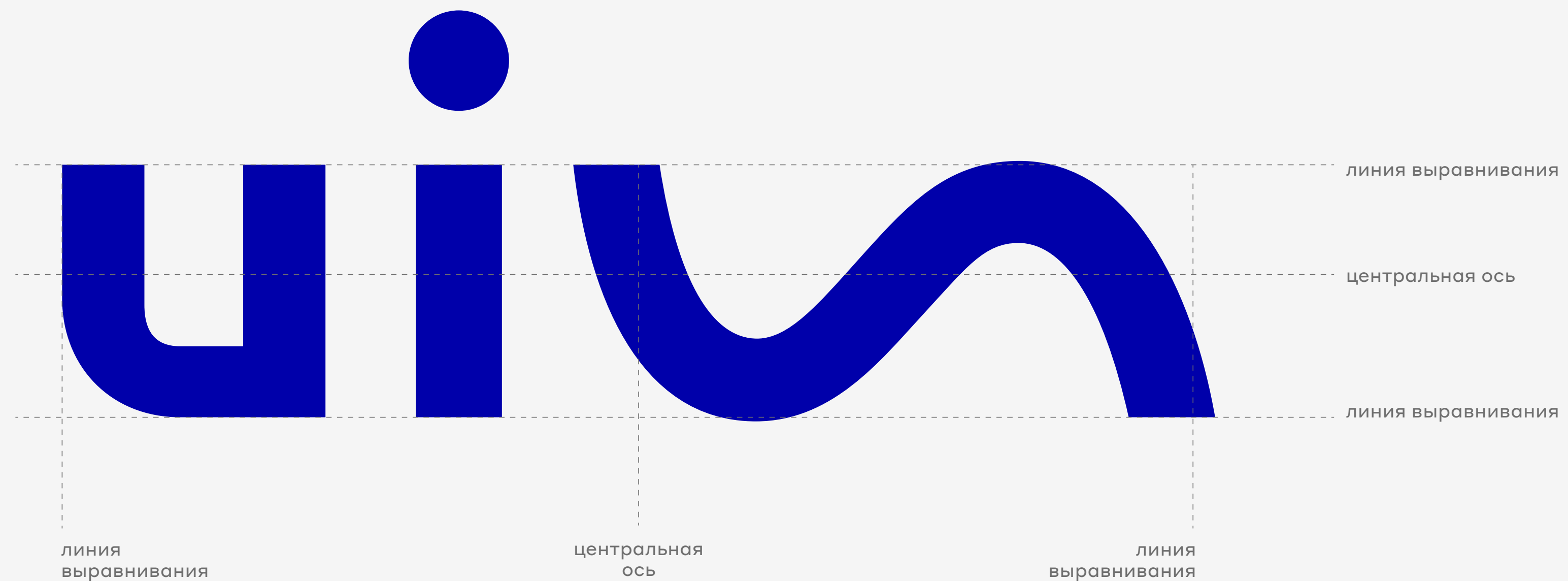
Линии привязок

Положение на макете

Ошибки

При конструировании дизайн-макета для выравнивания текстовых блоков, элементов дизайна или графической информации относительно логотипа, а также для выравнивания логотипа относительно сетки или края макета рекомендуется использовать линии, указанные на схеме.

Линия выравнивания, проходящая справа, несколько смещается внутрь логотипа, так же как и горизонтальная центральная ось не совпадает с геометрическим центром логотипа. Данные линии смещены для визуальной компенсации, степень их смещения зависит от формы и размера выравниваемого объекта.



Логотип

Цветовые сочетания

Дескриптор

Охранное поле и минимальные размеры

Линии привязок

Положение на макете

Ошибки

Расположение логотипа на макете зависит от способа его оформления («имиджевый», «рекламный» или «деловой»).

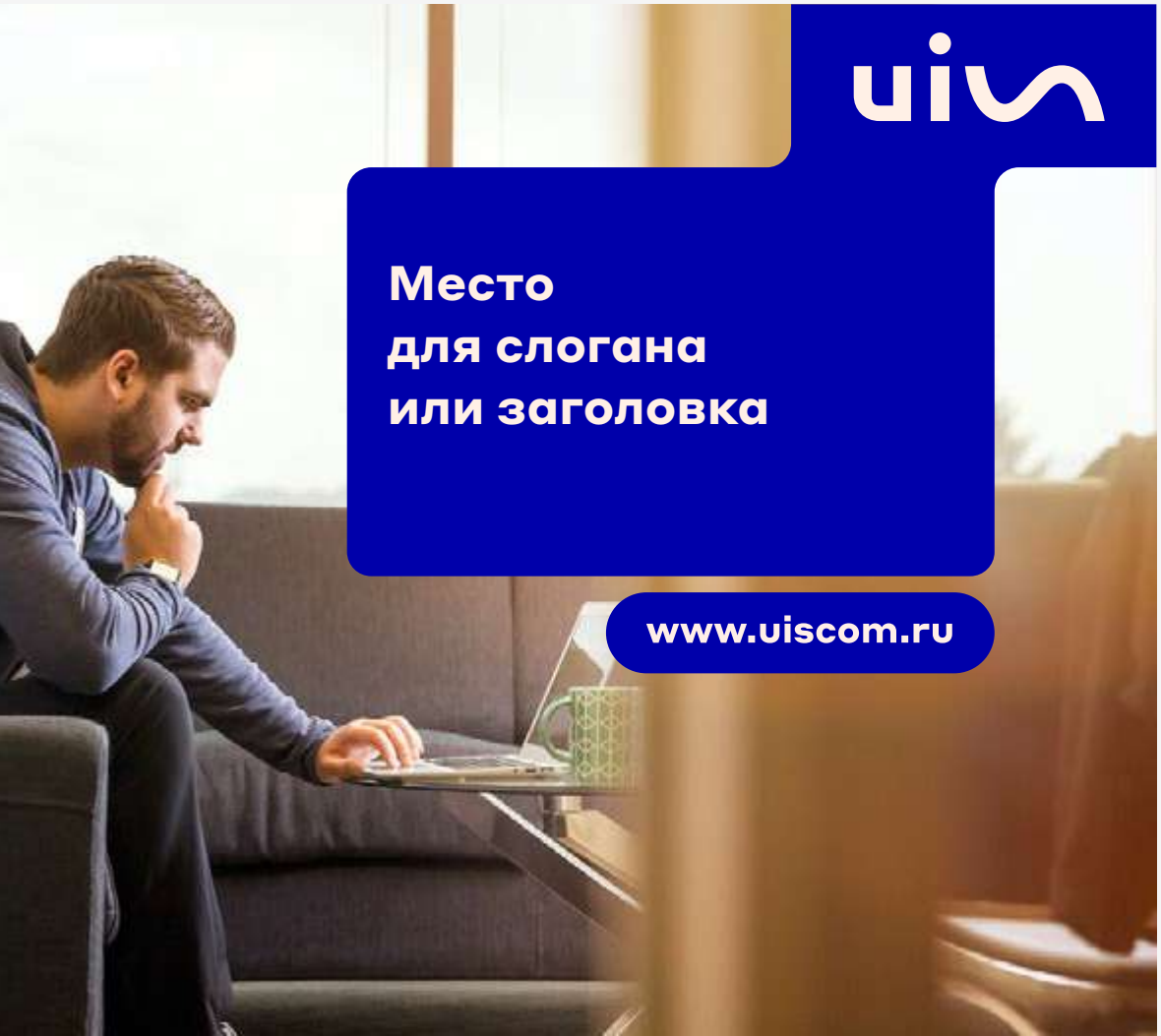
В случае имиджевого оформления логотип располагается крупно по центру макета (с соблюдением правила охранного поля).

При «рекламном» способе логотип используется в составе «бабла», располагаясь в правой части макета.

Основное метоположение логотипа при деловом способе оформления — левый верхний угол макета.



«Имиджевый»



«Рекламный»



«Деловой»

Логотип

Цветовые сочетания

Дескриптор

Охранное поле и минимальные размеры

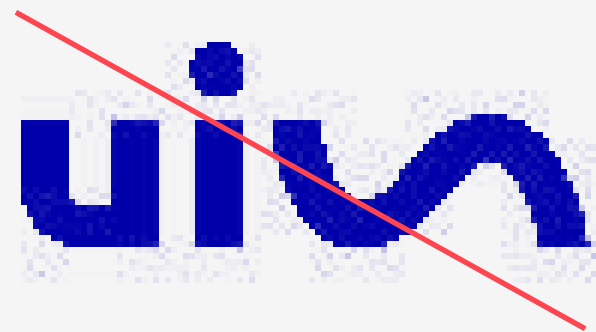
Линии привязок

Положение на макете

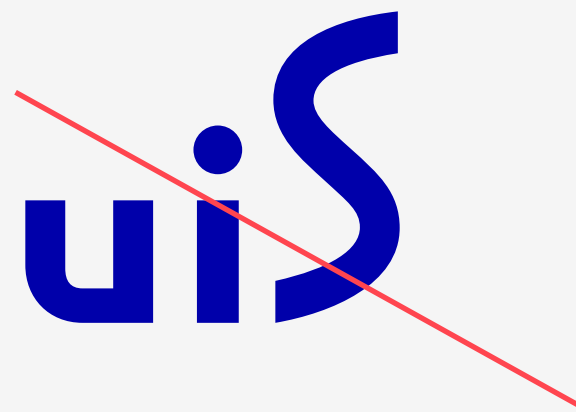
Ошибки

В данном разделе представлены наиболее грубые и распространённые ошибки, допускаемые при использовании логотипа.

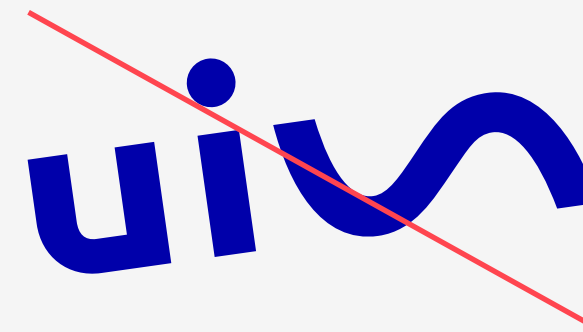
Избегайте их и следите за правильностью использования логотипа подрядчиками. Во всех случаях необходимо использовать оригинальный файл с необходимой версией логотипа. Запрещено вытаскивать логотип из «тела» Брендбука!



не допускается пикселизация логотипа



не допускается изменять положение элементов логотипа относительно друг друга

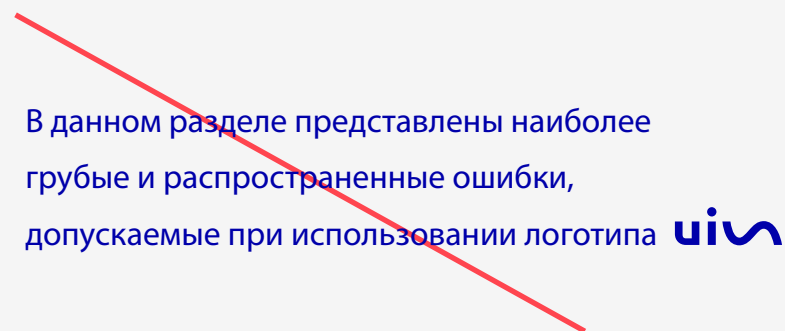


не допускается поворачивать логотип



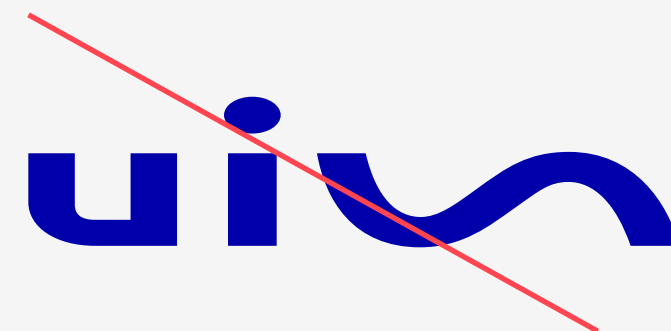
В данном разделе представлены наиболее грубые и распространённые ошибки, допускаемые при использовании логотипа.

не допускается окрашивать логотип в нерегламентированные цвета



В данном разделе представлены наиболее грубые и распространённые ошибки, допускаемые при использовании логотипа

не допускается вставлять логотип в текст



не допускается изменять пропорции логотипа

Логотип

Цветовые сочетания

Дескриптор

Охранное поле и минимальные размеры

Линии привязок

Положение на макете

Ошибки



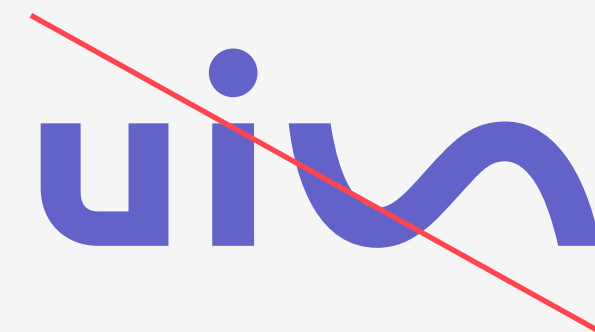
не допускается искажение фирменных цветов



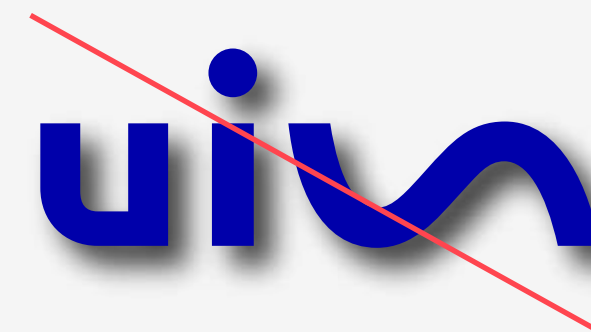
не допускается использование монохромного логотипа



не допускается окрашивать логотип в нерегламентированные цвета



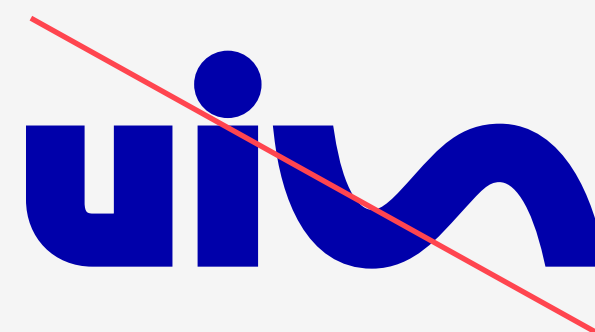
не допускается изменение интенсивности цветов и использование эффекта прозрачности



не допускается применять эффект тени



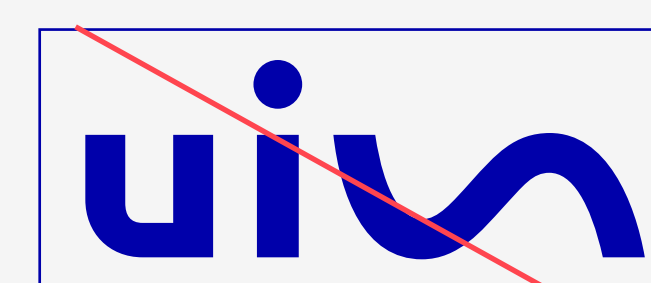
не допускается располагать логотип на неконтрастном и постороннем фоне



не допускается добавление обводок



не допускается использование градиентов



не допускается добавление рамок

Основные фирменные цвета

Фирменная цветовая палитра

Основные фирменные цвета

Дополнительные фирменные цвета

Фирменная цветовая палитра представлена в нескольких основных цветовых моделях, предназначенных для различных способов воспроизведения.

Модель RGB и HTML используют для обозначения цветов в электронных носителях информации (например, сайт, страница в соцсетях, презентация, приложение).

Pantone — система, гарантирующая наиболее точную цветопередачу при печати.

Модель CMYK используют при полноцветной печати.

Для воспроизведения на экранах подобран яркий глубоко-синий цвет. К сожалению, повторение данного цвета при печати красками невозможно: он будет существенно отличаться.

Искажение и использование других цветов недопустимо. Необходимо следить за соблюдением точного отображения фирменных цветов во всех случаях.

глубоко-синий Digital

RGB: 0.0.170
HTML: 0000aa

глубоко-синий Печать

Pantone 286 C
CMYK 100.75.0.0

морской раковины

RGB: 255.240.230
HTML: fff0e6
Pantone 7604 C
CMYK 0.5.10.0

белый

белила
RGB: 255.255.255
HTML: fffffff
CMYK 0.0.0.0

Дополнительные фирменные цвета

- Фирменная цветовая палитра
- Основные фирменные цвета

Дополнительные фирменные цвета

При необходимости произвести цветовую дифференциацию между элементами на макете (например, график, диаграмма) или выделить объект/текст необходимо использовать подходящие для задачи цвета из дополнительной палитры.

RGB: 244.244.244 HTML: f4f4f4 CMYK 0.0.0.5	RGB: 174.174.174 HTML: aeaede CMYK 0.0.0.37	RGB: 157.157.157 HTML: 9d9d9d CMYK 0.0.0.45	RGB: 135.135.135 HTML: 878787 CMYK 0.0.0.55	RGB: 37.37.37 HTML: 252525 CMYK 0.0.0.100
--	---	---	---	---

RGB: 204.237.233 HTML: ccede9 CMYK 20.0.10.0	RGB: 199.249.183 HTML: c7f9b7 CMYK 20.0.40.0	RGB: 73.184.128 HTML: 49B880 CMYK 75.0.70.0	RGB: 0.167.105 HTML: 00a769 CMYK 80.10.80.0
--	--	---	---

RGB: 230.243.255 HTML: e6f3ff CMYK 10.0.0.0	RGB: 214.222.244 HTML: d6def4 CMYK 15.10.0.0	RGB: 146.208.255 HTML: 92d0ff CMYK 40.10.0.0
---	--	--

RGB: 255.217.215 HTML: ffd9d7 CMYK 0.20.10.0	RGB: 255.146.213 HTML: fff6d5 CMYK 0.0.20.0	RGB: 255.246.188 HTML: fff6bc CMYK 0.0.30.0	RGB: 255.69.79 HTML: ff454f CMYK 0.87.65.0
--	---	---	--

Типографика. Фирменный шрифт

Типографика

Фирменный шрифт

Системный шрифт

Основные принципы

Шрифтовая гарнитура бренда — Styrene A LC в трёх начертаниях. Использование исключительно данной гарнитуры позволит достичь единого визуального образа и обеспечить более чёткую идентификацию.

Правообладателями гарнитуры являются Бертон Хасебе и Илья Рудерман. С информацией о приобретении многопользовательской лицензии на использование можно ознакомиться на сайте type.today.

Styrene A LC Regular
Medium
Bold

Типографика. Системный шрифт

Типографика

Фирменный шрифт

Системный шрифт

Основные принципы

Шрифт Tahoma необходимо применять в электронных носителях, предполагающих использование только системных предустановленных наборов шрифтов (например, электронные бланки в MS Word, электронные презентации MS PowerPoint и т. п.).

Tahoma Regular

Tahoma Bold

Типографика. Основные принципы

Типографика

Фирменный шрифт

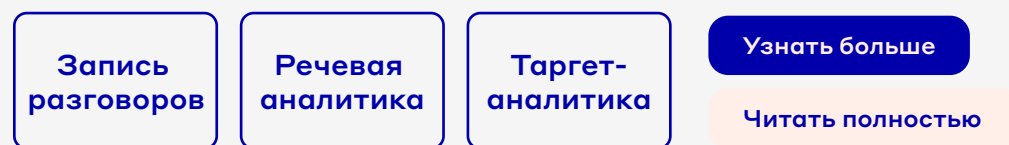
Системный шрифт

Основные принципы

Наборный текст — начертание Regular

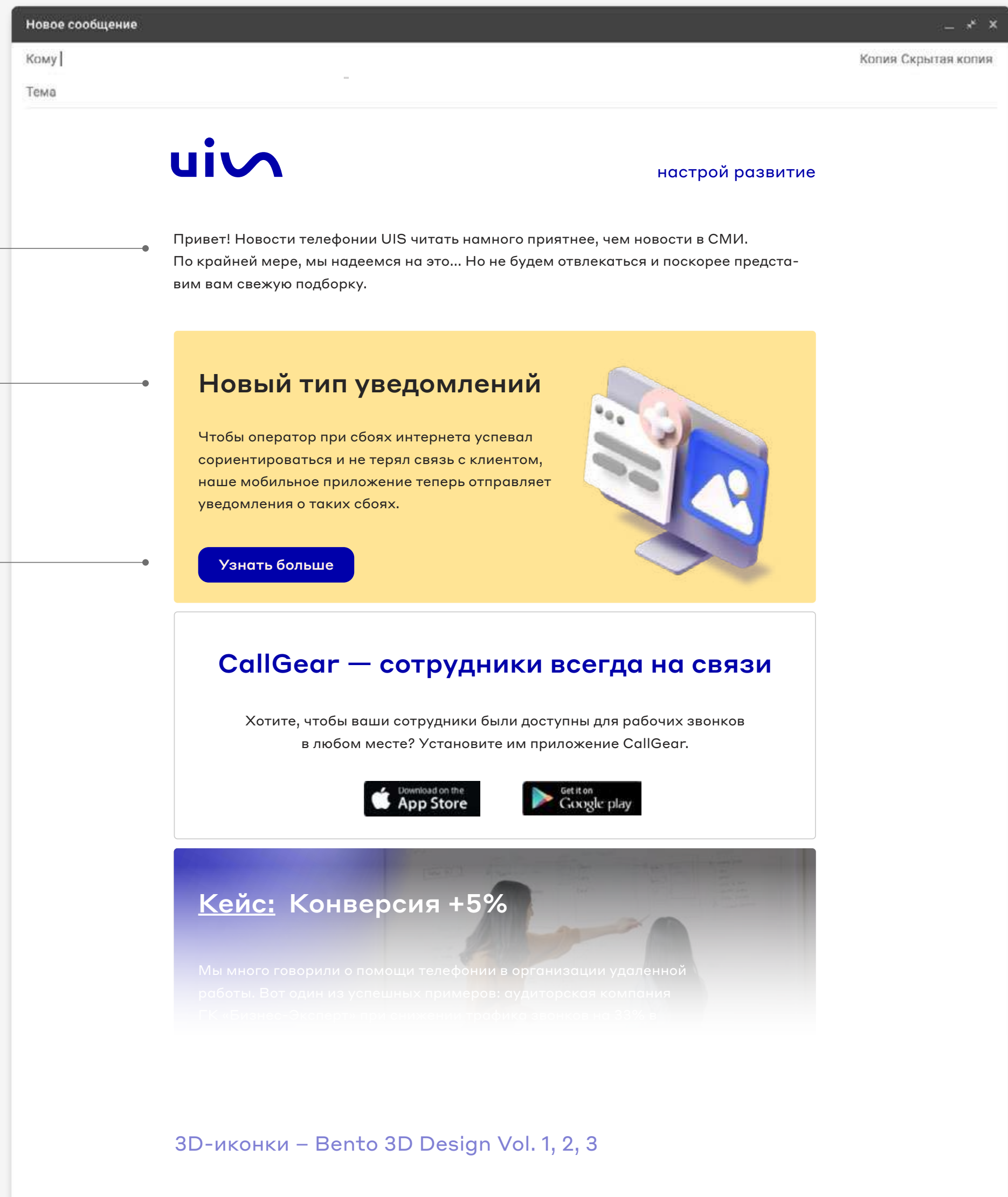
Заголовки — начертание Medium/Bold, кегль крупнее наборного текста на 150–200%

Преимущества и кнопки выделяются прямоугольниками с закругленными углами, залитыми фирменным цветом или окантовкой



В стиле не используются надписи, набранные прописными символами

~~РЕЧЕВАЯ АНАЛИТИКА~~



Фирменная графика. «Баблы»

Фирменная графика

«Баблы»

Правила трансформации

Правила использования

«Облако»

Заливки

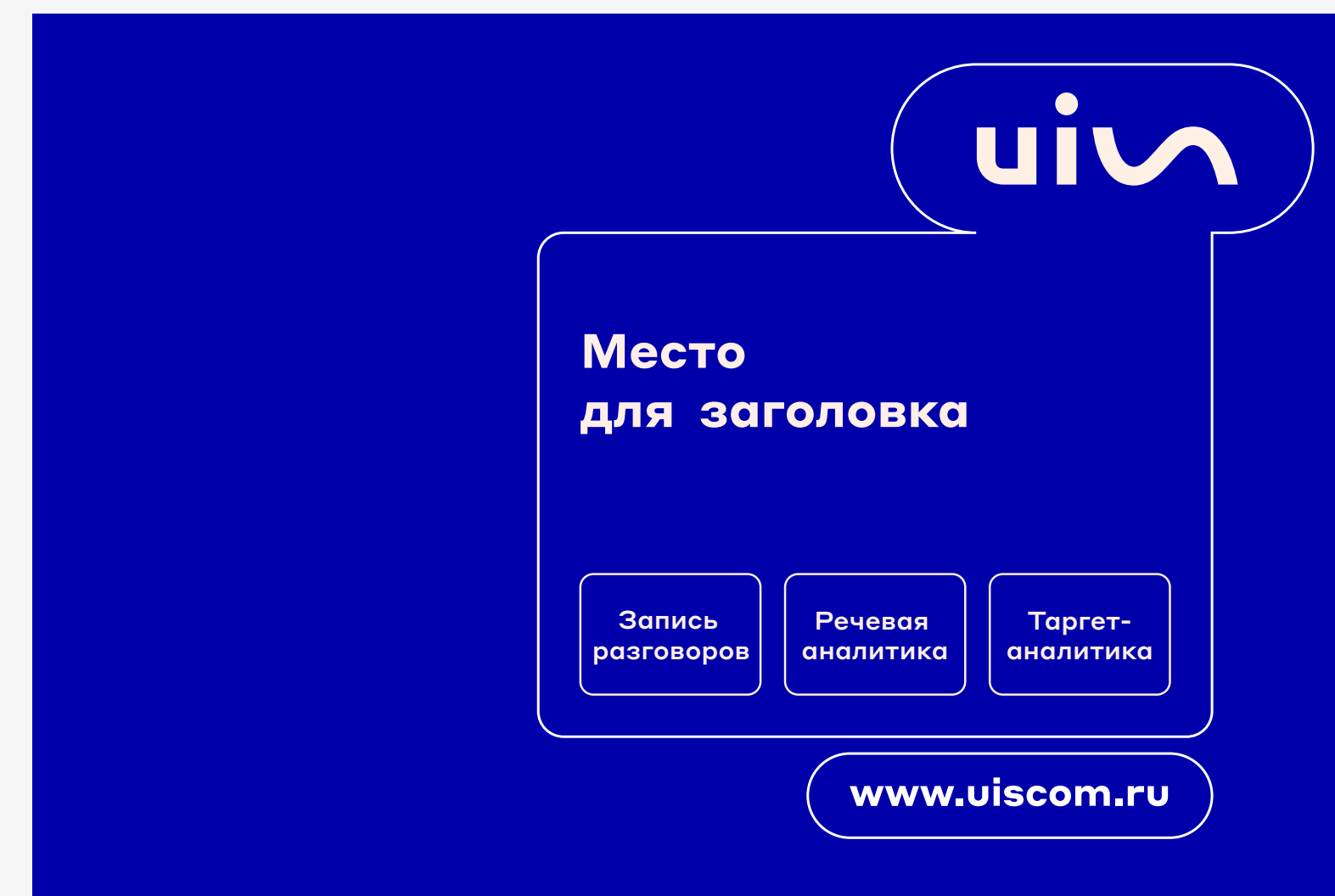
Фирменные «баблы» — декоративные элементы, используемые при «рекламном» способе оформления. Представляют собой конструкцию, состоящую из трёх секций: для логотипа, для переменной информации и для служебной информации и контактов.

Секции с логотипом и контактами имеют фиксированную форму, положение и содержание. При отсутствии необходимости демонстрации контактов данная секция может не использоваться или может выполнять роль кнопки при оформлении электронной коммуникации.

Секция, предназначенная для переменной информации, может изменяться в размерах и подстраиваться под количество информации и формат макета.

Цветовые сочетания

«Баблы» всегда окрашиваются в фирменный глубоко-синий цвет, при расположении на синем фоне добавляется обводка белого цвета или цвета морской раковины (толщина обводки задана в шаблонах)



«Баблы». Правила трансформации

Фирменная графика

«Баблы»

Правила трансформации

Правила использования

«Облако»

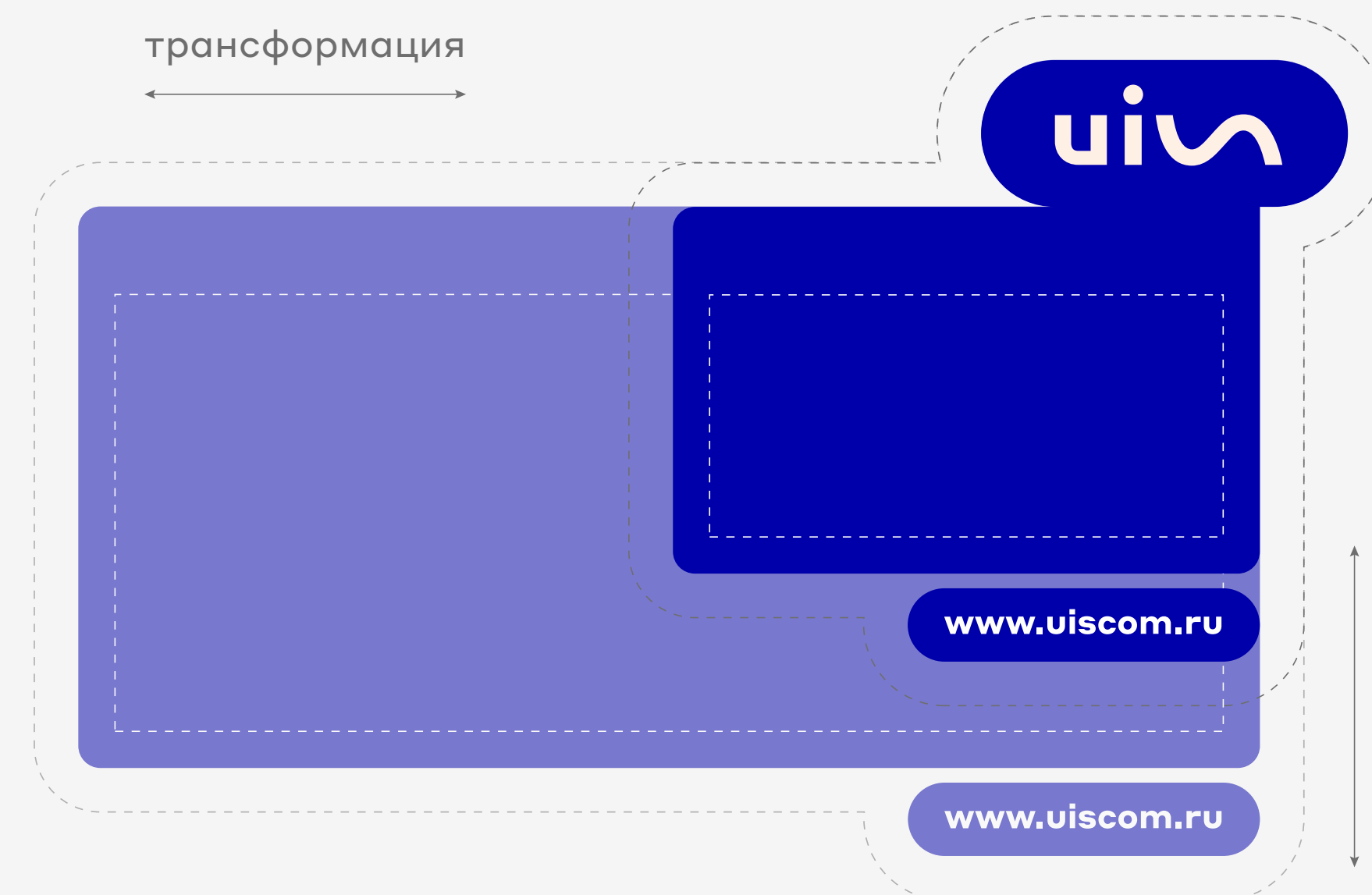
Заливки

К Брендбуку прилагаются шаблоны «баблов» с исходным минимальным размером секции для информации.

При расположении информации на «бабле» или рядом с ним необходимо соблюдать обозначенные на схеме поля. Данные поля также обозначают расстояния, которые необходимо соблюсти между «баблом» и краем макета.

Для удобства использования «баблов» в прилагаемых файлах поля присутствуют в виде объектов без заливок и контуров.

Трансформация секции для информации производится вместе с заданными в шаблоне полями.



«Баблы». Правила использования

Фирменная графика

«Баблы»

Правила трансформации

Правила использования

«Облако»

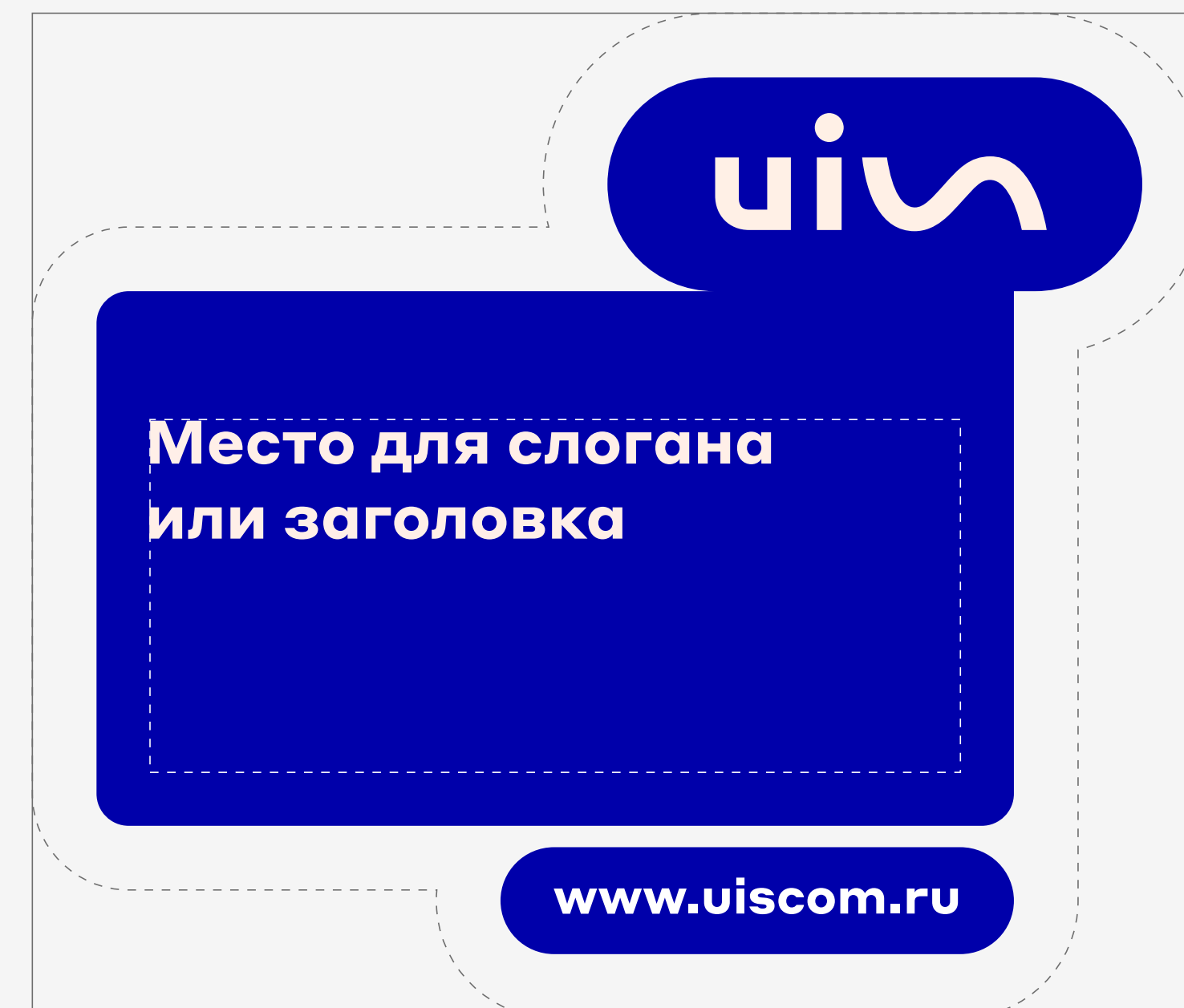
Заливки

На одном носителе — только один «бابل», он располагается в правой части макета или на всю его ширину/высоту. При возможности примыкания «бабла» к правому верхнему углу макета может быть использована специальная версия, не требующая соблюдения отступов.

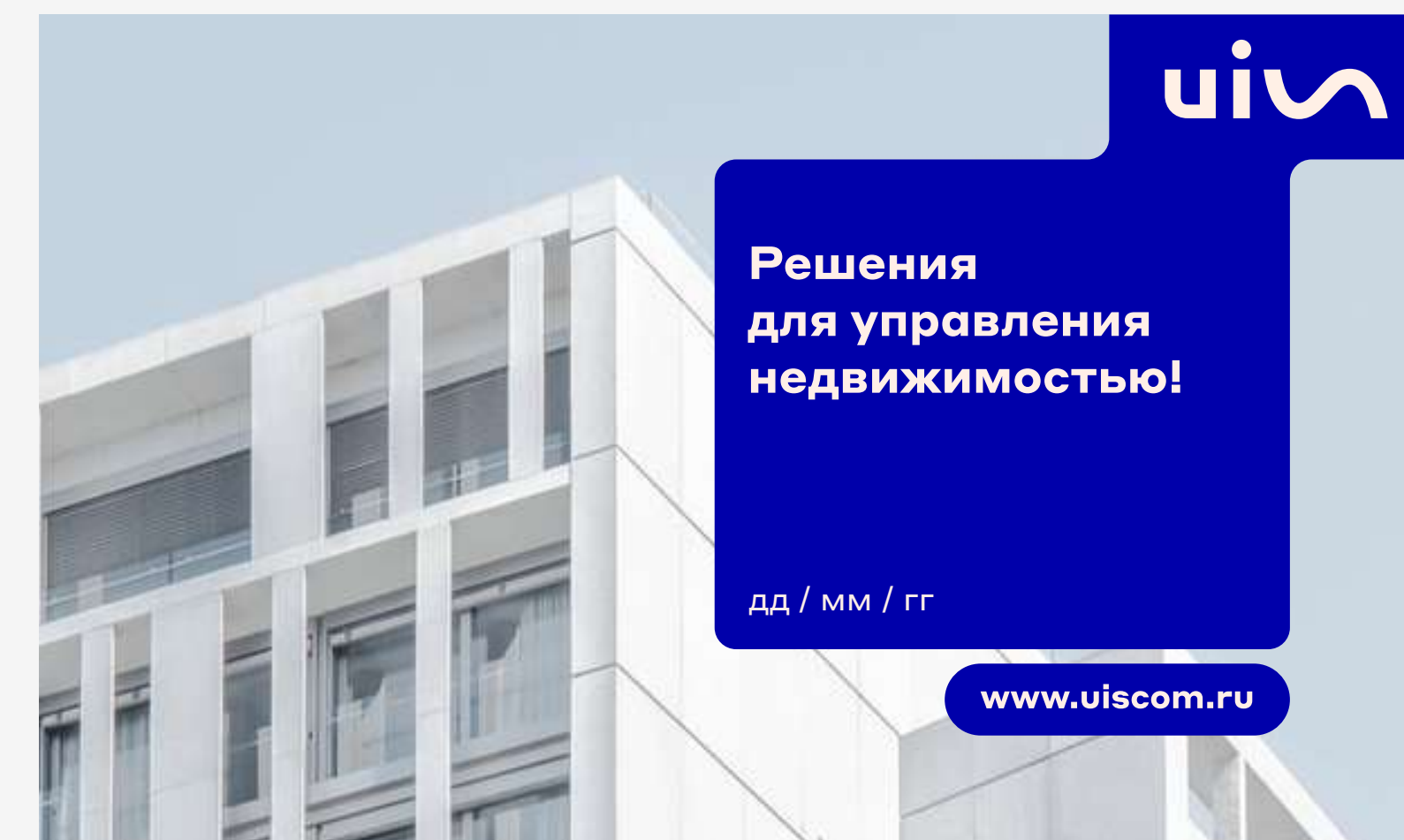
«Бабл» должен быть ключевым элементом макета и занимать 30–80% его площади. При расположении на изображении необходимо следить, чтобы силуэт «бабла» оставался контрастным и хорошо считывался.

«Баблы» не используются на одном макете с «облаком».

на всю ширину или высоту макета



версия для примыкания к верхнему правому углу



минимум 30% площади макета

Фирменная графика

«Баблы»

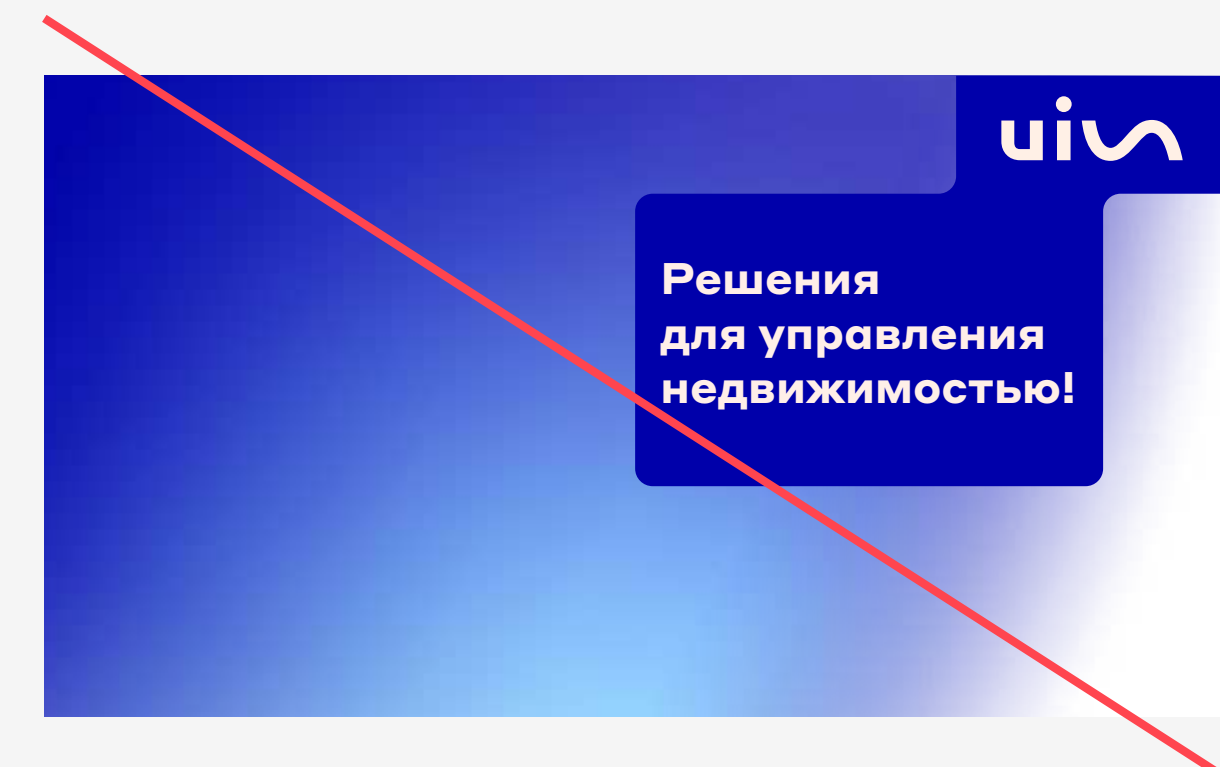
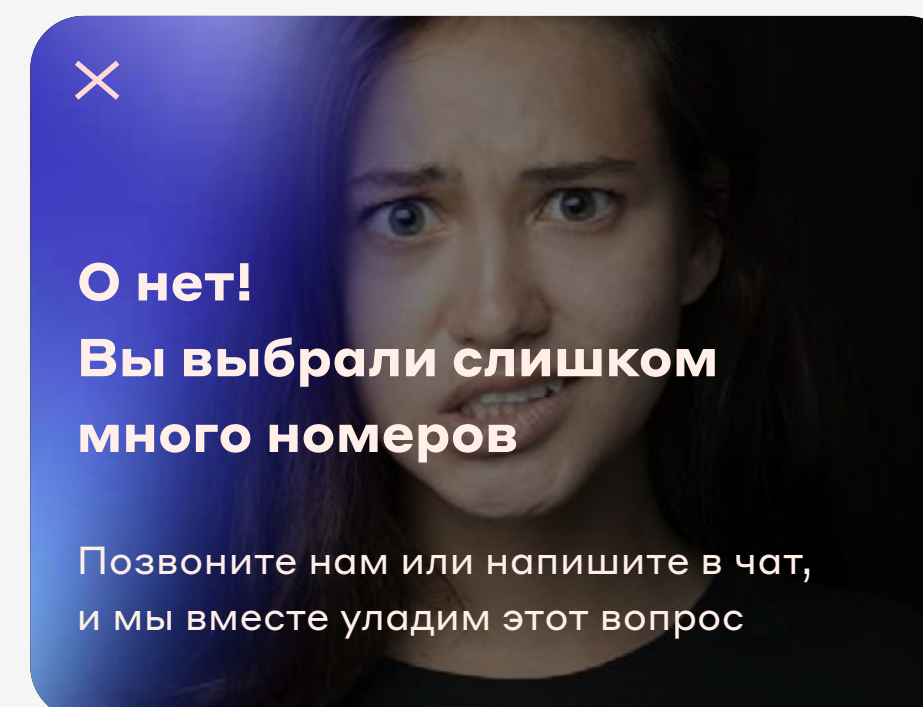
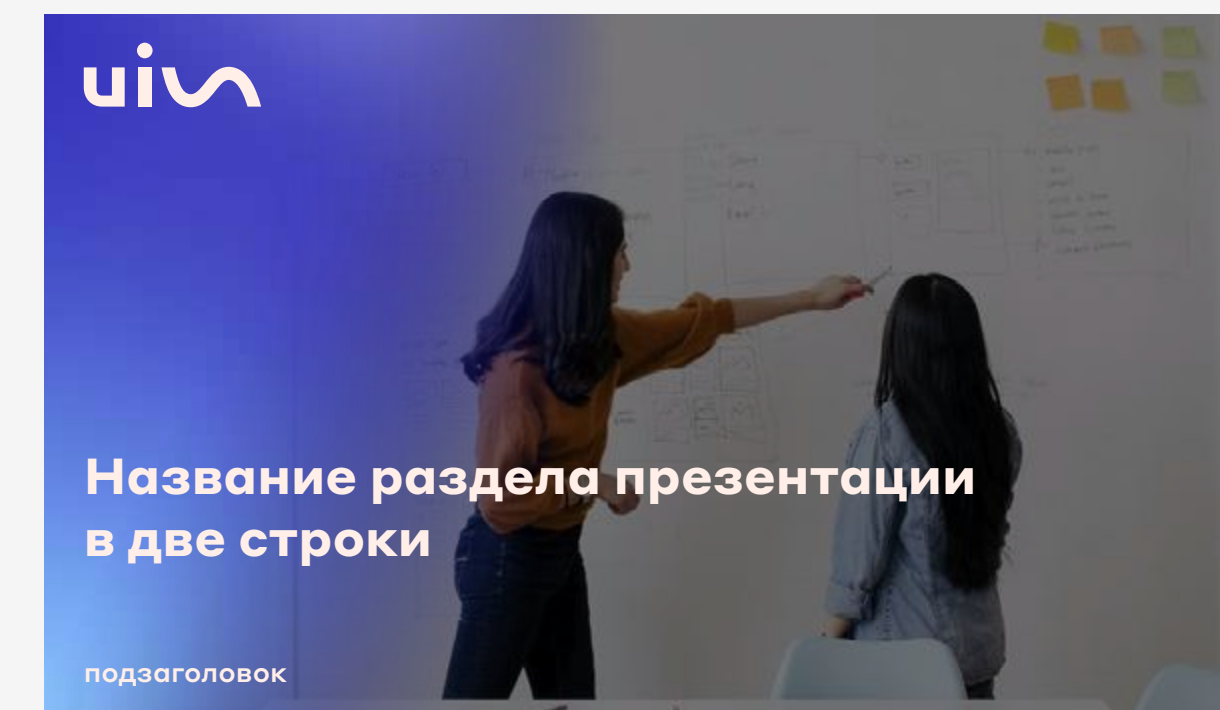
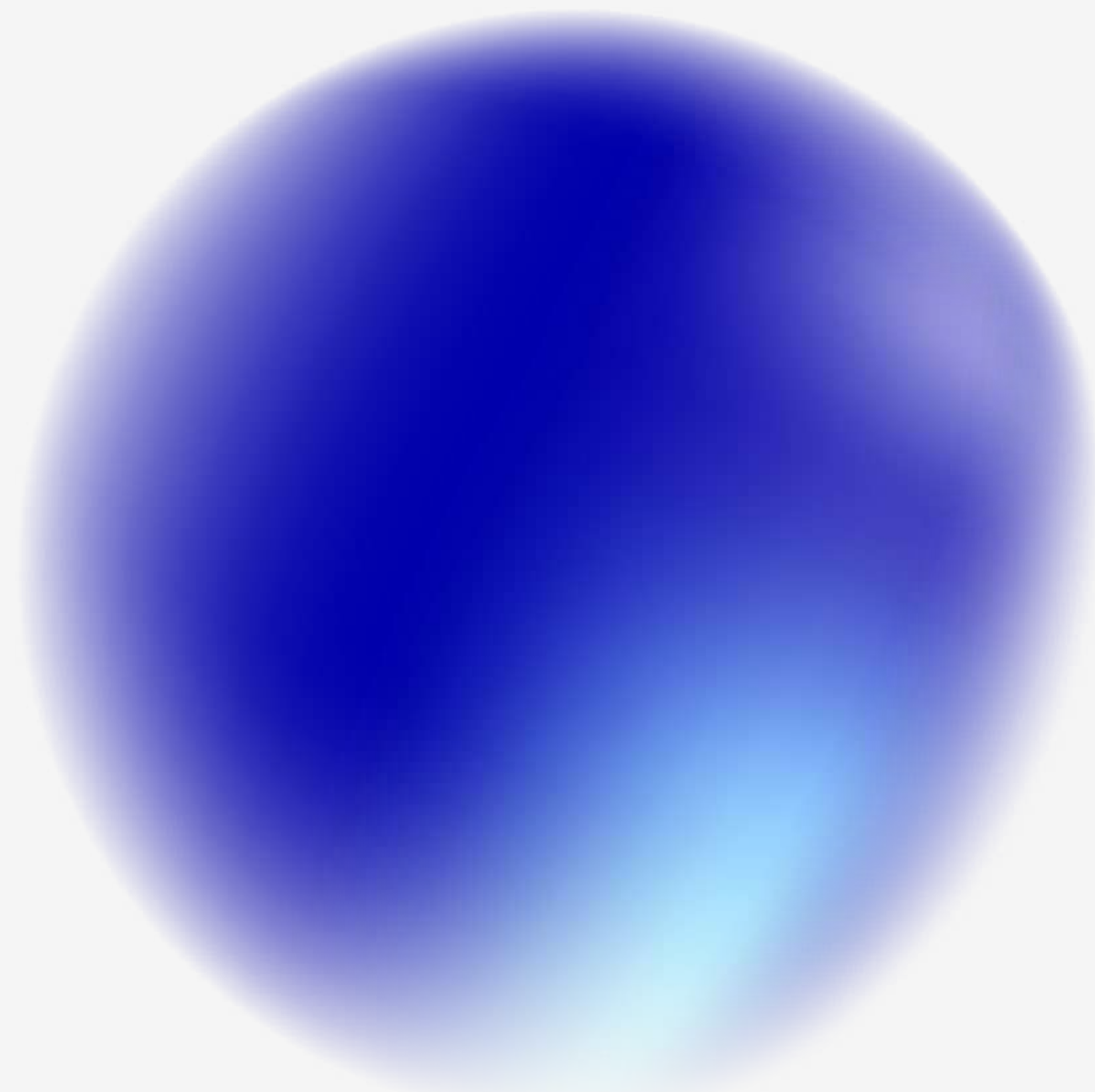
«Облако»

Кадрирование

Затемнение фотографий

«Облако» — второстепенный элемент стиля для оформления ежедневных внешних и внутренних коммуникаций. Оно может выступать фоном для текстовой информации или логотипа, при этом необходимо добиваться высокой контрастности.

Не допускается взаимодействие «облака» с «баблами». Используйте прилагаемый к Брендбуку файл.



«Облако». Кадрирование

Фирменная графика

«Баблы»

«Облако»

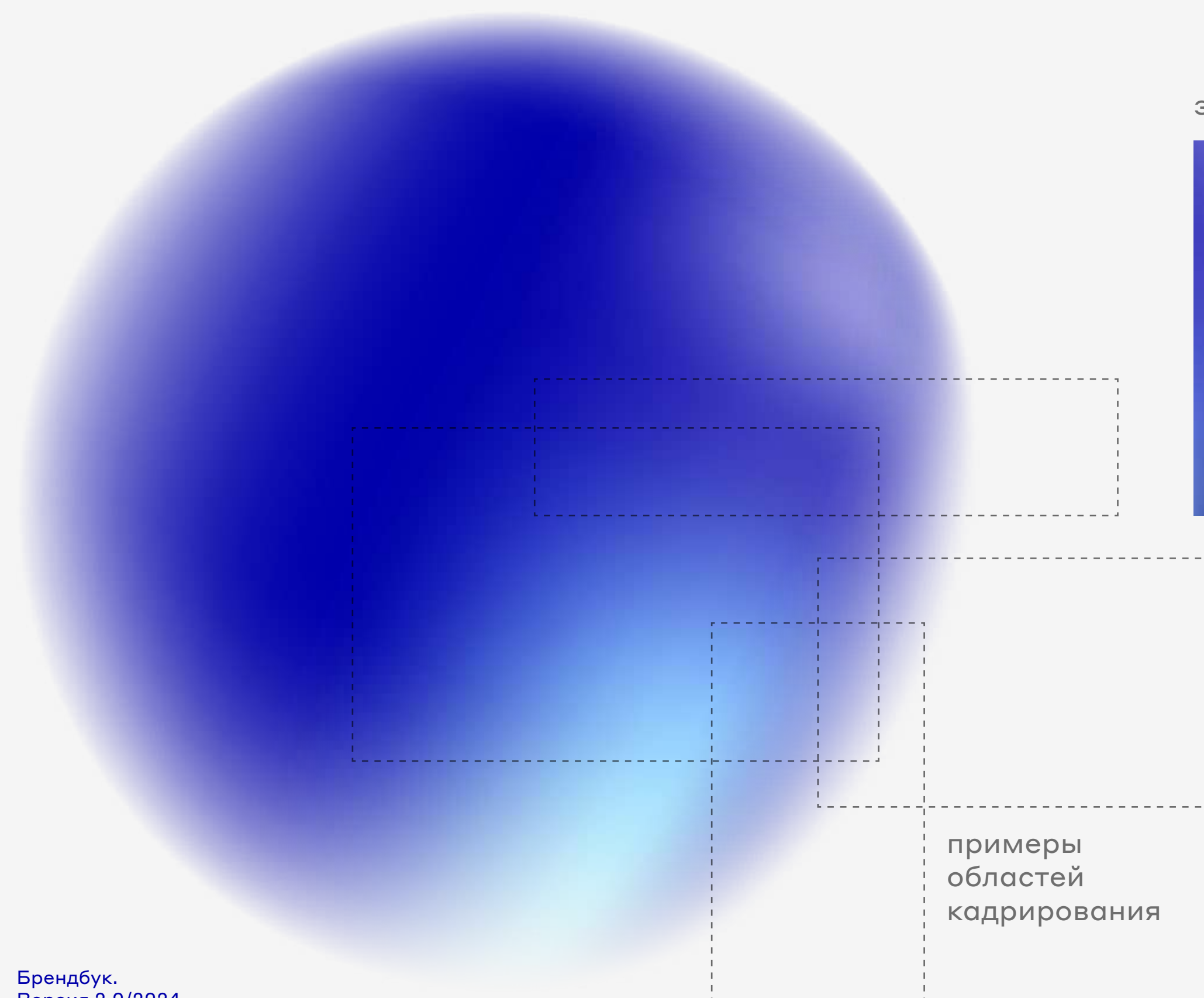
Кадрирование

Затемнение фотографий

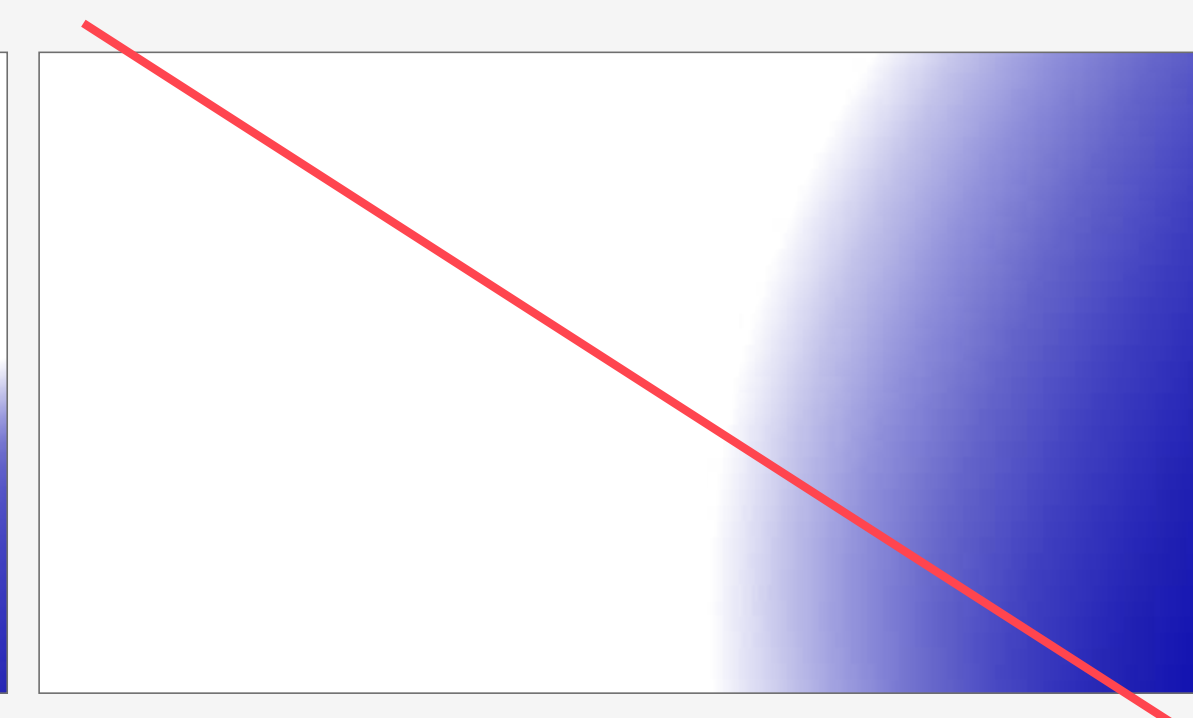
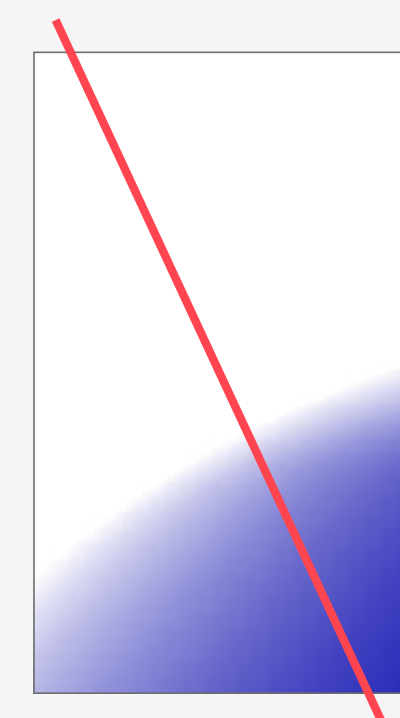
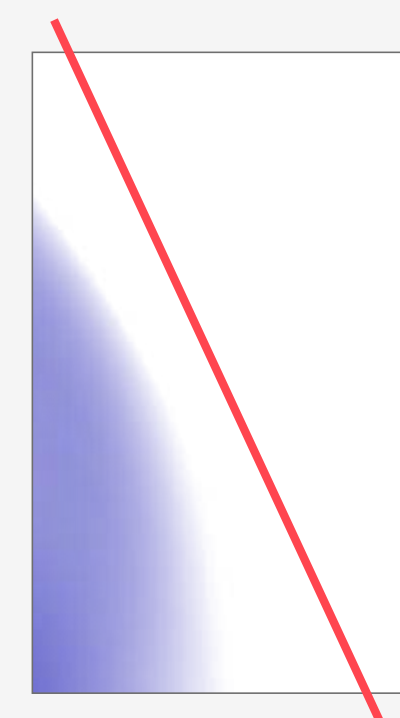
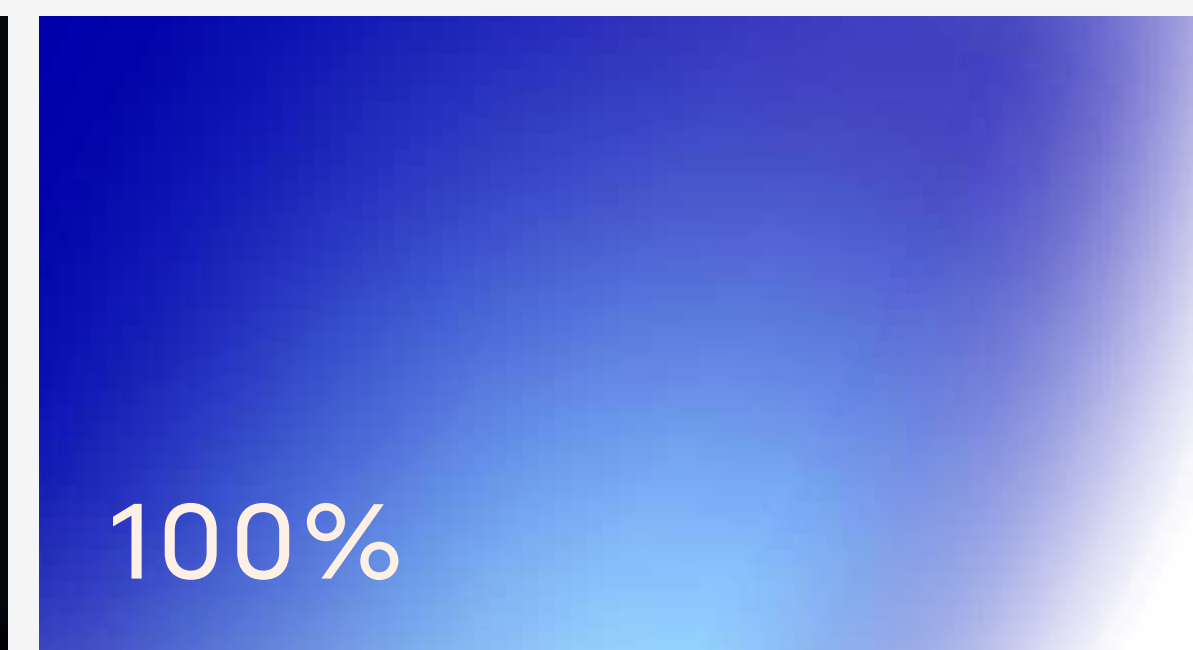
Заливки

При расположении на макетах «облако» всегда кадрируется (уводится под обрез), степень присутствия на макете может быть различной в зависимости от задачи (от 20 до 100% площади макета).

Облако выступает/«выглядывает» исключительно с левой стороны макета или его левого верхнего угла, создавая лёгкое затенение с плавным переходом. В поисках желаемого результата «облако» можно масштабировать (в том числе непропорционально).



занимает от 20 до 100% площади макета



«Облако». Затемнение фотографий

Фирменная графика

«Баблы»

«Облако»

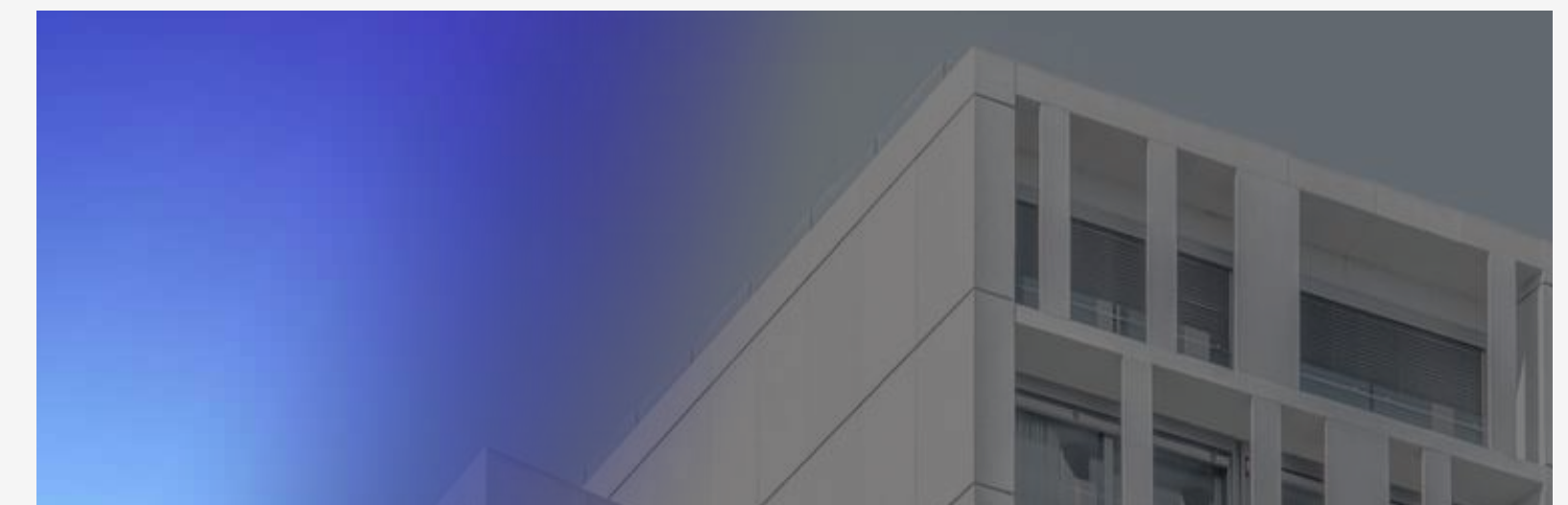
Кадрирование

Затемнение фотографий

Заливки

Основная функция «облака» — брендинг фотоизображений. При наложении на фото оно не должно перекрывать его ключевые моменты, изображение должно быть нейтральным по цвету, без ярких акцентов или чёрно-белым (контрастным для «облака»).

При необходимости изображение может быть приглушено/ затемнено путём наложения плашки чёрного цвета с применением эффекта multiply и прозрачности (прозрачность регулируется в зависимости от яркости исходного изображения, рекомендуемая прозрачность 40–80%)



пример затемнения изображения



исходное изображение



наложение плашки черного цвета с эффектом multiply и прозрачностью



наложение «облака»

Фирменная графика

«Баблы»

«Облако»

Заливки

Заливки фирменного глубоко-синего цвета являются одним из главных идентификаторов стиля UIS. Применяются при «имиджевом» и «рекламном» способах оформления носителей.

Рекомендуется активно применять заливки в сочетании с носителями/поверхностями носителя белого и фирменного цвета морской раковины.

Необходимо производить полную заливку одной или нескольких поверхностей/деталей носителя, не оставляя рамок по краям.

Для разнообразия в оформлении, разделения или структурирования информации на носителях, содержащих большое количество графики, в качестве фоновых заливок могут использоваться цвета из дополнительной палитры стиля.



Флаг



Авто



Стена

Носители фирменного стиля

E-mail подпись

Roll-up

Фирменный бланк

Конверт E65/евро

Конверты C5 и C4

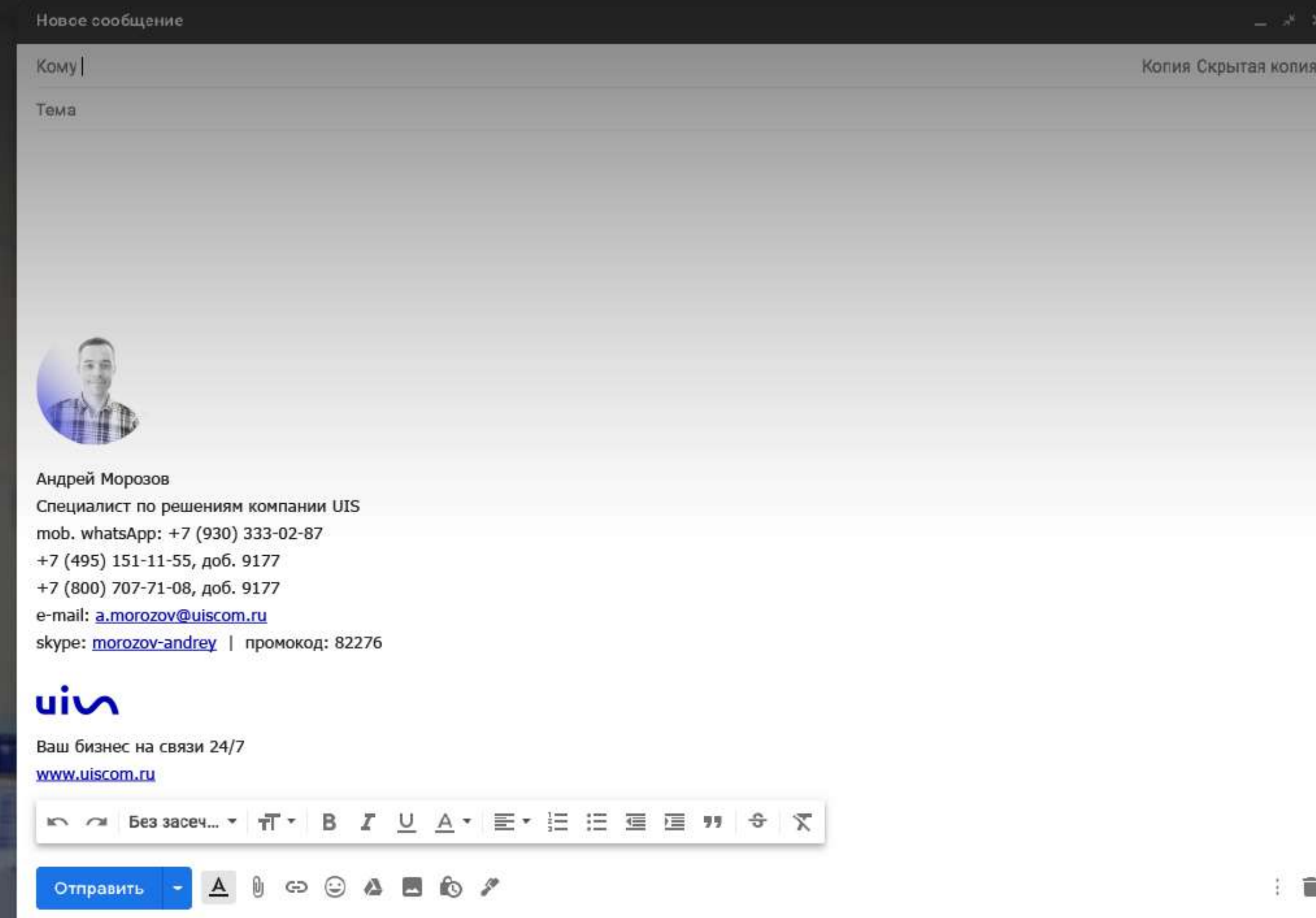
Бейдж для офиса

Бейдж для мероприятия

Набор стикеров

E-mail рассылка

PPT-презентация



Носители фирменного стиля

Е-mail подпись

Roll-up

Фирменный бланк

Конверт Е65/евро

Конверты С5 и С4

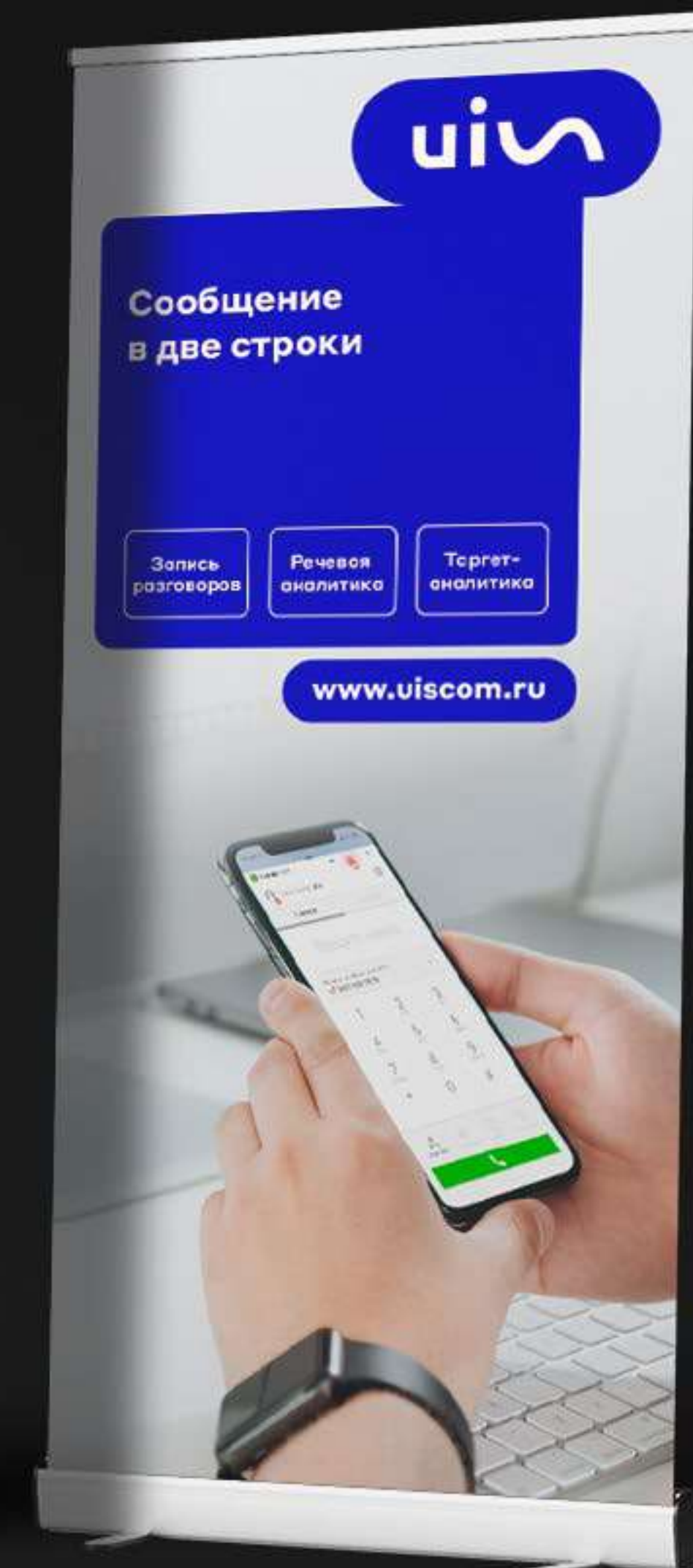
Бейдж для офиса

Бейдж для мероприятия

Набор стикеров

Е-mail рассылка

PPT-презентация



Носители фирменного стиля

- Е-mail подпись

Roll-up

Фирменный бланк

Конверт Е65/евро

Конверты С5 и С4

Бейдж для офиса

Бейдж для мероприятия

Набор стикеров

Е-mail рассылка

РРТ-презентация

Рекомендации по изготовлению:

формат — А4 (210x297 мм)
материал — бумага высокой белизны, 80–100 гр/м²
печать — офсетная 1+0 (Pantone 286) или цифровая (СМУК)

Шаблон для редактирования и изготовления,
а также шаблон в формате MS Word
прилагаются к Брендбуку.

Комментарий:

Логотип и реквизиты вставлены в шаблон
в виде рисунка в формате jpg на всю страницу.
При необходимости заменить изображение его
следует разблокировать (вкладка Рецензирование
— Защитить — Защитить документ — снять галочку
в пункте «Защита»). После замены его необходимо
снова заблокировать (поставить галочку в пункте
«Защита» — Формы — выбрав для защиты «Раздел 1»).

наборный текст:

шрифт — Tahoma Regular/Bold
кегель — 10–18 pt
межстрочный интервал — одинарный
выравнивание — выключка влево
цвет — чёрный

реквизиты:

шрифт — Styrene A LC
кегель — 10 pt
интерлиньяж — 13 pt
выравнивание — выключка влево
цвет — глубоко-синий



настрой развитие

Уважаемый Евгений Иванович!

В этой части поясняют причины и цели написания письма именно данному адресату. Часто в этой части ссылаются на даты, документы и факты, напоминающие адресату необходимую информацию. Информация, изложенная в преамбуле, должна подвести читателя к адекватному восприятию основной части письма. По объему эта часть варьируется: может быть краткой (одно предложение) и развернутой (несколько предложений и даже абзацев).

Основная часть текста письма варьируется в зависимости от его конкретного типа так как в ней формулируется главная цель письма, излагаются аргументы и факты. Заключение чаще всего представляет собой формулы вежливости. Письмо завершается подписью (должность + ФИО) адресанта, которую предваряет стандартная вежливая форма «С уважением». Также возможны варианты: «Искренне Ваш», «С надеждой на продуктивное сотрудничество», «С благодарностью за сотрудничество» и т. п.

Постскриптум. Это необязательный вспомогательный элемент. Служит для того, чтобы сообщить адресату о важном событии, которое произошло уже после написания письма, или передать ему информацию, которая имеет косвенное отношение к теме письма.

С уважением,
Петров А. К.

8 (495) 926-86-86
info@uiscom.ru
www.uiscom.ru

ул. Одесская, дом 2
башня С, 17-й этаж
Москва, 117638

Носители фирменного стиля

E-mail подпись

Roll-up

Фирменный бланк

Конверт Е65/евро

Конверты C5 и C4

Бейдж для офиса

Бейдж для мероприятия

Набор стикеров

Е-mail рассылка

RPT-презентация

Рекомендации по изготовлению:

формат — А4 (210x297 мм)

материал — бумага высокой белизны, 80–100 гр/м²

печать — цифровая (СМУК)

Шаблон для редактирования и изготовления,
а также шаблон в формате MS Word
прилагаются к Брендбуку.

наборный текст:

шрифт — Tahoma Regular/Bold

кегель — 10–18 pt

межстрочный интервал — одинарный

выравнивание — выключка влево

цвет — чёрный

реквизиты:

шрифт — Styrene A LC

кегель — 10 pt

интерлиньяж — 13 pt

выравнивание — выключка влево

цвет — чёрный



настрой развитие

Уважаемый Евгений Иванович!

В этой части поясняют причины и цели написания письма именно данному адресату. Часто в этой части ссылаются на даты, документы и факты, напоминающие адресату необходимую информацию. Информация, изложенная в преамбуле, должна подвести читателя к адекватному восприятию основной части письма. По объему эта часть варьируется: может быть краткой (одно предложение) и развернутой (несколько предложений и даже абзацев).

Основная часть текста письма варьируется в зависимости от его конкретного типа так как в ней формулируется главная цель письма, излагаются аргументы и факты. Заключение чаще всего представляет собой формулы вежливости. Письмо завершается подписью (должность + ФИО) адресанта, которую предваряет стандартная вежливая форма «С уважением». Также возможны варианты: «Искренне Ваш», «С надеждой на продуктивное сотрудничество», «С благодарностью за сотрудничество» и т. п.

Постскрипtum. Это необязательный вспомогательный элемент. Служит для того, чтобы сообщить адресату о важном событии, которое произошло уже после написания письма, или передать ему информацию, которая имеет косвенное отношение к теме письма.

С уважением,
Петров А. К.

8 (495) 926-86-86
• info@uiscom.ru
www.uiscom.ru

ул. Одесская, дом 2
башня С, 17-й этаж
Москва, 117638

Конверт E65/евро (офисный)

Носители фирменного стиля

- Е-mail подпись
- Roll-up
- Фирменный бланк
- Конверт E65/евро**
- Конверты C5 и C4
- Бейдж для офиса
- Бейдж для мероприятия
- Набор стикеров
- Е-mail рассылка
- PPT-презентация

Рекомендации по изготовлению:

формат — E65 (220x110 мм)
материал — бумага высокой белизны, 80–100 гр/м²
печать — офсетная 1+0 (Pantone 286) или цифровая (СМУК)

Шаблоны для редактирования и изготовления прилагаются к Брендбуку.



вариант 1



вариант 2

Конверт Е65/евро (имиджевый)

Носители фирменного стиля

Е-mail подпись

Roll-up

Фирменный бланк

Конверт Е65/евро

Конверты С5 и С4

Бейдж для офиса

Бейдж для мероприятия

Набор стикеров

Е-mail рассылка

PPT-презентация

Рекомендации по изготовлению:

формат — Е65 (220x110 мм)

материал — бумага высокой белизны, 80–100 гр/м²

печать — офсетная 2+0 (Pantone 286, 7604)

Шаблоны для редактирования и изготовления прилагаются к Брендбуку.

Комментарий:

Данный вид конверта предназначен для особых случаев — вручение благодарственных писем, открыток, приглашений и т. п.



Конверты C5 и C4 (почтовые)

Носители фирменного стиля

- Е-mail подпись
- Roll-up
- Фирменный бланк
- Конверт E65/евро
- Конверты C5 и C4**
- Бейдж для офиса
- Бейдж для мероприятия
- Набор стикеров
- Е-mail рассылка
- PPT-презентация

Рекомендации по изготовлению:

формат — C5 (162x229 мм) / C4 (229x324 мм)
материал — бумага высокой белизны, 100–150 гр/м²
печать — офсетная 1+0 (Pantone 286) или цифровая (СМУК)

Шаблоны для редактирования и изготовления прилагаются к Брендбуку.



Конверты C5 и C4 (имиджевые)

Носители фирменного стиля

- Е-mail подпись
- Roll-up
- Фирменный бланк
- Конверт E65/евро
- Конверты C5 и C4**
- Бейдж для офиса
- Бейдж для мероприятия
- Набор стикеров
- Е-mail рассылка
- PPT-презентация

Рекомендации по изготовлению:

формат — C5 (162x229 мм) / C4 (229x324 мм)
материал — бумага высокой белизны, 100–150 гр/м²
печать — офсетная 2+0 (Pantone 286, 7604)

Шаблоны для редактирования и изготовления
прилагаются к Брендбуку.

Комментарий:

Данный вид конверта предназначен для особых
случаев — вручение благодарственных писем,
открыток, приглашений и т. п.



Бейдж для офиса

Носители фирменного стиля

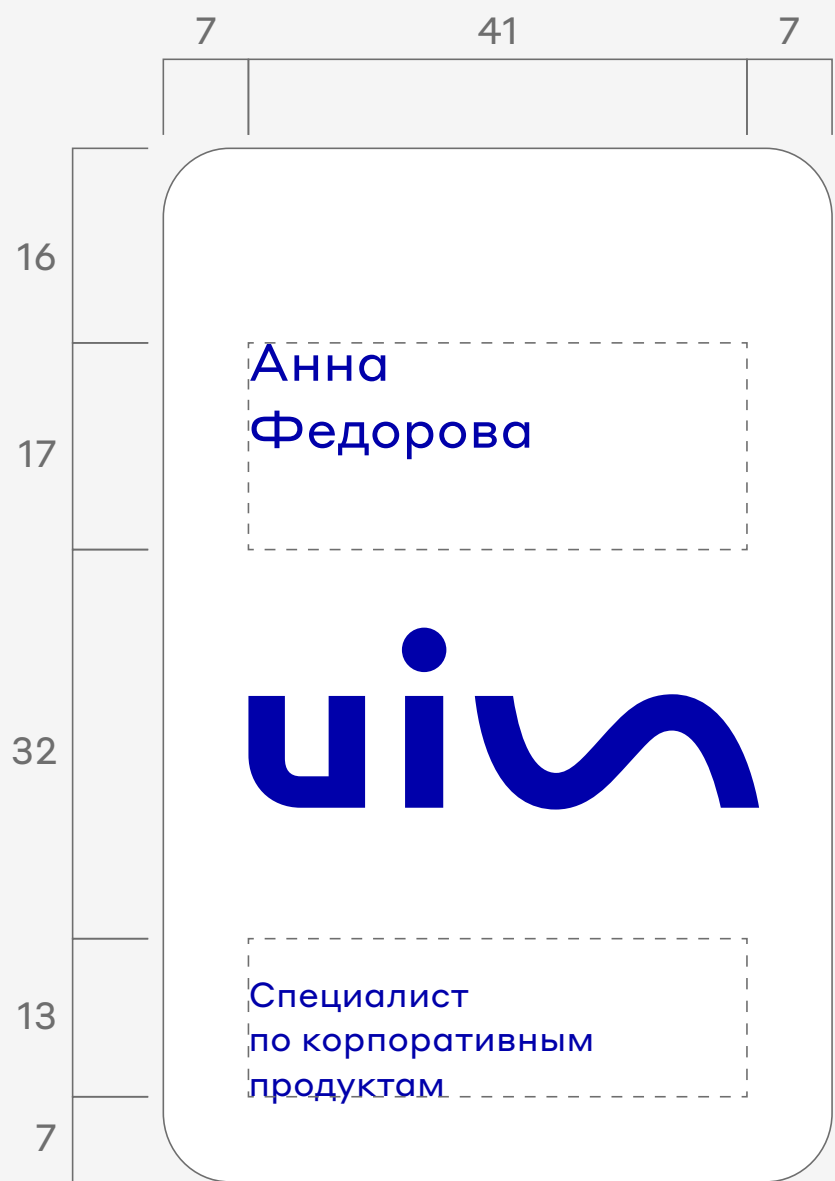
- Е-mail подпись
- Roll-up
- Фирменный бланк
- Конверт Е65/евро
- Конверты С5 и С4
- Бейдж для офиса**
- Бейдж для мероприятия
- Набор стикеров
- Е-mail рассылка
- PPT-презентация

Рекомендации по изготовлению:

формат — условный и может быть изменён
 материал — пластик/бумага
 печать — прямая по пластику УФ
 или цифровая на бумаге (СМУК)

Комментарии:

Бейджи могут быть изготовлены различными способами (печать по пластику, печать на цветном или чёрно-белом офисном принтере с последующим помещением в пластиковый карман со шнурком). Воспользуйтесь прилагаемыми к Брендбуку шаблонами.



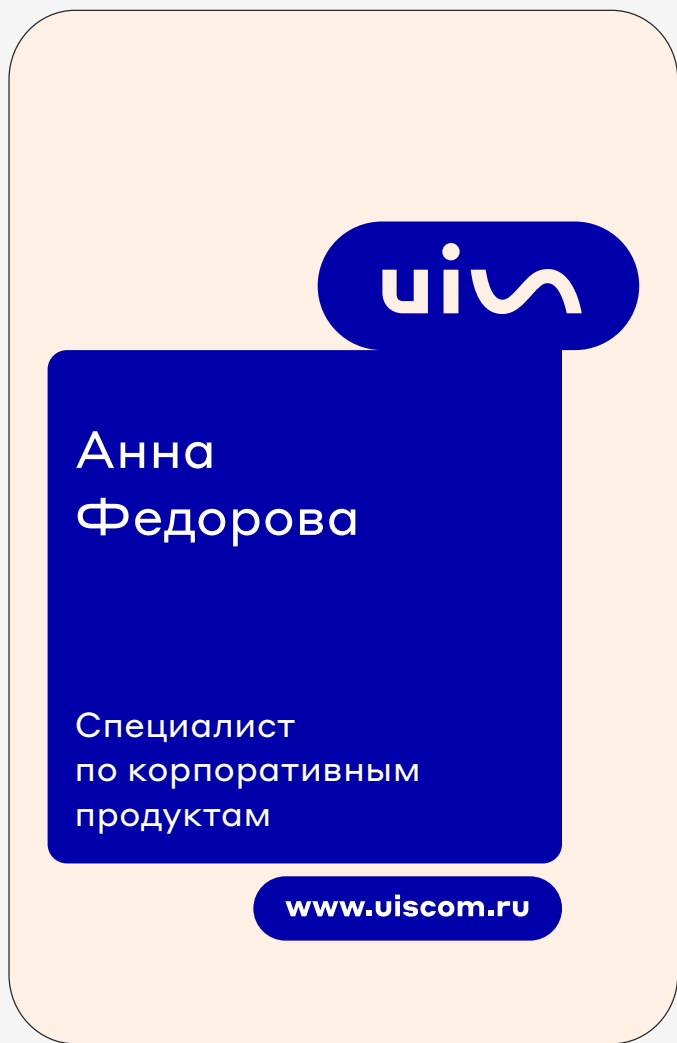
вариант 1



вариант 2
 (для изготовления
 на чёрно-белом принтере)



вариант 3
 (с наклейкой стикеров
 по желанию сотрудника)



вариант 4

Бейдж для мероприятия

Носители фирменного стиля

- Е-mail подпись
- Roll-up
- Фирменный бланк
- Конверт Е65/евро
- Конверты С5 и С4
- Бейдж для офиса
- Бейдж для мероприятия**
- Набор стикеров
- Е-mail рассылка
- PPT-презентация

Рекомендации по изготовлению:

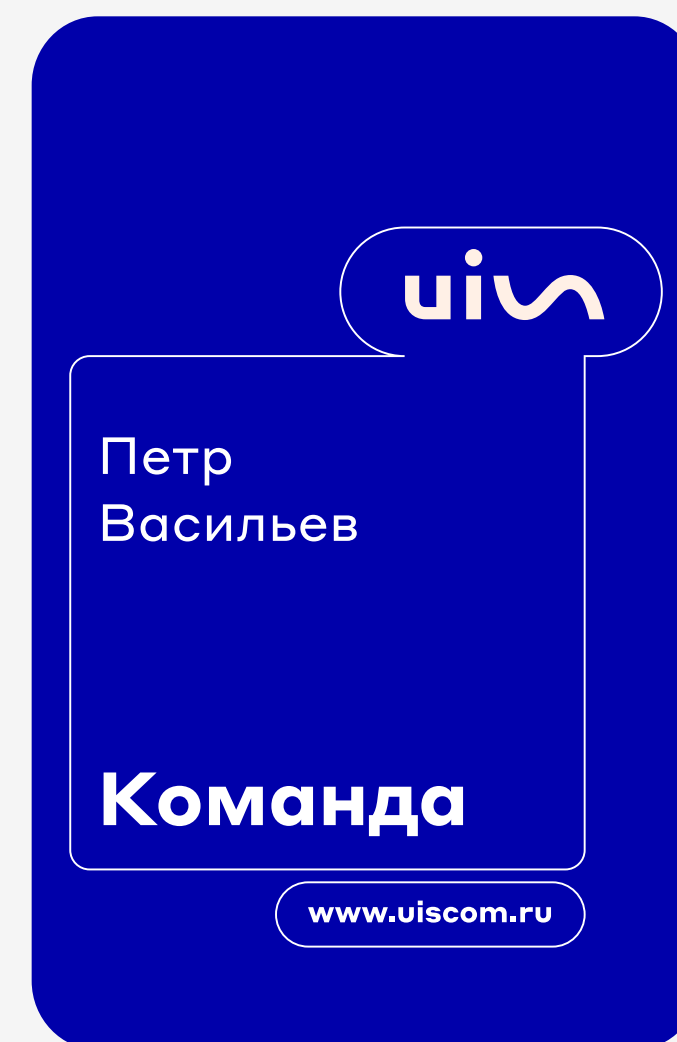
формат — условный и может быть изменён
материал — пластик/бумага
печать — прямая по пластику УФ
или цифровая на бумаге (СМΥК)

Комментарии:

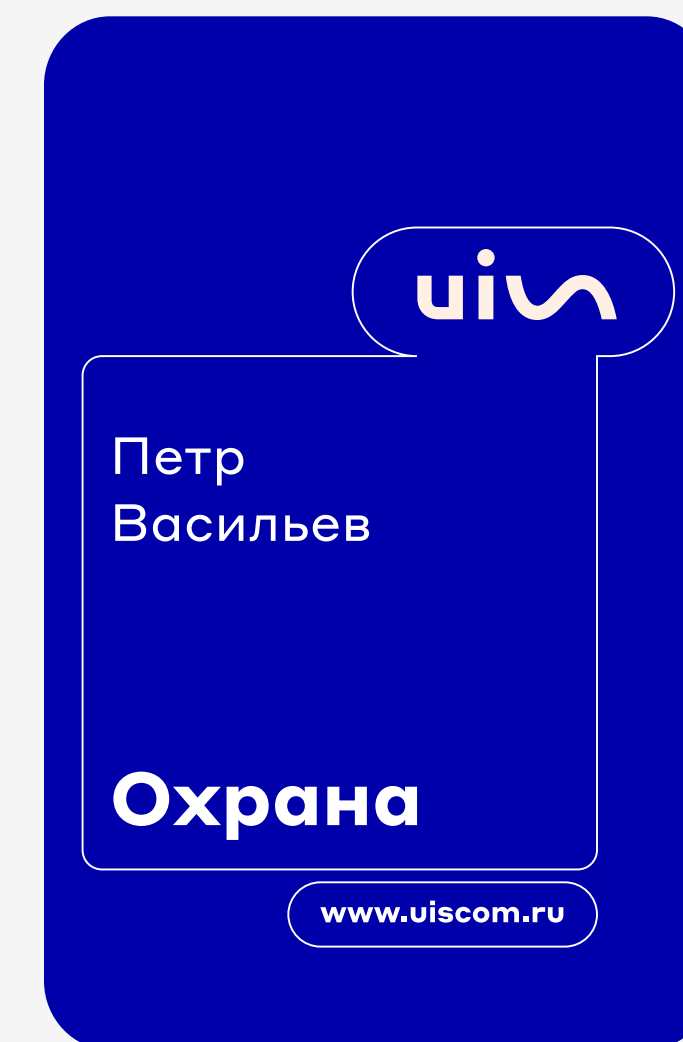
Бейджи могут быть изготовлены различными способами (печать по пластику, печать на цветном офисном принтере с последующим помещением в пластиковый карман со шнурком). Воспользуйтесь прилагаемыми к Брендбуку шаблонами.



вариант 1
Служебный бейдж
без фотографии



вариант 2
Служебный бейдж
без фотографии



вариант 3
Служебный бейдж
без фотографии



вариант 4
Именной бейдж
с фотографией

Набор стикеров

Носители фирменного стиля

- Е-mail подпись
- Roll-up
- Фирменный бланк
- Конверт Е65/евро
- Конверты С5 и С4
- Бейдж для офиса
- Бейдж для мероприятия

Набор стикеров

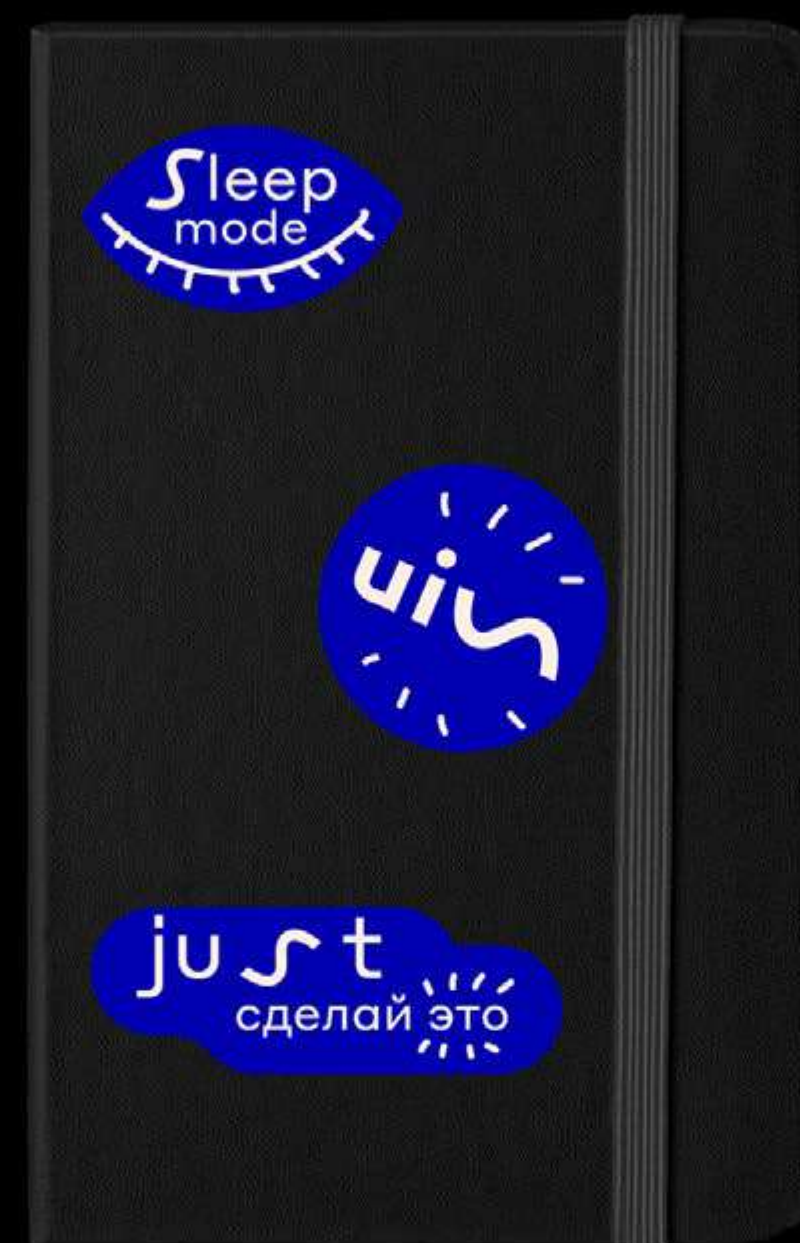
- Е-mail рассылка
- PPT-презентация

Рекомендации по изготовлению:

формат — условный и может быть изменён
материал — самоклеющаяся бумага
печать — офсетная 2+0 (Pantone 286, 7604)
или цифровая (СМУК)
постпечатная обработка — вырубка

Комментарий:

Набор предназначен для
внутрикорпоративного использования.
Оригинал-макет для изготовления
прилагается к Брендбуку.



Носители фирменного стиля

- E-mail подпись

Roll-up

Фирменный бланк

Конверт Е65/евро

Конверты С5 и С4

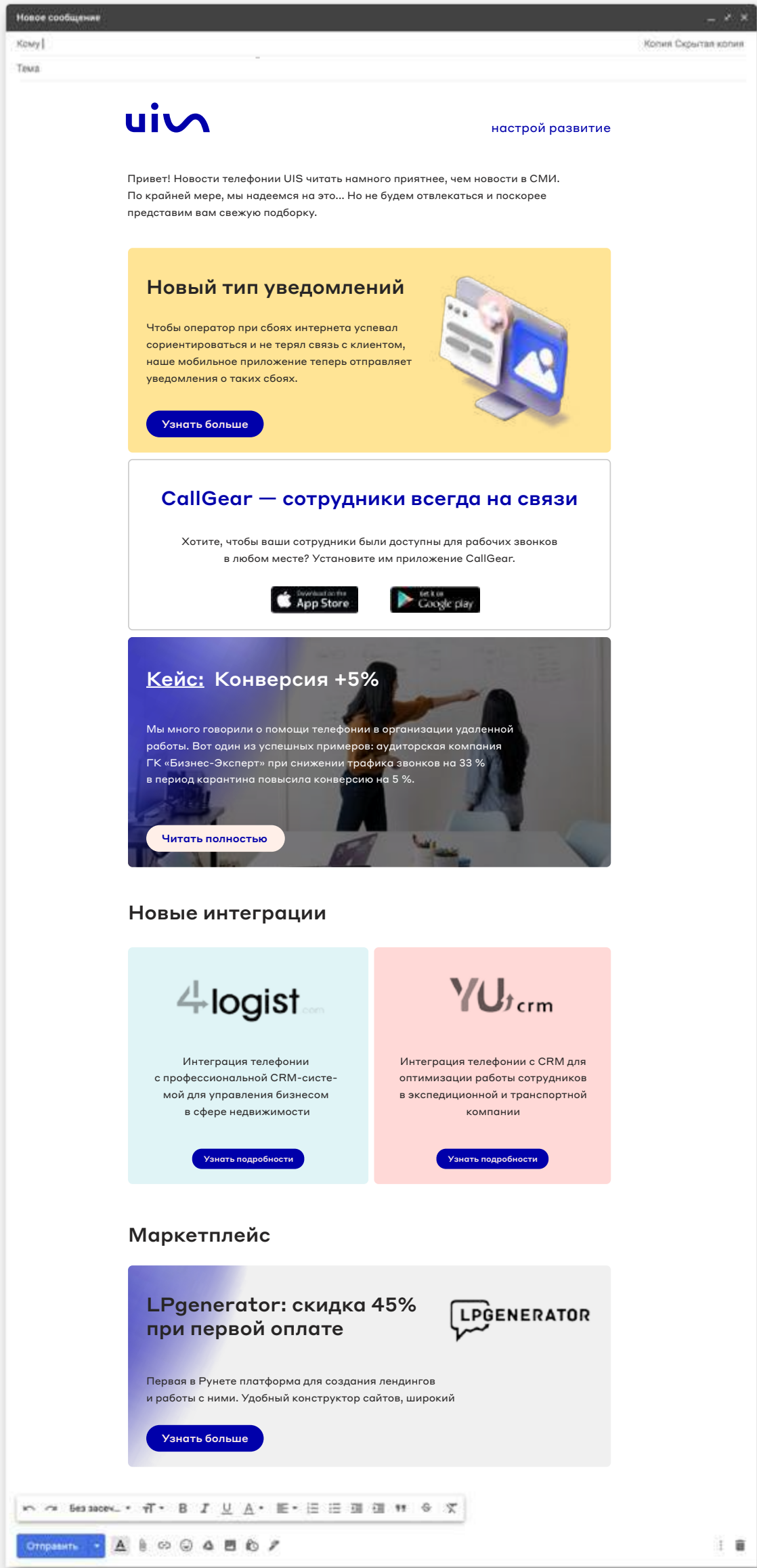
Бейдж для офиса

Бейдж для мероприятия

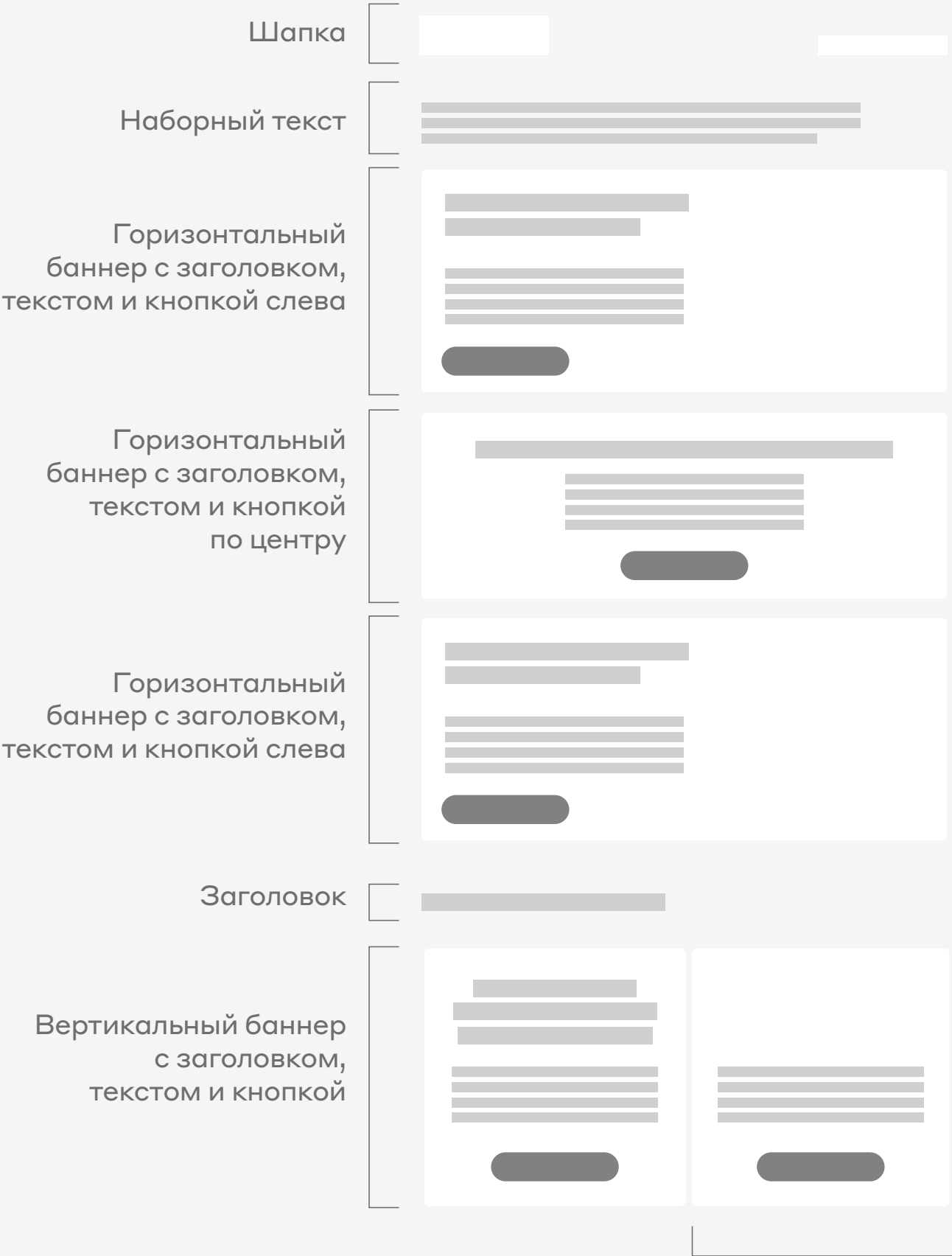
Набор стикеров

E-mail рассылка

PPT-презентация



Логика построения
фирменных e-mail рассылок



Вертикальный баннер
с текстом и кнопкой

RPT-презентация

Носители фирменного стиля

- E-mail подпись
- Roll-up
- Фирменный бланк
- Конверт Е65/евро
- Конверты С5 и С4
- Бейдж для офиса
- Бейдж для мероприятия
- Набор стикеров
- E-mail рассылка
- RPT-презентация**

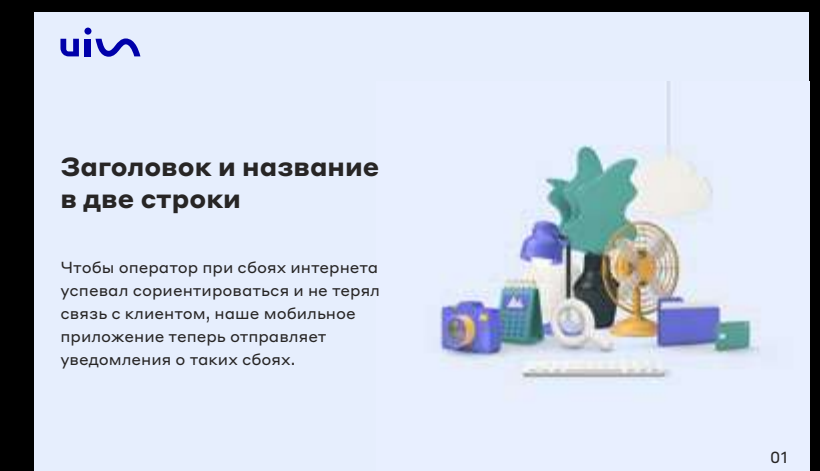
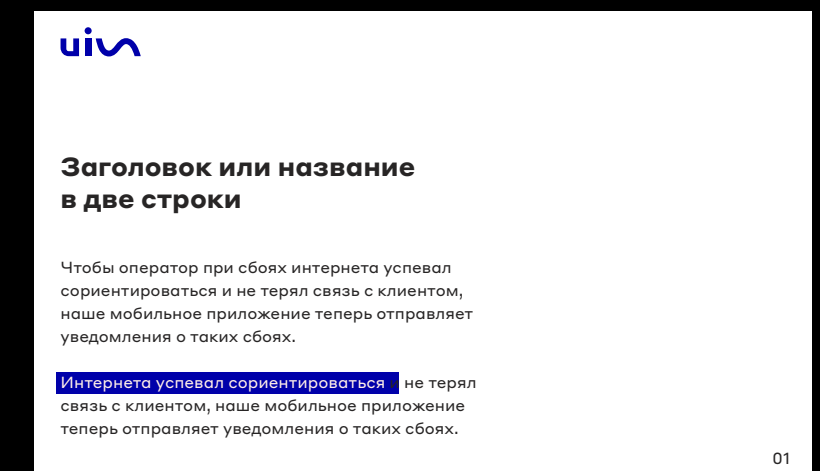
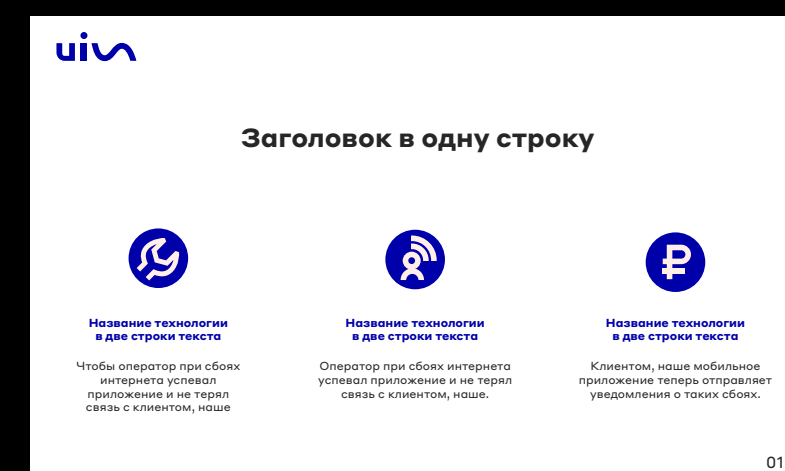
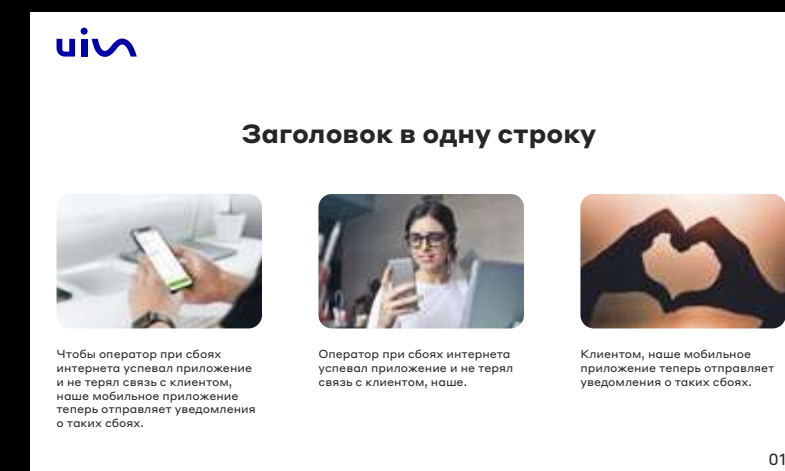
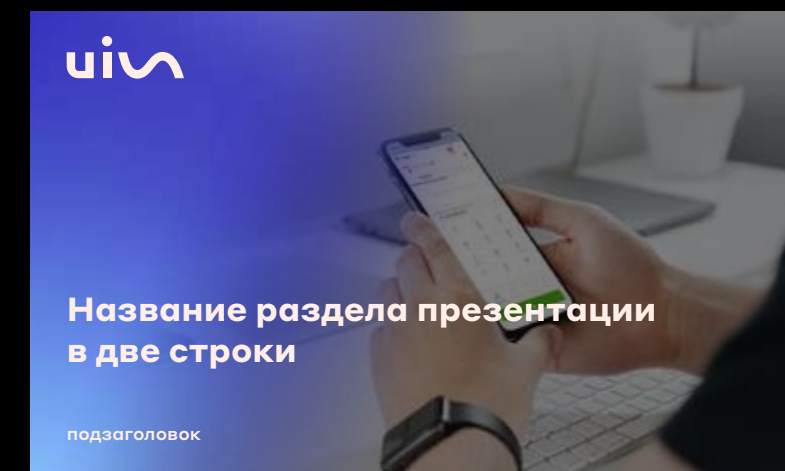
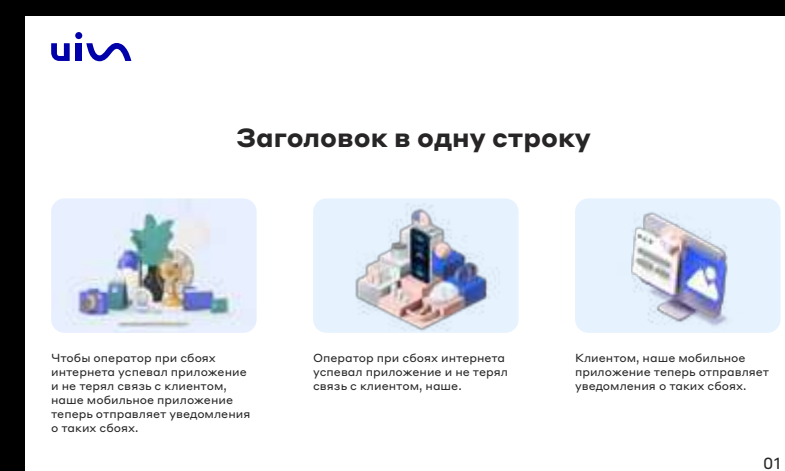
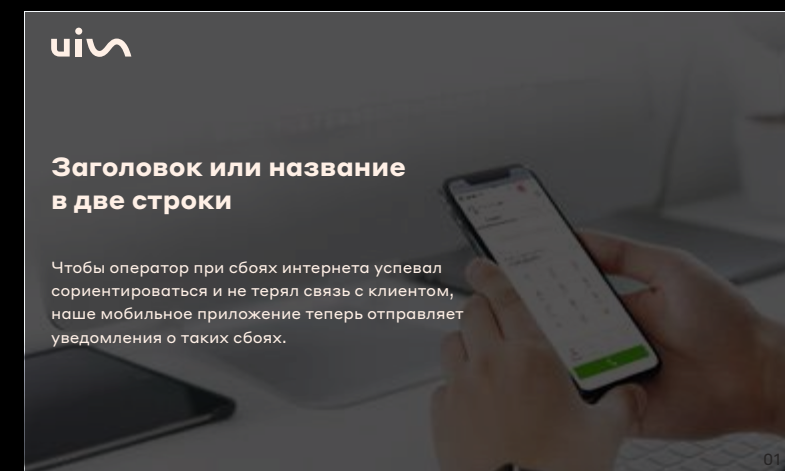
Электронная презентация создана с использованием констант фирменного стиля и с учетом всех правил их применения.

Оформление графических элементов и текстовой информации рекомендуется только в рамках фирменной цветовой палитры (модель RGB).

Формат презентации 1920x1080 px.

Шаблон для редактирования, прилагается к Брендбуку.

К некоторым слайдам в шаблоне даны пояснения, чтобы их увидеть необходимо включить «заметки».



Носители фирменного стиля

Е-mail подпись

Roll-up

Фирменный бланк

Конверт Е65/евро

Конверты С5 и С4

Бейдж для офиса

Бейдж для мероприятия

Набор стикеров

Е-mail рассылка

RPT-презентация

При создании презентаций в программе MW PowerPoint предпочтительно использовать фирменный шрифт Styrene A LC.

Очень часто возникают ситуации, когда презентация некорректно открывается на компьютерах вне офиса и фирменный шрифт автоматически подменяется на системный, с катастрофическими последствиями для качества презентации.

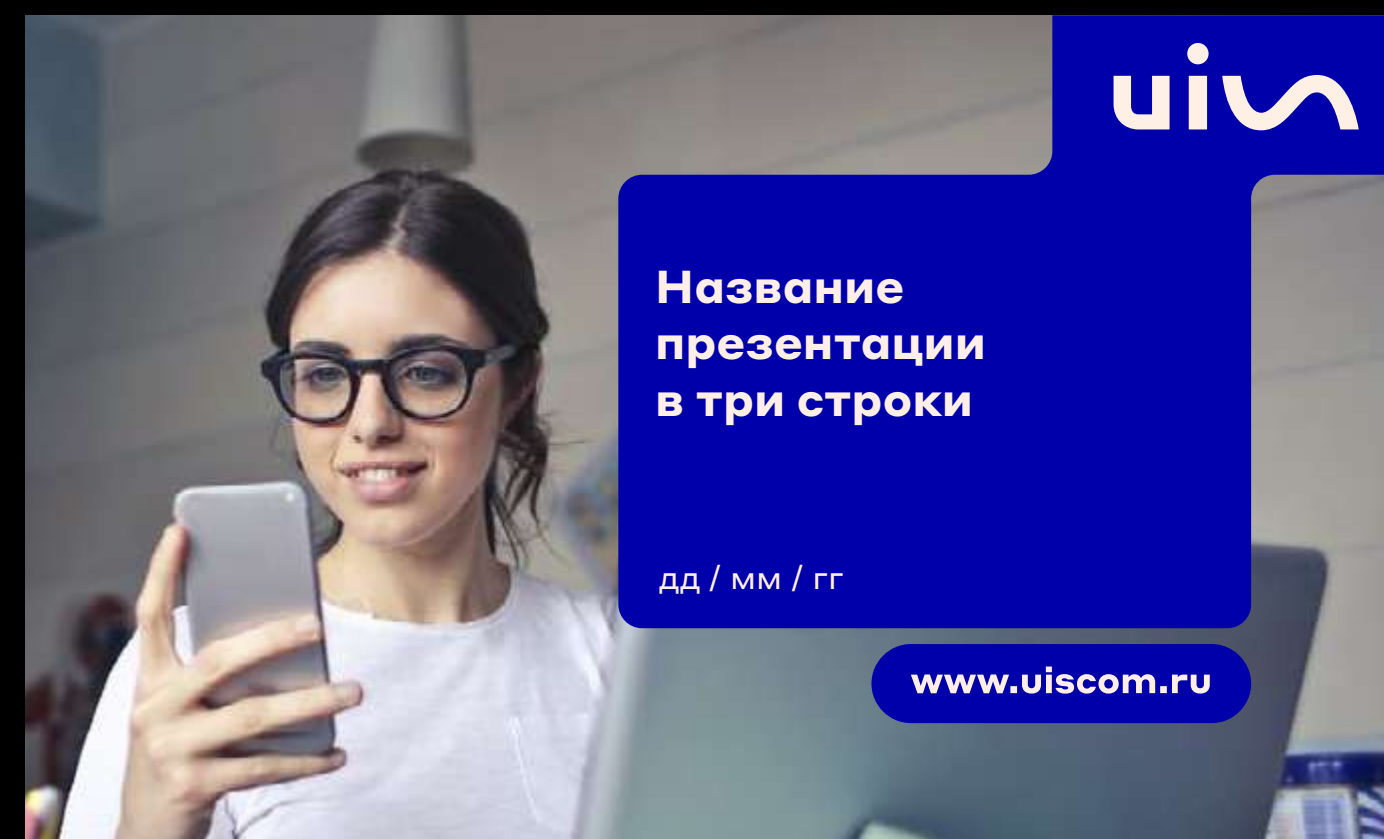
Поэтому крайне важно соблюдать следующие правила:

1. Конвертация в PDF

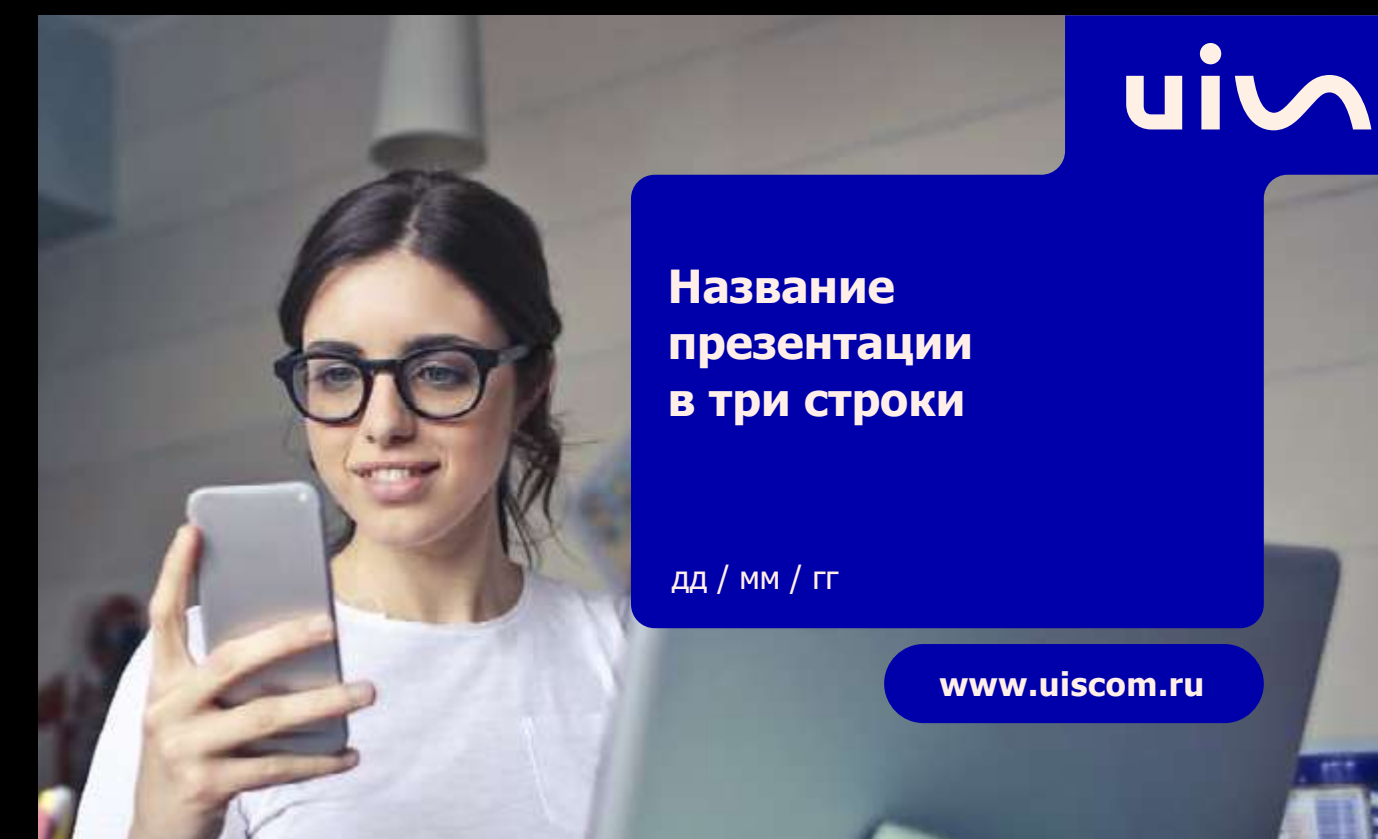
Если презентация создана в офисе на рабочем компьютере с предустановленным фирменным шрифтом, то необходимо конвертировать PowerPoint файл в PDF-формат. Так файл будет корректно отображаться на любых устройствах вне офиса.

2. Использовать шрифт Tahoma

Если презентация создаётся вне офиса, на компьютере не установлен фирменный шрифт, либо есть шанс, что презентация будет открыта в PowerPoint на компьютере без предустановленного фирменного шрифта. В этом случае следует изначально использовать шрифт Tahoma.



Обложка презентации с применением фирменного шрифта Styrene A LC



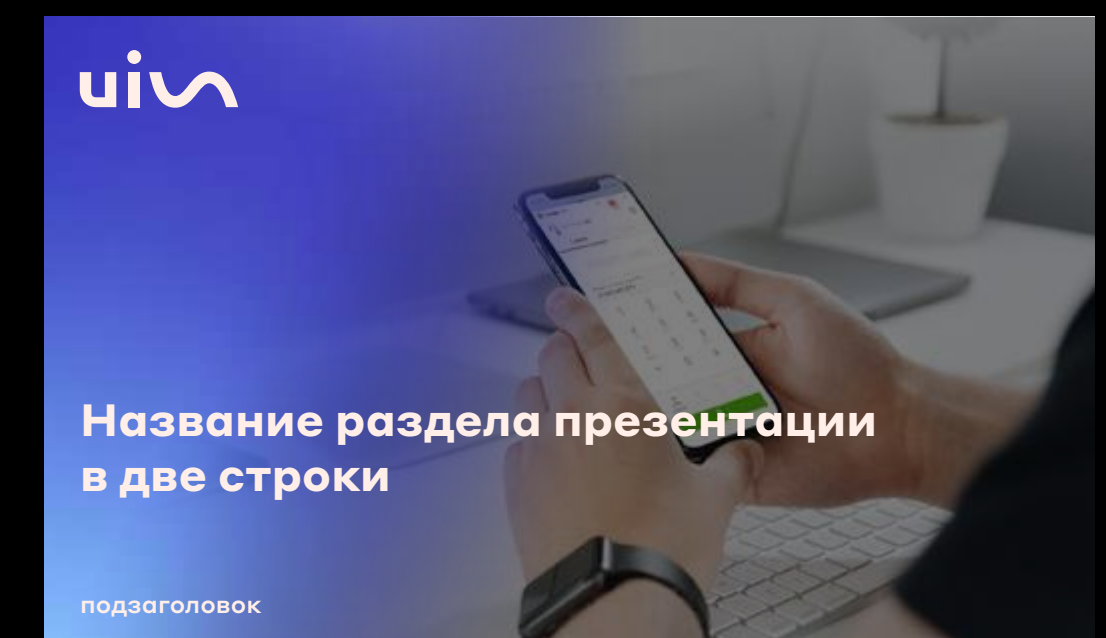
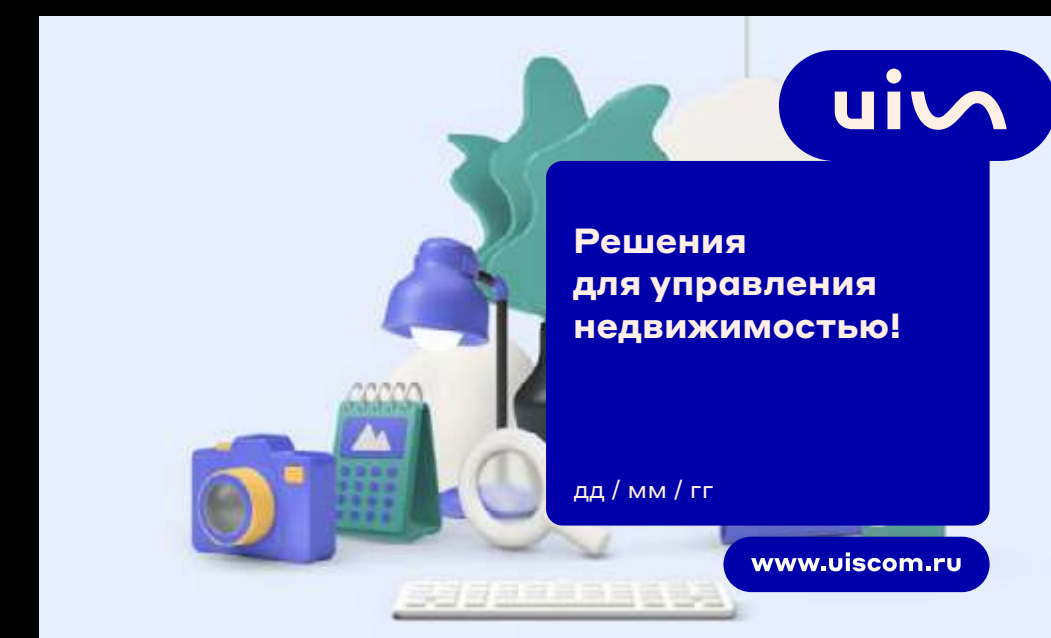
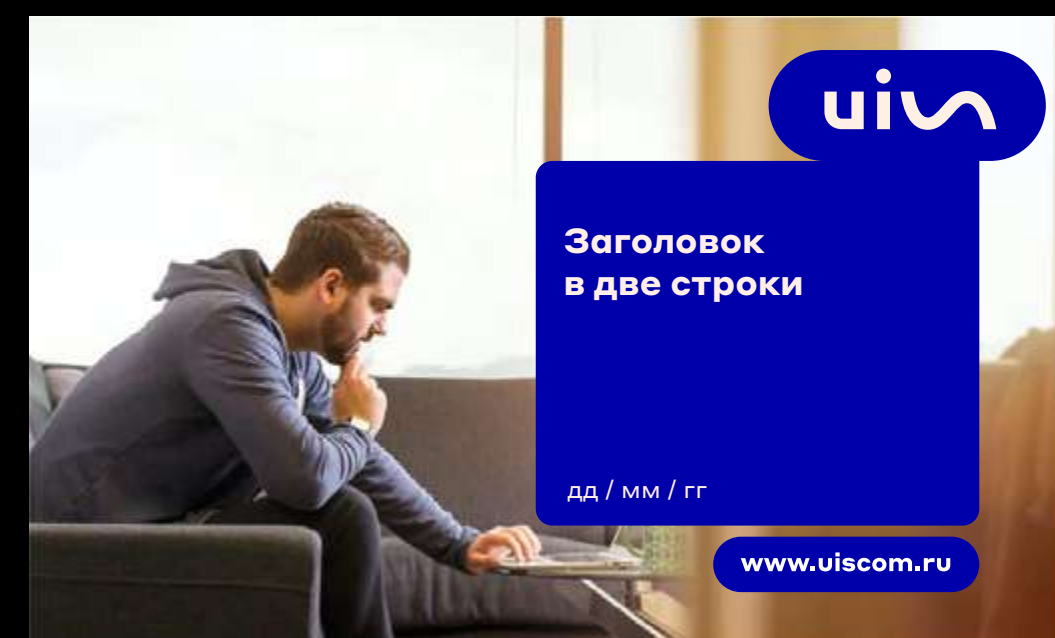
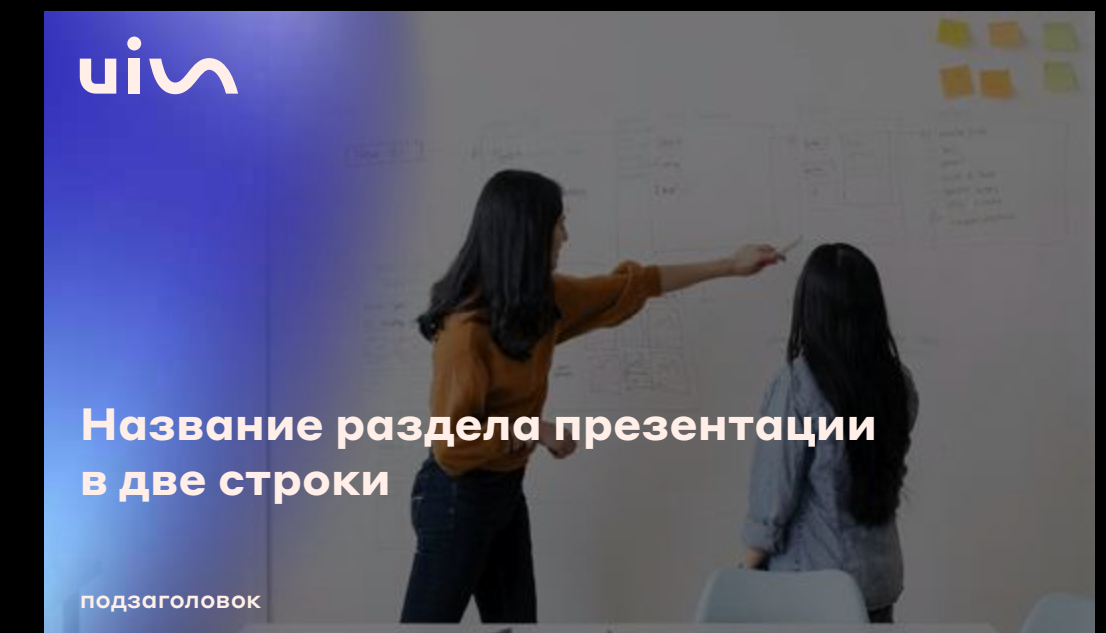
Обложка презентации с применением системного шрифта Tahoma

RPT-презентация. Титульные слайды

Носители фирменного стиля

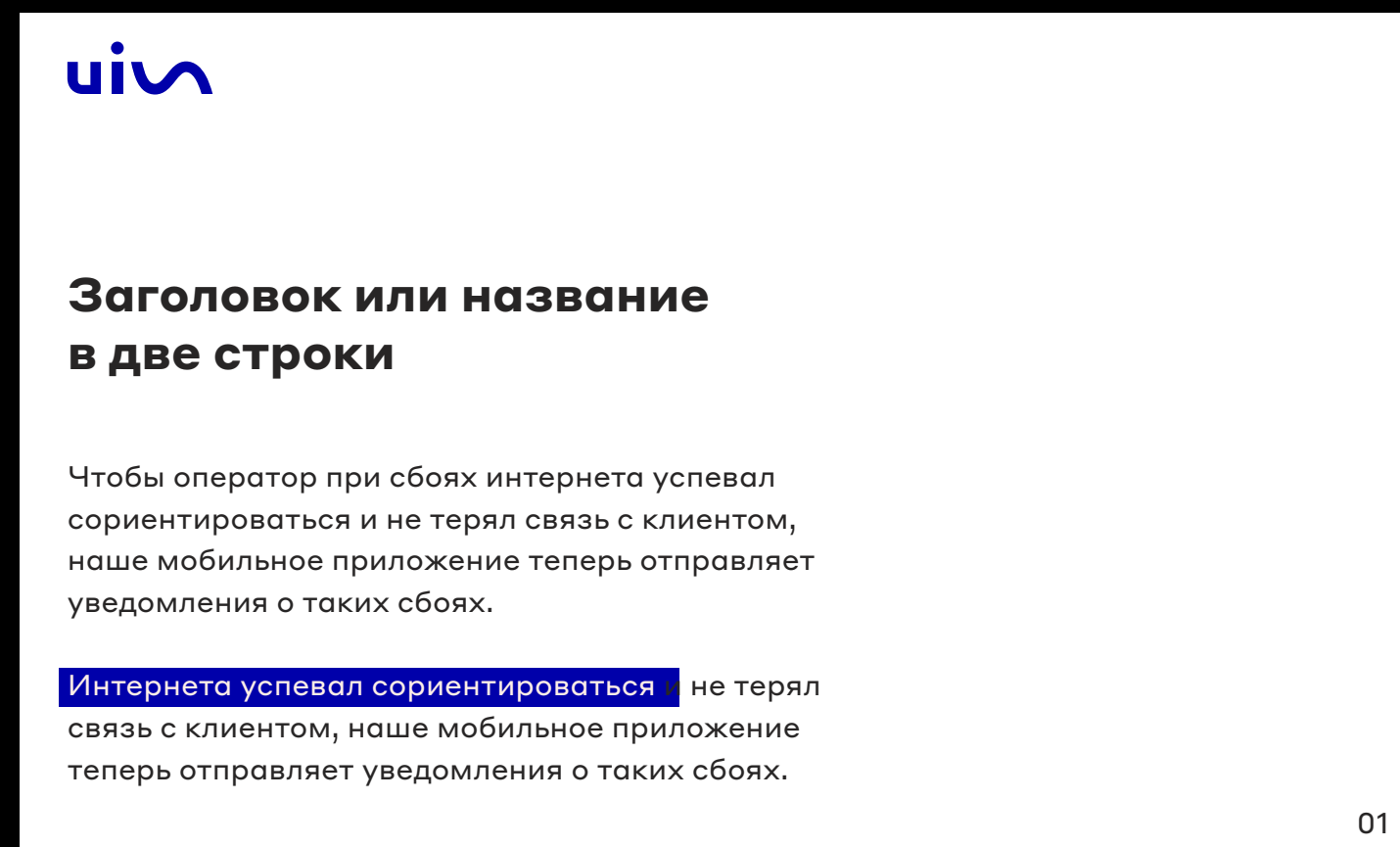
- Е-mail подпись
- Roll-up
- Фирменный бланк
- Конверт Е65/евро
- Конверты С5 и С4
- Бейдж для офиса
- Бейдж для мероприятия
- Набор стикеров
- Е-mail рассылка
- RPT-презентация**

Варианты обложек презентации

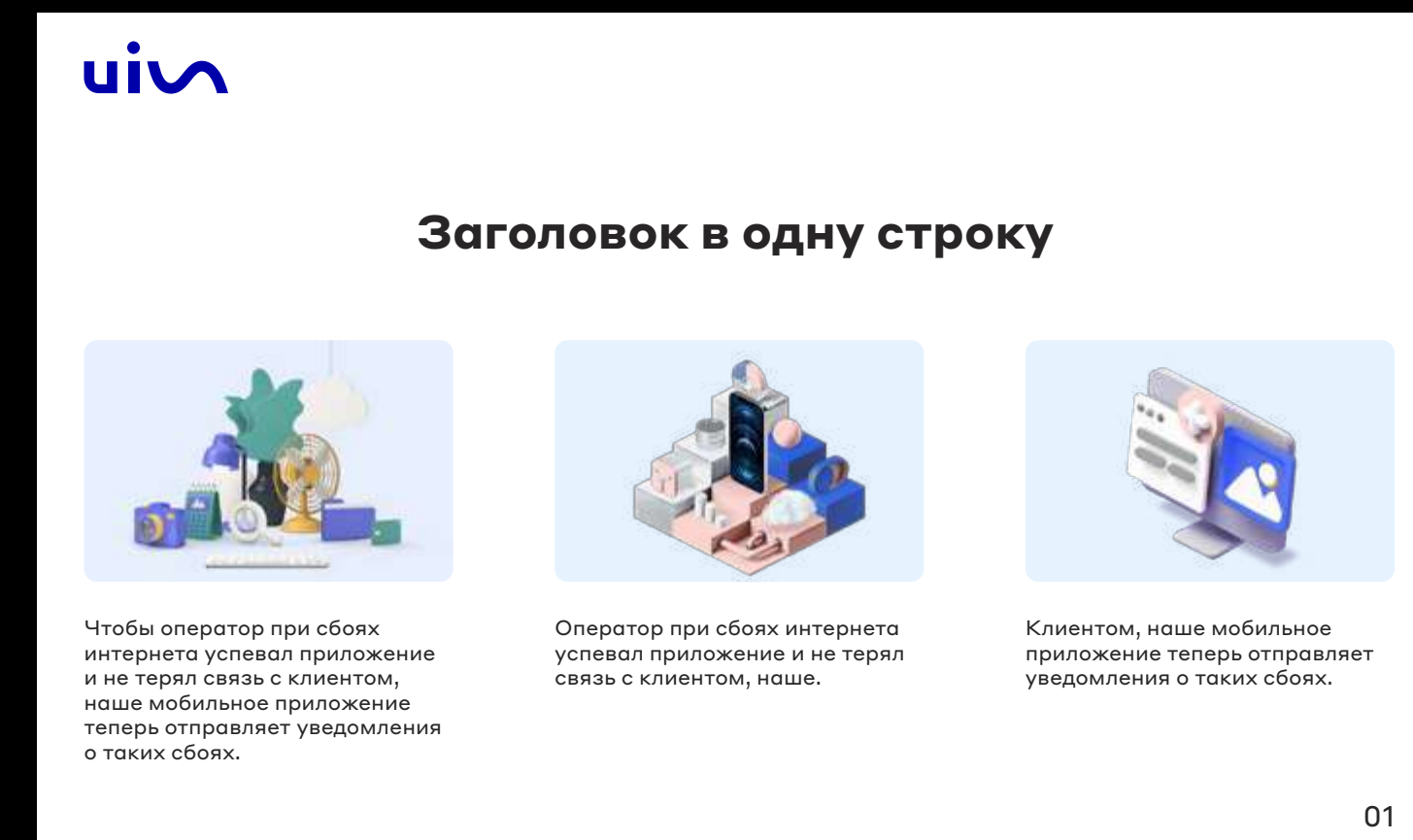


Носители фирменного стиля

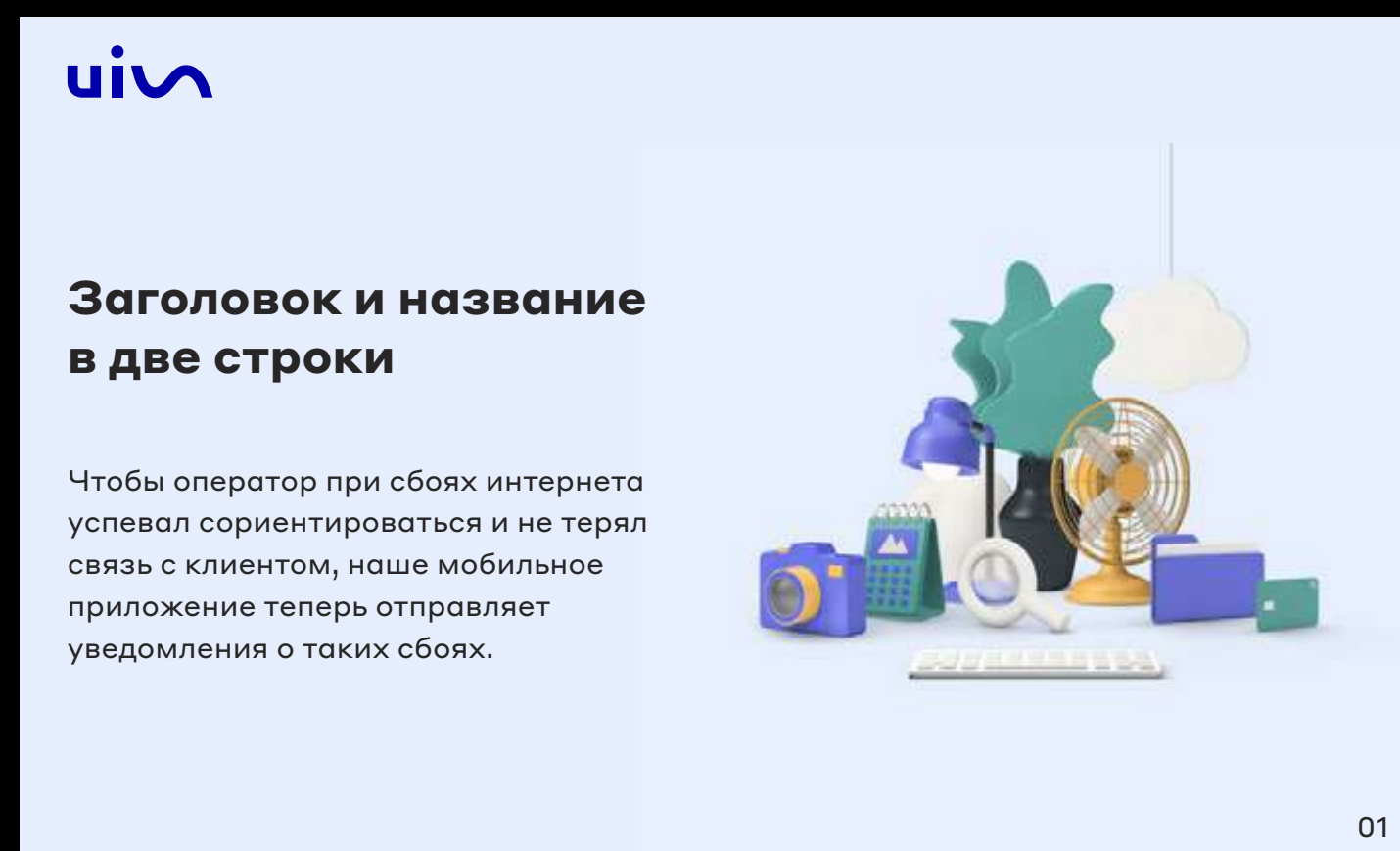
Е-mail подпись
Roll-up
Фирменный бланк
Конверт Е65/евро
Конверты С5 и С4
Бейдж для офиса
Бейдж для мероприятия
Набор стикеров
Е-mail рассылка
RPT-презентация



Слайд с текстом



Слайд с текстом и 3D-иконками



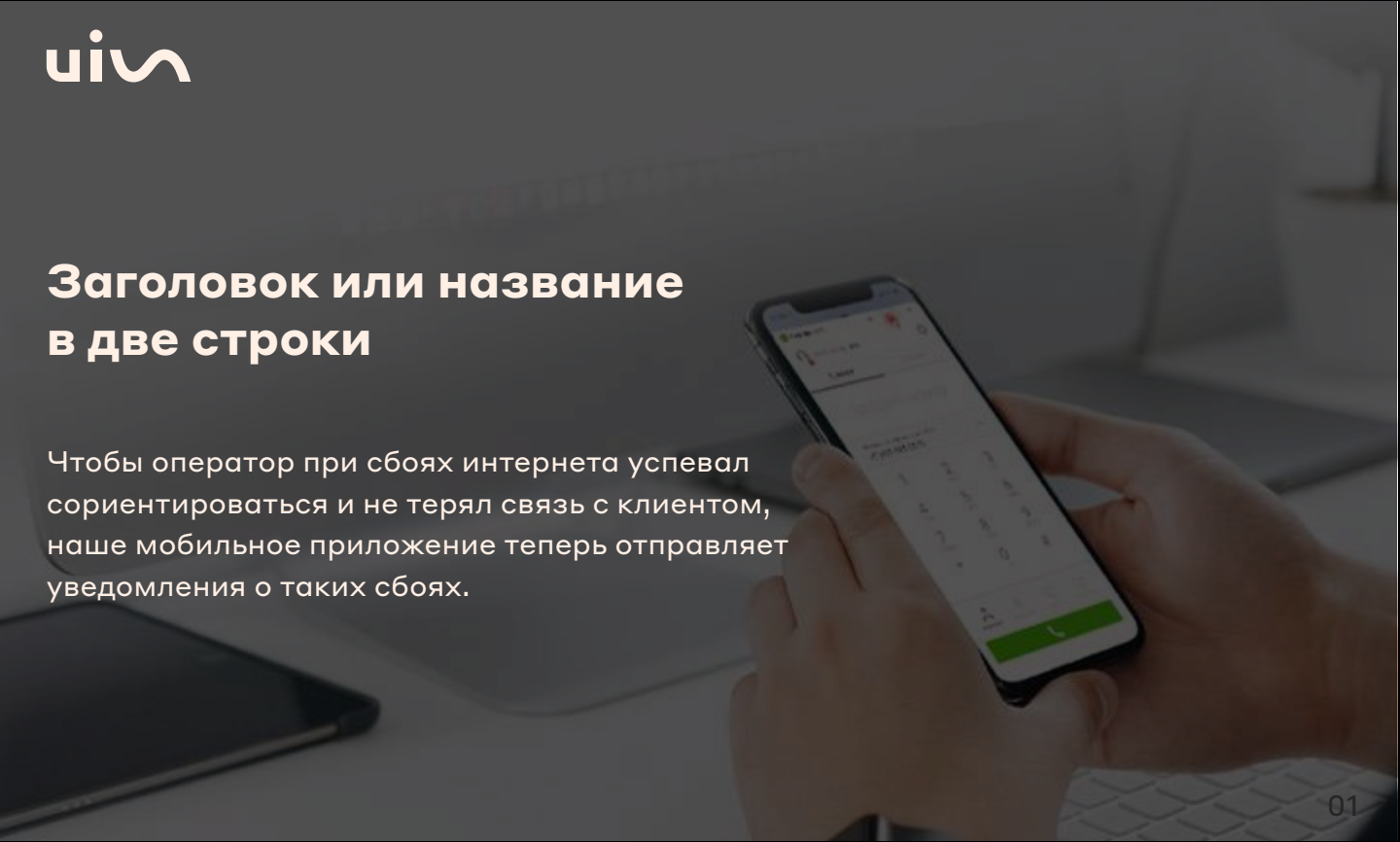
Слайд с 3D-иконкой



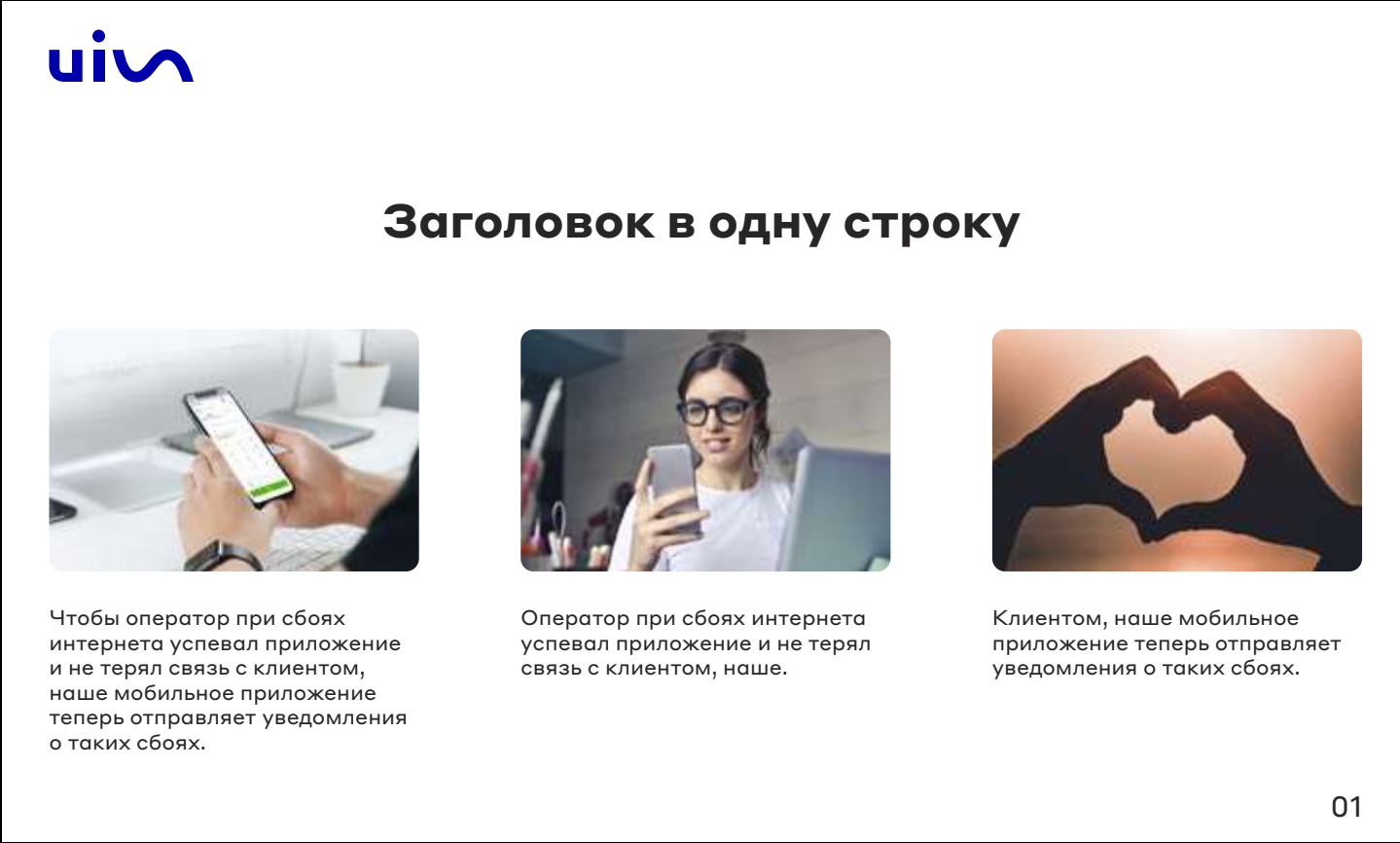
Слайд с текстом и 3D-иконками

Носители фирменного стиля

- E-mail подпись
- Roll-up
- Фирменный бланк
- Конверт E65/евро
- Конверты C5 и C4
- Бейдж для офиса
- Бейдж для мероприятия
- Набор стикеров
- E-mail рассылка
- RPT-презентация**



Слайд с текстом и затемнённой фотографией



Слайд с фотографиями и текстом



Слайд с фотографией и текстом

конец

Брендбук создан в студии брендинга TMW studio.
По вопросам применения фирменного стиля пишите
на love@theteamwork.ru