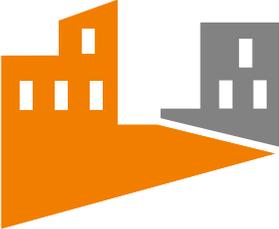


Стройка в Хакасии



рекламно-
информационный
каталог

Чтобы знать и выбирать!

Руководство по использованию
фирменного стиля

§1 Основные константы фирменного стиля

- Логотип и фирменный знак
- Использование логотипа
- Фирменные цвета
- Типографика
- Элементы фирменного стиля

§2 Фирменные носители

- Визитные карточки
- Журнальная стойка
- Модульная реклама

§3 Рекомендации

- Разработка рекламных модулей
- Верстка новостей
- Верстка рекламных статей

§1 Основные константы фирменного стиля

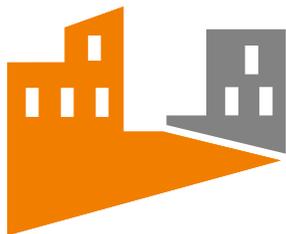
Логотип и фирменный знак

Логотип



Логотип состоит из двух частей: фирменного знака и уникального графического написания названия.

Фирменный знак



Фирменный знак отдельно от графического написания может использоваться только когда его размещение очевидно связано с деятельностью компании.

Фирменный блок со статусной строкой



Фирменный блок состоит из трёх частей: знака, уникального графического написания названия и дескриптора — подписи к названию, которая отражает сферу деятельности.

Важно! В макетах логотип нельзя обрезать, искажать и редактировать; использовать графические эффекты; использовать другие цвета. Нежелательно размещать полноцветную версию логотипа на сложных неоднородных фонах — в этом случае рекомендуется использовать монохромную версию логотипа, контрастирующую со сложным фоном.

§1 Основные константы фирменного стиля

Использование логотипа

Монохромная и выворотная версии логотипа



Выворотное изображение логотипа применяется, если по технологическим причинам его невозможно воспроизвести на белом фоне (например, в сувенирной продукции).

Если отсутствует возможность цветной печати, следует использовать монохромную или выворотную версию логотипа.

При размещении на цветном или неоднородном фоне рекомендуется использовать наиболее контрастирующее с фоном монохромное изображение.

Охранное поле



Чтобы логотип был хорошо заметен и читаем, рекомендуется оставлять вокруг него свободное пространство — защитное поле, не содержащее ни текста, ни изображений.

Примеры размещения монохромного и выворотного изображения логотипа на цветных однородных заливках



§1 Основные константы фирменного стиля

Фирменные цвета



Черный (C0 M0 Y0 K100)

Серый (C0 M0 Y0 K60)

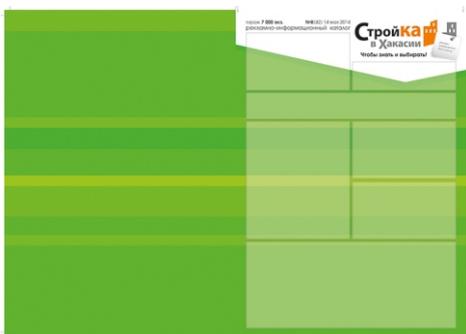
Зеленый (C60 M0 Y100 K0)

Оранжевый (C0 M60 Y100 K0)

При разработке макетов всегда предпочтительно использовать белый фон.

Допустимо использование зеленого фона, в том числе неоднородного.

Обложка журнала, пример использования зеленого неоднородного фона



Важно! При печати на различных носителях следует учитывать аппаратно-зависимое воспроизведение цвета и, при необходимости, корректировать цветовые значения для достижения максимально возможного соответствия оригинальным цветам.

§1 Основные константы фирменного стиля

Типографика

Заголовок Avanti Bold

Подзаголовок Avanti

Основной текст статьи Pragmatica Light. При небольшом количестве текста допустимо использование шрифта Avanti.

Недопустимо использование курсивного начертания шрифтов, только Regular. Для акцентирования внимания используйте выделение цветом: **оранжевым** или **зеленым**.

В макетах предпочтение всегда отдается выключке по левому краю.

Сноска, цитата, комментарий или контактный блок Avanti.

При необходимости допустимо выделение цветом и/или полужирное начертание.

www.sib-stroyka.ru

Общие рекомендации

Размеры шрифта определяются форматом макета, основной шрифт не должен быть слишком крупным и слишком мелким для визуального баланса и удобства чтения. Межбуквенный интервал сокращать и увеличивать не нужно. Также не рекомендуется трансформировать шрифт по вертикали или горизонтали.

Объёмные текстовые блоки рекомендуется разбивать на параграфы, при создании макетов следить за тем, чтобы макет визуально не был перегружен, оставляя достаточно свободного пространства вокруг текста.

Альтернативные шрифты

Когда нет возможности использовать фирменные шрифты используйте альтернативные системные шрифты Helvetica и Arial.

В печатных макетах процент использования альтернативных шрифтов должен быть минимальным, т. к. их преобладание понижает целостность восприятия бренда, ведь шрифт — один из его составляющих.

§1 Основные константы фирменного стиля

Элементы фирменного стиля

Указатели

Иконки-указатели являются неотъемлемой частью фирменного стиля.

По возможности используйте соответствующие иконки в макетах при указании контактных данных.

Допустимо использовать выделение иконок цветом, однако текстовая информация всегда приоритетна и не должна теряться на фоне иконки.



www.sib-stroyka.ru



svh@sib-stroyka.ru



ул. Пушкина, 115, оф. 204



(3902) 22-66-31, 21-55-45

Плашки

При оформлении макетов для выделения заголовка используйте зеленую плашку. Если заголовок большой или плохо вписывается в плашку, используйте заголовок зеленого цвета. Возможный вариант использования плашек — оформление списков.

Чтобы знать и выбирать!

Стикер

При создании макетов для оформления небольших сносок возможно использование стикера. Для надписи на стикере всегда используйте шрифт Segoe Print, начертание Regular.

Допустимо изменение угла поворота как стикера, так и надписи на нем.

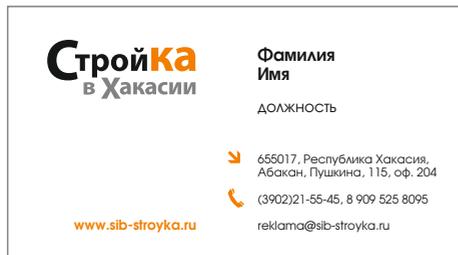
Не рекомендуется использовать более одного стикера в одном макете.



§2 Фирменные носители

Визитные карточки

Визитная карточка сотрудника



Общая визитная карточка фирмы



Оборотная сторона визитной карточки может содержать какую-либо дополнительную информацию о других носителях или модули саморекламы.



§2 Фирменные носители

Журнальные стойки

Примеры макетов журнальной стойки

Стройка в Хакасии



Чтобы знать и выбирать!

рекламно-
информационный
каталог

www.sib-stroyka.ru

 (3902)
22-66-31, 21-55-45

Стройка в Хакасии



рекламно-
информационный
каталог

По вопросам
размещения рекламы
обращайтесь:

 www.sib-stroyka.ru

 svh@sib-stroyka.ru

 ул. Пушкина, 115, оф. 204

 (3902) 22-66-31, 21-55-45

Чтобы знать и выбирать!

§2 Фирменные носители

Модульная реклама

Основная задача модулей саморекламы — заполнить возникшие пробелы. Поэтому рекламные модули не должны привлекать к себе лишнее внимание: используйте белый фон и не перегружайте макет текстовой и графической информацией.

При разработке модулей саморекламы важно придерживаться основных констант фирменного стиля, включая цветовую гамму, шрифты и графику.

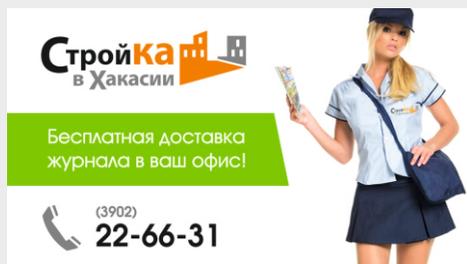
Примеры модулей саморекламы



Стройка в Хакасии
рекламно-информационный каталог

Ваш первый инструмент

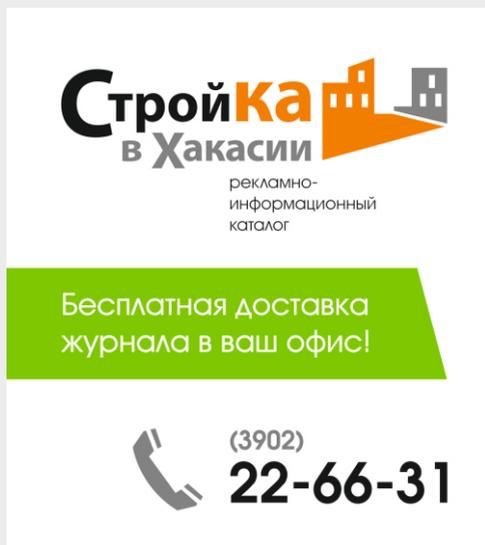
Для строительства и ремонта!



Стройка в Хакасии
рекламно-информационный каталог

Бесплатная доставка журнала в ваш офис!

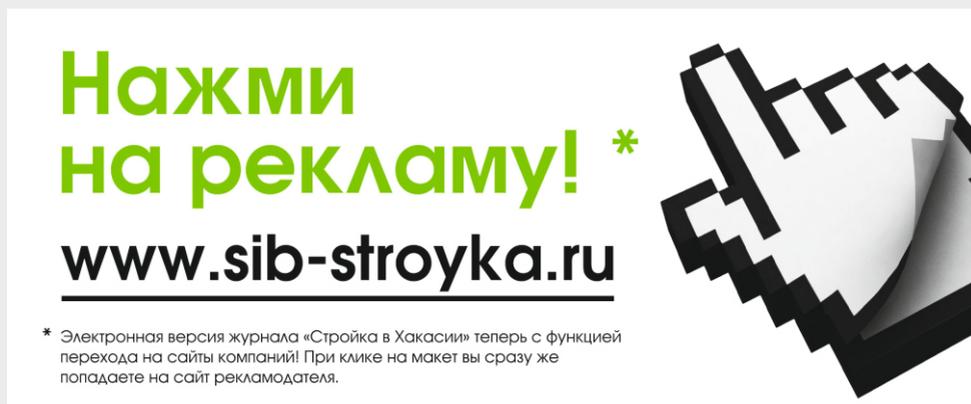
 (3902) **22-66-31**



Стройка в Хакасии
рекламно-информационный каталог

Бесплатная доставка журнала в ваш офис!

 (3902) **22-66-31**



Нажми на рекламу! *

www.sib-stroyka.ru

* Электронная версия журнала «Стройка в Хакасии» теперь с функцией перехода на сайты компаний! При клике на макет вы сразу же попадаете на сайт рекламодателя.

§3 Рекомендации

Разработка рекламных модулей

При разработке макета следует учитывать несколько моментов:

Композиция

Макет не должен быть перегружен и содержать разумный минимум информации — логотип, направление деятельности, уникальное торговое предложение или конкурентное преимущество, а также контактную информацию.

Шрифты

Декоративные шрифты стоит использовать только для оформления заголовков или отдельных фраз. Для основного текста используйте простые рубленые гарнитуры, так как они остаются читабельными даже при самом маленьком масштабе.

Цвета

В одном макете не стоит использовать более трех-четырех цветов. Избегайте цветов с большим количеством краски (более 200%). Текст менее 12pt желательно оформлять в одну краску.

Иллюстрации

Изображение должно быть качественное и визуально привлекательное. В одном рекламном макете лучше использовать одну распознаваемую иллюстрацию.

Оформление

Не используйте простые текстовые эффекты такие как обводка и тень. Чтобы текст был контрастным и хорошо читался, используйте простой фон или плашки.

Выравнивание

Избегайте случайного расположения графических элементов и текста. Все отдельные объекты, группы и блоки визуально должны быть связаны друг с другом.

§3 Рекомендации

Верстка новостей

Новости верстаются по четыре блока на полосе. Каждый блок ограничен соответствующей цветной плашкой. При верстке необходимо чередовать зеленые и оранжевые плашки. Если текст новости большой и занимает несколько блоков, то используется одна плашка на 2 и более блоков.

На текст новости распространяются следующие ограничения: заголовок 70 символов (с пробелами) + 600 символов (с пробелами) основной текст новости или заголовок 35 символов (с пробелами) + 650 символов (с пробелами) основной текст новости

Иллюстрация к новости как правило состоит из логотипа компании и/или подходящей под текст новости фотографии.

Размер контактного блока компании зависит от размеров иллюстрации. Если необходимо указать несколько адресов (телефонов), допустимо перенести часть контактной информации в основной текстовый блок новости. Возможно дублирование какой-либо контактной информации как в основном тексте, так и в контактном блоке.

Для выделения важной информации в тексте новости используется полужирное начертание *Pragmatica Bold*.

Пример верстки новостей



г. Абакан,
ул. Советская, 28 Н,
тел.: (3902) 26-45-54

При заказе потолков с нишей для штор - подсветка светодиодной лентой - БЕСПЛАТНО!

Собственное производство позволяет компании «Олимп» держать марку качества на протяжении многих лет и предоставлять скидки до 20%. А также дополнительные 5%: пенсионерам, молодежи, новоселам. И еще подарки всем заказчикам: светильники. А при заказе потолков с нишей для штор – подсветка светодиодной лентой – БЕСПЛАТНО! При этом «Олимп» предоставляет следующие гарантии: 15 лет на потолочное полотно, 7 лет на установку потолка с использованием алюминиевого профиля, 3 года – на установку пластикового профиля. Заказывать натяжные потолки в «Олимпе» – это надежно, экологично, экономично и безопасно!



г. Абакан, ул. Вяткина, 63,
тел.: (3902) 22-26-93;
ул. Гагарина, 111 «А»,
тел.: (3902) 30-50-90;
ул. Торосова, 15,
тел.: (3902) 30-50-90
www.abakan-doors.ru

Скоро! Новое открытие!

И снова компания «Двери России» приятно удивляет открытием нового большого магазина на **Гагарина, 111 «А»!** Теперь в одном месте будет находиться магазин и склад, что позволит еще быстрее и качественнее обслуживать покупателей!

Огромное количество входных, межкомнатных дверей, ламината, арок и фурнитуры на любой вкус не оставят вас равнодушными.

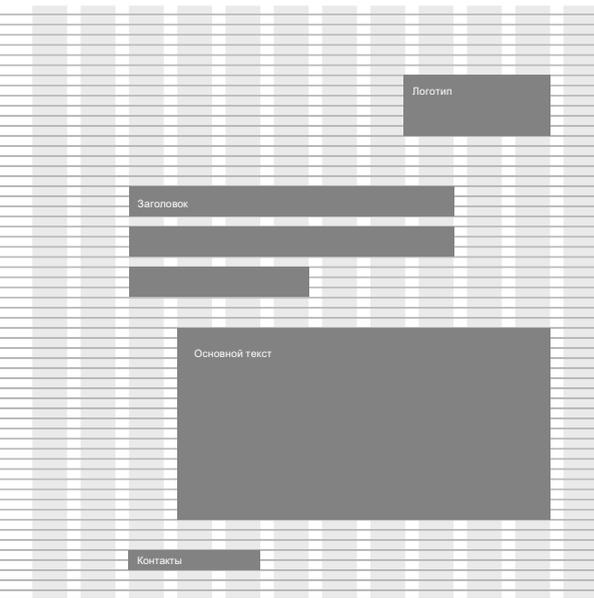
Кроме того, выбрать нужный товар можно не выходя из дома – через интернет-магазин компании «Двери России» – www.abakan-doors.ru.

По всем вопросам обращаться: (3902)30-50-90

Ждем вас по новому адресу г. Абакан, ул. Гагарина, 111а

§3 Рекомендации

Верстка рекламных статей

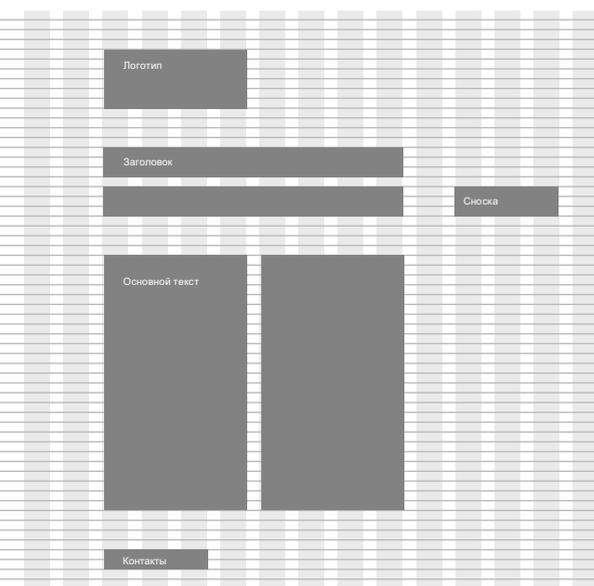


Чтобы упростить верстку статьи рекомендуется использовать модульную сетку. Модульная сетка – это структура (каркас, шаблон) расположения графических элементов на страницах.

Используйте сетку в 12 колонок, базовая линия 10 pt: для макетов статей с умеренным количеством текста и сетку в 15 колонок, базовая линия 10 pt: для макетов статей с большим количеством текста.

Придерживайтесь разметки сетки и сетки базовых линий, чтобы макет статьи получился ровным и аккуратным.

Размеры макета статьи на полосу с учетом вылетов под обрез 200x265мм. От левого, правого и верхнего края необходимо сделать отступы по 15мм (5мм под обрез или корешок и 10мм отступ от края). Снизу только отступ, так как внизу страницы находится колонтитул.



Для макета статьи рекомендуется использовать белый фон, шрифт основного текста Pragmatica, 10pt.