

Бренд-бук

- Brandbook является внутрикорпоративным документом с пометкой TS top secret. Коммерческая тайна сохраняет определение стратегии развития, моделируемые преимущества продукта в конкурентной среде, особенности бизнес-процессов, сферу деятельности и легенду компании, предполагаемый жизненный цикл, корпоративную культуру.
- Базовый документ описывает платформу торговой марки; её миссию, философию и ценности. Юридическая часть брендбука регламентирует авторские и смежные права, права на запатентованные торговые знаки, знаки обслуживания и наименования мест происхождения товаров, встречающиеся в практике компании. Также в брендбуке прописываются требования к дизайну бренда и элементам фирменного стиля компании.

ЛОГОТИП

- Концепция (описание). Концептуальное описание логотипа как основного элемента фирменного стиля.
- Варианты написания логотипа:
 - Русское
 - Латинское
- Визуальное решение логотипа:
 - Цветовое решение логотипа
 - Черно-белое решение логотипа.
- Условия увеличения / уменьшения логотипа с помощью масштабной сетки.
- Правила построения логотипа в графической и цветовой форме. Условия комбинации с инородными графическими и текстовыми объектами:
 - Границы территории логотипа
 - Допустимые варианты расположения инородных объектов
 - Варианты допустимого цветового фона для размещения логотипа.

Фирменный стиль

- Настоящее методическое руководство представляет основные графические и цветовые элементы фирменного стиля торговой марки, а также некоторые правила использования элементов на различных объектах – носителях визуальной информации.

Пояснительный текст

по использованию элементов фирменного стиля

□ 1. Торговый знак.

Торговый знак компании является комбинированным и состоит из изобразительного элемента (изобразительный товарный знак) и словесного логотипа.

- Изобразительный товарный знак и логотип могут быть использован только комбинированный, т.е. изобразительный знак в сочетании с логотипом.

Структура паспорта стандартов

- ❑ Состав ключевых разделов паспорта стандартов (guideline):
- ❑ Фирменный знак
- ❑ Концепция (описание). Концептуальное описание фирменного знака как основного элемента фирменного стиля. Идеология знака.
- ❑ Визуальное решение фирменного знака
- ❑ Допустимое цветное решение фирменного знака.
- ❑ Описание фирменного цвета знака.
- ❑ Допустимое черно-белое решение.

Фирменный блок

- Концепция (описание). Концептуальное описание фирменного блока как основного элемента фирменного стиля.
- Варианты размещения фирменного блока:
 - Вертикальное
 - Горизонтальное
 - Ярусное.
- Варианты цветового воспроизведения фирменного блока:
 - Цветной
 - Черно-белый.
- Соотношение ключевых элементов фирменного блока в различных вариантах воспроизведения:
 - Прямой
 - Негативный
 - Цветной
 - Черно-белый.
- Правила построения фирменного блока в графической и цветовой форме. Условия комбинации с инородными графическими и текстовыми объектами:
- Границы территории фирменного блока
- Допустимые варианты расположения инородных объектов
- Варианты допустимого цветового фона для размещения фирменного блока.

Торговая марка «Бурёнка»

БРЕНДБУК

Введение

- Торгово-промышленная компания «Бурёнка». Изготавливает молочные продукты. Которая была основана в 1956 году. Все молочные продукты изготавливаются из 100% молока. Эксперты компании полностью контролирует процесс качества молока. Наши коровки пасутся на зеленых лугах, пьют родниковую воду.



2.Фирменный цвет

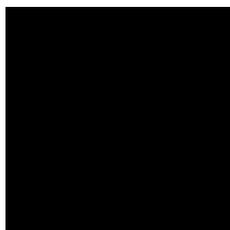
- Не допускается использование других цветов в торном знаке, т.е. его воспроизведение на любых носителях возможно только в указанных цветах в любом варианте из проведенных в данной разработке.

Фирменные цвета и шрифты

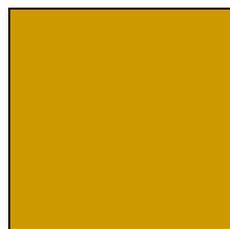
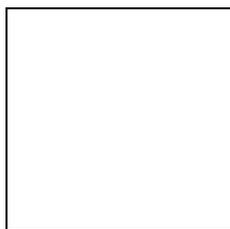
- ❑ Определение фирменного цвета.
- ❑ Определение дополнительных цветов.
- ❑ Определение комбинаций цветов.
- ❑ Определение фирменного шрифта.
- ❑ Условия использования шрифта.
- ❑ Данный раздел брендбука, также является неизменным и включает описание фирменных цветов (как правило, в раскладке CMYK, PANTONE и RGB) и шрифтов. Как правило, описывается несколько шрифтов, которые могут использоваться в документации и на фирменных носителях – они могут быть как лицензионными, так и предустановленными в стандартных версиях Office.
- ❑ Все дальнейшие разделы BrandBook могут варьироваться в зависимости от потребностей клиента, особенностей использования бренда и специфики бизнеса.

Фирменный стиль

- Цвет черный 100% ,Pantone Proc. Black C.



Цвет белый



Pantone 159 CVU, C-0; M-65%,
Y-100%, K-9%

ЛОГОТИП

- Торговая марка «Бурёнка»



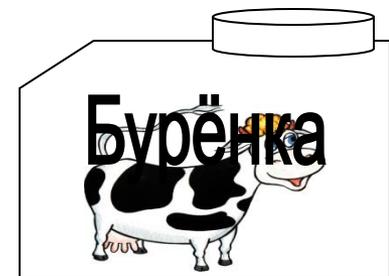
Рекламные носители

- Телевидение
- Полиграфическая реклама (буклеты, листовки, афиши и т.п.)
- Наружная реклама
- Упаковка
- Сувениры
- Оригинальные носители

Упаковка



Упаковка



Для офисной документации допустимо заменять гарнитура на Arial

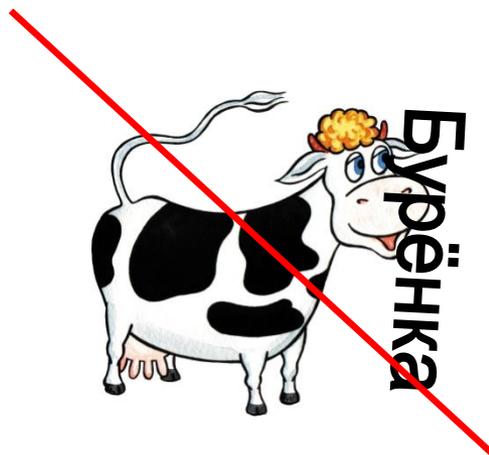
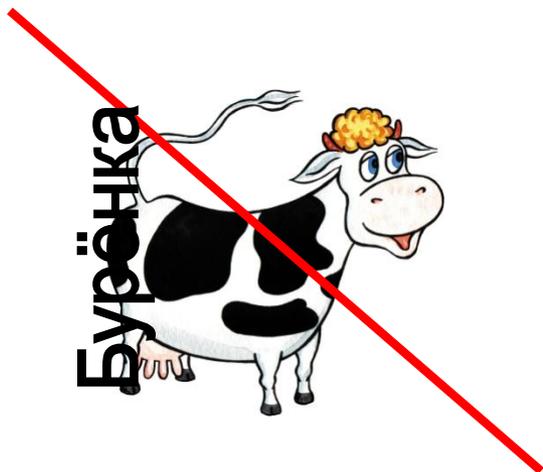
OfficinaSansWinCTT-bold.

-
- **АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХ
ЦЧШЩЫЪЬЮЯ**
 - **Абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчш
щыъьюя**
 - **ABCDEFGHIJKLMNOQRSTUVWXYZ**
 - **abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**
 - **1234567890**

-
- АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧ
ШЩЫЪЬЮЯ
 - Абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщы
ъьюя
 - ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 - abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 - 1234567890

Пропорции торговой марки

Пример неправильного размещения



Размещение
