



Руководство по использованию визуального образа бренда



Зачем нужен этот документ?

Это общий свод правил и визуальных стандартов.

Руководство дает представление о ключевых элементах, их применении, иллюстрирует образ и настроение бренда.

Позволяет значительно увеличить эффективность работы по созданию узнаваемого бренда.

Ориентировано на специалистов отдела маркетинга, дизайнеров и внешних подрядчиков.

Логотип

Логотип. Основная версия

Используется в большинстве коммуникаций: при продвижении и продаже продуктов компании клиентам, при работе с кандидатами и студентами, в офисах продаж и на визитках сотрудников.



Контур
staffcorp



Контур
staffcorp

Логотип. Версия с дескриптором

К логотипу добавляем дескриптор, если он создает контекст для других носителей. Например, презентация, папка с документами. Промо-материалы в контексте офиса или сайта могут не содержать дескриптор. Например, бейдж у сотрудника, внутренняя страница на сайте, и так далее. Также не используем дескриптор, если не позволяет размер или есть другие технические особенности носителя.

Контур
staffcop

Расследование инцидентов
внутренней безопасности

Контур
staffcop

Расследование инцидентов
внутренней безопасности

Логотип. Версия на латинице

К логотипу добавляем дескриптор, если он создает контекст для других носителей. Например, презентация, папка с документами. Промо-материалы в контексте офиса или сайта могут не содержать дескриптор. Например, бейдж у сотрудника, внутренняя страница на сайте, и так далее. Также не используем дескриптор, если не позволяет размер или есть другие технические особенности носителя.

**Kontur
staffcop** Investigation of internal
security incidents

**Kontur
staffcop**
Investigation of internal
security incidents

Фирменный знак

Монограмма используется, как иконка для социальных сетей, почтовые аватары сотрудников, фавикон сайта, а также для брендирования отдельных носителей.



Охранное поле

Охранное поле – это область вокруг знака, в которую не должны попадать посторонние графические элементы.

Также оно обозначает минимальное расстояние от границы формата.



X = высота буквы «О»

Недопустимое использование

Чтобы сохранить узнаваемость и гармоничность логотипа, необходимо соблюдать определенные правила:

1. Не искажать пропорции логотипа;
2. Не применять эффекты: абрис, придание объема, текстурирование, прозрачность, градиент и пр.;
3. Не делать тень под логотипом;
4. Не использовать другие цвета, кроме фирменных;
5. Не использовать логотип в качестве водяного знака;
6. Не использовать в качестве трафарета.

✗ Контур
staffcop

✗ Контур
staffcop

✗ Контур
staffcop

✗ Контур
staffcop

✗ Контур
staffcop

✗ Контур
staffcop

Цвета

Фирменные цвета

Цветовая палитра основных фирменных цветов состоит из четырех цветов - синий, черный, графит и белый. И двух дополнительных: голубой и темно-синий.

На этой странице показаны цифровые значения цветов.

Синий



HEX
000891

CMYK
100 92 29 5

PANTONE
2736C

Графит



HEX
222E3A

CMYK
65 43 26 78

PANTONE
432C / 432 U

Темно-синий



HEX
00012B

CMYK
100 92 45 73

Черный



HEX
000000

CMYK
60 40 40 100

PANTONE
BLACK C / BLACK U

Белый



HEX
FFFFFF

CMYK
0 0 0 0

PANTONE
WHITE C / WHITE U

Голубой



HEX
485BFF

CMYK
82 67 0 0

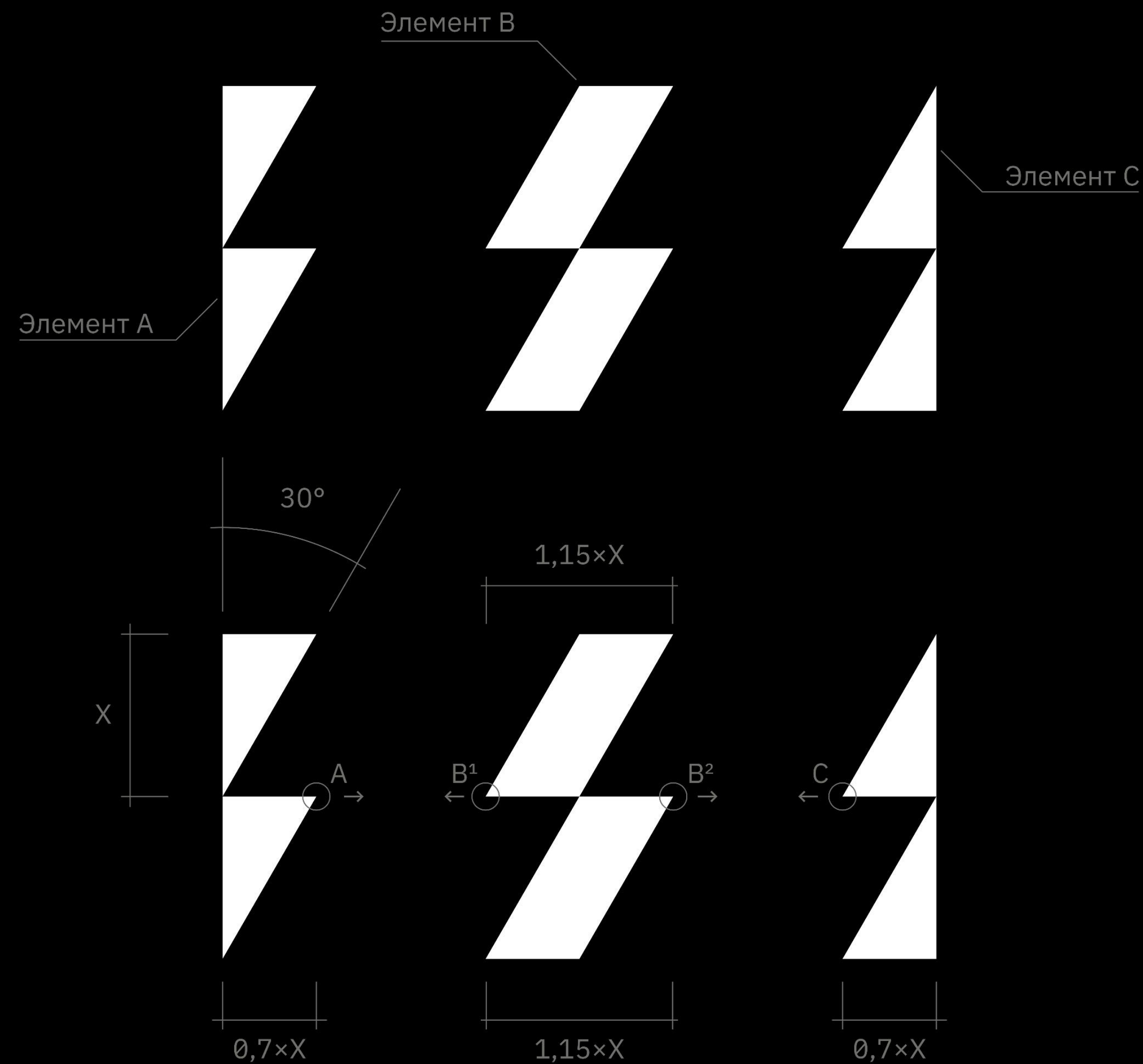
Фирменный элемент. Правила построения и использования

Фирменная лента строится путём заполнения внутреннего пространства средними элементами (Элемент В) между начальным и конечным элементами (Элементы А и С), точки состыковывания элементов (А, В1, В2 и С) показаны на рисунке.

Элемент А — это два прямоугольных треугольника с размерами X и $0,7 \times X$, с углом гипотенузы 30° .

Элемент В — это Элемент А и Элемент С, состыкованные рядом друг с другом.

Элемент С — это Элемент А, развернутый на 180° .



Шрифты

Фирменный шрифт

При работе с фирменными материалами используется один шрифт, IBM Plex Sans с начертанием Regular.

Этот шрифт применяется в заголовках, для основной коммуникации и наборного текста.

Шрифт можно скачать [по ссылке](#).

Этот шрифт находится под лицензией Open Font License, которая позволяет свободно и открыто использовать шрифт в коммерческих целях.

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОП

РСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ

абвгдеёжзиклмноп

рстуфхцчшщъыьэюя

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 g 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 ! ? , . ; (« № ») - _ =

+ / @ # \$ % & * | \ < > ' ± § ~ { [] }

Правила верстки

Акциденция в тексте достигается путем увеличения высоты шрифта, где заголовок крупнее основного текста минимум в 1,5 раза.

Пример:

Если наборный текст высотой 60 пт, то заголовок будет 90 пт.

Если в тексте присутствуют заголовки нескольких уровней, то каждый главенствующий заголовок крупнее предыдущего минимум в 1,5 раза.

Пример:

Наборный текст высотой 60 пт, Заголовок «А» выше него в 1,5 раза и равен высоте в 90 пт.

Заголовок «В» выше заголовка «А» в 1,5 раза и равен высоте в 135 пт.

90 pt [Заголовок «А»

60 pt [Наборный текст

135 pt [Заголовок «В»

90 pt [Заголовок «А»

60 pt [Наборный текст