



BRANDBOOK

Логотип та фірмовий стиль для будівельної компанії **FRONT-ON**

РОЗДІЛ 1. НАЗВА КОМПАНІЇ

Розділ 1.

Назва компанії.

НАЗВА КОМПАНІЇ

Найголовніший атрибут бренду.

Правильно підібрана назва буде легко
запам'ятовуватися та завжди викликатиме
асоціації з компанією.

FRONT-ON

Фронтон — передня сторона, чоло — зазвичай трикутне
завершення фасаду будівлі, портика, колонади, що з боків
обмежене двома схилами даху й карнизом при основі.

Частина, на котрій тримається дах будинку. Основа, котра увінчує
шедеври, які будує та проектує компанія. Ці довершені витвори
мають безліч назв – оселя, домівка, рідний куточок. Але суть завжди
залишається одна – це місце сили, місце комфорту та затишку.

**Назва символізує консолідацію всього необхідного в одному
місці. Стилізуючи назву з виділенням складу ON, ми даємо не
свідомий поштовх до дії «вмикай нас, працюй з нами!».**

РОЗДІЛ 2. РОЗРОБКА ЛОГОТИПУ

Розділ 2.

Розробка логотипу.

ОПИС ЛОГОТИПУ

Логотип складається з двох частин - знаку та текстової частини.

Знак являє собою фігуру, в якій зображено 3 сучасні будинки, які утворюють житловий комплекс. Можливе використання знаку без текстової частини.

Шрифтова частина логотипу створена на основі двох шрифтів.

Кольорова гама виглядає стриманою, однак підкреслює преміальність компанії.



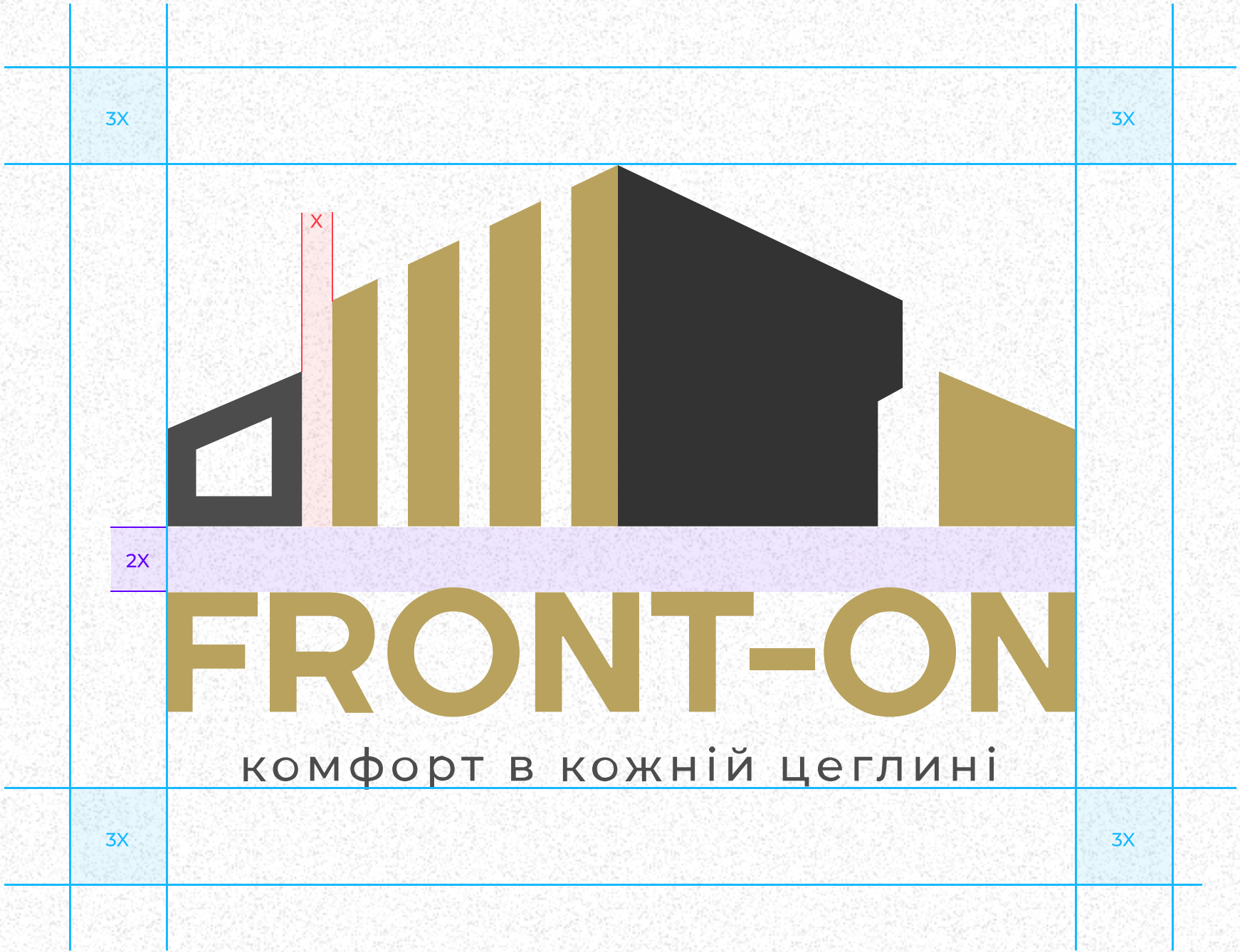
Розділ 2.

Розробка логотипу.

ГРАФІЧНА ПОБУДОВА ТА КОМПОНУВАННЯ ЛОГОТИПУ

Масштабна сітка

Масштабна сітка логотипу представлена на базі відносної величини X, котра прийнята на основі відступу між двома елементами логотипу.



Розділ 2.

Розробка логотипу.

ЧОРНО-БІЛИЙ ВАРІАНТ ЛОГОТИПУ ТА ЙОГО ІНВЕРСІЯ

У випадках коли кольоровий друк неможливий -
допустимо використання чорно-білої версії
логотипу.



Монохромний логотип на темному фоні



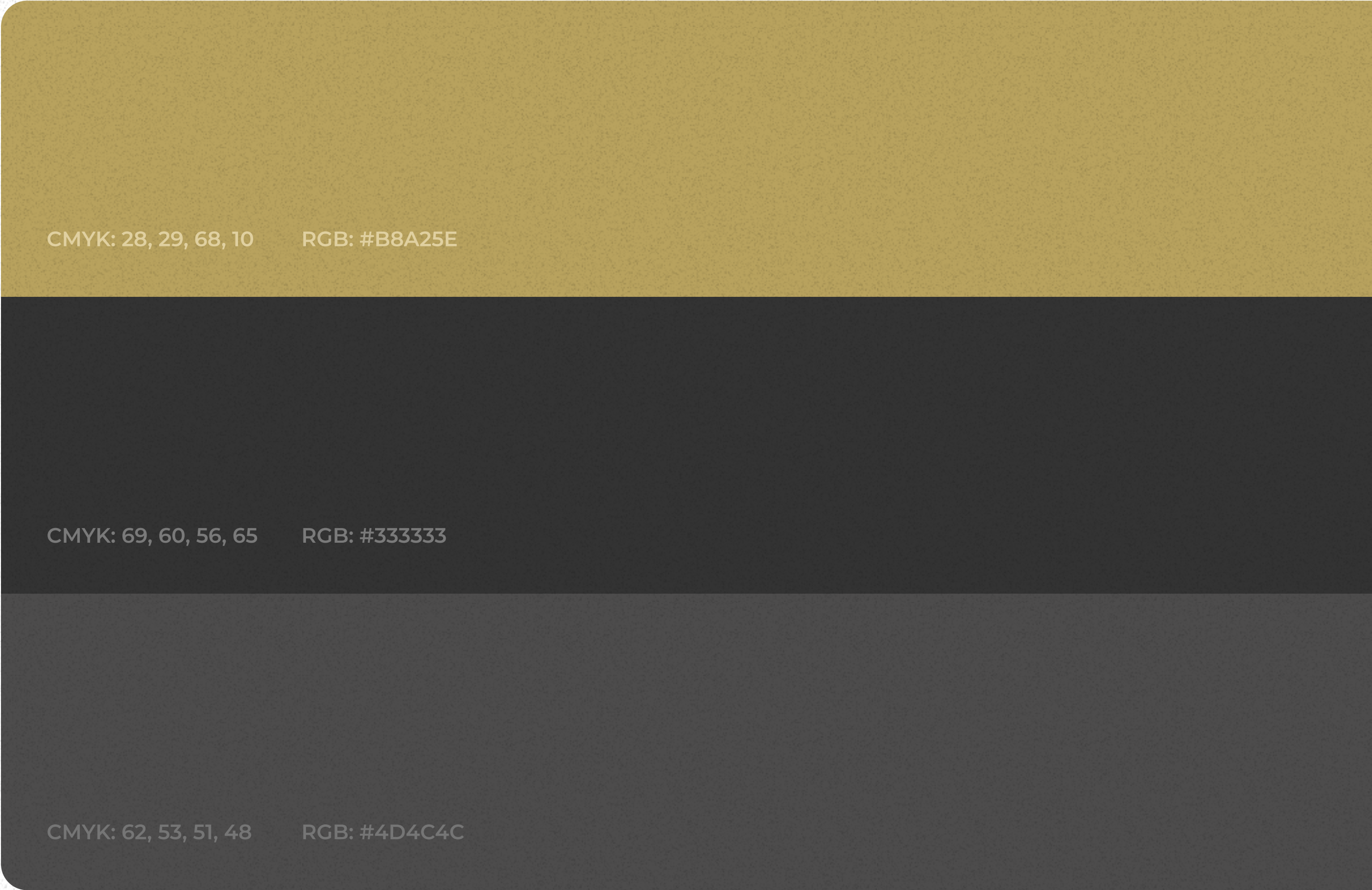
Монохромний логотип на світлому фоні

Розділ 2.
Розробка логотипу.

КОЛІРНА ПАЛІТРА

Виконання логотипу передбачає використання трьох основних кольорів (та білого кольору його інверсії). Основні цифрові маркування палітр наведені праворуч.

Не допускається зміна колірної палітри логотипу, окрім використання монохромної версії.



Розділ 2.
Розробка логотипу.

КОЛЬОРОВИЙ ВАРІАНТ ЛОГОТИПУ ТА ЙОГО ІНВЕРСІЯ

У випадку коли використання основної версії логотипу неможливе пропонується використовувати кольоровий варіант лого, але з додаванням білого кольору.



Кольоровий логотип на темному фоні

Основна версія логотипу



Кольоровий логотип на світлому фоні

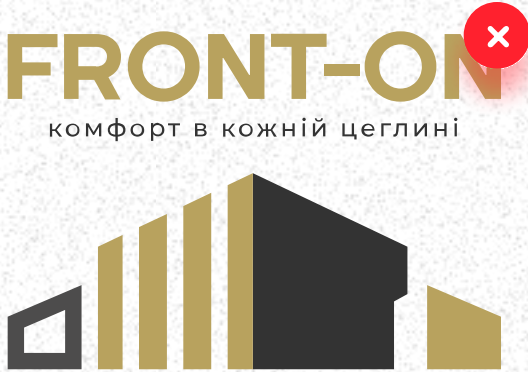
Розділ 2.

Розробка логотипу.

НЕДОПУСТИМЕ ВИКОРИСТАННЯ ЛОГОТИПУ

Не можна спотворювати пропорції логотипу,
заборонено повертати логотип під будь-яким кутом,
недопустимо змінювати колір знаку та літер в логотипі,
не можна використовувати тінь та будь-які інші ефекти,
не допустимо порушувати структуру логотипу.

Дозволено використовувати логотип
без слогану.



РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА ФІРМОВОГО ПАТЕРНУ

Розділ 3.
Розробка патерну.

ФІРМОВИЙ ПАТЕРН

Патерни - це повторювані елементи, які допомагають донести до цільової аудиторії цінність бренду, роблять його впізнаваним і запам'ятовуваним. Це можуть бути найрізноманітніші візерунки, лінії, фігури, тварини або стилізована продукція компанії. Патерни можна використовувати на будь-яких фірмових елементах від ділової документації до брендування одягу та сайту.

В даному випадку патерн утворює собою абстрактний каркас будівлі, що безпосередньо викликає асоціації з будівництвом. Дане поєднання кольорів чудово поєднується як зі світлим, так і з темним фоном.

Патерн на темному фоні

Патерн на світлому фоні

РОЗДІЛ 4. ЛОГОТИП ТА ПАТЕРН НА ФІРМОВИХ ЕЛЕМЕНТАХ

Розділ 4.

Логотип та патерн на
фірмових елементах.

ВІЗИТКА ДЛЯ ЗВ'ЯЗКУ З КЛІЄНТАМИ

Візитна карта є невіддільним трендом сучасного бізнесу і, можливо, найбільш ефективним елементом фірмового стилю при знайомствах. Основним завданням візитки є надання контактів компанії клієнту.

Як правило, тут показуються контактні дані: прізвище та ім'я, посада, номери телефонів, електронна пошта, адреса, соц. мережі, послуги тощо.



Розділ 4.

Логотип та патерн на
фірмових елементах.

ФІРМОВИЙ БЛАНК ТА КОНВЕРТ

Фрмовий бланк це не лише шаблон для переписки, але і інструмент маркетингу. Окрім офіційної інформації, він передає основний меседж бренду, демонструє профеіоналізм та підсилює довіру.



Розділ 4.

Логотип та патерн на
фірмових елементах.

ОДЯГ З ВИКОРИСТАННЯМ БРЕНДИНГУ КОМПАНІЇ

Брендований одяг дозволяє вибудовувати в очах клієнтів образ компанії, її імідж та філософію існування, тим самим формуючи в їх свідомості необхідні асоціації, емоції та очікування.



Розділ 4.

Логотип та патерн на
фірмових елементах.

СІТІЛАЙТ / БІЛБОРД ДЛЯ ІНФОРМУВАННЯ ПОТЕНЦІЙНИХ КЛІЄНТІВ

Дозволяє потенційним клієнтам дізнатися про
вашу компанію. Інформує про акції, які діють на
даний період та допомагає з продажем продукту.



Розділ 4.

Логотип та патерн на
фірмових елементах.

СУВЕНІРНА ПРОДУКЦІЯ

Брендована сувенірна продукція - це цікавий дизайн, витриманий в фірмовій стилістиці компанії. Це можуть бути брендовані блокноти, ручки, чашки, пляшки для води, павербанки, флешки, шопери та багато іншого.

Таку продукцію можна використовувати як в межах компанії/офісу, так і в якості призів під час конкурсів, тим самим рекламуючи свою компанію по всьому світу.



Розділ 4.

Логотип та патерн на
фірмових елементах.

ВИВІСКА КОМПАНІЇ

Це спеціальна табличка чи конструкція, яка розміщується на фасаді будівлі. На цій табличці розміщується важлива інформація про компанію, її назва, логотип.

Сучасні вивіски зазвичай виконують дві основні функції: рекламують компанію та допомагають клієнту зрозуміти чим компанія займається.



