



ЭМИР

СУХОВАКУШ И МЯСНЫЕ КОЛБАСЫ

РУКОВОДСТВО ПО БРЕНДУ

правило использования элементов
дизайна нашего бренда

Оглавление

Позиционирование	02
Целевая аудитория	03
Брендовая идентичность	04
Концепция логотипа	05
Горизонтальный вид	11
Сетка логотипа	12
Свободное пространство	13
Разборчивость логотипа	14
Неправильное исп. лого	15
Лого на фото	16

Паттерны	18
Цвет	19
Типографика	22
Айдентика бренда	24
Глоссарий	29

Позиционирование

Наш бренд

WE GUIDE A DEMANDING INTERNATIONAL CLIENTELE IN THEIR SEARCH FOR THE EXTRAORDINARY. We are the most innovative company in the luxury real estate sector. We specialize in brokering the sales of the most prestigious properties and operate according to a highly technological business model that allows maximum efficiency in managing the sales process.

Наша миссия

Working within the national and international property market, Porthwest Properties was created solely to specialise in the luxury real estate segment. The careful selection of properties carried out by professionals at Porthwest Properties is finalised towards the most proficient placement of properties within the selected target audience. Our mission is to modernize and progress the experience of buying and selling real estate by cultivating a spirit of collaboration, innovation, and integrity.

Наше видение

To be the only **TRUE** real estate franchise that provides an **EXCELLENT & CONSISTENT** customer experience 100% of the time. We base every decision on what's best for our clients, our company as a whole and individual team members. We commit to help our clients build wealth through quality advisory, consulting and management of their real estate assets.

Целевая аудитория

Between the ages of 30 and 55

They are willing to price it right

The home they are selling
was built after 1990

They are selling this home
and buying another with us



They are willing to do the
recommended repairs

They have an email
address and are willing to
sign electronic documents

Брендовая идентичность

Название, логотип компании, цвета, шрифт: это столпы идентичности компании.

Их характеристики обеспечивают индивидуальный и непротиворечивый имидж компании на рынке.

Графика окончательного логотипа очень чистая, линейная, существенная, сильная и подчеркивает ценности бренда. Логотип представляет собой графическое изображение, состоящее из словесного знака (логотипа) и изобразительного знака (символа).

Надпись выполнена шрифтом **Montserrat**

Единственный раз, когда вы должны использовать один только символ, — это на веб-сайте или в социальных сетях, где есть другие элементы, помогающие пользователю узнать бренд.

Логотип “Эмир. Суджук и мясные изделия” может существовать с «инвертированной» цветовой схемой, что означает, что основной цвет белый, а детали остаются темно-красными на светлом фоне.

Монохромная версия была специально разработана для удовлетворения некоторых специфических требований к печати.

Их не следует использовать в других обстоятельствах.

Концепция логотипа

ЭМИР

Наименование
Бизнеса

+



Состав продукции

+



Продукт

=



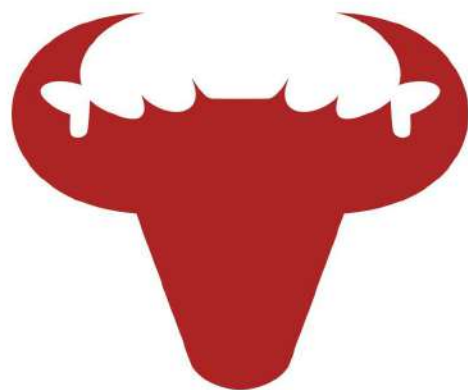
ЭМИР

суджук и мясные изделия



ЭМИР
СУДЖУК И МЯСНЫЕ ИЗДЕЛИЯ





ЭМИР

суджук и мясные изделия



ЭМИР

суджук и мясные изделия



ЭМИР

суджук и мясные изделия



ЭМИР

суджук и мясные изделия



ЭМИР

суджук и мясные изделия



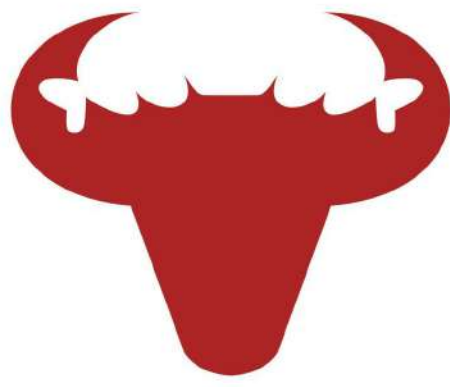
ЭМИР

суджук и мясные изделия



ЭМИР

суджук и мясные изделия



ЭМИР

суджук и мясные изделия



ЭМИР

суджук и мясные изделия

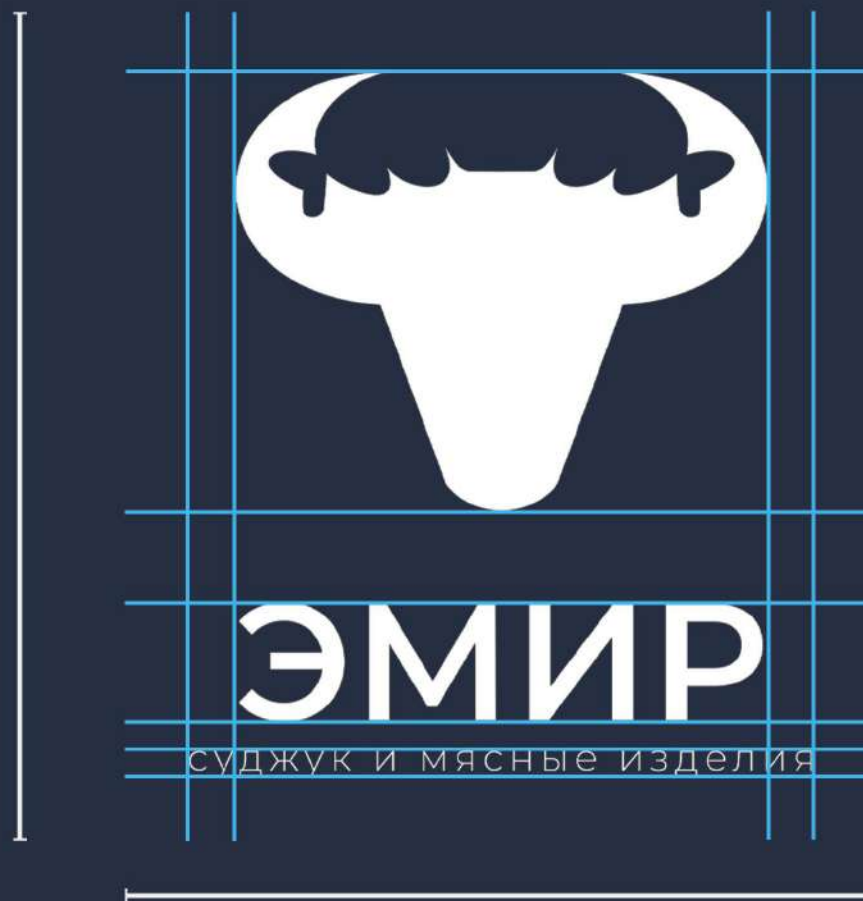
Горизонтальный вид логотипа



ЭМИР

суджук и мясные изделия

Сетка Логотипа



Разработка логотипа и визуальной идентичности выходит далеко за рамки свободной формы и художественной стороны того, что думает большинство людей. Здесь есть вся рациональная часть, включая масштабируемость, оптические настройки и воспроизведение, о которых нужно подумать, чтобы создать эффективный и хорошо продуманный логотип. Рекомендации по визуальному дизайну предоставят эту информацию, чтобы гарантировать правильное использование бренда.

Свободное пространство



Мы определили запретную зону, которая не позволяет другим графическим элементам мешать логотипу и гарантирует, что логотип легко читается. Пропорции, пространственные и размерные соотношения всех блоков были тщательно разработаны и не должны быть изменены, перерисованы, украшены или воссозданы каким-либо образом. Важной частью поддержания последовательной презентации является сохранение свободного пространства вокруг логотипа от другого текста, графики или иллюстраций. Переполненность логотипа снижает его удобочитаемость и влияние.

Разборчивость логотипа



ЭМИР

суджук и мясные изделия

70mm | A2



ЭМИР

суджук и мясные изделия

45mm | A3



ЭМИР

30mm | A4/A5



ЭМИР

20mm | 60px

Иконка для приложения



32 x 32px

Логотип никогда не должен быть слишком маленьким, чтобы его можно было прочесть. Изображение иконки “Эмир” связано с веб-сайтом: это уменьшенное представление бренда для браузера и мобильных интерфейсов. Учтите, что иконка не является логотипом бренда и никогда не должен заменять логотип.

Неправильное использование



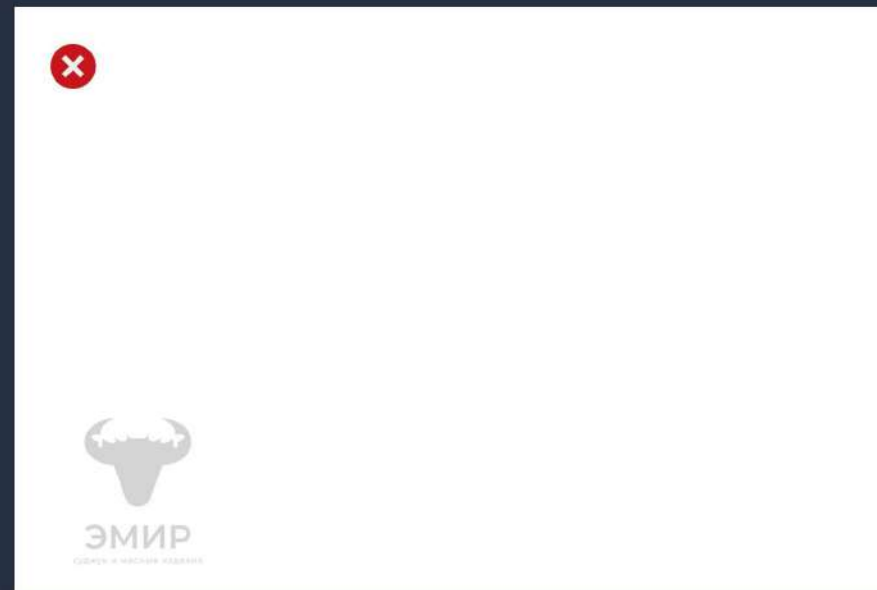
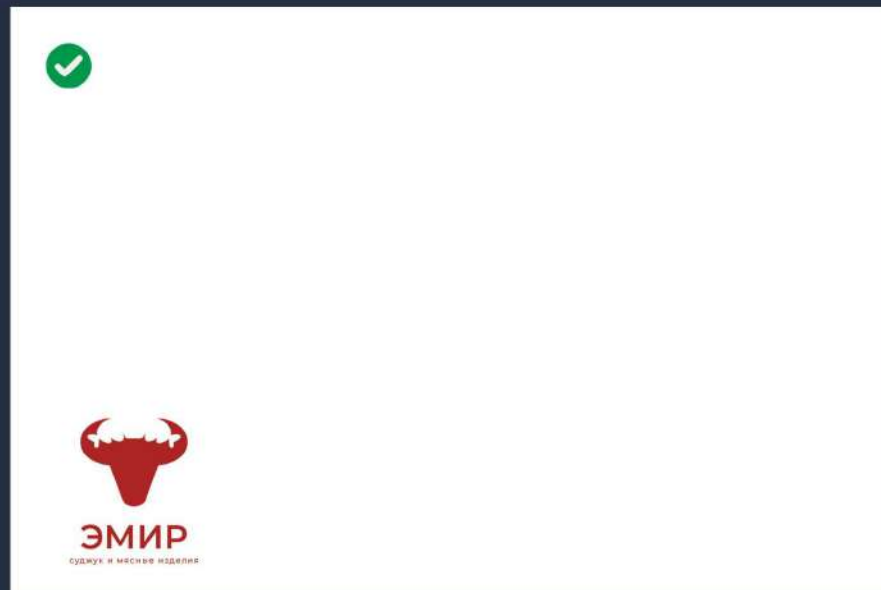
Логотип должен использоваться как есть и не подлежит каким-либо изменениям; это означает, что вы НЕ ДОЛЖНЫ:

- Изменять ориентацию или поворот логотипа.
- Непропорционально масштабировать логотип.
- Изменять цвета логотипа.
- Отображение логотипа с цветовыми сочетаниями ранее не указанными.

- Отображение логотипа в конфигурации не ранее указанный.
- Попытка воссоздать логотип.
- Вносить изменения в текст логотипа.
- Добавлять спецэффекты к логотипу.
- Добавлять контур к логотипу или отобразить логотип в виде контура.

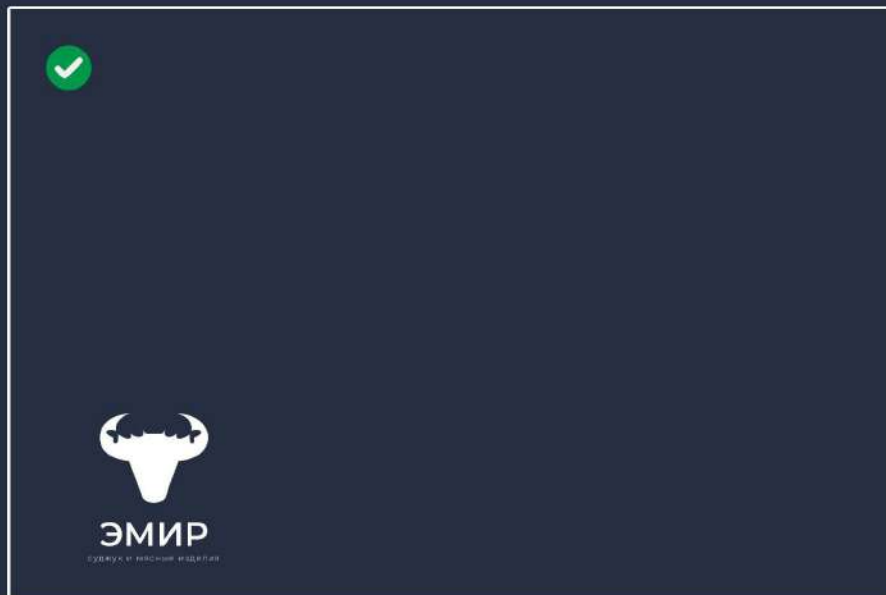
- Отображать другие элементов внутри логотипа обозначенное свободным пространством.
- Обрезать логотип любым способом.
- Использовать шрифт ранее не указанный

Логотип на фотографиях



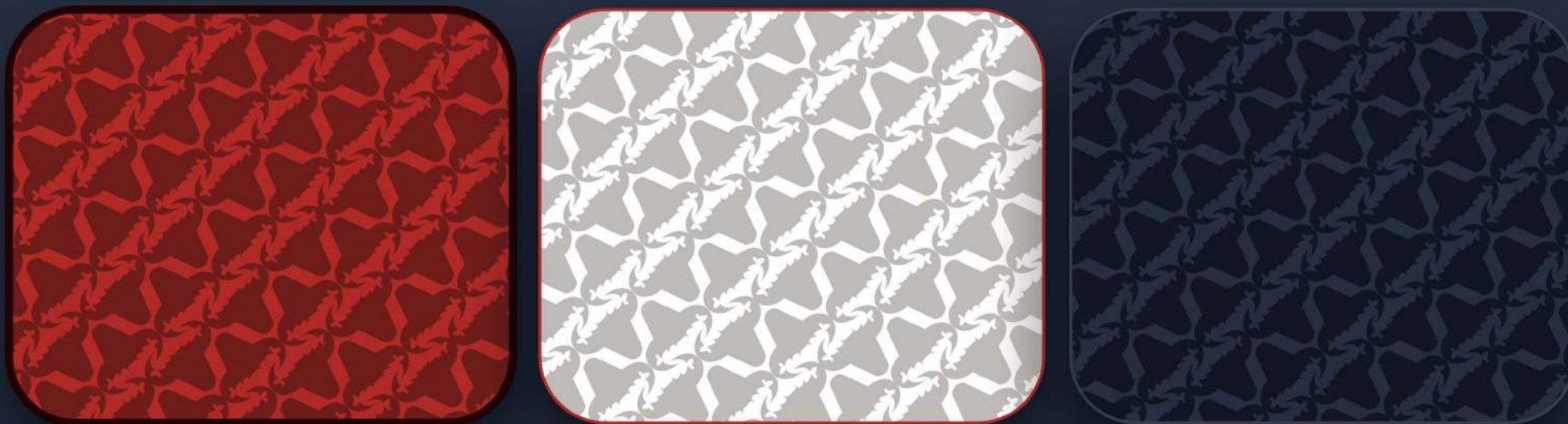
Необходимо позаботиться о создании хорошо сбалансированных и продуманных композиций: фотография является ключевой частью идентичности, а использование цвета всегда должно дополнять изображение. При размещении логотипа поверх фотографии выберите светлую область изображения, чтобы он достаточно выделялся.

Логотип на фотографиях



Необходимо позаботиться о создании хорошо сбалансированных и продуманных композиций: фотография является ключевой частью идентичности, а использование цвета всегда должно дополнять изображение. Для хорошей видимости, при размещении логотипа поверх темных областей фотографии используйте контрастные цвета.

Паттерны



Знакомый паттерн сразу же вызывает ассоциацию с определенным брендом. И совсем неважно, увидел ли его человек на сайте, в рекламе в социальных сетях или на брендовой ручке. Этот элемент фирменного стиля разрабатывается таким образом, чтобы его можно было использовать везде. И чтобы это выглядело красиво и гармонично.

Темно-красный

—

Благородный
Спокойный
Страстный

PANTONE P 49-8 C

—

C0 M53 Y55 K31
R177 G42 B38
Hex #B12A26

Светло-красный

—

Изысканный
Мягкий
Энергичный

PANTONE 2029 U

—

C0 M40 Y40 K04
R245 G143 B142
Hex #F58F8E

Белый

—

Минималистичный
Нейтральный
Традиционность

PANTONE 11-0601 TCX

—

C00 M00 Y00 K00
R255 G255 B255
Hex #FFFFFF

Темно-синий

—

Духовный
Интеллектуальный
Порядок

PANTONE 101-16 C

—

C85 M75 Y45 K50
R45 G50 B67
Hex #2D3243

Зеленый

—

Развитие
Процветание
Стабильность

PANTONE 3415 C

—

C45 M0 Y18 K54
R2 G118 B73
Hex #027649

Светло-зеленый

—

Обновление
Удача
Оптимизм

PANTONE 3375 C

—

C38 M00 Y21 K8
R138 G234 B181
Hex #8AEAB5

Темно-красный

—

Благородный
Спокойный
Страстный

PANTONE P 49-8 C

—

C0 M53 Y55 K31
R177 G42 B38
Hex #B12A26

Светло-красный

—

Изысканный
Мягкий
Энергичный

PANTONE 2029 U

—

C0 M40 Y40 K04
R245 G143 B142
Hex #F58F8E

Белый

—

Минималистичный
Нейтральный
Традиционность

PANTONE 11-0601 TCX

—

C00 M00 Y00 K00
R255 G255 B255
Hex #FFFFFF

Темно-синий

—

Духовный
Интеллектуальный
Порядок

PANTONE 101-16 C

—

C85 M75 Y45 K50
R45 G50 B67
Hex #2D3243

Зеленый

—

Развитие
Процветание
Стабильность

PANTONE 3415 C

—

C45 M0 Y18 K54
R2 G118 B73
Hex #027649

Светло-зеленый

—

Обновление
Удача
Оптимизм

PANTONE 3375 C

—

C38 M00 Y21 K8
R138 G234 B181
Hex #8AEAB5

Типографика

Типографика — мощный инструмент в развитии творческой индивидуальности и ключевой элемент для создания единой коммуникации. Постоянное использование шрифта делает его узнаваемым; Это улучшает коммуникацию и делает бренд более различимыми. Стиль шрифта, который мы используем, чтобы оживить нашу коммуникацию, задает тон нашего бренда: чистый, современный, стильный, отличительный и разборчивый.

Основной шрифт

Montserrat by Google Fonts

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789 .,?!(@+ = / *) \$ % &

Regular

Мarti, ты ли это? Верно. Нет, это было
Чары под морским танцем.
Наше первое свидание. Это была ночь
ужасной грозы, помнишь Джорджа?
Твой отец впервые поцеловал меня на
танцполе. Именно тогда я понял, что
проведу с ним остаток своей жизни.
Слушай, я должен идти, но
Я хотел сказать вам, что это было
познавательно. Как твоя голова?

Semibold

Мarti, ты ли это? Верно. Нет, это было
Чары под морским танцем.
Наше первое свидание. Это была ночь
ужасной грозы, помнишь Джорджа?
Твой отец впервые поцеловал меня на
танцполе. Именно тогда я понял, что
проведу с ним остаток своей жизни.
Слушай, я должен идти, но
Я хотел сказать вам, что это было
познавательно. Как твоя голова?

Extra Bold

Мarti, ты ли это? Верно. Нет, это
было Чары под морским танцем.
Наше первое свидание. Это была ночь
ужасной грозы, помнишь Джорджа?
Твой отец впервые поцеловал меня на
танцполе. Именно тогда я понял, что
проведу с ним остаток своей жизни.
Слушай, я должен идти, но
Я хотел сказать вам, что это было
познавательно. Как твоя голова?

Айдентика Бренда





Глоссарий

Фирменный стиль

Корпоративная идентичность — это общий образ корпорации, фирмы или бизнеса в сознании различных слоев населения, таких как клиенты, инвесторы и сотрудники. Первоочередной задачей отдела коммуникаций компании является поддержание и создание этой идентичности, чтобы соответствовать и способствовать достижению бизнес-целей.

Руководство по идентификации

Официальный справочный документ, устанавливающий технические и творческие стандарты визуальной системы идентификации. Типичные стандарты включают описание и спецификации для логотипа, канцелярских принадлежностей с логотипом, распространенные печатные и веб-приложения и примеры использования на товарах.

Логотип

Логотип — это графический знак или эмблема, обычно используются коммерческими предприятиями, организациями и даже отдельными лицами, чтобы помочь и способствовать мгновенному общественному признанию. Логотипы либо чисто графические (символы/значки), либо состоят из названия организации (логотип или словесный знак).

Шрифты/Семейство шрифтов

В типографике шрифты (также известная как семейство шрифтов) представляет собой

набор из одного или нескольких шрифтов, каждый из которых состоит из глифов, имеющих общие особенности дизайна. Каждый шрифт имеет удельный вес, стиль, уплотнение, ширина, наклон, курсив и орнамент. Существуют тысячи различных шрифтов, и постоянно разрабатываются новые.

Канцтовары

Канцелярские товары относятся к широкому спектру материалов: бумага и канцелярские принадлежности, письменные принадлежности, поздравительные открытки, клей, пеналы и другие подобные предметы.

Шаблон

Предварительно разработанный макет страницы на электронном или бумажном носителе, используемый для создания новых страниц с аналогичным дизайном, рисунком или стилем.

Бренд

Бренд — это «название, термин, дизайн, символ или любая другая функция, которая идентифицирует одного продавца товар, отличный от товаров других продавцов». Первоначально брендинг был принят для отличия скота одного человека от другого с помощью отличительного знака, выжженного на шкуре животного раскаленным железным штампом и впоследствии брендование начало использоваться в бизнесе, маркетинге

и рекламе.

СМУК

Цветовая модель СМУК (триадный цвет, четыре цвета) — субтрактивная цветовая модель, используемая в цветной печати, а также используемая для описания самого процесса печати. СМУК относится к четырем краскам, используемым в некоторых видах цветной печати: голубой, пурпурный, желтый и ключевой (черный). «К» в СМУК означает ключ, потому что при четырехцветной печати голубые, пурпурные и желтые печатные формы тщательно совмещены или совмещены с ключом на черной клавишной пластине.

RGB

Цветовая модель RGB — это аддитивная цветовая модель, в которой красный, зеленый и синий свет складываются вместе различными способами, чтобы воспроизвести широкий массив цветов. Название модели происходит от инициалов трех аддитивных основных цветов: красного, зеленого и синего.

Основные цвета

Основной набор идентифицирующих цветов, которые используются в логотипе.

Палитра

Заданный конечный набор цветов для управления цифровыми изображениями.



ЭМИР

суджук и мясные изделия