

М.КОМБО 

Гайдлайн

Содержание

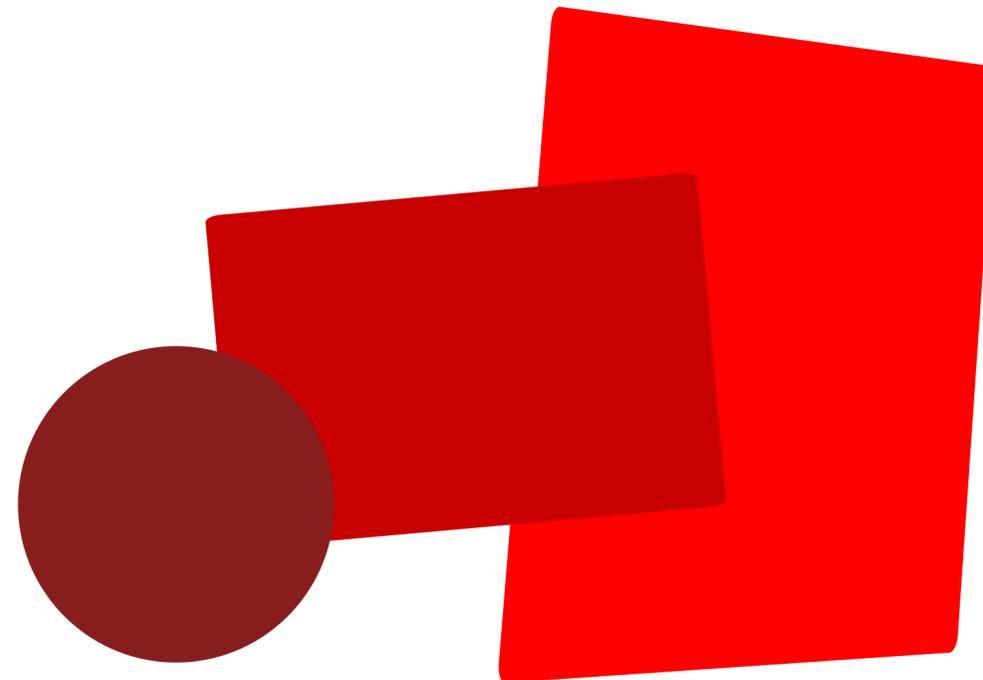
ВВЕДЕНИЕ		
Зачем нужен этот гайдлайн	4	
ОБРАЗ БРЕНДА		
Архетип бренда	6	
Суть бренда	7	
Характер бренда	8	
ЛОГОТИП		
Основной логотип	10	
Положение знака относительно основного логотипа	11	
Охранное поле основного логотипа	12	
Короткая версия логотипа	13	
Положение знака относительно короткой версии логотипа	14	
Охранное поле короткой версии логотипа	15	
Использование на фоне	16	
Недопустимые варианты использования	17	
ФИРМЕННЫЕ ЦВЕТА		
Фирменные цвета бренда	19	
ФИРМЕННЫЕ ШРИФТЫ		
Фирменный шрифт бренда	21	
Начертания фирменного шрифта	22	
ФИРМЕННАЯ ГРАФИКА		
Фирменный приём «комбо»		24
Фирменный приём «комбо» / Принцип		25
Фирменный приём «комбо» / Фотографии		26
Фирменный приём «комбо» / Продукция		28
Фирменный приём «комбо» / Кадрирование		29
ПРАВИЛА ВЁРСТКИ		
Модульная сетка		32
Фирменная сетка		33
Общие принципы построения макетов		34
Баннеры (формат 2100x553)		35
Фавикон		36



Введение

Гайдлайн помогает донести наши идеи и создать сильный и узнаваемый имидж бренда М.Комбо. Единый стиль материалов поможет в создании целостного, яркого и сильного бренда.

Используйте информацию в гайдлайне как подсказку и источник вдохновения.



Зачем нужен этот гайдлайн

Этот гайдлайн расскажет, как правильно использовать элементы вместе и по отдельности, чтобы сохранить харизму и смысл бренда.

Документ содержит описание визуальных составляющих фирменного стиля бренда М.Комбо и позволяет следить за соблюдением стандартов.

Гайдлайн – это руководство, которое поможет сотрудникам и подрядчикам соблюдать политику организации и её фирменный стиль.

Фирменный стиль состоит из постоянного набора дизайн-элементов: логотипа, цветов, шрифтов, графики и типографики, а также правил их использования и взаимодействия.

Все изображения и макеты фирменного стиля прилагаются к руководству в электронном виде.

В работе всегда следует использовать только соответствующие файлы, на которые указывают ссылки, помеченные значком папки:

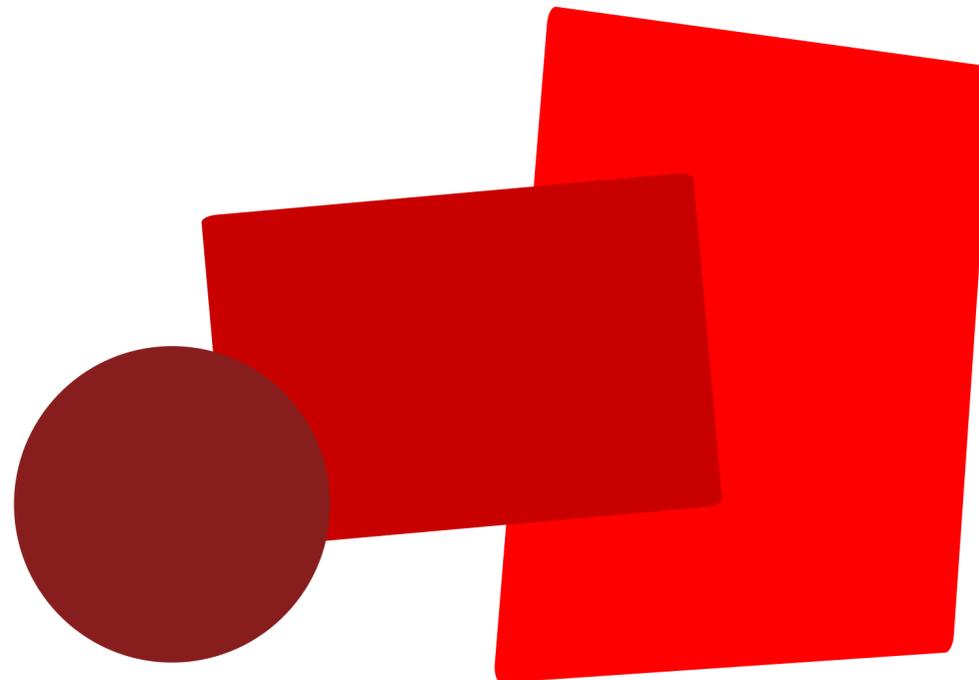




Образ бренда

Образ бренда М.Комбо — это система признаков, которые были выявлены в результате исследования и анализа деятельности компании.

Он позволяет разработать визуальные и вербальные элементы идентификации бренда таким образом, чтобы обеспечить внятную трансляцию ключевых посылов бренда целевым аудиториям и их лояльности на эмоциональном и ценностном уровнях.



Архетип бренда



Волшебник

Волшебник обладает большими знаниями, ресурсами и возможностями для того, чтобы преобразовать жизнь людей и мир вокруг себя.

Он способен предугадывать и воплощать желания других, а также решать все проблемы легко и быстро, как по взмаху волшебной палочки.

Волшебник мудр, силен, тонко чувствует все изменения вокруг, умеет видеть скрытые возможности и делать то, что другим не под силу.

Суть бренда

Персональный smart-kit

Наша подписка – это не просто получение бонусов от магазина техники, а полноценная сервисная служба с большим пулом услуг, объединенных в единую систему.

Наша диджитальная инфраструктура, эмпатичный и внимательный подход и большая экспертиза в сфере техники и электроники позволяют обеспечить клиентам максимальный комфорт в использовании наших продуктов и услуг.

Характер бренда

Ценности, которые для нас важны и влияют на проявление нашей сущности в принятии решений

Обходительный

Нам важно быть вовлеченными в коммуникацию с пользователями подписки на всех этапах взаимодействия. Мы окружаем каждого клиента вниманием, относимся к нему как к VIP-персоне.

Динамичный

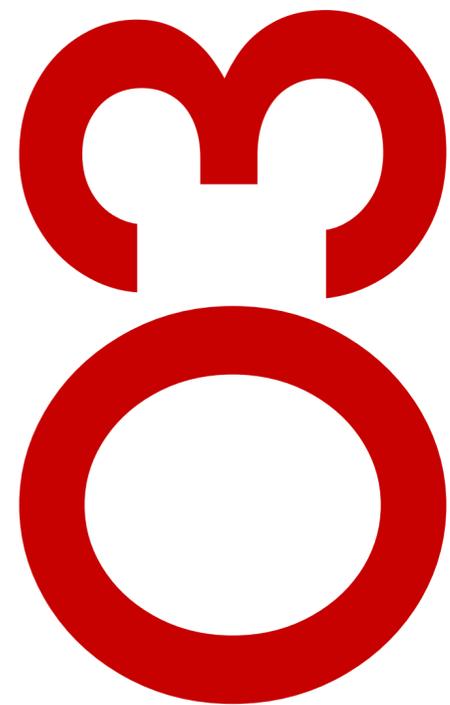
Мы не останавливаемся на достигнутом уровне качества и разнообразия услуг, а постоянно движемся в сторону улучшений: вырабатываем новые сервисы и дополнительные опции, создаем новый ритейл-опыт.

Технологичный

Мы даем потребителю современные инструменты для взаимодействия с нашей экосистемой, чтобы упростить получение разнообразных услуг и использование бонусов.

Эксперт

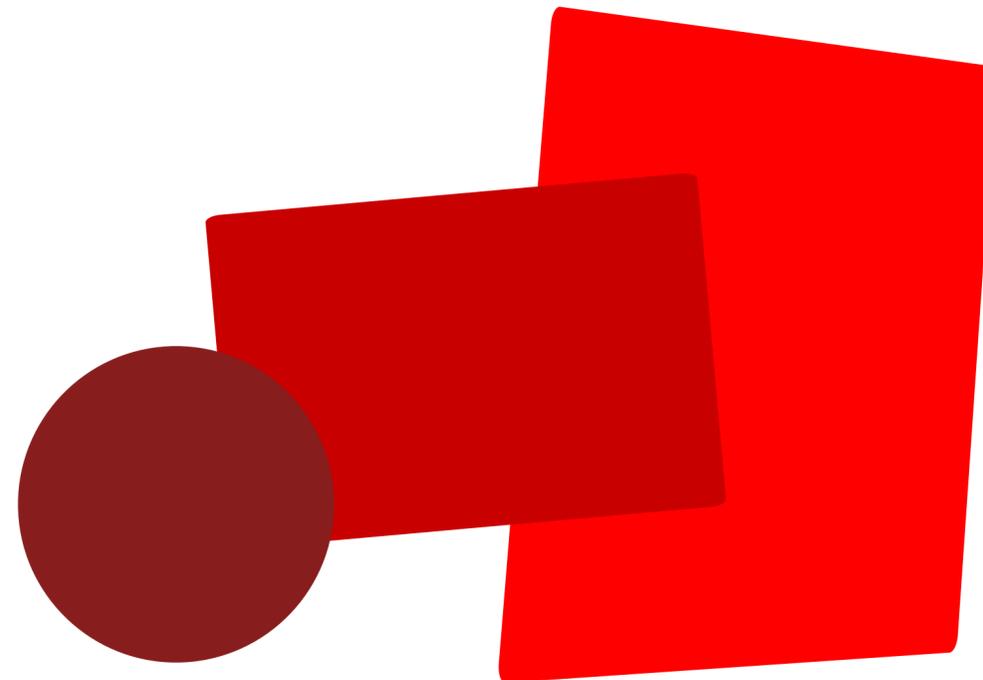
Мы – признанный эксперт в сфере техники и электроники, и благодаря подписке наши специалисты, инженеры смогут постоянно быть на связи с клиентами для решения любых проблем с продукцией.



ЛОГОТИП

Логотип — важнейшая составляющая идентификации бренда.

Это специально разработанное оригинальное и запоминающееся начертание названия компании, которое не подлежит модификации.



Основной логотип

 Brand Elements / Logo

Логотип — цельная, уникальная и устойчивая композиция, не подлежащая модификации.

Основной логотип М.Комбо — это базовый логотип, который объединяет все направления и услуги сервиса.

Основной логотип М.Комбо состоит из шрифтовой части с визуальным символом сервиса в качестве знака. Логотип имеет одну языковую версию.

Написание в тексте:

Имя бренда М.Комбо в тексте следует писать с заглавной буквы, в том же стиле (размер шрифта, начертание, цвет), что и основной текст абзаца. Имя бренда не выделяется в тексте стилем или с помощью кавычек.



Положение знака относительно основного логотипа

Знак поднимается относительно верхней
линии логотипа не ниже $1/2$ высоты логотипа.
Расстояние между наименованием сервиса
и знаком составляет не менее 1 точки.



Охранное поле основного логотипа

Для обеспечения большей узнаваемости логотипа на различных носителях необходимо использовать «охранное поле» вокруг основного логотипа.

«Охранное поле» — это минимально допустимое пространство вокруг знака. Минимальная ширина и высота охранного поля у логотипа равна ширине элемента (x), где (x) равен трём точкам.



Короткая версия логотипа

 Brand Elements / Logo

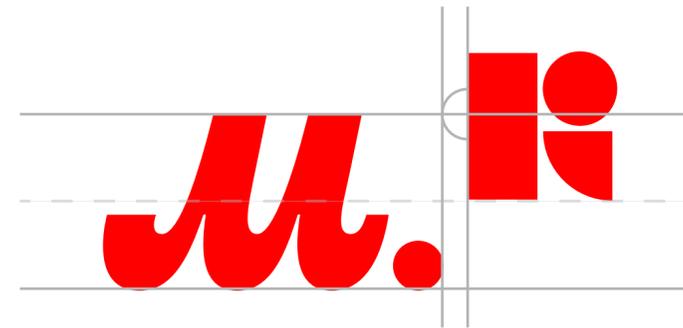
Короткая версия логотипа М.Комбо может использоваться в мелкоформатных макетах.

Короткая версия состоит из фирменной буквы М с точкой и визуального символа сервиса в качестве знака.



Положение знака относительно короткой версии логотипа

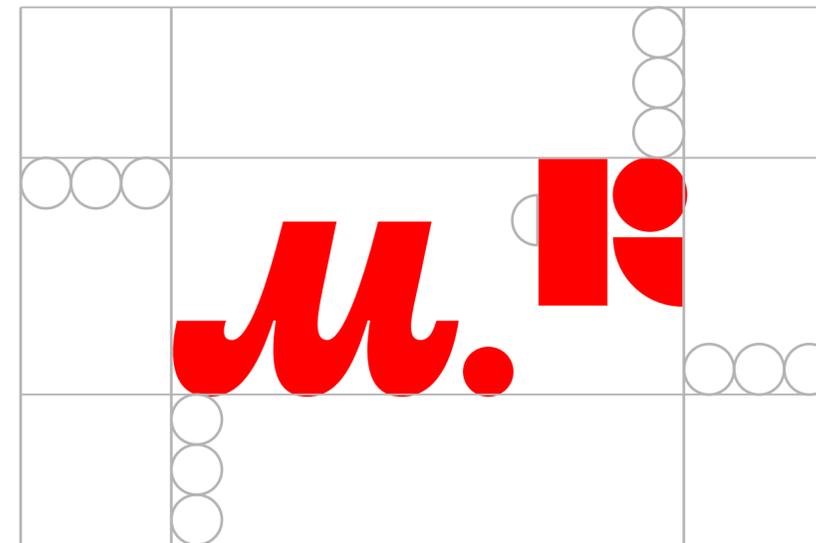
Знак поднимается относительно верхней
линии логотипа не ниже $1/2$ высоты логотипа.
Расстояние между наименованием сервиса
и знаком составит $1/2$ точки от буквы М.



Охранное поле короткой версии логотипа

Для обеспечения большей узнаваемости логотипа на различных носителях необходимо использовать «охранное поле» вокруг короткой версии логотипа.

«Охранное поле» — это минимально допустимое пространство вокруг знака. Минимальная ширина и высота охранного поля у логотипа равна ширине элемента (x), где (x) равен трём точкам.



Использование на фоне

Логотип М.Комбо можно использовать
в нескольких цветовых сочетаниях:

1. Логотип красного цвета на фирменном белом фоне M.Combo White;
2. Логотип белого цвета на фирменном красном фоне M.Combo Red;
3. Логотип белого цвета на фирменном тёмно-красном фоне M.Combo Dark Red;
4. Логотип белого цвета на фирменном бордовом фоне M.Combo Burgundy;
5. Логотип белого цвета на фирменном чёрном фоне M.Combo Black.

Недопустимо перекрашивать логотип и фон
в цвета, не принадлежащие фирменной палитре.

М.КОМБО 

М.КОМБО 

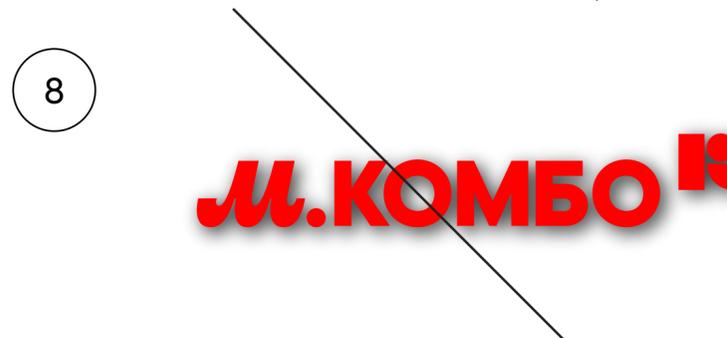
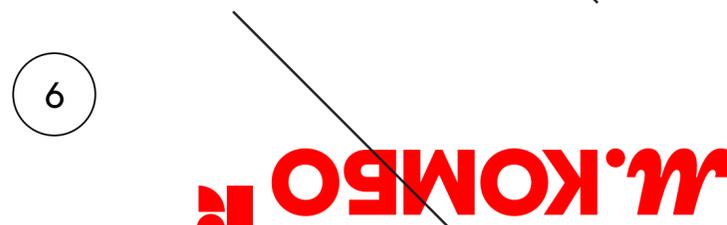
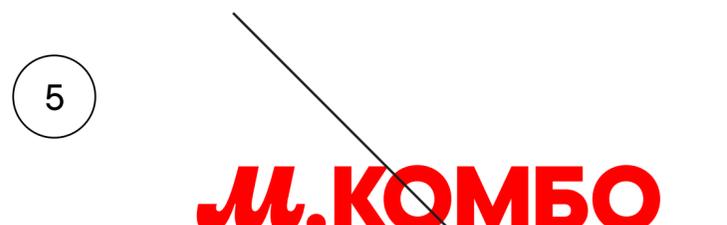
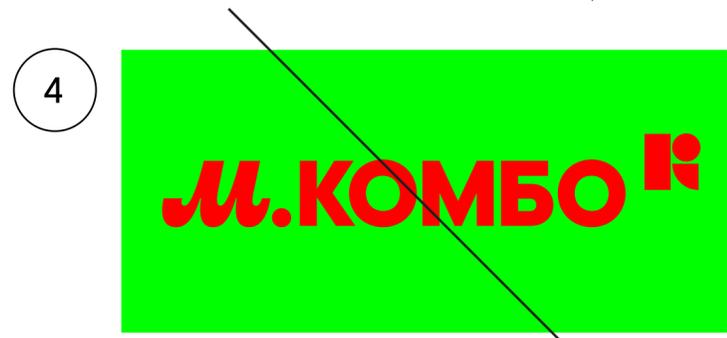
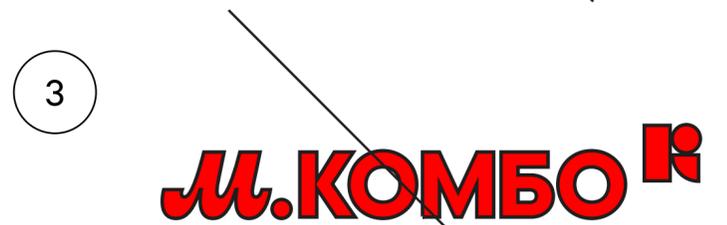
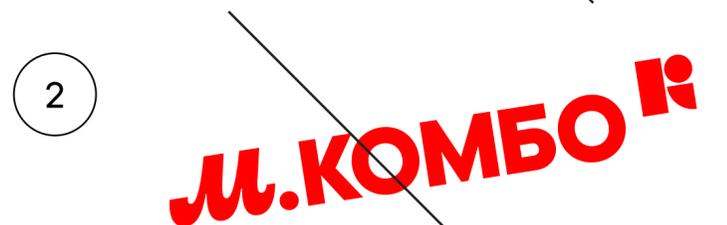
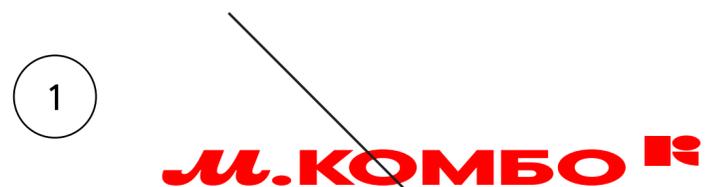
М.КОМБО 

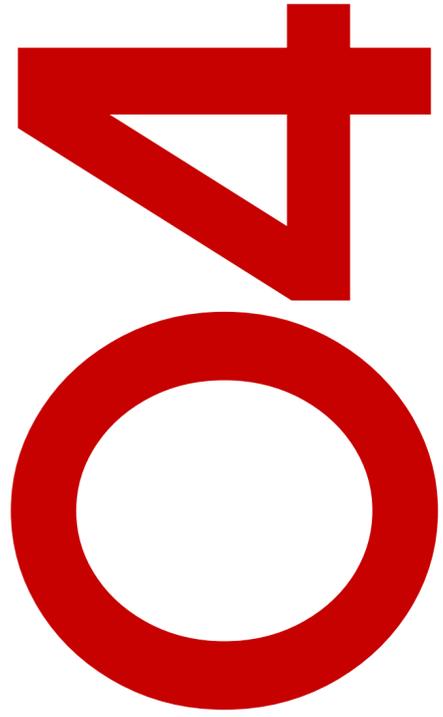
М.КОМБО 

М.КОМБО 

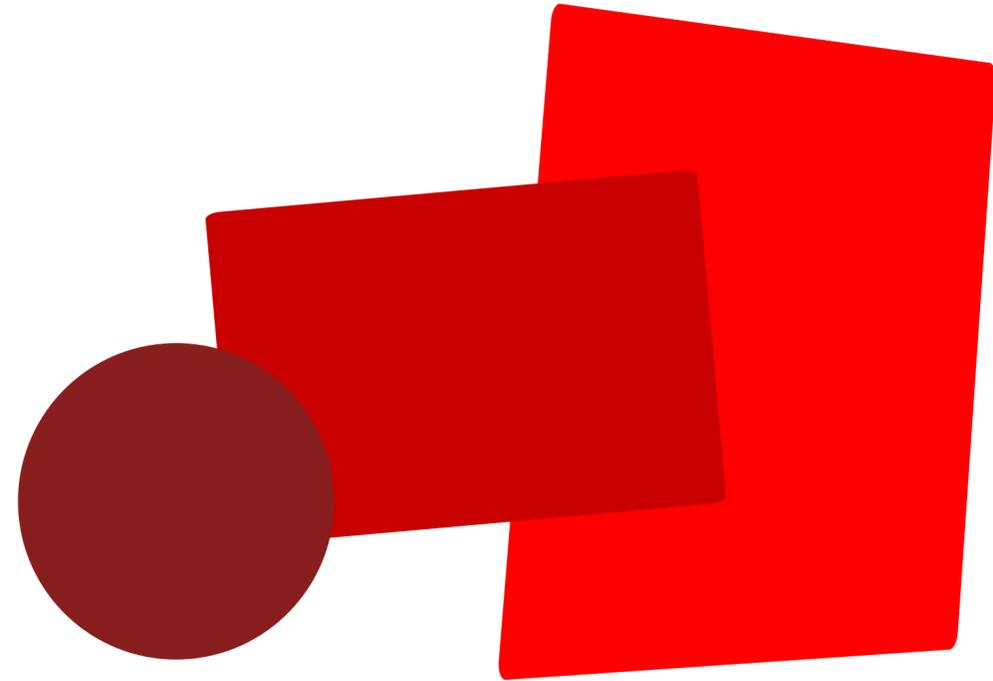
Недопустимые варианты использования

1. Нельзя искажать пропорции логотипа;
2. Нельзя поворачивать логотип;
3. Нельзя произвольно добавлять обводку контурам логотипа;
4. Нельзя использовать логотип ни на каких цветовых фонах, кроме фирменных;
5. Нельзя использовать шрифтовую часть без фирменного знака;
6. Нельзя переворачивать логотип;
7. Нельзя использовать логотип на активных фотоизображениях;
8. Нельзя использовать тень под логотипом и прочие эффекты, ухудшающие восприятие логотипа.





Фирменные цвета



Фирменные цвета бренда

 Brand Elements / Color

Фирменные цвета являются неотъемлемой частью фирменного стиля.

Для точной цветопередачи следует воспроизводить фирменный знак и логотип с помощью цветовой палитры PANTONE (шелкография, офсетная печать). Модель PANTONE подразумевает выбор одной краски нужного цвета, обычно такая печать даёт наиболее привлекательный результат.

При невозможности использовать цветовую палитру PANTONE, рекомендуется использовать цветовую модель CMYK (цифровая, офсетная печать и т.п.). Цветовая модель RGB кодирует цвета в пространстве, отображаемом на экранах мониторов.

M.Combo Red

HEX #FF0000
 RGB 255:0:0
 CMYK 0:100:100:0
 Pantone 485 C

M.Combo Dark Red

HEX #C90000
 RGB 201:0:0
 CMYK 0:100:100:15
 Pantone 7620 C

M.Combo Burgundy

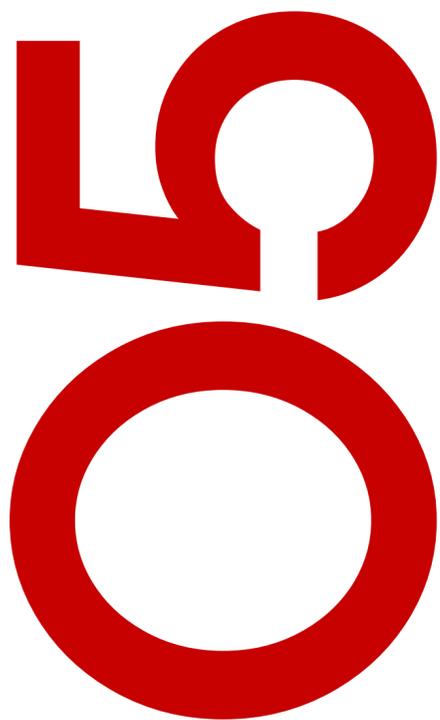
HEX #871E1D
 RGB 135:30:29
 CMYK 30:95:90:35
 Pantone 7623 C

M.Combo Black

HEX #1E1E1E
 RGB 30:30:30
 CMYK 72:65:65:75
 Pantone Black 7C

M.Combo White

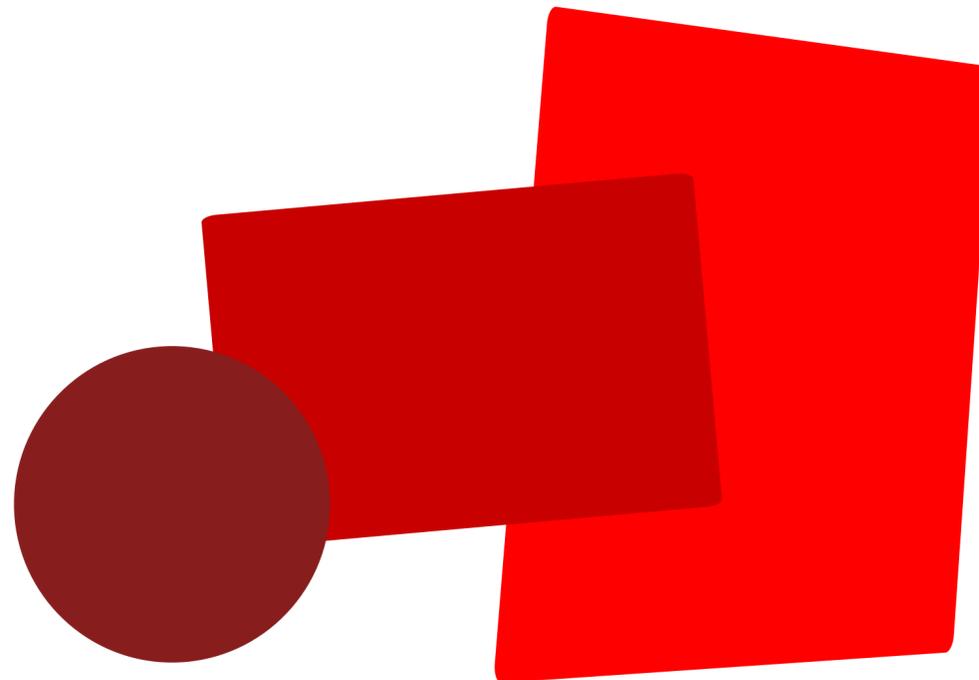
HEX #FFFFFF
 RGB 255:255:255
 CMYK 0:0:0:0
 Pantone



Фирменный шрифт

Корпоративный шрифт является одним из важнейших идентификаторов бренда.

Использование фирменных шрифтов позволит достичь единого визуального образа и обеспечить чёткую узнаваемость.



Фирменный шрифт

→ Подробнее о шрифте

Основным фирменным шрифтом бренда М.Комбо для текстового набора является TT Commons Pro.

Данный шрифт имеет несколько начертаний, для бренда М.Комбо используются следующие из них: TT Commons Pro Medium, TT Commons Pro DemiBold, TT Commons Pro Bold.

Прежде чем использовать шрифт, ознакомьтесь с условиями его лицензии по ссылке.

Весь текстовый набор фирменных носителей М.Комбо должен выполняться только фирменным шрифтом.

TT Commons Pro

Basic characters
TT Commons Pro Medium

АБВГДЕЁЖЗИЙК
ЛМНОПРСТУФХ
ЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
абвгдеёжзийклмно
прстуфхцчшщъыьэюя
0123456789

TT Commons Pro Medium 86 pt

Начертания фирменного шрифта

→ Подробнее о шрифте

Фирменный шрифт TT Commons Pro имеет несколько начертаний. Для бренда М.Комбо используются следующие из них: Medium, DemiBold и Bold.

Для технической информации используется начертание Medium. В мелких подписях в коммуникационных макетах используется начертание DemiBold. В крупных копирайтах используется начертание Bold.

TT Commons Pro Medium

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя
0123456789

TT Commons Pro DemiBold

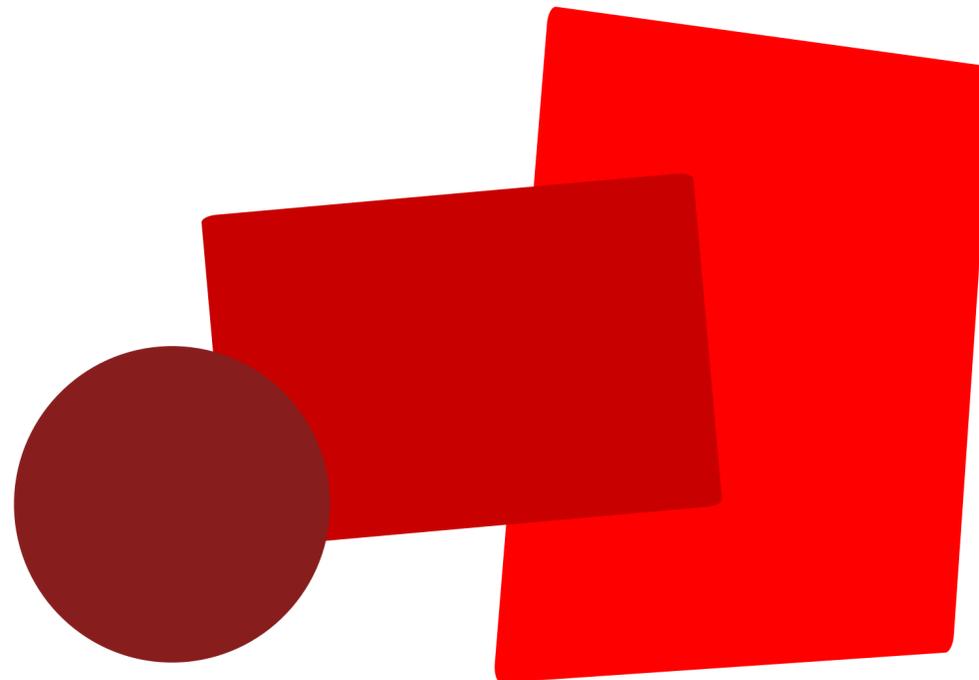
АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя
0123456789

TT Commons Pro Bold

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя
0123456789



Фирменная графика



Фирменный приём «комбо»

Brand Elements / Combo

Фирменный приём «комбо» является одним из основных узнаваемых элементов бренда и используются для оформления носителей бренда.

«Комбо» используется как набор из нескольких форм, раскладывающихся на макетах в гармоничную композицию. Минимальное количество форм в наборе равняется 3, максимальное – 5.

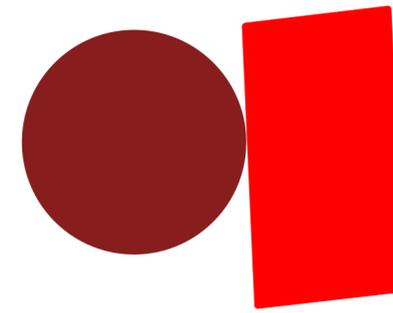
По краям композиции всегда располагаются два элемента, отсылающие к формам из фирменного знака. При этом одна из форм находится на заднем плане, а другая – на переднем, при этом частично перекрывая середину композиции.



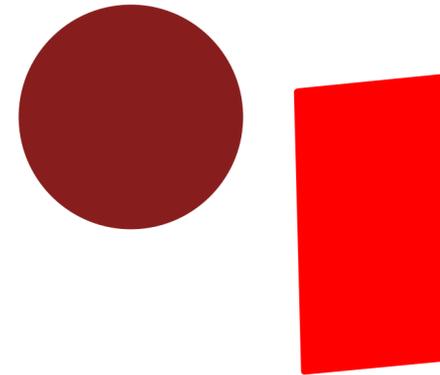
Фирменный приём «комбо» / Принцип

«Комбо» используется как набор из нескольких форм, раскладывающихся на макетах в гармоничную композицию. Минимальное количество форм в наборе равняется 3, максимальное – 5.

01



02

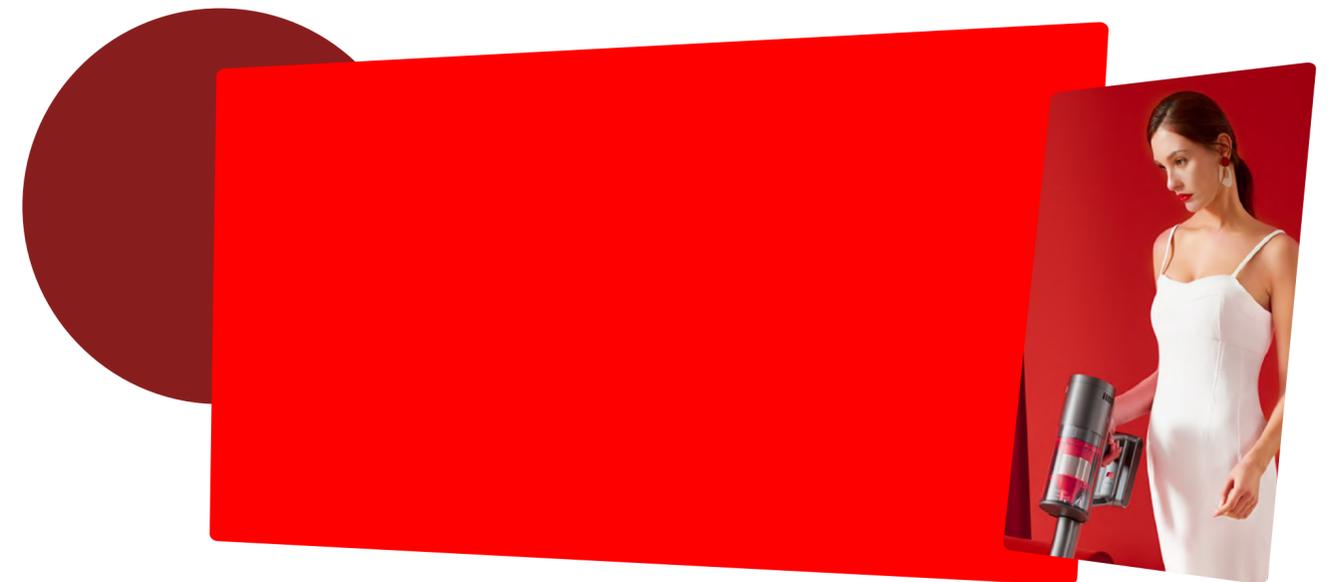


03



Фирменный приём «комбо» / Фотографии

Одна из форм в составе композиции может становиться контейнером для фото-контента. При этом фотографии не могут располагаться в графических элементах по краям «комбо».



Фирменный приём «комбо» / Фотографии

Элементы «комбо» могут объединяться в единую форму, которая становится контейнером для фото-контента.

Элементы, из которых состоит форма, могут располагаться как статично, так и динамично, образуя гармоничные композиции.



Фирменный приём «комбо» / Продукция

В коммуникационных макетах между крайними формами в центре композиции могут располагаться 3D-иллюстрации, выполненные в соответствии в фирменным стилем М.Видео, а также техника и иная продукция М.Видео.



Фирменный приём «комбо» / Кадрирование

Композиция может располагаться таким образом, что один крайний элемент «комбо» выходит за пределы макета. При этом одна из форм находится на заднем плане, а другая – на переднем, при этом частично перекрывая середину композиции.

Между крайними формами могут располагаться формы с фото-контентом или 3D-иллюстрации, выполненные в соответствии в фирменным стилем М.Видео.

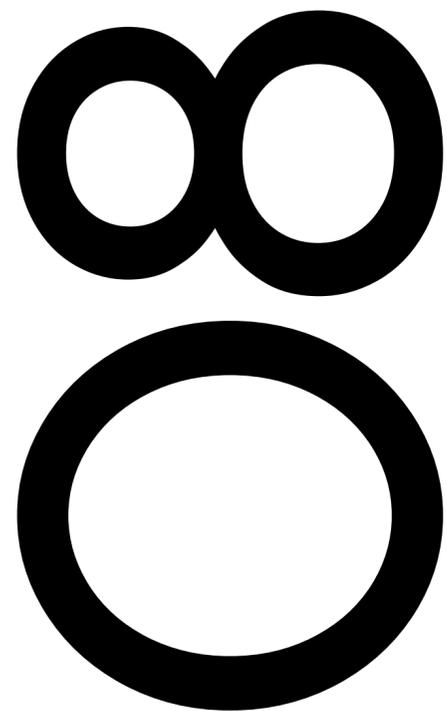


Фирменный приём «комбо» / Кадрирование

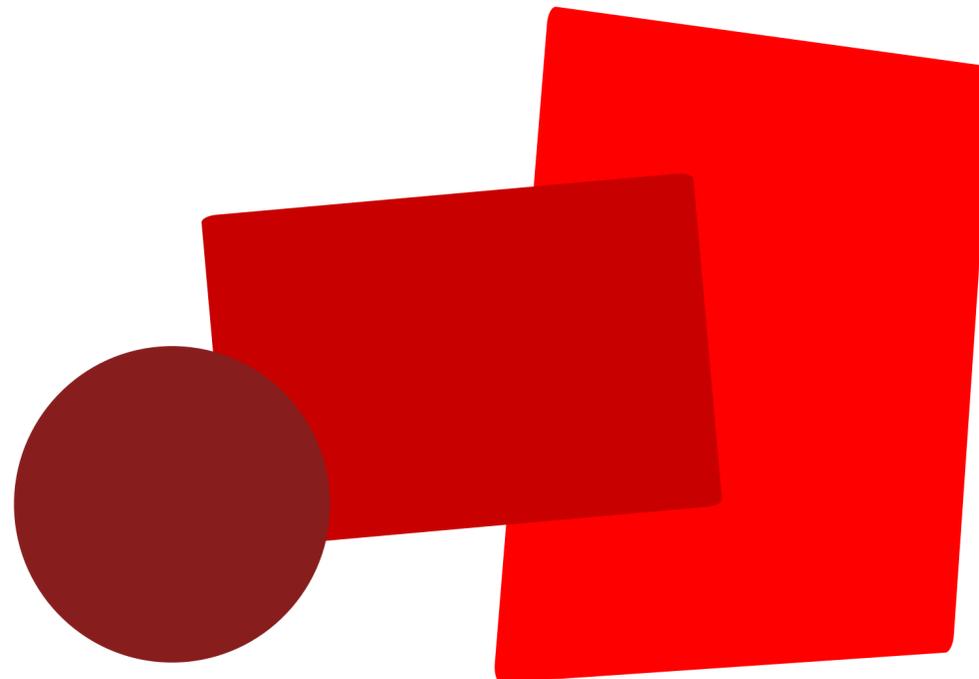
Композиция может располагаться таким образом, что оба крайних элемента «комбо» выходят за пределы макета. При этом одна из форм находится на заднем плане, а другая – на переднем, при этом частично перекрывая середину композиции.

Между крайними формами могут располагаться формы с фото-контентом или 3D-иллюстрации, выполненные в соответствии с фирменным стилем М.Видео.





Правила вёрстки



Модульная сетка

Использование в макете

Сетка определяет, как в целом будет выглядеть макет и где будут располагаться отдельные элементы: заголовки, тексты, изображения

Модульная сетка — система вертикалей и горизонталей, образующих каркас макета. Элементы модульной сетки — вертикали и горизонталы — образуют поля макета, его колонки и ячейки.

Создаётся собственная модульная сетка; на следующих слайдах данного гайда подробно описаны сетки для вертикального и горизонтального форматов.

Фирменная сетка

Структура сетки:

- Сетка всегда состоит из количества колонок, кратного 12 (12/24/48), в зависимости от высоты макета;
- Охранные поля макета определяются охранным полем логотипа и равняются трём точкам
- Охранные поля одинаковы по высоте и ширине.



Сетка 12 строк

Общие принципы построения макетов

Макет условно делится на две части – коммуникационную и имиджевую.

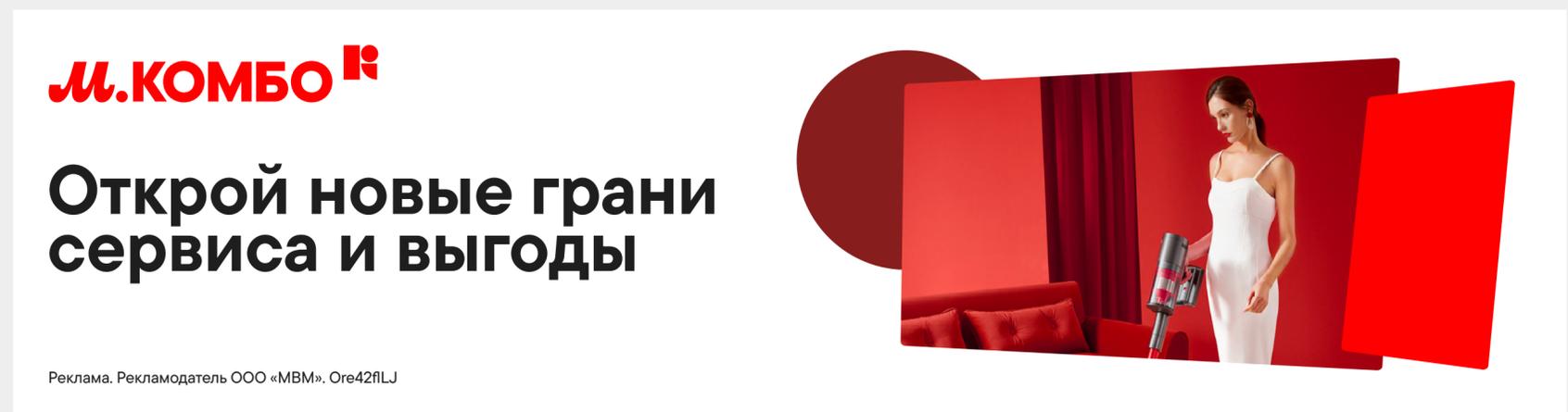
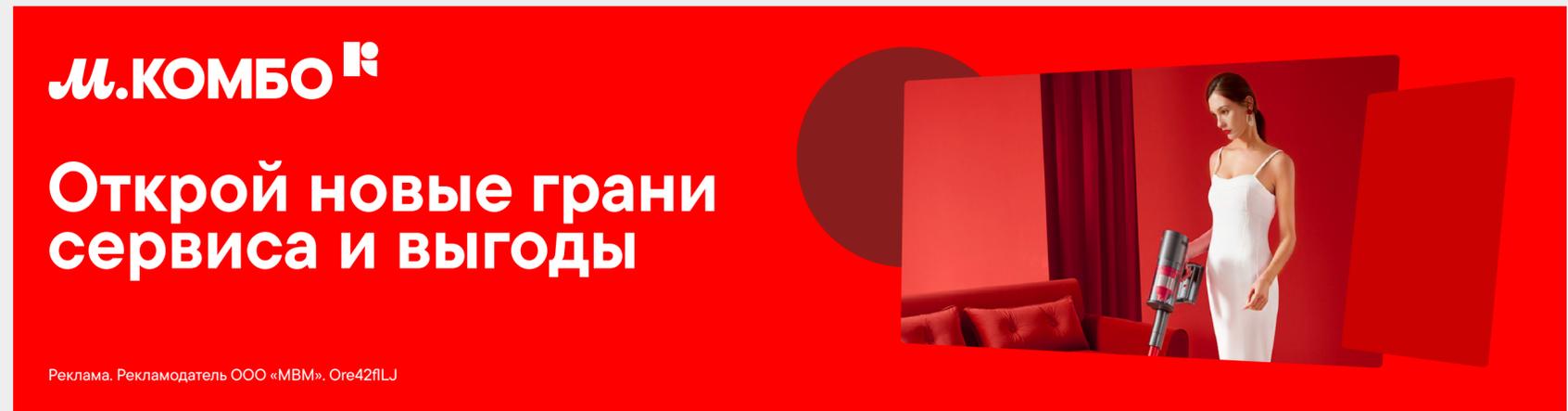
Коммуникационная часть макета включает в себя логотип, сообщение и техническую информацию. Имиджевая часть содержит фирменный приём «комбо» в любом варианте исполнения, описанном в гайдлайне.

В коммуникационной части важно соблюдать иерархию элементов. Сообщение должно быть крупнее подзаголовка и технической информации.

При оформлении используются только фирменные цвета бренда.

Коммуникационная часть

Имиджевая часть

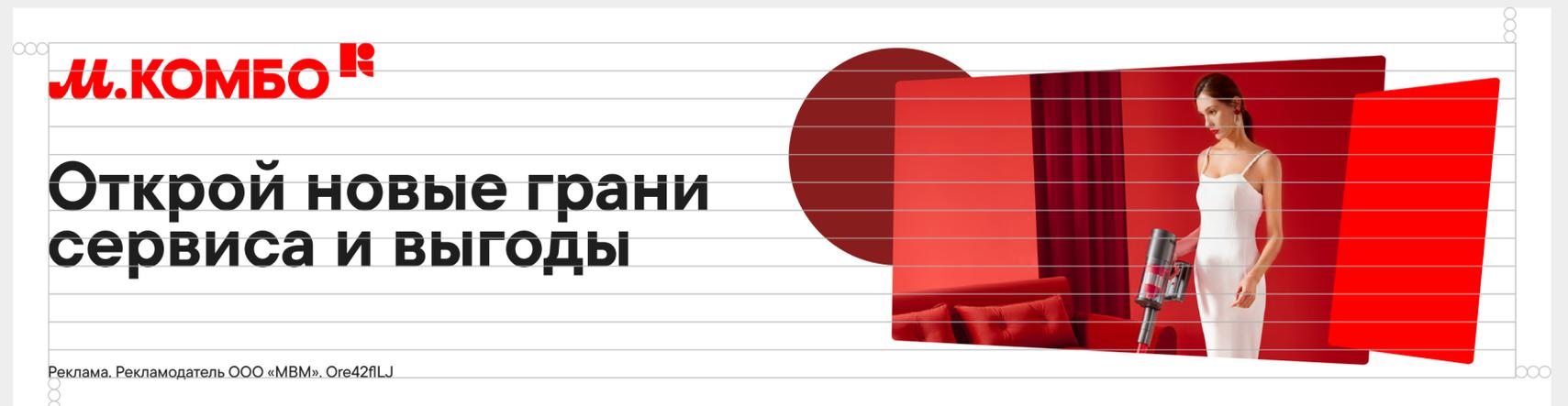


Баннеры (формат 2100x553)

Layouts / Banners

Горизонтальные баннеры формата 2100x553. Сетка макета состоит из 12 колонок. Охранные поля макета определяются охранным полем логотипа и равняются трём точкам.

Логотип располагается в левом верхнем углу баннера. Типографика располагается в левой части макета в соответствии с сеткой базовых линий.

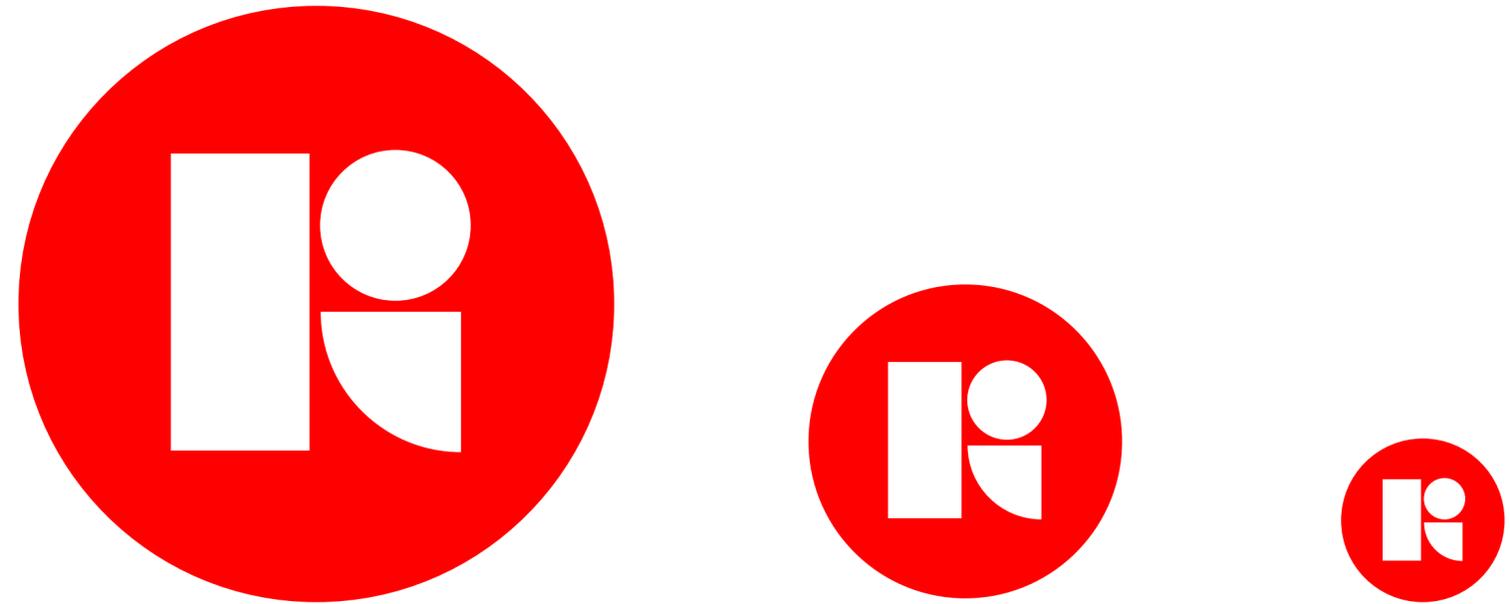


Сетка 12 строк

Фавикон

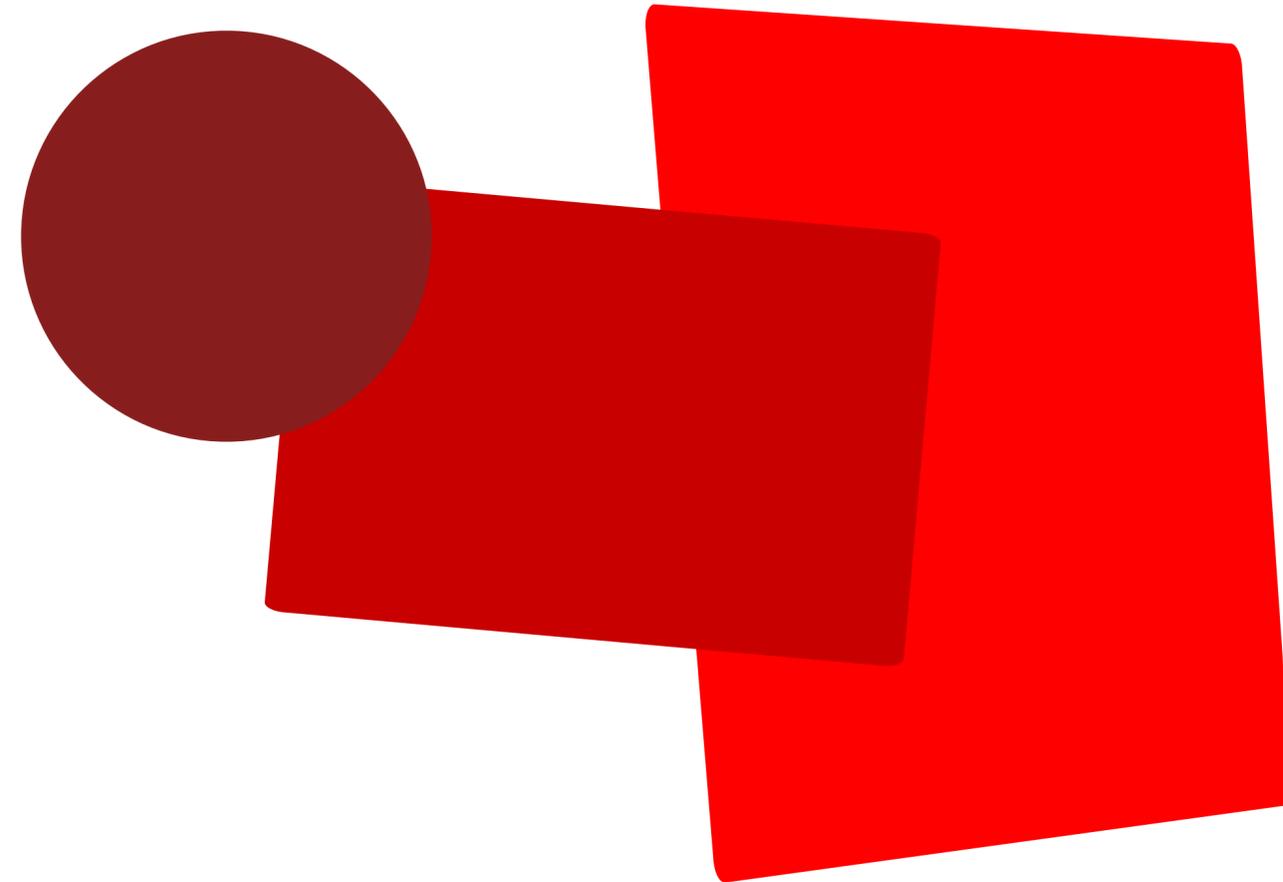
 Layouts / Favicon

Фавикон представляет собой фирменный знак, размещённый внутри круга. При оформлении используются фирменные цвета бренда.



Repina.

Разработано в агентстве
Répina.branding в 2024 году



repinabranding.ru

hello@repinabranding.ru
facebook.com/repinabranding

тел.: +7 (495) 120-32-75
Москва, пр. Мира 102, БЦ «Парк Мира»