



## **BRANDBOOK**

Книга по фирменному стилю  
торговой марки IEK

# Логотип Группы компаний IEK

- 2 Логотип ГК IEK
- 3 Правила построения логотипа
- 4 Свободное пространство вокруг логотипа
- 5 Изменения цветов логотипа при полноцветной печати
- 6 Изменения цветов логотипа при монохромной печати
- 7 Допустимые варианты сочетания логотипа с фонами
- 8 Недопустимые варианты сочетания логотипа с фонами
- 9 Правила масштабирования логотипа
- 10 Примеры неверного применения логотипа
- 11 Типографика, корпоративные шрифты
- 12 Корпоративные цвета



## Логотип Группы компаний IEK

Логотип – основной стилеобразующий элемент фирменного стиля.

Он присутствует во всех материалах компании, оказывая влияние на их композиционное построение и выбор графических средств при их разработке.

Логотип – константа фирменного стиля. Он обеспечивает узнаваемость компании, товаров, услуг и их выделение на фоне конкурентов.

Логотип является визуальным символом компании: в нем сконцентрирована информация о преимуществах продукции и принципах корпоративной политики.

Логотип и фирменные цвета ГК IEK отражают основные принципы ее деятельности. Прямые линии и четкие формы – это стабильность и надежность компании, высокое качество и безопасность выпускаемой продукции. «Оторванность» перекладины буквы «Е» обозначает мобильность, открытую политику и стремление к расширению границ. Знакомый всем партнерам и потребителям желтый цвет символизирует тепло, энергию, лидерство. Серый является цветом техники, оборудования и высоких технологий.

# Правила построения логотипа

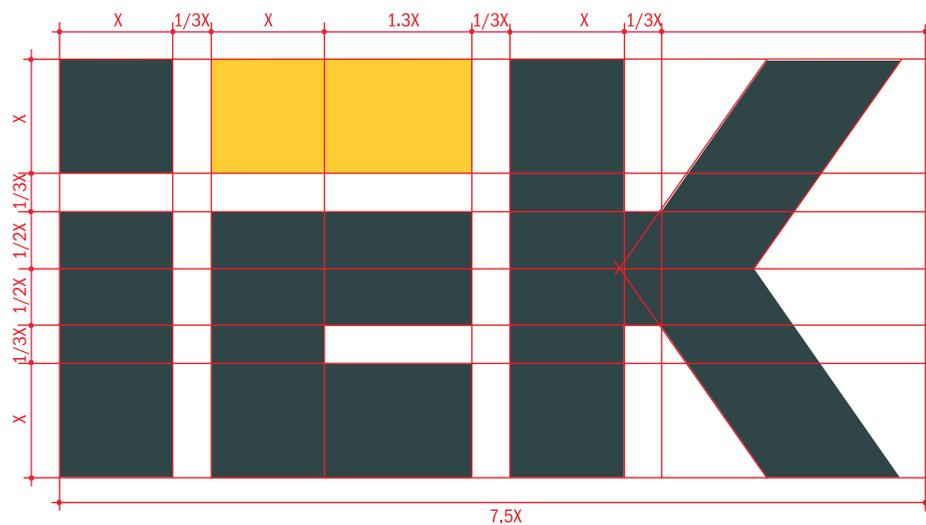


Схема пропорциональных соотношений элементов логотипа.

Изменять указанное соотношение элементов нельзя.

## Свободное пространство вокруг логотипа



Логотип должен привлекать к себе внимание, хорошо считываться и запоминаться, поэтому его следует размещать отдельно от другой графики.

Свободное пространство вокруг логотипа должно быть пропорционально одному из основных размеров логотипа.

Оптимальное свободное пространство вокруг логотипа равно ширине буквы «Е» логотипа и больше.



## Изменение цветов логотипа при полноцветной печати

Из всех вариантов наиболее предпочтительным является размещение оригинального цветного логотипа на белом фоне.

Возможно воспроизведение логотипа на фоне фирменного желтого или серого цвета. В этих случаях цвета торгового знака меняются следующим образом:

- при печати на фирменном желтом фоне верхняя перекладина буквы «Е» становится белой, а остальные части знака сохраняют фирменный серый цвет;
- при печати на фирменном сером фоне верхняя перекладина буквы «Е» остается желтой, а остальные части знака становятся белыми.

Размещать логотип на фонах нефирменных цветов нельзя.



## Изменение цветов логотипа при монохромной печати

При монохромной печати на белом фоне логотип целиком становится черным, а при печати на черном фоне – белым. Черный логотип используется в копировально-множительных работах, факсимильных сообщениях и фирменных документах, печатающихся в один цвет.

При воспроизведении логотипа на сером фоне следует соблюдать следующее соотношение:

- на фоне плотностью от 0 до 40% размещается черный логотип,
- на фоне насыщенностью более 40% – белый логотип.

При печати на монохромном фоне необходимо следить за читаемостью логотипа.

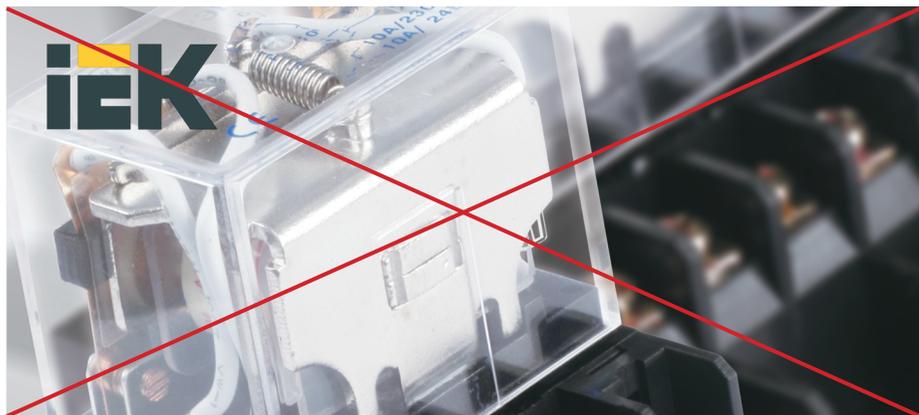
## Допустимые варианты сочетания логотипа с фонами



При использовании в качестве фона фотографии или иллюстрации необходимо выполнять следующие требования:

- логотип размещается на однородных и равномерных фактурах,
- логотип воспроизводится на фоне фирменного цвета,
- логотип изображается отдельно от других графических объектов.

## Недопустимые варианты сочетания логотипа с фонами



При использовании в качестве фона фотографии или иллюстрации необходимо выполнять следующие требования:

- логотип не размещается на текстурах,
- логотип не располагается слишком близко к краю макета.

## Правила масштабирования логотипа



Рекомендации данного раздела относятся к применению логотипа в корпоративной, полиграфической и сувенирной продукции.

Существует оптимальный размер логотипа: для вертикального формата А4 ширина логотипа равна 30 мм. Он может варьироваться в зависимости от степени заполнения страницы, схемы ее верстки и некоторых других параметров. Логотип поставляется в векторном виде, что дает возможность масштабировать его в нужный размер.

На определенных носителях размер логотипа может быть сколько угодно большим: на вывесках, брендмауэрах, выставочных стендах и т.п. Но логотип без использования предупредительной маркировки имеет минимальный размер: ширина – 7 мм. Данный размер логотипа позволяет маркировать мелкую сувенирную продукцию, и при этом он продолжает соответствовать критериям удобочитаемости и различимости отдельных элементов дизайна.

При изменении размера логотипа необходимо следить за сохранением его пропорций и соблюдением правил размещения логотипа на формате.

## Примеры неверного применения логотипа



не нарушайте позиционирование отдельных элементов логотипа



не используйте логотип в текстовом блоке



не меняйте цвет логотипа



не перерисовывайте логотип и не используйте в нем контурные линии



не наклоняйте логотип



не помещайте логотип в замкнутый контур маленьких размеров



не сжимайте логотип и не растягивайте логотип



не поворачивайте логотип относительно горизонтальной оси



не переворачивайте элементы логотипа

Всегда используйте оригинальную версию логотипа.

На странице приведены примеры недопустимого использования логотипа.

# Типографика. Корпоративные шрифты

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz (1234567890)  
 АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЫЭЮЯ  
 абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщыэюя .,:;<>#%@\$№&{}[]/\

**ABCDEFGHIJKLMNPRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopstuvwxyz (1234567890)**  
**АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЫЭЮЯ**  
**абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщыэюя .,:;<>#%@\$№&{}[]/\**

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz (1234567890)  
 АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЫЭЮЯ  
 абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщыэюя .,:;<>#%@\$№&{}[]/\

**ABCDEFGHIJKLMNPRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopstuvwxyz (1234567890)**  
**АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЫЭЮЯ**  
**абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщыэюя .,:;<>#%@\$№&{}[]/\**

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz (1234567890)  
 АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЫЭЮЯ  
 абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщыэюя .,:;<>#%@\$№&{}[]/\

**ABCDEFGHIJKLMNPRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopstuvwxyz (1234567890)**  
**АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЫЭЮЯ**  
**абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщыэюя .,:;<>#%@\$№&{}[]/\**

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz (1234567890)  
 АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЫЭЮЯ  
 абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщыэюя .,:;<>#%@\$№&{}[]/\

При наборе текста в фирменной документации используется гарнитура FranklinGothic в начертаниях:

- FranklinGothicBookC,
- **FranklinGothicDemiC,**
- FranklinGothicBookCondC,
- **FranklinGothicDemiCondC.**

Использование другой гарнитуры запрещено.

При наборе текста в электронных документах (презентация, сайт, e-mail и т.п.) возможно использование гарнитуры шрифта Arial.

При верстке упаковки используется гарнитура Helios:

- **HeliosCondBlack,**
- Helios Cond.

## Корпоративные цвета



Желтый:

Pantone 123 C (formula guide solid coated)

используется при подготовке полиграфической продукции.

- Эквивалент по шкале CMYK – Cyan 0%, Magenta 20%, Yellow 90%, Black 0%.
- Эквивалент по шкале RGB – R 255, G 204, B 24.

При работе с неполиграфическими материалами подбирается желтый цвет, визуально близкий к фирменному желтому цвету:

ORACAL 641–021

RAL 1023 VERKEHRSGELB



Серый:

Pantone 445 C (formula guide solid coated)

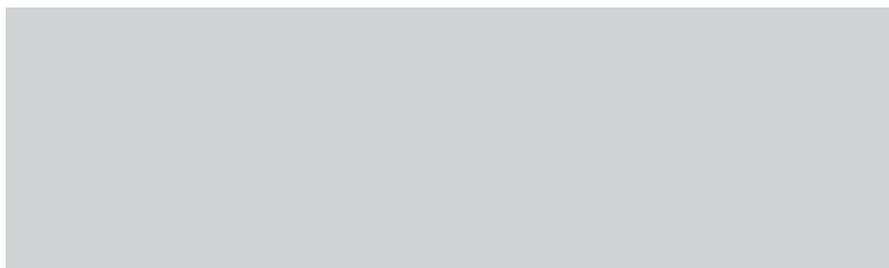
используется при подготовке полиграфической продукции.

- Эквивалент по шкале CMYK – Cyan 52%, Magenta 22%, Yellow 30%, Black 74%.
- Эквивалент при печати в один цвет – Cyan 0%, Magenta 0%, Yellow 0%, Black 80%.
- Эквивалент по шкале RGB – R 68, G 70, B 66.

При работе с неполиграфическими материалами подбирается серый цвет, визуально близкий к фирменному серому цвету:

ORACAL 641–073

RAL 7043 VERKEHRSGRAU



В некоторых случаях (например, при создании фона технических таблиц в каталогах) используется в качестве дополнительного цвета светло-серый – Cyan 0%, Magenta 0%, Yellow 0%, Black 20%.

# Упаковка

- 14 Общие рекомендации к разработке упаковки
- 15 Оптовая упаковка
- 16 Оптовая индивидуальная (групповая) упаковка
- 17 Розничная упаковка
- 18 Индивидуальная розничная упаковка
- 20 Типовая транспортная упаковка
- 21 Стикеры для упаковки
- 22 Брендирование продукции

## Общие рекомендации к разработке упаковки

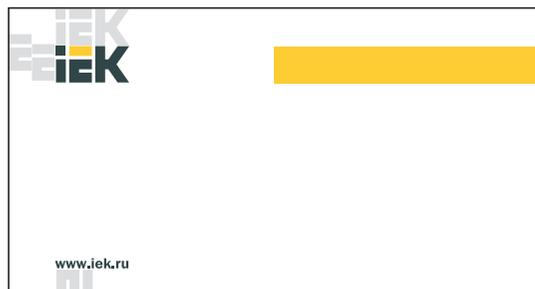


рис. 1



рис. 2



рис. 3

Макеты оптовой и розничной упаковки выполняются в фирменных корпоративных цветах.

Логотип должен считываться со всех видимых сторон.

Приоритетное место логотипа на всех видах упаковки – верхний левый угол.

Необходимо стремиться использовать один размер логотипа на всех сторонах упаковки.

Логотипы всегда выравниваются по одной линии развертки на упаковке.

Логотип используется в сочетании с желтой полосой (рис. 1). В особых случаях (например, если запечатываемая площадь имеет малый размер) допускается использование логотипа без желтой полосы, что должно быть согласовано с рекламным отделом компании (рис. 2).

Расстояние от края упаковки до элементов макета (логотип, текст) зависит от пропорций упаковки и технических элементов. Предпочтительный отступ – полный размер логотипа.

Расстояние должно выстраиваться пропорционально элементам логотипа (в качестве модулей используются элементы буквы «Е» или высота логотипа).

Если по каким-либо причинам невозможно расположить логотип в левом верхнем углу (например, зона знаков по ГОСТу), то рекомендуется выделить эту зону фирменным серым или черным (при однокрасочной печати) цветом, а сторону компоновать без учета этой зоны (рис. 3).

Разнообразие продукции, выпускаемой под брендом IEK®, не позволяет осветить абсолютно все вопросы, которые могут возникнуть при разработке товарной упаковки. Поэтому в любом случае следует пользоваться общими рекомендациями по фирменному стилю и создавать упаковку, которая будет максимально приближена к существующим образцам.

# Оптовая упаковка

(индивидуальная, групповая, транспортная)



Оптовая упаковка является типовой и используется для продукции, которая распространяется в основном через каналы B2B.

Оптовая упаковка печатается пантонами в фирменных корпоративных цветах или в одну краску (цвет черный):

- Pantone 445 C
- Pantone 123 C
- Black (Cyan 0%, Magenta 0%, Yellow 0%, Black 100%)

Изображение продукта на упаковке размещается в векторном или растровом формате.

Логотип размещается одного размера на всех гранях упаковки (логотипы выравниваются по одной линии).

На всех гранях упаковки (кроме транспортной) необходимо размещать краткое и полное наименование изделия.

Используемые шрифты:

Короткое наименование продукта – FranklinGothicDemiC;

Полное наименование продукта – FranklinGothicBookC.

Во всех остальных текстах допустимо использование шрифтов гарнитуры FranklinGothicC.



# Розничная упаковка

(индивидуальная, групповая)



Розничная упаковка разрабатывается для продукции, основной канал сбыта которой розничные торговые сети.

Упаковка печатается в палитре CMYK с использованием фирменных корпоративных цветов:

- Cyan 52%, Magenta 22%, Yellow 30%, Black 74%
- Cyan 0%, Magenta 20%, Yellow 90%, Black 0%
- Cyan 0%, Magenta 100%, Yellow 100%, Black 0%

Логотип размещается одного размера на всех гранях упаковки (по аналогии с оптовой упаковкой).

На всех гранях упаковки необходимо размещать короткое и полное наименование изделия.

Используемые шрифты:

Короткое наименование продукта – FranklinGothicBookC;

Полное наименование продукта – FranklinGothicDemiC.

Во всех остальных текстах допустимо использование шрифтов гарнитуры FranklinGothicC.

Основные черты розничной упаковки, отличающие ее от типовой оптовой.

- Поскольку розничная упаковка ориентирована на конечных потребителей, обязательно присутствие фотографического изображения продукта.
- Для каждой конкретной продукции необходимо подбирать наиболее выгодное изображение, но для одной группы товаров необходимо использовать единую стилистику изображений.
- Основное преимущество и параметр выбора определенной продукции указываются в легко считываемой форме на цветных плашках.
- Преимущества и характеристики продукции указываются в формате пиктограмм и эмблем.

# Индивидуальная розничная упаковка



Расположение элементов на индивидуальной розничной упаковке зависит от продукции, края коробки и может меняться. На упаковке фиксируется только место логотипа, фото изделия и месторасположение основных текстовых блоков.

Расположение информации на розничной упаковке прямоугольного (квадратного) края:

1 – Основная (лицевая) грань для заполнения информации о продукте:

- наименование изделия (краткое);
- фотография или 3D модель изделия;
- основная характеристика изделия, являющаяся параметром выбора, размещается на красном ярлыке под желтой фирменной полосой;
- основное преимущество изделия выносится на желтую плашку справа;
- блок пиктограмм с основными характеристиками продукта размещается в нижней части справа;
- адрес сайта компании размещается в нижней части грани при наличии места на упаковке;
- гарантийный срок указывается обязательно в случае, когда он является преимуществом изделия, в остальных случаях – при наличии места на упаковке.

В упаковке две основные лицевые грани должны быть одинаковыми для удобства расположения продукта на полке.

- 2 – Боковая грань: для нанесения габаритного чертежа, технической и эксплуатационной информации, а также знаков сертификации;
- 3 – Боковая грань: для нанесения дополнительных преимуществ изделия, партии и даты, штрих-кода изделия и адреса производителя;
- 4 – Крышка: при наличии места практически дублирует основную грань упаковки для удобства расположения изделия на полке;
- 5 – Грань для нанесения знаков упаковки.

# Индивидуальная розничная упаковка



Расположение информации на розничной упаковке вытянутого края:

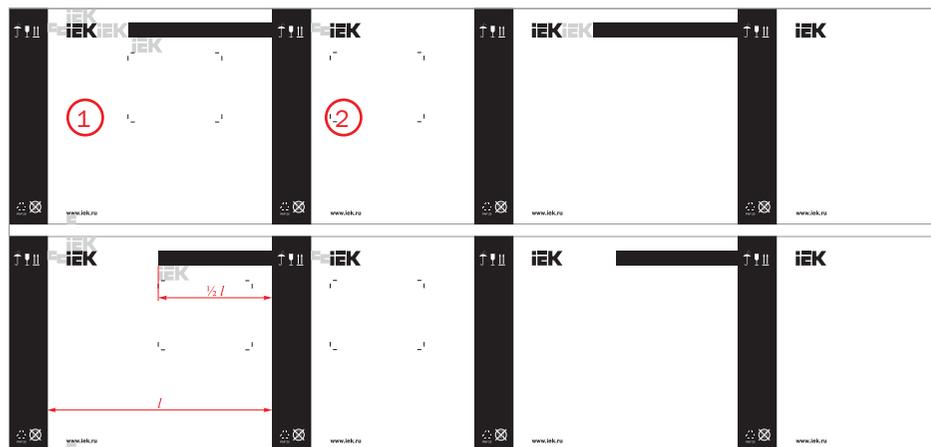
1 – Основная (лицевая) грань для нанесения информации о продукте:

- наименование изделия (краткое);
- фотография или 3D модель изделия;
- основная характеристика изделия, являющаяся параметром выбора, размещается на красном ярлыке под желтой фирменной полосой;
- блок основных преимуществ/характеристик продукта изображается в формате пиктограмм.

В упаковке две основные лицевые грани должны быть одинаковыми.

2 и 3 – боковые грани для нанесения габаритного чертежа, партии и даты, штрихкода изделия, а также технической и эксплуатационной информации, включая знаки сертификации (конкретное место размещения блоков информации зависит от их количества, а также от края и размеров коробки).

# Типовая транспортная упаковка



Макет типовой транспортной упаковки унифицирован для оптовой и розничной упаковки.

Упаковка печатается в один цвет (черный) и не содержит никакой рекламной информации, кроме логотипа и адреса сайта.

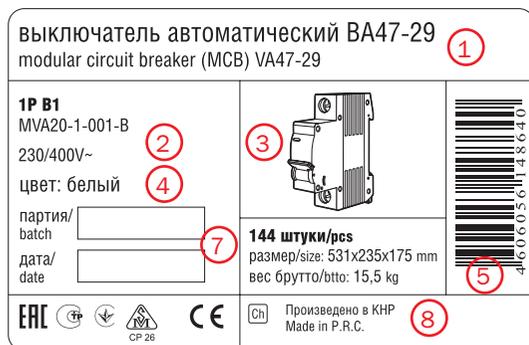
1 и 2 – Грани для нанесения информационного стикера (обязательно дублирование стикера на двух сторонах коробки). На две другие грани стикер не наносится.

Транспортные знаки выполняются вывороткой на черной плашке.

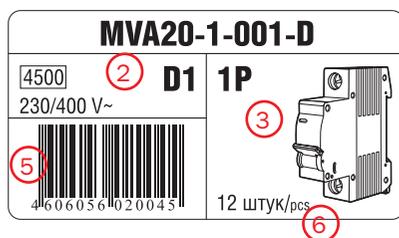
# Стикеры для упаковки



Стикер для индивидуальной упаковки



Стикер для транспортной упаковки



Стикер для групповой упаковки

Назначение упаковочных стикеров – облегчение идентификации продукции.

В зависимости от вида упаковки различают индивидуальные, групповые и транспортные стикеры.

В случае небрендированной упаковки логотип размещается на стикере.

На стикере для брендированной упаковки логотип не размещается.

Для разработки стикеров используются шрифты:  
Helios Condensed, Helios Condensed Black.

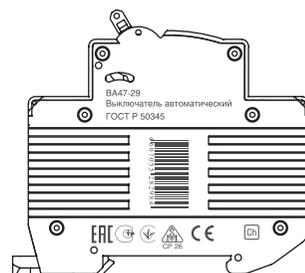
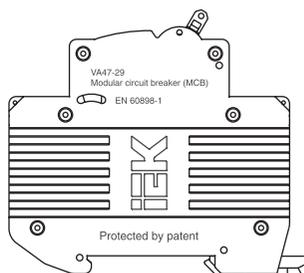
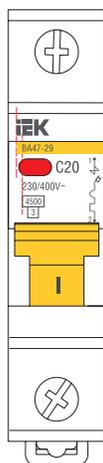
Основные блоки информации на стикерах (набор блоков на одном стикере может отличаться в зависимости от вида стикера):

- 1 – наименование продукта,
- 2 – тип, серия, артикул, технические характеристики продукта,
- 3 – графическое упрощенное изображение продукта,
- 4 – цветовое решение,
- 5 – штрихкод
- 6 – количество в упаковке изделий и (или) их вес (для группового и транспортного стикеров),
- 7 – партия, ОТК и дата изготовления,
- 8 – информация о производителе.

Наиболее важная информация выделяется размером шрифта и жирным начертанием.

Места расположения основных элементов на стикере (поля для наименования, штрихкода, знаков сертификации и т.д.) должны оставаться неизменными.

# Брендинг продукции



Наличие логотипа на всей продукции обязательно.

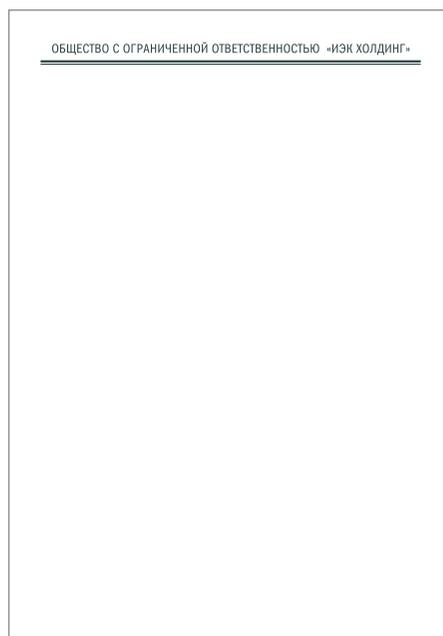
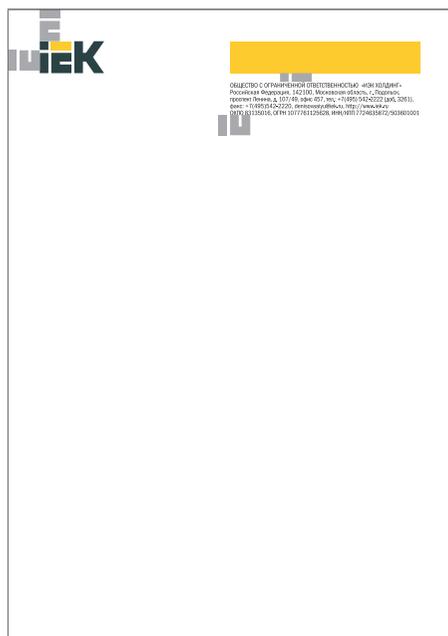
Используемые шрифты: Helios, Helios Condensed, Helios Condensed Black.

Маркировка продукции бывает трех типов в зависимости от технологии ее нанесения: тампопечать, стикер на изделие и литевая форма.

Маркировка по технологии тампопечать производится всегда в фирменных корпоративных цветах (Pantone 445 C, Pantone 123 C) или в один цвет - черный.

# Корпоративная идентификация

- 24    Бланки компании
- 25    Визитные карточки
- 26    Почтовые конверты
- 27    Дипломы, свидетельства, сертификаты
- 28    Бедж, пропуск
- 29    Корпоративная презентация в PPT



## Бланки компании

В компании используются два типа бланков: для внешней и внутренней переписки.

Для внутренней переписки используют черно-белый бланк.

Для внешней – цветной бланк.

### Модульная сетка для бланка компании

Ширина фирменной желтой полосы всегда равна половине ширины листа, а высота – высоте логотипа компании.

- Минимальное расстояние от желтой полосы до адресного блока равно ширине буквы «i».
- Минимальное расстояние от адресного блока до текстового блока равно удвоенной высоте буквы «Е» логотипа.
- Правая граница текстового и адресного блока выровняется по правому краю желтой полосы.
- Левая граница текстового блока выровняется по левому краю логотипа.



# Визитные карточки

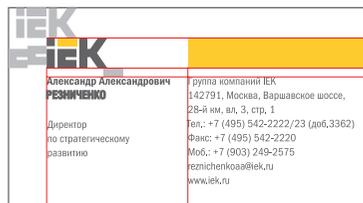


рис. 1



рис. 2



рис. 3



рис. 4

Лицевая сторона визитных карточек содержит контактную информацию, логотип компании и графический элемент – желтую полосу:

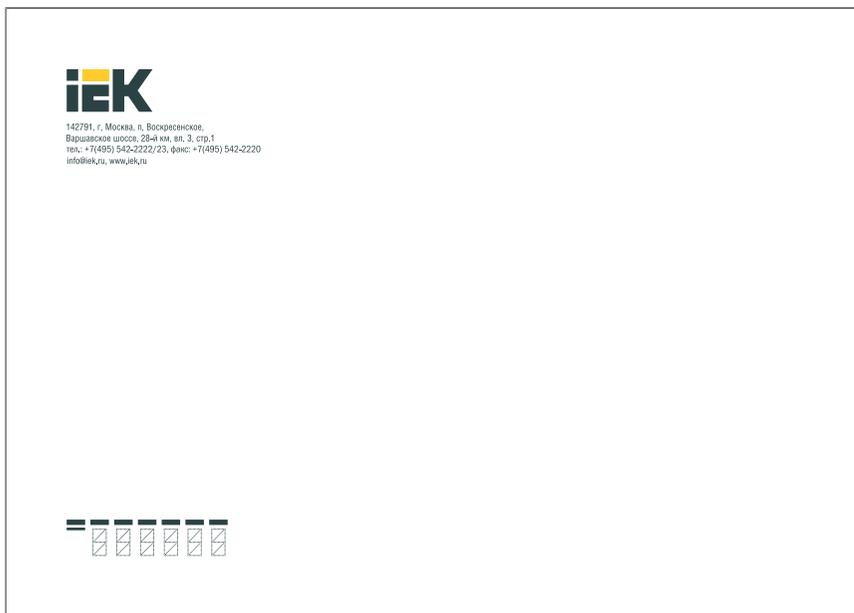
- при размещении на формате логотип находится в левом верхнем углу,
- расстояние по вертикали от края формата равно высоте букв логотипа,
- расстояние по горизонтали от края формата равно удвоенной ширине буквы «Е» логотипа,
- ширина желтой полосы равна половине ширины визитной карточки.

Оборотная сторона визитных карточек полностью запечатывается фирменным желтым цветом (рис. 4).

Персональная визитная карточка сотрудника ГК IEK содержит адрес компании и персональную контактную информацию сотрудника (рис. 1).

Визитные карточки региональных сотрудников компании содержат персональные контактные данные: телефон, e-mail (рис. 2).

Корпоративная визитная карточка содержит контактную информацию о компании (рис. 3).



## Почтовые конверты

Логотип компании на конвертах любого формата всегда располагается в левом верхнем углу.

- Размер логотипа (в зависимости от формата конверта) равен 13 (Е-65) и 16 мм (А4) по высоте.
- Минимальное расстояние от логотипа до верхнего сгиба конверта равно высоте буквы «Е» логотипа.
- Минимальное расстояние от логотипа до левого края конверта равно удвоенной букве «Е» логотипа.
- Минимальное расстояние от логотипа до текстового блока равно горизонтально расположенной букве «i» логотипа.
- В текстовом блоке используется шрифт – FranklinGothicBookCondC 10 pt leading 12 pt.

На корпоративных конвертах под логотипом указывается адрес.

# Дипломы, свидетельства, сертификаты



Дипломы, свидетельства партнерам, сертификаты Группы компаний IEK печатаются на плотной тисненой бумаге.

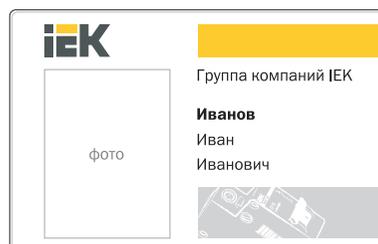
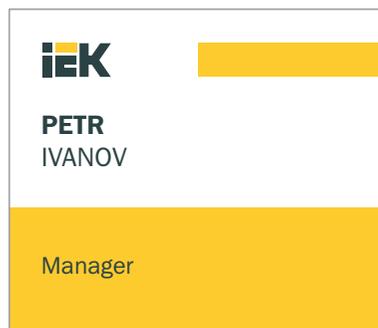
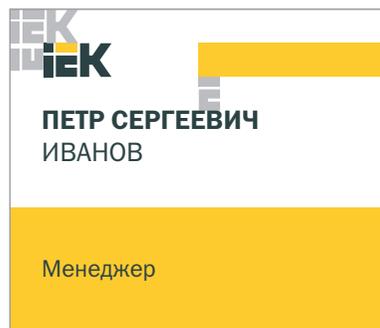
Защита от подделок обеспечивается графически сложной рамкой по периметру листа и «печатью» с логотипом.

«Печати» выполнены в виде стикеров из фольги золотого цвета с тисненым логотипом.

Дипломы на плотной тонированной бумаге светло-серого цвета выдаются слушателям семинаров по оборудованию IEK®.

Сертификаты и свидетельства партнеров ГК IEK – печать на плотной тонированной светло-желтой бумаге.

## Бедж, пропуск

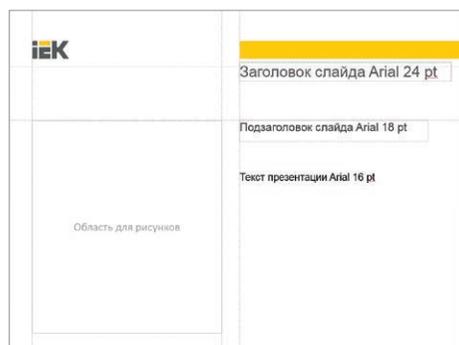


На бейдже размещаются логотип, ФИО сотрудника или партнера и (при необходимости) его должность.

Бейдж для сотрудников ГК IEK имеет внизу поле фирменного желтого цвета, для партнеров – фирменного темно-серого.

Пропуск сотрудника ГК IEK, размером 85x55 мм, изготовлен из пластика. Содержит логотип, название компании, ФИО и фотографию сотрудника.

# Корпоративная презентация в PPT



Макет типовых полос корпоративной презентации верстается в две колонки.

Межстрочный интервал одинарный.

В случае присутствия текста с иллюстрациями на странице рисунки размещаются слева, а текст справа.

Большие таблицы размещаются на всю ширину страницы.

Требования к шрифтам:

- заголовок слайда – Arial 24 пт.,
- заголовок текстового блока – Arial 18 пт.,
- текстовый блок – Arial 16 пт.,
- табличный текст – Arial 14 пт.

## ATL – прямая реклама

- 31 Общие правила для рекламы в прессе
- 32 Фотостиль
- 35 Имиджевая реклама в прессе
- 36 Имиджевая реклама в прессе  
(модули с партнерским блоком)
- 37 Продуктовая реклама в прессе
- 39 Общие правила для щитов-указателей 6×3 м
- 41 Интернет-баннеры

# Общие правила для рекламы в прессе

<h2>Магистральные кабельные каналы серии «ЭЛЕКОР»</h2>			
<p><b>Высокое качество пластика</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Устойчивость к внешним воздействиям</li> <li>Пластичность, эластичность</li> <li>Самозатухающий материал</li> </ul> <p><b>Улучшенная конструкция</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Стойкость к ударным нагрузкам</li> <li>Надежная защита кабеля</li> </ul>			
<p>Матовая трехслойная ламинация</p>	<p>19 типоразмеров, в т.ч. с внутренней перегородкой</p>	<p>Интеграция с электроустановкой</p>	<p>Полный ассортимент аксессуаров</p>
<a href="http://www.iek.ru">www.iek.ru</a>		<p>Произведено в России</p>	

Все рекламные материалы должны способствовать укреплению позитивного имиджа компании.

Различные рекламные сообщения должны формировать в сознании потребителей единый визуальный образ компании.

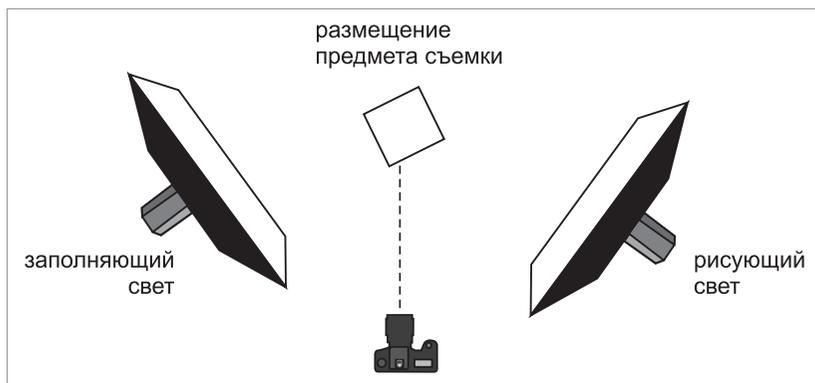
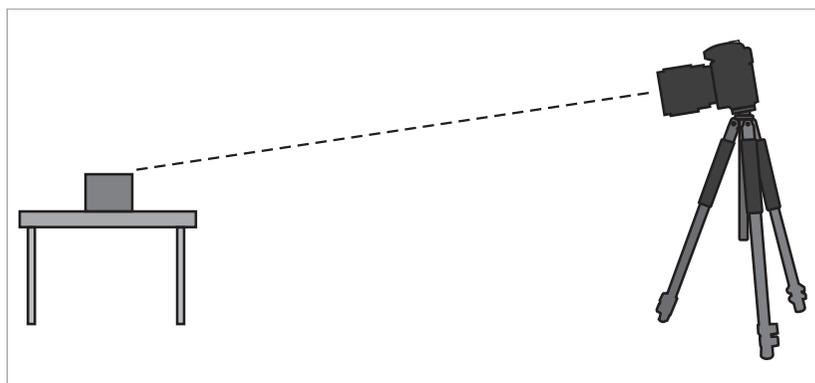
В зависимости от содержания рекламные макеты в прессе делятся на 2 вида:

- имиджевые (цель – продвижение бренда и компании в целом);
- продуктовые (цель – продвижение конкретного продукта или группы продукции).

Все варианты рекламных модулей должны соответствовать следующим требованиям:

- Логотип Группы компаний IEK всегда находится в левом верхнем углу макета на свободном поле белого или желтого цвета.
- Размеры логотипа и свободного пространства вокруг него зависят от формата рекламного носителя.
- Центральное место в макете (до 50%) занимает имиджевая композиция либо продуктовый блок.
- Макет всегда имеет «подвал» в 1/4 высоты макета фирменного серого или желтого цвета, на котором размещаются:
  - конструктивные особенности изделия;
  - адресный блок, в том числе партнерский.
- Текст заголовка всегда выполняется в корпоративном сером цвете.
- Текст информационного блока должен быть черного цвета (100% black).
- Наличие фирменной желтой полосы зависит от характера фотоизображения, длины заголовка и формата рекламного носителя.
- Шрифт, используемый в написании адреса сайта и телефонов, – FranklinGothicDemiC.
- Шрифт, используемый в текстовых блоках, – FranklinGothicBookC.
- Размеры шрифтов могут меняться в зависимости от размера макета и количества размещаемой информации.

# ФОТОСТИЛЬ



Фотосъемка продукта или группы продуктов призвана сформировать определенный образ продукта, который фиксирует внимание и и хорошо запоминается. Фотография должна создать ощущение статусности продукта и показать его в наиболее выгодном ракурсе.

Основное правило фотосъемки – прямоугольная изометрия.

В зависимости от формата изображения изделия различают каталожную и имиджевую фотосъемку.

## ФОТОСТИЛЬ



### Каталожная съемка

Производится для размещения фото изделия в каталоге, на сайте и на упаковке.

На поле фотографии товар изображается максимально крупно по центру поля (вплотную к краям изображения по своему максимальному измерению).

Изделия снимаются на сером фоне для увеличения контрастности их цвета и формы.

Изделия снимают в наиболее выгодном ракурсе (фронтально, сверху, снизу), который выбирают индивидуально в зависимости от:

- габаритов и формы изделия,
- расположения значимых частей и элементов.

При этом в рамках одной товарной группы ракурс изделий должен быть одинаковым и не должен искажать контуров изделия.

На основных фото изделия изображаются в собранном и комплектном виде.

На фото товар должен быть обязательно брендированным.

## ФОТОСТИЛЬ



### Имиджевая съемка

Производится для размещения фото изделия в имиджевых макетах в СМИ, полиграфии и т.д., в т.ч. на обложках.

Ракурс съемки определяется исходя из наиболее интересных с художественной точки зрения частей и элементов изделия, которые снимаются в фокусе крупным планом. В отличие от каталожных, на имиджевых фото может быть показано не целиком, но при этом оно обязательно должно быть узнаваемым.

На фото товар должен быть обязательно брендированным.

## Имиджевая реклама в прессе



Цель имиджевых макетов – продвижение ГК IEK в целом как поставщика комплексных решений на рынке электротехники. Центральное место в макетах занимает имиджевая картинка, характеризующая компанию в целом (меняется в зависимости от текущей концепции рекламной кампании).

- Наиболее предпочтительными форматами являются A4 и 1/2 A4.
- Изображение центрального имиджа должно занимать середину композиционного решения от 50% общей площади макета.
- Фоновое изображение (фотография, орнамент или паттерн) должно быть подогнано под используемый формат, чтобы наиболее выгодно подчеркивать центр композиции и сохранять достаточную детализацию при масштабировании.

# Имиджевая реклама в прессе (модули с партнерским блоком)

<b>ШИРОКИЙ СПЕКТР ЭЛЕКТРОТЕХНИЧЕСКОЙ ПРОДУКЦИИ</b>	
<b>Фаворит</b> электро <a href="http://www.favorit-el.ru">www.favorit-el.ru</a>	<b>Комплексная поставка электрооборудования</b> ул. Саратовская, д. 1, корп. 1 Тел.: +7(495)739-51-16

В качестве композиции используется коллаж из имиджевых фотоизображений ключевых продуктов.

- Наиболее предпочтительными форматами являются А4, 1/2 А4 (горизонтальный и вертикальный).
- Изображение центрального коллажа с имиджами должно занимать середину композиционного решения от 50% общей площади макета.
- Изделия в имиджах всегда должны быть брендированными. Допускается их искусственное брендирование, чтобы логотип читался на имидже.
- Все фотоимиджи отделяются друг от друга тонкими желтыми линиями.
- Адресный блок всегда располагается «в подвале» и отделяется от центрального коллажа с продукцией желтой полосой.
- Адресный партнерский блок состоит из логотипа партнера, слогана, перечня основных видов продаваемой продукции, адреса (опционально), телефона и адреса сайта.
- Логотип партнера должен быть примерно равен по массе логотипу ГК ИЕК.
- Телефон всегда указывается более крупным кеглем, чем остальная информация в блоке.
- Имиджи продуктов должны сохранять прямоугольную форму, вытянутую по горизонтали. Имиджи вертикального формата не используются.

# Продуктовая реклама в прессе



рис. 1 – модуль на обложке



рис. 2 – модуль внутри издания

Цель рекламы продукции – продвижение отдельного изделия либо группы изделий на рынке. Центральное место в рекламных макетах занимает фото продукции с описанием ее преимуществ и модельного ряда.

В зависимости от места размещения существуют 2 типа макетов: модули на обложке и модули внутри изданий.

Наиболее предпочтительными форматами являются A4, 1/2 A4 (горизонтальный и вертикальный).

## Модуль на обложке

- Ключевое изделие в ракурсе, сделанном по стандартам публикации в каталоге, размещается слева на фирменном паттерне, символизирующем высокие технологии.
- Блок преимуществ изделия и его конструктивных особенностей размещается под основной фотографией изделия либо справа от неё. Изображения других изделий модельного ряда размещаются под блоком преимуществ (опционально).
- В нижней части модуля размещается основной лозунг, который отделяется от адресного блока желтой полосой.

# Продуктовая реклама в прессе

**Магистральные кабельные каналы серии «ЭЛЕКОР»**

**Высокое качество пластика**

- Устойчивость к внешним воздействиям
- Пластичность, эластичность
- Самозатягивающийся материал

**Улучшенная конструкция**

- Стойкость к ударным нагрузкам
- Удобный монтаж
- Надежная защита кабелей

Матрица протекторная поликарбонатная

19 типов размеров, в т.ч. с внутренней перегородкой

Интеграция с электротехникой

Полный ассортимент аксессуаров

[www.iek.ru](http://www.iek.ru) Произведено в России

**АРМАТУРА для СИП**

- Решение любых нестандартных задач
- Высокая герметичность; напряжение пробоя в воде более 6 кВ
- Разрушающая нагрузка арматуры меньше разрушающей нагрузки провода СИП
- Соответствие EN 50483

**КАМ-4000** Усиленная конструкция

**ОПН** Индикация срабатывания

**КФК** Обеспечивает монтаж на вертикальных линиях

**ЗАЕЛ10-25М** Алюминиево-дюралевый дополнительный защитный от ветровых порывов

**Гильзы ГИИ, ГИР и ГИЗ** Надежность, быстрота и удобство монтажа

**ИНСЛ1** Зависит принимаемого кабеля и типа

[www.iek.ru](http://www.iek.ru)

**Корпуса полиэфирные антивандальные**

**НОВИНКА**

Корпуса ЩУ IP54 и ЩМП IP54 IEK изготовлены из материала SMC - непористого диэлектрика, не создающего помех для радио и GSM сигналов, устойчивого к внешним воздействиям.

- Высокая степень защиты (IP54-DIN)
- Стойкость к ультрафиолетовому излучению
- Стойкость к морозам, не требуется покраска
- Самозатягивание при температуре свыше 1000 °С
- Не требуется защитная окраска
- Возможность использования в системе АСУ ТУ

Буд. установка	навесной
Степень защиты	IP54
Исполнительное исполнение	УХЛ1 (из открытого воздуха)
Температура эксплуатации	от -50 °С до +70 °С
Срок эксплуатации	более 30 лет

**Корпус ЩУ IP54**

Монтажная панель для установки любого типа речника

Возможность оцинковывания фольга-панели

**Корпус ЩМП IP54**

Настоящая крышка для стойки воды

Возможность сборки корпусов в блоки за счет сборно-разборной конструкции

[www.iek.ru](http://www.iek.ru) **5 лет гарантии**

## Модуль внутри издания

- Фирменная желтая полоса обязательна к размещению.
- Заголовок размещается под логотипом по всей ширине модуля либо справа под желтой полосой.
- Основное изображение изделия всегда располагается слева под логотипом и заголовком.
- Блок с логотипом, заголовком и фотографией изделия размещается на белом фоне и занимает 2/3 площади макета.
- Блок с информацией о конструктивных особенностях и преимуществах изделия всегда размещается «в подвале» на желтом фоне и занимает 1/3 площади макета.
- Если модуль содержит таблицу с техническими данными, то строки таблицы содержат чередующиеся белую и серую заливки.



## Общие правила для щитов-указателей 6×3 м

Щиты-указатели должны обязательно содержать изображения продукции, созданные с учетом правил фотостилия.

- Логотип Группы компаний IEK всегда находится в левом верхнем углу макета.
- Заголовок с обозначением вида предлагаемой продукции размещается на уровне логотипа справа.
- Шрифт, используемый в заголовке – FranklinGothicDemiCondC.

В зависимости от наличия партнерского блока существуют 2 вида макетов щитов-указателей:

- корпоративный (без партнерского блока);
- совместный (с адресным блоком партнера).

### Корпоративный макет щита-указателя

- Блок с логотипом и заголовком, а также адресный блок в «подвале», как правило, размещаются на желтом фоне.
- Обязательно наличие белой полосы вверху.
- Пропорции элементов макета выстраиваются в зависимости от пропорций деталей логотипа.
- Фотоизображения продукции занимают центральную часть макета до 50%, размещаются в формате фотоимиджей, разделенных тонкой желтой линией.
- Тексты заголовка и адресного блока размещаются в нижней части баннера «в подвале» и должны быть корпоративного серого цвета.
- Шрифт, используемый в текстовых блоках, – FranklinGothicDemiCondC.

**ШИРОКИЙ СПЕКТР  
ЭЛЕКТРОТЕХНИЧЕСКОЙ  
ПРОДУКЦИИ**

**Фаворит  
электро**

**Комплексная поставка  
электрооборудования**

- светотехника
- низковольтное оборудование
- кабеленесущие системы

ул. Саратовская, д. 1, корп. 1  
Тел.: +7 (495) 739-51-16  
www.favorit-el.ru

**500 м**

## Общие правила для щитов-указателей 6 × 3 м

### Совместный макет щита-указателя

Совместный макет щита-указателя состоит из двух блоков:

- корпоративный блок с информацией о бренде и продукции – 2/3 от площади макета;
  - партнерский блок с информацией о партнере – 1/3 от площади макета.
- Корпоративный блок всегда размещается слева, партнерский – справа. В отдельных случаях (например, при вертикальных пропорциях конструкций) возможно размещение блоков друг под другом.
  - Корпоративный блок, как правило, размещается на желтом фоне и представляет собой логотип, размещенный слева, и заголовок, размещенный справа.
  - Шрифт, используемый в заголовке и адресном блоке, – FranklinGothicDemiC;
  - Шрифт, используемый в текстовом блоке, – FranklinGothicDemiBookC;
  - Блок с фотоимиджами продукции составляет 60% от площади корпоративного блока.
  - Логотип партнера должен по массе и высоте быть примерно равен логотипу ГК IEK, он размещается на белом поле или на плашке в цветах партнера.
  - Внизу адресного блока партнера размещается стрелка-указатель, показывающая направление движения и расстояние до указанного объекта (опционально).

# Интернет-баннеры



Интернет-баннеры, по аналогии с макетами для прессы, по содержанию делятся на 2 вида: имиджевые и продуктовые (наиболее распространены).

В зависимости от наличия адресного блока партнера баннеры делятся на 2 вида: корпоративные (без партнерского блока) и совместные (с партнерским блоком).

## Общие правила

- Корпоративные баннеры создаются в форматах:  
gif – покадровая анимация;  
flash (swf) – видеоформат, включающий в себя сложные эффекты.
- Оптимальным считается баннер из 3-5 слайдов.
- Логотип обязательно должен присутствовать на всех слайдах; место его размещения – левый верхний угол баннера либо текстового блока.
- Фон баннера желтый (предпочтительный) или белый в зависимости от сайта размещения.
- Изображения продукции размещаются на сером фоне (насыщенность зависит от тона размещаемого изображения) либо желтом фоне.
- Баннеры всегда заключаются в рамку (70% black) толщиной в 1 px.
- Текст информационного блока должен быть серого цвета (70% black).
- Информация, к которой нужно привлечь особое внимание, выделяется чистым красным цветом (но не более двух элементов в макете).

**иЭК**  
модульное оборудование

**ВНИМАНИЕ!**  
ПОЛНОЕ ОБНОВЛЕНИЕ  
ЛИНЕЙКИ

**иЭК** МАГИСТРАЛЬНЫЕ  
КАБЕЛЬ-КАНАЛЫ

**ЭЛЕКОР**

**иЭК**  
ЭНЕРГИЯ РАЗВИТИЯ

Крупногабаритные  
**ЩМП-18**

**иЭК** **НОВИНКА**

Счетчики  
электрической  
энергии STAR

**иЭК** **НОВИНКА**

Межповерочный  
интервал **16 лет**

**иЭК** **НОВИНКА**

Счетчики STAR  
■ на панель  
■ на DIN рейку

**иЭК** **НОВИНКА**

Счетчики STAR  
Сделано в России

**иЭК**

## Интернет-баннеры

### Типовая раскладка интернет-баннера

- 1 кадр: логотип ГК ИЕК крупным планом, лозунг под логотипом (опционально).
- 2-4 кадр: каждый кадр включает в себя изображение продукции и текстовый блок основных преимуществ:
  - при горизонтальных пропорциях баннера фото продукта размещается слева, блок преимуществ – справа;
  - при вертикальных пропорциях баннера фото продукта размещается сверху, блок преимуществ – внизу.
- 5 кадр: включает (опционально) важный крупный текст (слоган) либо партнерский блок (логотип, информацию, адресный блок).

Размеры шрифтов могут меняться в зависимости от количества размещаемой информации.

## BTL

- 44 Обложки каталогов
- 45 Оглавление каталогов
- 46 Модульная сетка каталогов
- 47 Верстка основных полос каталога
- 48 Буклет
- 49 Брендирование автотранспорта. Трейлер (фура)
- 50 Брендирование автотранспорта. Газель пассажирская
- 51 Брендирование автотранспорта. Газель грузовая
- 52 Брендирование автотранспорта. Газель грузовая с партнерским блоком
- 53 Концепция оформления торговых залов
- 54 Недопустимые варианты размещения стендов и POSm в торговых залах
- 55 Оформление торговых залов. Торговые стенды
- 56 Оформление торговых залов. Стойки
- 57 Оформление торговых залов. POS-материалы
- 58 Оформление выставочной экспозиции
- 59 Оформление выставочной экспозиции. Планировка стенда
- 60 Размещение образцов продукции на стенде

# Обложки каталогов



рис. 1 – обложка общего каталога

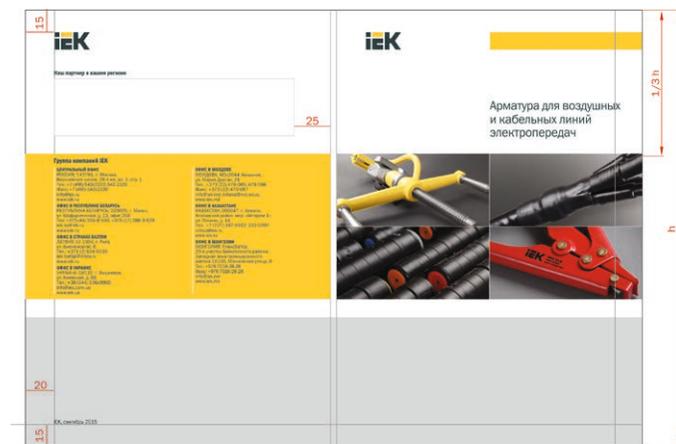


рис. 2 – обложка технического (специализированного) каталога

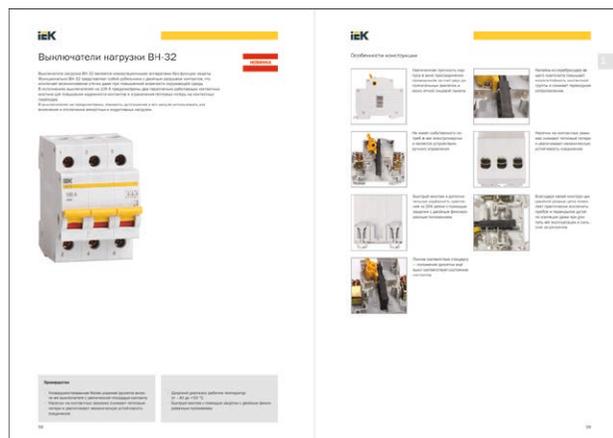
Модуль обложки делится на три части. В верхней трети размещается логотип ГК ИЕК, желтая полоса и название каталога, две остальные отводятся под имиджевую фотографию или коллаж, а также цветную плашку.

В качестве имиджевых изображений на обложке желательно использовать макросъемку товаров с элементами фона. Отчетливое брендрование продукции приветствуется.

На 4-й странице обложки находится информация о филиалах ГК ИЕК и окно для размещения адресного блока партнера.



# Модульная сетка каталогов



На всех полосах каталога обязательно наличие колонтитулов в верхней части полос, представляющих собой логотип слева и желтую полосу справа.

Сетка верстки содержит две колонки.

Абзацы отбиваются отступом от 1 мм.

Шрифты, рекомендуемые к использованию в каталоге:

- шрифт, используемый в заголовке раздела, – FranklinGothicBookC 24 pt leading 24 pt,
- шрифт, используемый в подзаголовках разделов блока, – FranklinGothicBookC 20 pt leading 20 pt,
- подзаголовках частей раздела, – FranklinGothicBookC 11 pt leading 12 pt, FranklinGothicDemiCondC 8 pt leading 10 pt,
- шрифт, используемый в текстовом блоке, – FranklinGothicBookC 8 pt leading 10 pt,
- шрифт, используемый в таблицах, – FranklinGothicBookCondC 7 pt leading 8 pt.

# Верстка основных полос каталога

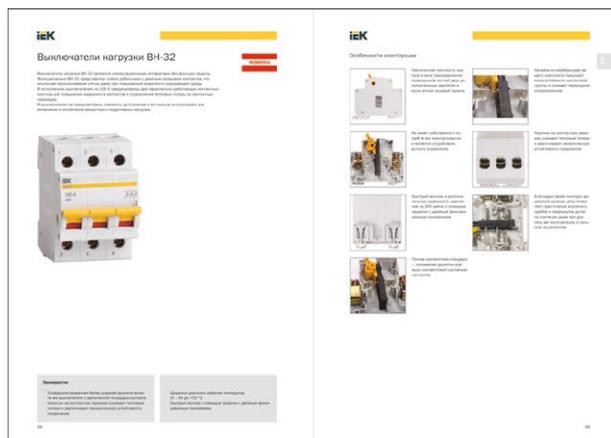


рис. 1

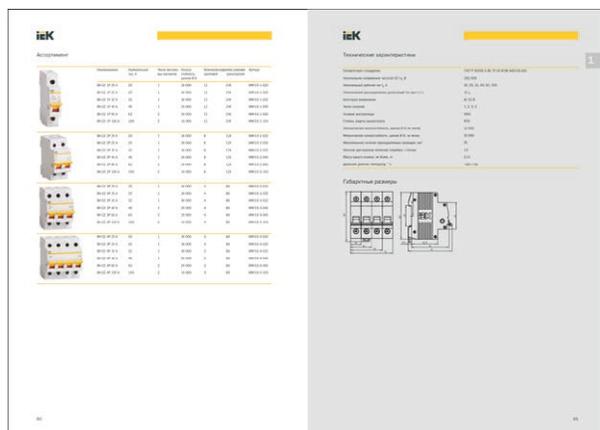


рис. 2

В начале раздела изображается крупно товар с перечнем наиболее выдающихся характеристик. Изображение товара должно быть в выгодном ракурсе, четким и выделяющимся на фоне в соответствии с цветом реального предмета. Важная информация (преимущества, характеристики) размещается в нижней части на плашке серого цвета (СМΥК: 0–0–0–15).

Далее следует страница с особенностями конструкции изделий, которые иллюстрируются фотографиями (рис. 1).

За конструктивом следуют ассортиментные таблицы с фотографиями, наименованием, основными характеристиками и артикулами изделий. Используемые в таблице изделия должны быть сняты в едином ракурсе, позволяющем продемонстрировать их положительные стороны (рис. 2). При этом ракурс должен соответствовать корпоративным требованиям, обозначенным в соответствующем разделе бренд-бука.

Завершает раздел техническая информация (технические характеристики, габаритные размеры и пр.). Предпочтительнее размещение данного материала на фоне серого цвета (СМΥК: 0–0–0–15) (рис. 2).

Технические требования к оформлению верстки полос каталога:

- толщина рамок у рисунков – 0,5 pt (цвет рамок СМΥК: 0–0–0–50),
- шрифт, используемый в текстовом блоке, – FranklinGothicBookC 8 pt leading 10 pt,
- толщина линий рамок в таблицах равна 0,5 pt (цвет рамок СМΥК: 0–20–90–0),
- отступ текста от рамок в таблицах равен 4 pt,
- шрифт, используемый в таблицах, – FranklinGothicBookCondC 7 pt, leading 8 pt.

# Буклет

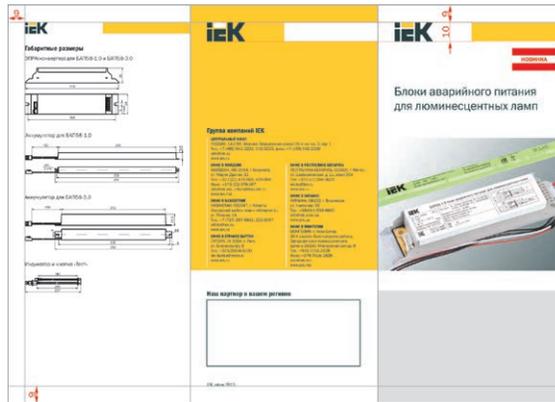


рис. 1

В зависимости от количества информации буклеты могут быть двух форматов:

- лифлет А4 (297×210 мм), 2 фальца;
- буклет на скрепке (100×210 мм).

Обложка буклета верстается по тем же правилам, что и обложка специализированного каталога.

Цвет плашки на лицевой полосе (1-я сторона обложки) определяется по следующим правилам:

- буклет по продукции, предназначенной для реализации в розничных торговых точках, – желтый (СМУК 0–20–90–0);
- буклет для продвижения новинок – светло–серый (СМУК 0–0–0–15).

Обратная сторона буклета (4-я сторона обложки) предназначена для размещения адресов центрального офиса и филиалов ГК IEK, которые размещаются на желтом фоне, а также окошка для указания адресного блока партнера (см. рис. 1).



рис. 2

Технические требования к верстке буклетов:

- верстка в две колонки;
- поля – 9 мм;
- шрифты используемые в буклете:
  - шрифт, используемый в заголовке, – FranklinGothicBookC 14 pt, leading 15 pt,
  - шрифт, используемый в заголовках текстового блока, – FranklinGothicDemiCondC 10 pt, leading 10 pt,
  - шрифт, используемый в текстовом блоке, – FranklinGothicBookC 8 pt, leading 10 pt,
  - шрифт, используемый в таблицах, – FranklinGothicBookCondC 7 pt, leading 7 pt.



# Брендинг автотранспорта. Трейлер (фура)

В основе макетов оформления трейлера лежит размещение логотипа на желтом фоне (по левому и правому краям) и фотоимиджей продукции со слоганом (см. рис. 1).



рис. 1

- Расстояние от логотипа до левого и правого краев желтого блока равно двум буквам «И».
- Расстояние до верхнего края кузова одна буква «Е».
- Весь текст печатается фирменным шрифтом фирменного серого цвета.
- При наличии партнерского блока он заменяет одну из желтых областей с логотипом ГК IEK, при этом фирменный желтый цвет заменяется на один из цветов партнера (см. рис. 2).



Размеры элементов могут меняться в зависимости от размеров кузова и конструктивных особенностей а/м, при этом вышеперечисленные пропорции должны соблюдаться.



рис. 2

# Брендинг автотранспорта. Газель пассажирская

В основе макетов оформления Газели пассажирской лежит размещение логотипа и фирменной желтой полосы на белом фоне, а также слогана.



- Логотип с полосой фирменного желтого цвета располагается в верхней части кузова на двух бортах + один логотип над кабиной на лобовом обтекателе.
- Отступы от логотипа должны составлять одну букву «Е».
- Слоган располагается ниже на двух бортах, текст печатается фирменным шрифтом фирменного серого цвета.

Размеры элементов могут меняться в зависимости от размеров кузова и конструктивных особенностей а/м, при этом вышеперечисленные пропорции должны соблюдаться.



рис. 1



рис. 2

## Брендинг автотранспорта. Газель грузовая

Допускается два варианта стандартного корпоративного оформления Газели грузовой – с размещением фотоимиджей продукции и без.

1 вариант – без фотоимиджей (см. рис. 1).

- Крупный логотип (слева) и слоган (справа) размещаются в верхней части кузова на фоне фирменного желтого цвета, в нижней части кузова – адрес сайта.
- Отступ от верхней части кузова до логотипа – одна буква «Е».
- Отступ от нижней части кузова до сайта – одна буква «Е».
- Текст печатается фирменным шрифтом фирменного серого цвета.

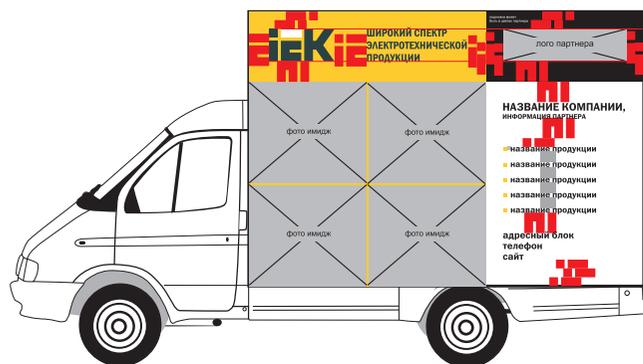
2 вариант – с фотоимиджами (см. рис. 2).

- Логотип и слоган располагаются в верхней четверти кузова на фоне фирменного желтого цвета.
- Фотоимиджи продукции располагаются в центральной части кузова, их площадь составляет до 3/4 высоты кузова.
- Отступ от верхней части кузова до логотипа должен составлять две буквы «Е».

Все тексты печатаются фирменным шрифтом фирменного серого цвета.

Размеры элементов могут меняться в зависимости от размеров кузова и конструктивных особенностей а/м, при этом вышеперечисленные пропорции должны соблюдаться.

# Брендинг автотранспорта. Газель грузовая с партнерским блоком



В данном случае за основу берется стандартный корпоративный макет оформления с размещением фотоимиджей продукции. При этом кузов делится на 2 вертикальных блока – блок ГК IEK (занимает не менее 2/3 площади) и партнерский блок (1/3 площади).

- Логотип и слоган IEK располагаются в верхней четверти кузова на фоне фирменного желтого цвета.
- Отступ от верхней части кузова до логотипа должен составлять две буквы «I».
- Логотип партнера размещается в верхней части вертикального партнерского блока на плашке в своих фирменных цветах, ниже – название компании, перечисление топовых направлений реализуемой продукции, адресный блок.
- Логотипы IEK и партнера должны быть равны по массе, при этом блоки с логотипами IEK и партнера должны быть равны по высоте.

Размеры элементов могут меняться в зависимости от размеров кузова и конструктивных особенностей а/м, при этом вышеперечисленные пропорции должны соблюдаться.

## Концепция оформления торговых залов

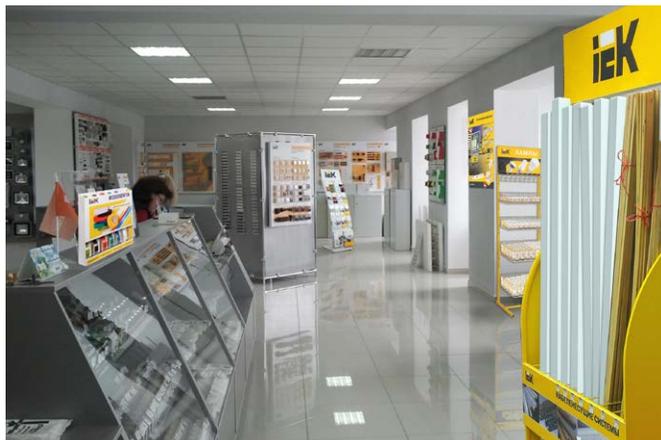


рис. 1 – пример оформления розничной торговой точки



рис. 2 – пример оформления оптовой торговой точки

Для оформления торговых залов используются следующие рекламные материалы и конструкции:

- торговые стенды;
- стойки для образцов продукции и полиграфии;
- POS-материалы (плакаты, лайт-боксы, презенторы, воблеры, шелфтокеры и т.д.).

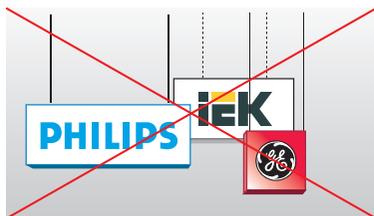
К их размещению в торговых залах предъявляется основное требование – беспрепятственный доступ клиентов к стендам и POS-материалам, которые представляют информацию о компании и ее продукции.

Рекомендуемые схемы оформления торговых залов приведены на рисунках. Основное требование к размещению торговых стендов – возможность свободного доступа к ним.

Торговые стенды необходимо размещать единым блоком.

# Недопустимые варианты размещения стендов и POSm в торговых залах

На странице приведены примеры недопустимого оформления торговых залов.



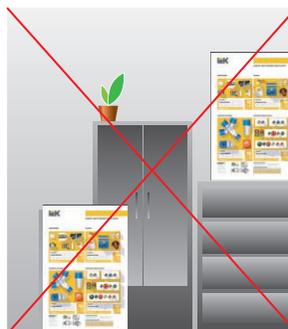
• не допускайте полного или частичного перекрытия лайт-боксов IEK другими подвесными конструкциями и материалами



• не ставьте стенды на пол или на предметы интерьера – для размещения стендов предусмотрен настенный монтаж

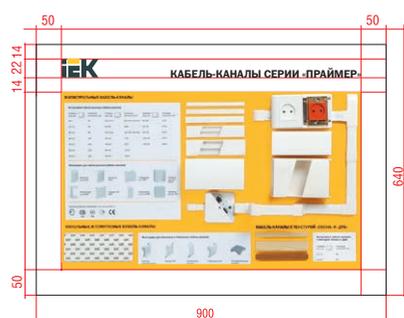


• не подвешивайте торговый стенд слишком низко (минимальное расстояние до пола – 100 см) и слишком близко к соседним материалам (минимальное расстояние до других материалов – 20 см)



• не подвешивайте торговые стенды на разных уровнях от пола

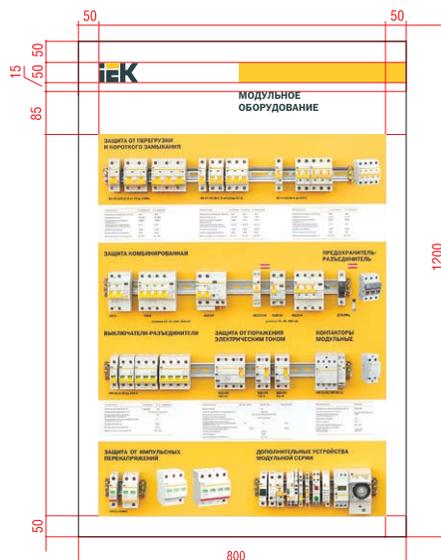
# Оформление торговых залов. Торговые стенды



- шрифт, используемый в заголовке,- FranklinGothicDemiC 60 pt
- шрифт, используемый в подзаголовках,- FranklinGothicDemiC 30 pt
- шрифт, используемый в текстовом блоке,- FranklinGothicDemiC 20 pt



- шрифт, используемый в заголовке,- FranklinGothicDemiC 40 pt
- шрифт, используемый в подзаголовках,- FranklinGothicDemiC 30 pt
- шрифт, используемый в текстовом блоке,- FranklinGothicDemiC 20 pt



- шрифт, используемый в заголовке,- FranklinGothicDemiC 60 pt
- шрифт, используемый в подзаголовках,- FranklinGothicDemiC 40 pt
- шрифт, используемый в текстовом блоке,- FranklinGothicDemiC 30 pt

Основные рекомендации к оформлению стендов:

- продукция демонстрируется на фоне фирменного желтого цвета;
- при необходимости указываются технические данные, уникальные характеристики и конкурентные преимущества товаров;
- часть образцов может заменяться их фотоизображениями с описанием.

Существуют 3 стандартных типоразмера стендов с образцами продукции:

- 120x80 см,
- 64x90 см,
- 56x70 см.

Демонстрационные стенды 120x80 см и 64x90 см рекомендованы для оформления точек продаж, торговых залов и экспозиций совместных выставок ПРЯМЫХ партнеров.

На этих стендах представлен наиболее полный и актуальный ассортимент ключевых позиций продукции IEK®.

Демонстрационные стенды 56x70 см предназначены для оформления торговых залов СУБДИЛЕРОВ.

В торговых залах и точках продаж стенды размещаются в приоритетных местах – например, в центре зала или на свободной стене напротив входа.

Рекомендуется размещать стенды единым корпоративным блоком.

Стенды рекомендуется размещать в приоритетных местах ЕДИНЫМ корпоративным блоком.

Композиция стенда зависит от размеров и пропорций размещаемого на нем оборудования.

В любом случае выполняются следующие правила:

- следует избегать «шахматного» расположения заголовков и подписей,
- заголовки, находящиеся в соседних колонках, располагаются на одной горизонтальной оси – это позволяет поддерживать строгость и четкость композиции стенда, хорошо структурировать информацию и облегчать ее восприятие.

## Оформление торговых залов. Стойки



Стойки по своему назначению разделяются на продуктовые (для образцов продукции) и информационные (для рекламных материалов).

Информационные стойки – стойки для полиграфии.

Применение:

- розничные торговые точки, прикассовая зона;
- офисы продаж, торговый зал, шоу-рум, зона ожидания;
- выставки.

Продуктовые стойки – стойки для образцов по отдельным группам продукции - могут использоваться в т.ч. в качестве торгового оборудования. Они выделяют продукцию ТМ IEK® среди конкурентов.

Применение:

- розничные торговые точки, рядом с основной выкладкой продукции, в качестве дополнительного места продажи;
- офисы продаж, торговый зал, шоу-рум.

# Оформление торговых залов. POS-материалы



POS-материалы служат для привлечения внимания покупателей, информирования о проходящих акциях и способствуют продвижению бренда и продукции ТМ IEK® в местах продаж.

Примеры POS-материалов.

- Плакаты
- Лайт-боксы
- Презенторы
- Шелфтокеры
- Воблеры
- Стикеры

Ассортимент предлагаемых POS-материалов постоянно обновляется.

Зоны размещения POS-материалов в торговых залах:

- входная группа (плакаты, наклейки);
- зона выкладки продукции ТМ IEK® (плакаты, лайт-боксы, воблеры, шелфтокеры, презенторы и т.д.).



## Оформление выставочной экспозиции



Проект выставочной экспозиции должен соответствовать следующим требованиям:

- Открытая архитектура, ориентированная на человека: отсутствие глухих перекрывающих пространство стендов-перегородок, большое количество точек контакта с аудиторией.
- Наличие переговорных зон (в случае одноэтажного стенда – столы внутри экспозиции, двухэтажный стенд – отдельная зона на 2 этаже).
- Многофункциональность: размещение стендов с образцами и образцов продукции на стенах и перегородках стенда, многофункциональный ресепшн с логотипами снаружи и зоной для размещения рекламных материалов внутри.
- Активное брендинг.
- Хорошее освещение всех зон стенда, дополнительная подсветка над стендами и подиумами с продукцией.
- При монтаже электрики и освещения на стенде максимальное использование оборудования IEK®.

В зависимости от площади стенда, а также от специфики выставки возможна одно- и двухэтажная планировка стенда.

# Оформление выставочной экспозиции.

## Планировка стенда



Планировка одноэтажного стенда:

- Размещение стендов и подиумов с образцами вдоль стен.
- Максимально открытое и свободное пространство в центре стенда.
- Размещение одного-двух переговорных столиков в свободном пространстве в глубине стенда.

Планировка двухэтажного стенда:

- Первый этаж – выставка образцов продукции + подсобное помещение.
- Второй этаж – переговорная зона.

Оформление переговорной зоны:

- Круглые стеклянные столики со стульями вокруг, размер которых определяется из расчета единовременной вместимости четырех человек.
- Диваны + журнальные столики в VIP-зоне. Состав 1 такой зоны – 2 дивана на 2 человека каждый + 1 столик. Цвет обивки диванов – желтый, приближенный по тону к фирменному желтому цвету RAL 1023.
- Барная стойка для сервировки напитков.
- Подсобные помещения для гардероба и хранения продуктов.

По возможности рекомендуется отделять переговорную VIP-зону от остальной зоны второго этажа, например, зелеными растениями.

## Размещение образцов продукции на стенде



Для демонстрации образцов продукции следует использовать следующие варианты:

- Демонстрационные стенды с образцами, которые монтируются на стены и перегородки, включая стены подсобного помещения (представление групп продукции).
- Монтаж образцов непосредственно на стены, которые запечатываются большими имиджевыми фото, а также на потолок 1-го этажа в случае двухэтажной планировки (представление продукции в интерьере).
- Размещение образцов на отдельно стоящих подиумах и в стеклянных витринах (представление габаритной продукции либо новинок, на которых нужно сделать акцент).



# Оформление офисов

- 62 Оформление центрального офиса
- 63 Оформление мероприятий
- 64 Уличные флаги
- 65 Брендированный скотч
- 66 Корпоративный стиль в одежде работников и сотрудников

# Оформление центрального офиса



рис. 1

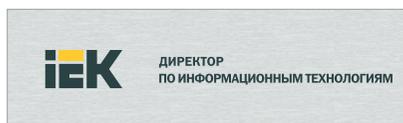


рис. 2



рис. 4



рис. 3

Для оформления используются следующие брендированные рекламные материалы и конструкции:

1. Офисные вывески. Представляют собой лайт-бокс, на котором на белом фоне в центре расположен логотип (рис. 1).
2. Офисные таблички внутри помещений – рекомендуются к использованию два вида табличек (рис. 2):
  - с обозначением названий департаментов и отделов;
  - с обозначением должностей.

Правила оформления офисных табличек:

- размер 30х6 см;
- поле делится по вертикали на четыре равные части;
- в первой части располагается номер кабинета (Franklin Gothic Demi C 60 pt);
- должность / название департамента пишется в две строчки и выравнивается по левому краю (Franklin Gothic Demi C 60 pt).

3. Настольные флажки. Представляют собой настольную конструкцию из двух флажков – российского и корпоративного ГК IEK на белом фоне (уменьшенная копия уличного флага) (рис. 3).
4. Флаги уличные (рис. 4).

## Оформление мероприятий

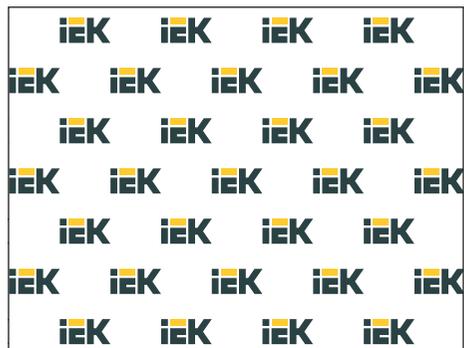


рис. 1



рис. 2

При оформлении мероприятий рекомендуется использовать баннер с размноженными логотипами, размещенными в шахматном порядке (рис. 1), и имиджевый ролл-ап (рис. 2).

## Уличные флаги



Флаги используются в качестве наружной рекламы при входе в офис / торговый зал, на территории завода, а также для оформления мероприятий.

Флаги представляют собой полотно из полиэфирного шелка желтого или белого цвета с логотипом в центре.

## Брендированный скотч



Брендированный скотч используется для упаковки коробок с продукцией на складе. Представляет собой желтую или белую пленку с последовательным нанесением логотипов через равные промежутки. Логотип размещается по центру, размер по высоте – 1/3 высоты ленты.

## Корпоративный стиль в одежде работников



рис. 1

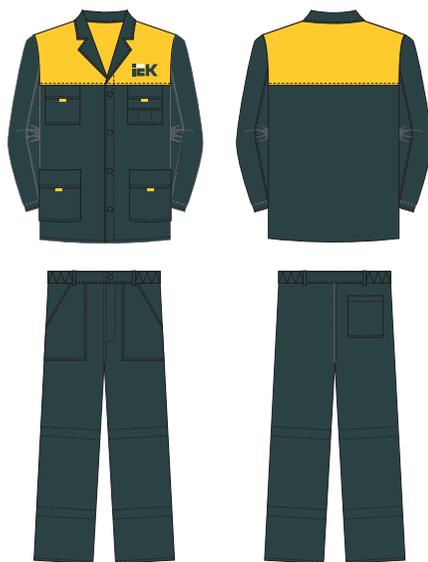


рис. 2



рис. 3



рис. 4

Халат для работников ИТР и склада – прямого силуэта, с центральной бортовой застежкой и накладными карманами (рис. 1).

Летний костюм состоит из укороченной куртки и брюк (рис. 2).

Зимняя утепленная куртка имеет центральную застежку на пуговицах и кнопках (рис. 3).

Жилет имеет удобные накладные карманы для равномерного распределения необходимых инструментов (рис. 4).

Цвета: фирменный желтый, серый и белый.

## Корпоративный стиль в одежде сотрудников



Корпоративные галстук и значок для мужчин и шейный платок для женщин являются атрибутом фирменной идентификации сотрудников на выставке, переговорах, а также в офисе.

Цвета: фирменный желтый, серый и белый.

# Корпоративные сувениры

- 69 Промо-сувениры
- 70 Сувениры-подарки
- 71 Правила брендирования сувенирной продукции

# Промо-сувениры

Назначение – массовая раздача в торговых точках и на выставках.



## Сувениры-подарки

Назначение – в качестве подарков партнерам и клиентам.



# Правила брендирования сувенирной продукции

Способ нанесения	Цвет логотипа
тампопечать	 
гравировка, тампопечать	
тиснение	
вышивка, термоапликация	  

