

ПОСІБНИК З ВИКОРИСТАННЯ ФІРМОВОГО СТИЛЮ

Вступ



Для успішного ведення бізнесу будь-яка компанія повинна мати не тільки злагоджену команду співробітників, а й певні єдині стандарти – фірмовий стиль, водночас унікальний, впізнаваний погляд.

Логотип, типографіка, кольорова гама та будь-які інші графічні елементи, розроблені в цьому посібнику, служать для створення унікального єдиного стилю KONDI.

Пам'ятайте, що в жодному правилі, поданому в цьому посібнику, винятків немає!

Якщо у вас виникнуть будь-які додаткові питання - звертайтеся до офісу KONDI або напишіть нам на: info@kondi.ua

Зміст

01

Бренд KONDI

- 05 Ідеологія
- 06 Стратегія
- 07 Позиціонування
- 08 Цільова аудиторія
- 10 Ринки збуту

02

Логотип

- 11 Основна версія
- 12 Спрощена версія
- 13 Символ
- 14 Колірні рішення
- 15 Охоронна зона
- 15 Мінімальні розміри
- 16 Що не можна робити
- 17 Варіанти розміщення
- 18 Правила написання назви

03

Колірна гама

- 20 Основні кольори
- 21 Градієнти

04

Типографіка

- 23 Фірмовий шрифт
- 24 Ієрархія використання

05

Key Visual

- 26 Ідея
- 27 Принципи оформлення

06

Іконографіка

- 29 Indoor unit
- 30 Outdoor unit

07

Ділова документація

- 32 Фірмовий бланк
- 33 Конверт
- 34 Візитна картка
- 35 Фірмова тека
- 36 Бейдж
- 37 Електронна презентація

08

Сувенірна продукція

- 39 Пакети
- 40 Ручки та олівці
- 41 Чашка
- 42 Щоденник та блокнот
- 43 Рюкзак
- 44 Парасоля
- 45 Одяг

09

Оформлення продукції бренду

- 47 Коробка для зовнішнього блоку
- 48 Коробка для внутрішнього блоку
- 49 Стрічка для коробок
- 50 Наліпка для зовнішнього блоку
- 51 Гарантійний талон
- 52 Інструкція Wi-Fi модуля
- 53 Інструкція з інсталяції та експлуатації
- 54 With Compliments
- 55 Прайс-лист
- 56 Комерційна пропозиція
- 57 Пакет для документів

- 05 Ідеологія
- 06 Стратегія
- 07 Позиціонування
- 08 Цільова аудиторія
- 09 Ринки збуту

Бренд KONDI



Ідеологія

KONDI

Посібник з використання фірмового стилю

МЕТА

Стати повноцінним гравцем у сегменті трансформації мікроклімату приміщень в Україні.

Здійснити експансію на сусідні ринки.

ВІЗІЯ

Створити унікальний продукт, який якісно диференціює нас від конкурентів.

Просто і зрозуміло донести його до споживача.

МІСІЯ

Задати такі стандарти на послуги в галузі, що стануть стимулом для конкуруючих фірм до поліпшення якості та вдосконалення асортименту послуг.

Забезпечити кращий клієнтський досвід на ринку.



Стратегія

СТРАТЕГІЯ

На ринку трансформації повітря не сформовано поняття продукту, а також особливо немає фокусних (індивідуальних) пропозицій. Щоб диференціюватися від конкурентів, потрібно:

Стати простими і зрозумілими.

Стати продуктовою компанією, продуктовим трендсеттером. Головне слово бренду – Простота.

ЩО МИ ПРОПОНУЄМО

Просто, в зрозумілий термін і за зрозумілу ціну створюємо комфорт в житті споживача:

Ми створюємо, розвиваємо, стандартизуємо продукти в сегменті.

Ми говоримо на простій і зрозумілій мові.

Ми забезпечуємо кращий клієнтський досвід на ринку.



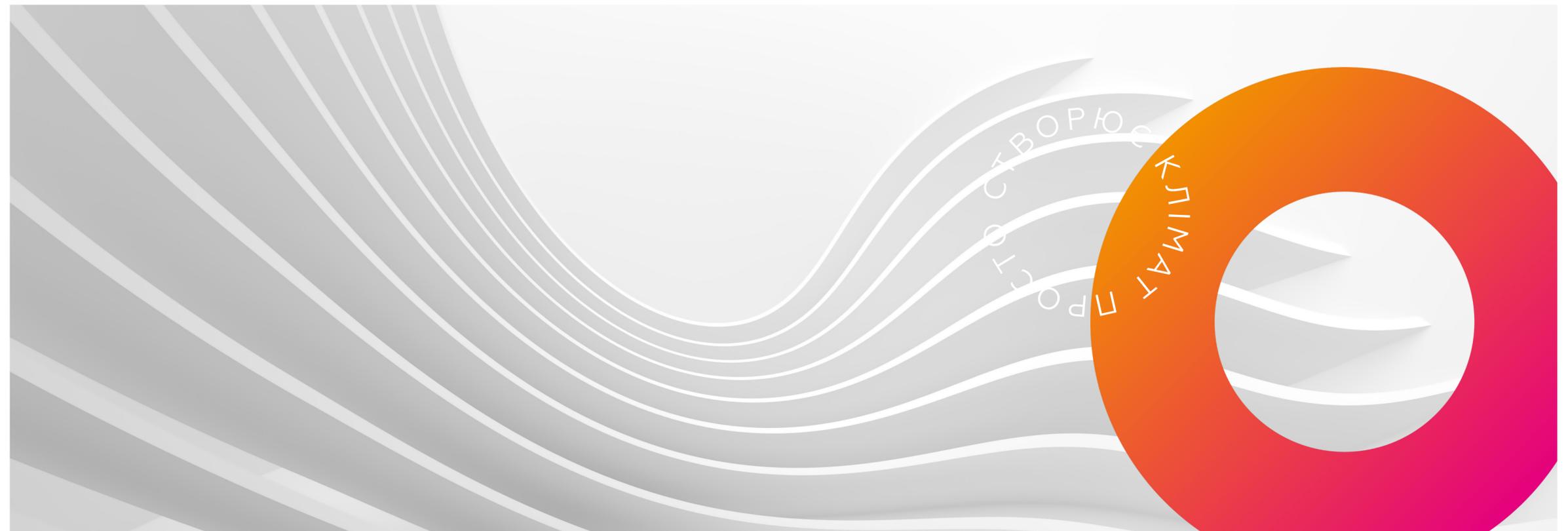
Позиціонування

ПРОДУКТОВЕ ПОЗИЦІЮВАННЯ

Побутові кондиціонери AirWell та KONDI
Напівпромислові кондиціонери AirWell та KONDI
Теплові насоси AirWell та KONDI

ЦІННІСНЕ ПОЗИЦІЮВАННЯ

Персональний менеджер 24/7
Безкоштовна логістика
Відстрочка платежу
Гнучкий підхід у дисконтуванні
Наявність техніки складі
Технічна підтримка
Маркетингова підтримка
Послуги щодо вирішення фінансових питань юридичних осіб
Нівелювання фінансових ризиків при передоплаті
Швидке гарантійне обслуговування та запчастини на складі



Цільова аудиторія

КЛІЄНТИ

Великі оптові дилери/компанії
Дилери (немає компанії, офісу, складу)
Монтажні установи

Будівельні компанії
Приватні монтажники
Учасники тендерів

ПАРТНЕРИ

Маркетплейси
Тендерні майданчики
Проектні та дизайнерські організації

Укр-Китай Коммунікейшин
Компанія AirWell
Великий китайський завод Haier

КАНАЛИ КОМУНІКАЦІЙ

Особисті зустрічі/персональне спілкування
Професійні та отраслеві заходи
Логічні перетини (склад, офіс)

Групи у месенджерах
Соціальні мережі
Виставки та конференції



Ринки збуту

	Сегмент	Підсегмент	Портрет	Ємність ринку
ОПТОВИЙ	B2D	Монтажники, інтернет та спеціалізовані магазини	Монтажник	15%
КОРПОРАТИВНИЙ	B2B/B2C	HoReCa, державні та медичні установи, промислові та будівельні об'єкти, будівельно-проектні компанії тощо	Підприємець Бюджетник Прораб	
РОЗДРІБНИЙ	B2C	Фізичні особи (середній клас, молоді пари тощо), приватні невеликі підприємці	Сімейна пара Підприємець	85%



- 11 Основна версія
- 12 Спрощена версія
- 13 Символ
- 14 Колірні рішення
- 15 Охоронна зона
- 15 Мінімальні розміри
- 16 Неприпустиме використання
- 17 Варіанти розміщення
- 18 Правила написання назви

ЛОГОТИП



Логотип

Основна версія

Логотип KONDI складається з символу та текстового товарного знаку (wordmark).

Варіативним елементом товарного знаку є дескриптор. Написання в дескрипторі може бути українською або англійською мовами, залежно від потреби. Дескриптором за умовчанням є слоган компанії.

Основна конфігурація завжди є кращим варіантом за відсутності технологічних чи виробничих обмежень.



Логотип з англomовним дескриптором

Логотип

Спрощені версії

Спрощена конфігурація буває двох типів:

Спрощена версія без слогану

Застосовується тоді, коли з тих чи інших завдань, застосування слогана недоцільно. Наприклад, під час участі бренду в тих чи інших іміджевих заходах.

Спрощена версія без слогану та символу

Застосовується тоді, коли необхідно зробити акцент саме на назві бренду, або коли немає можливості розмістити символ. Наприклад, при використанні в сувенірній продукції тощо.



СИМВОЛ

Символ – коло, яке символізує синергію сфер впливу бренду Kondi, в середині яких завжди знаходиться комфортний простір для людини.

Оптимальне (комфортне) середовище для людини — це поєднання усіх параметрів мікроклімату, тривалого і систематичного впливу, які забезпечують нормальний тепловий стан людини, зручність для діяльності, умови для комфортного відпочинку, найвищий рівень продуктивності, збереження її здоров'я.



Цілісність сприйняття фірмового стилю забезпечить використання символу лише за прикладами, зазначеними у цьому посібнику.

Логотип

Колірні рішення

Логотип може бути пофарбований:

- у фірмовий фіолетовий колір з градієнтним наповненням символу та розміщується виключно на білому тлі або світло-сірому фірмовому кольорі;
- у фірмовий фіолетовий колір без градієнтного наповнення символу та розміщується виключно на білому тлі або світло-сірому фірмовому кольорі;
- білий текстовий товарний знак та звичайне градієнтне наповнення при розміщенні на фірмовому фіолетовому кольорі, у тому числі з використанням фірмового фіолетового градієнту;
- білий (інверсія), у разі розміщення на інших контрастних фонах. Контрастність має бути не менше 50%.

У разі чорно-білого друку (коли неможливий друк у кольорі) логотип забарвлюється в 100% чорний колір при друку на білому тлі, а в інверсії (білий) при друку на чорному тлі.

Пам'ятайте: ні за яких умов не можна використовувати для логотипу та символу KONDI інші кольори.

Приклади колірних рішень на різноманітних фонах



Чорно-білий
Інверсія

Чорно-білий друк

Інверсія (білий) чорно-білий друк

Охоронна зона Мінімальні розміри

Охоронна зона визначає мінімальну відстань від логотипу до інших графічних або текстових елементів макету, а також до лінії розмежування. Охоронне поле забезпечує найкраще візуальне сприйняття логотипу.

При використанні логотипу (або символу) необхідно розташовувати його у такий спосіб, щоби вільне поле навколо було не менше 1/2 висоти символу.

При використанні спрощеної версії логотипу без символу, необхідно розташовувати його у такий спосіб, щоби вільне поле навколо було не менше висоти літери "к".

Щоби забезпечити якісну візуалізацію логотипу (або символу) та друк без викривлень, не масштабуйте основну символіку до розмірів, які є меншими від зазначених.

За потреби використовувати символіку в великих розмірах можливе лише з пропорційним збільшенням до необхідного розміру.

Збільшення логотипу (або символу) може здійснюватися лише у векторних файлах (eps або ai).

Охоронна зона



Мінімальні розміри



115px / 40mm



87px / 30mm



30px / 10mm

Що не можна робити

Важливо, щоб зовнішній вигляд логотипу залишався незмінним. Логотип не повинен бути неправильно витлумачений, змінений або доповнений.

Не слід робити жодних спроб будь-яким чином змінити логотип. Його орієнтація, колір та склад мають залишатися такими, як зазначено у цьому документі. Винятків немає.

Щоб проілюструвати це, на сторінці показані деякі найімовірніші помилки.

KONDI

Не додавайте ефекти об'єму чи тиснення



Не обводьте елементи логотипу



Не додавайте додаткові кольорові градієнти



Не обертайте логотип



Не додавайте рамки



Не додавайте до логотипу жодного іншого тексту



Посібник з використання фірмового стилю

Не розтягуйте/не стискайте логотип



Не додавайте ефекту тіні логотипу



Не міняйте в логотипі місцями його елементи



Не дублюйте символ або логотип



Не фарбуйте логотип іншими кольорами



Не змінюйте окремо елементи логотипу



Варіанти розміщення

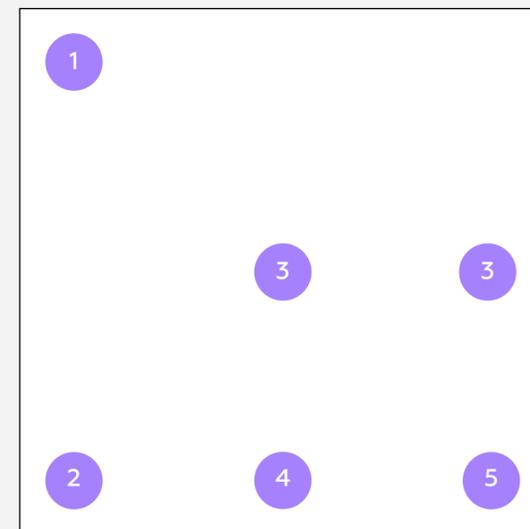
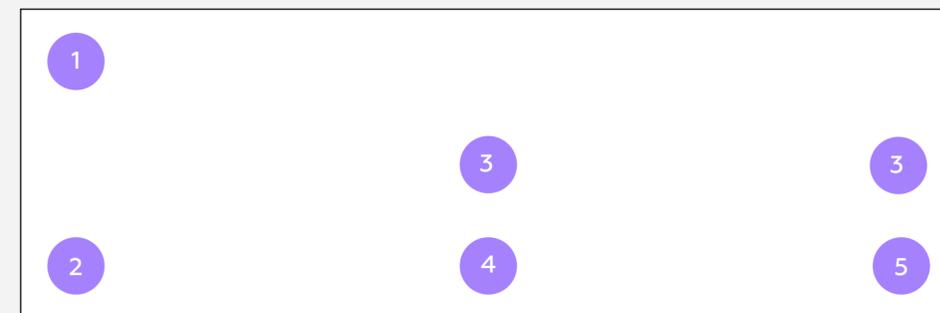
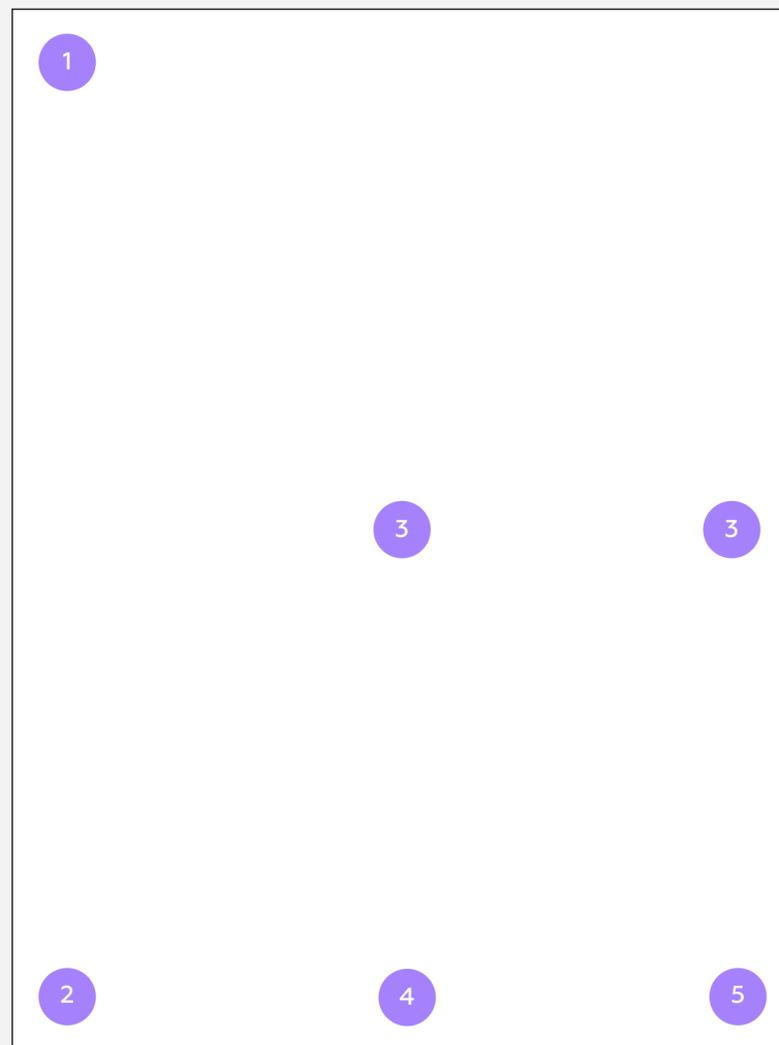
Незалежно від розміру логотипу (або символу) або розміру повідомлення, логотип (символ) можна розміщувати лише у затверджених місцях (праворуч приклади розміщення на різних форматах: портрет, пейзаж, квадрат).

Це робить розміщення логотипу простим і послідовним, забезпечуючи достатню гнучкість для сучасної динамічної графічної системи.

Будь ласка, пам'ятайте про охоронну зону логотипу під час розміщення логотипу в кутку.

Пріоритетні варіанти розміщення:

1. верхній кут ліворуч;
2. нижній кут ліворуч;
3. посередені вертикально по центру або праворуч;
4. нижній кут по центру;
5. нижній кут праворуч.



Правила написання назви бренду

Обов'язково в усіх текстових або графічних друкованих та електронних матеріалах назва бренду має напис тільки латинськими літерами у верхньому регістрі. Дозволяється виділення.

Якщо законодавство тієї чи іншої країни вимагає переклади оригінальної назви бренду, тоді оригінальна назва обов'язково перекладається за допомогою перекладацької транскрипції, а не прямим перекладом.

Дозволені та забронені варіанти написання

Дозволено

Написання тільки латинськими літерами у верхньому регістрі. Дозволяється виділення. Наприклад:

Мережа шоурумів KONDI
Мережа шоурумів KONDI

Заборонено

Написання назви у змішаному регістрі, або не латинськими літерами, або курсивом, або в лапках. Наприклад:

Мережа шоурумів Kondi
Мережа шоурумів Конді
Мережа шоурумів «Kondi»
Мережа шоурумів «Kondi»

Виняток

Слово поміщається в лапки в юридичній та бухгалтерській документації, а також при транслітерації. Наприклад:

Мережа шоурумів ТОВ «КОНДІ»

- 20 Основні кольори
- 21 Градієнти

Колірна гама



Колірна гама

Основні кольори

Наш бренд заснований на палітрі кольорів, розробленої, щоб бути свіжою, сучасною і відмінною.

Фіолетовий, помаранчевий і темно-сірий (для тексту) - фірмові кольори нашого бренду, що супроводжуються додатковим набором градієнтів (див. наступну сторінку), створюють динамічний контраст і надають енергії нашому бренду.

Фіолетовий	RGB 102 / 36 / 130	HEX #662482	CMYK 75 / 100 / 0 / 0	PANTONE 2632 C
Помаранчевий	RGB 235 / 102 / 8	HEX #EB6608	CMYK 0 / 70 / 100 / 0	PANTONE Orange 021 C
Темно-сірий	RGB 47 / 47 / 47	HEX #2F2F2F	CMYK 73 / 64 / 59 / 69	PANTONE 426 C

Колірна гама

Граденти

Граденти внесені до палітри для збагачення можливостей дизайну.

Граденти використовують у діджиталі та при повнокольоровому друці. Залежно від потреби дизайну, ними може бути пофарбована плашка під текст або фон.

RGB
242 / 145 / 0

HEX
#F29100

CMYK
0 / 50 / 100 / 0

RGB
229 / 0 / 0

HEX
#E5007E

CMYK
0 / 100 / 0 / 0

RGB
148 / 27 / 128

HEX
#EB6608

CMYK
50 / 100 / 0 / 0

RGB
71 / 38 / 130

HEX
#472682

CMYK
90 / 100 / 0 / 0

Типографіка



Фірмовий шрифт

Наш фірмовий шрифт – Geometria. Це простий, чистий та елегантний шрифт, який доповнює наш логотип. Шрифт без засічок сміливий та сучасний, класичний та доброзичливий. Працює як сучасна функціональна друкарня на цифрових платформах та у друкованих матеріалах.

Ліцензія: (c) 2012 by Vyacheslav Kirilenko, Gayane Bagdasaryan.

Альтернативні шрифти

У ситуаціях, коли неможливо використовувати Geometria, можна використовувати Arial. Ми використовуємо його лише тоді, коли Geometria недоступний, наприклад Google Docs або MS PowerPoint, Word або Outlook.

Це дозволяє уникнути проблем з несумісністю, коли документи надсилаються третім особам, які не мають Geometria. Це гарантує, що документи помітні так, як ми їх збираємо.

Не використовуйте Arial на професійно оформлених матеріалах, таких як брошури та вивіски.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 АБВГДЕЖЗИКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЄЮЯ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 абвгджзиклмнопрстуфхцчшщєюя
 1234567890#&\$€%@!?*

Стили

Light
 Regular
 Medium
 Bold

Geometria

Фірмовий шрифт

Ієрархія використання

Для створення чіткої ієрархії важливо, щоб ми забезпечували різницю між різними видами інформації.

Справа приклад ієрархії накреслень основних текстових блоків (від заголовка до ординарного тексту). Важливо дотримуватися пропорцій, трекінгів і розташування тексту, зазначених у цьому документі, щоб досягти однаковості бренду в цілому.

При створенні заголовків важливо, щоб розмір залежав від обсягу тексту. Спробуйте використати хоча б 200% різницю у розмірі. Наприклад, базовий розмір 12pt означатиме мінімальний наступний розмір буде 24pt.

У випадках, коли використовується дрібний заголовок, збільште розмір шрифту у співвідношенні (1x, 1,5x, 2x).

Наприклад, при використанні базового розміру 12 пунктів, крок становитиме 12 пунктів, 18 пунктів - 24 пункти, 30 пунктів - 36 пунктів тощо.

Заголовки
Geometria Bold
Size: 72pt, Титульний
Leading: 72pt
Tracking: -20
Case: Sentence

Підзаголовок
Geometria Regular /Medium
Size: 36pt
Leading: 39.6pt
Tracking: -10
Case: Sentence

Ординарний текст
Geometria Light / Regular
Size: 18pt
Leading: 21.6pt
Tracking: 0
Case: Sentence

Сноски
Geometria Regular
Size: 13pt
Leading: 15.6pt
120% Line Height
Tracking: 0

Цитати
Geometria Medium
Size: 20pt
Leading: 24pt
Tracking: 0
Case: Sentence
Line stroke width 5pt
Attribution: 12pt

РОЗСЛАБСЯ. МИ ВСЕ ЗРОБИМО

Ми самі підберемо кліматичне обладнання,
встановимо та будемо.
Комфортний клімат — наша зона відповідальності.

Ми несемо відповідальність за обладнання, яке встановили. Тому самі телефонуємо, щоби домовитися про зустріч для проведення сервісного обслуговування придбаної кліматичної техніки.

Ми відразу скажемо повну ціну встановлення. Наші хлопці встановлюють впевнено, швидко та чисто, залишаючи після себе лише комфортний клімат і приємне відчуття задоволення.

Той момент, коли команда діє чітко згідно з інструкцією, інженер постійно супроводжує та контролює, а кошторис не збільшується в процесі робіт.

Інженер знає, що потрібно твоєму приміщенню та як це зробити. З великого вибору продуктів він обирає тільки те, що буде ефективно виконувати поставлені завдання.

ОЛЕКСАНДР СМІРНОВ, інженер KONDI

Інженер знає, що потрібно твоєму приміщенню та як це зробити. З великого вибору продуктів він обирає тільки те, що буде ефективно виконувати поставлені завдання.

ОЛЕКСАНДР СМІРНОВ, інженер KONDI

Key Visual



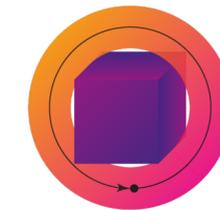
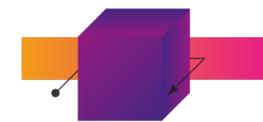
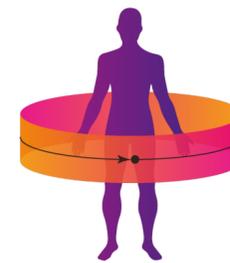
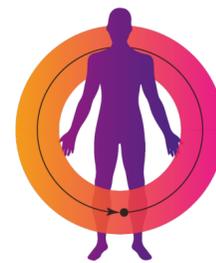
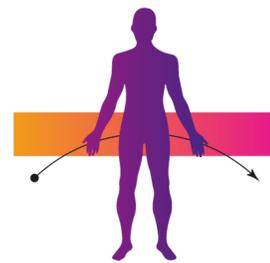
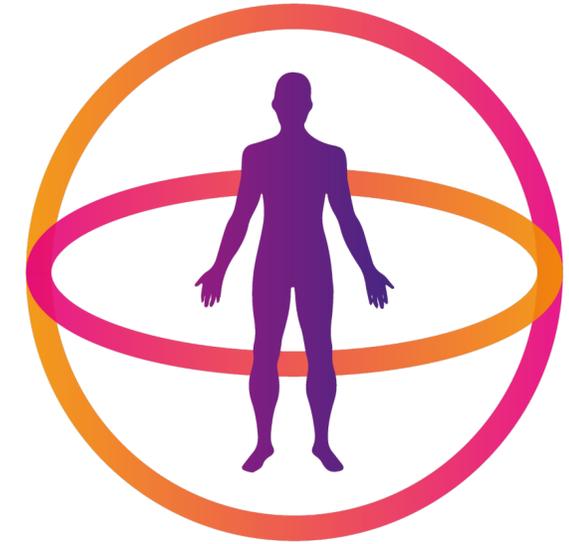
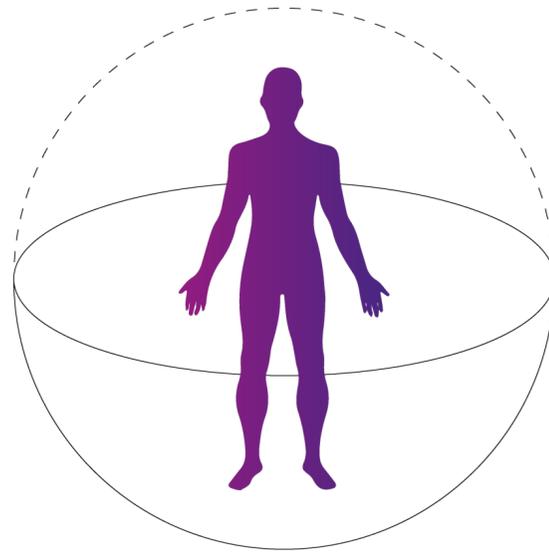
Key Visual

Ідея

Оптимальне (комфортне) середовище для людини — це поєднання усіх параметрів мікроклімату тривалого і систематичного впливу, які забезпечують нормальний тепловий стан людини, зручність для діяльності, умови для комфортного відпочинку, найвищий рівень продуктивності, збереження її здоров'я.

Для створення єдиного образу бренду використовується принцип візуалізації знаку (кольорового кола) KONDI навколо людини, брендovanого об'єкта або його частини, ключових елементів, або в якості фону.

Символ KONDI — основа Key Visual і його покликання створювати оптимальне середовище навколо людини.



Key Visual

Принципи оформлення

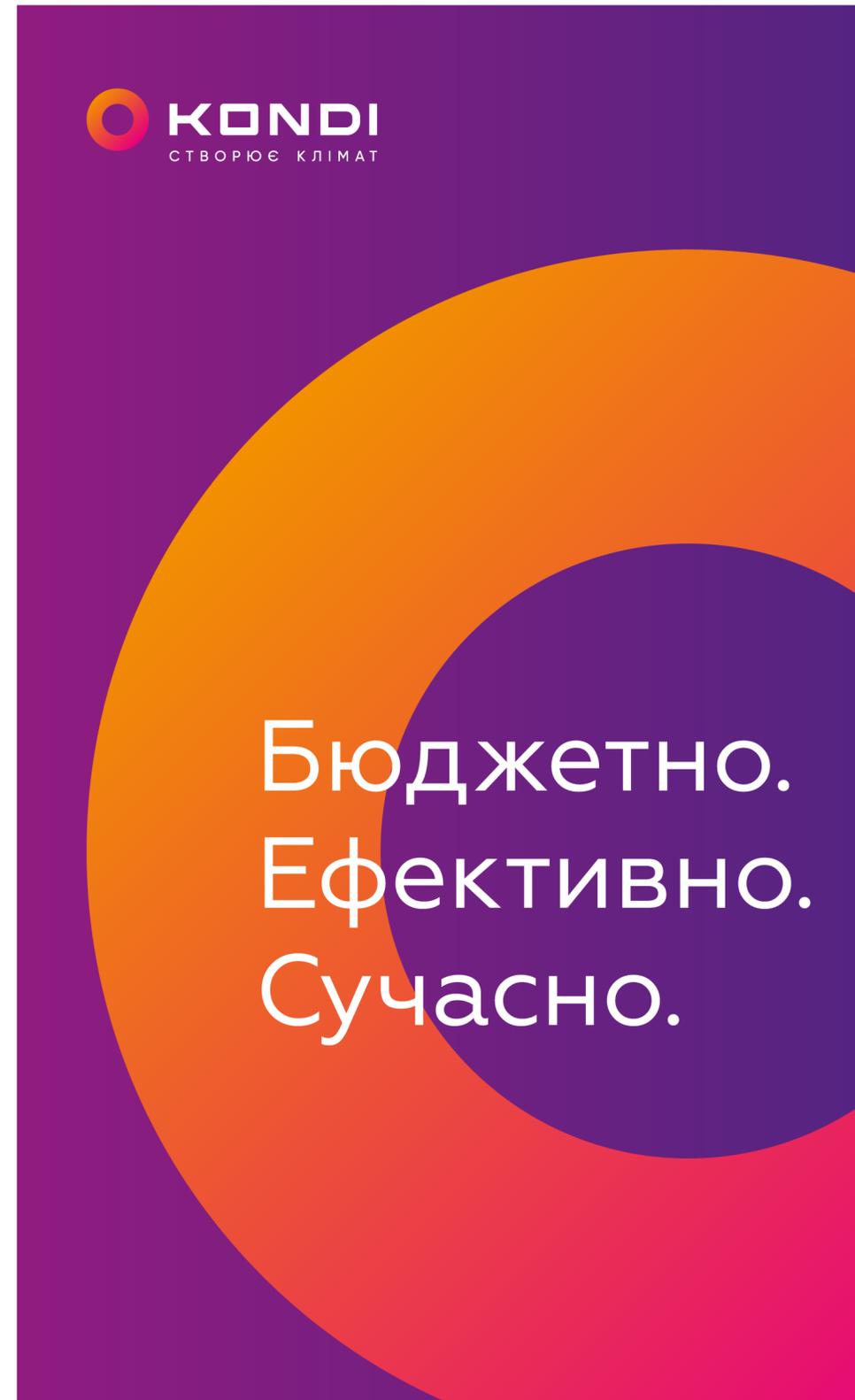
Використовується як основний елемент фірмового стилю для акцентування уваги на ключовому зображенні або важливому текстовому блоці.

Може бути частиною фонового зображення або як окремий додатковий елемент фірмового стилю, імітувати печатку, watermark із вписаним у коло слоганом.

На практиці це може бути відтворено як на сюжетах Key Visual, так і навколо реальних предметів.

Key Visual (коло) використовується з непрозорістю 90%. Дозволяється перекриття частини кола людиною або тим чи іншим об'єктом. Чудовим рішенням буде поєднання кола з watermark із вписаним у коло слоганом.

Головна теза принципу — обертати, обіймати, оточувати.



29 Indoor unit
30 Outdoor unit

Іконографіка



Іконографіка

Indoor unit

Основний стиль: line-art у колі. Чистий та мінімалістичний стиль.

Колірна гама: фірмові кольори (залежно від потреб дизайну). Забороняється використовувати два кольори в одній іконці, тінь та градієнтне наповнення.

Іконки можуть мати фон: прозорий, білий або один з фірмових кольорів.

INDOOR UNIT

1. WIFI
2. Self antibacterial
3. Cooling and heating
4. Auto mode
5. Auto Vertical Airflow
6. Super Quiet
7. Whispering Air
8. Comfortable Sleep
9. Auto restart
10. Turbo cooling
11. A-PAM control
12. Energy Class A
13. Energy Class A+
14. Energy Class A++
15. Ionic Sterilization
16. Electrostatic fiber filter
17. Auto clean
18. Tri Guard Filter
19. 3D airflow
20. Silver ion sterilization
21. Warm Start
22. LED Display



При додаванні нових іконок необхідно враховувати наведені праворуч приклади іконок на різному тлі та з різними кольорами, відповідно до вимог брендбуку.

Іконографіка

Outdoor unit

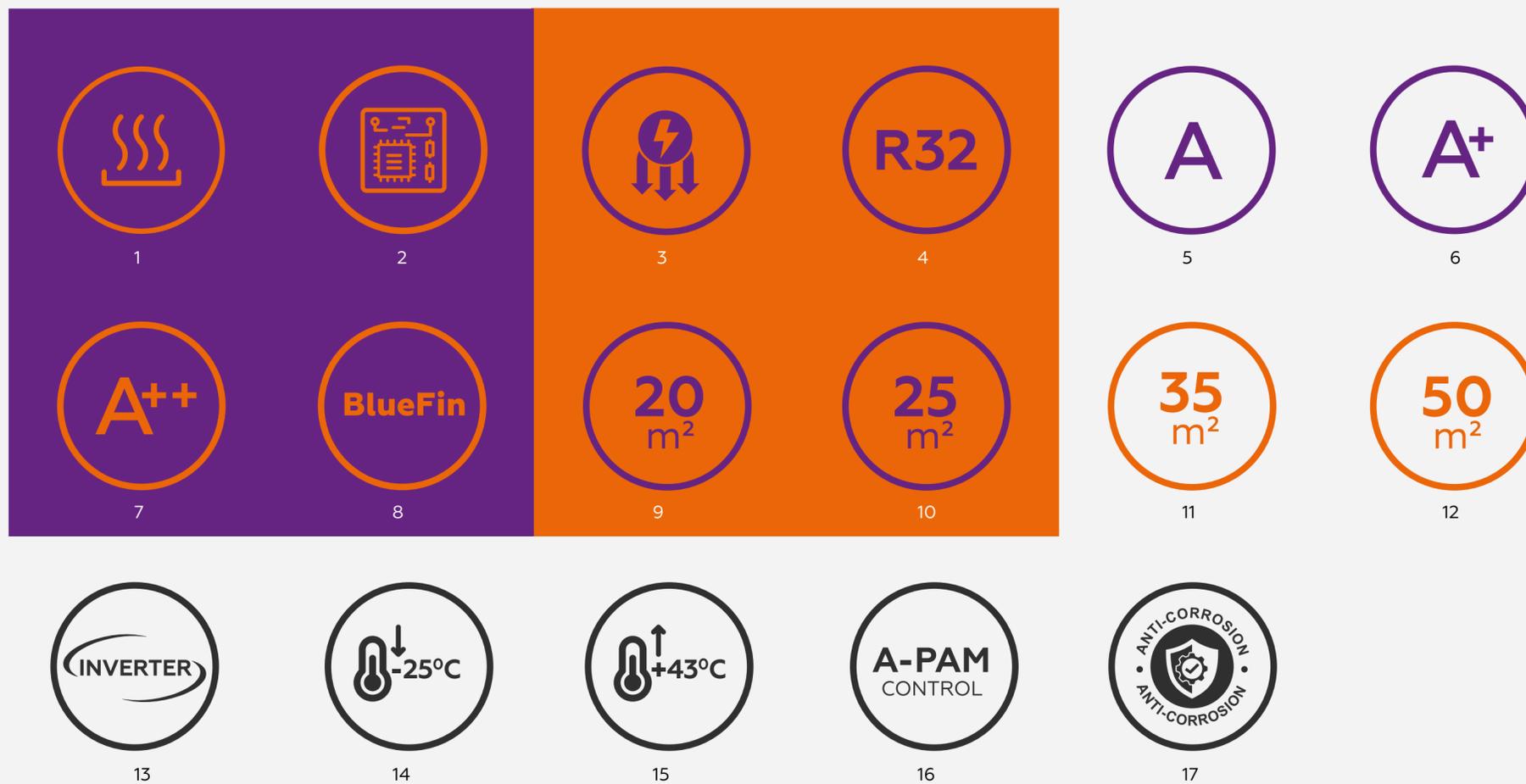
Основний стиль: line-art у колі. Чистий та мінімалістичний стиль.

Колірна гама: фірмові кольори (залежно від потреб дизайну). Забороняється використовувати два кольори в одній іконці, тінь та градієнтне наповнення.

Іконки можуть мати фон: прозорий, білий або один з фірмових кольорів.

OUTDOOR UNIT

1. Bottom electrical heater
2. Hyper PCB
3. Low Watt Standby
4. R32
5. Energy Class A
6. Energy Class A+
7. Energy Class A++
8. BlueFin
9. 20 m²
10. 25 m²
11. 35 m²
12. 50 m²
13. Inverter
14. Heating to -25C
15. Cooling + 43C
16. A-PAM control
17. Anti-Corrosion



При додаванні нових іконок необхідно враховувати наведені праворуч приклади іконок на різному тлі та з різними кольорами, відповідно до вимог брендбука.

- 32 Фірмовий бланк
- 33 Конверт
- 34 Візитна картка
- 35 Фірмова тека
- 36 Бейдж
- 37 Електронна презентація

Ділова документація



Фірмовий бланк

Фірмовий бланк існує у двох варіантах: друкована та електронна версія.

Електронна версія бланка йде разом із брендбуком у форматі .doc. Майстер шаблон має встановлену розмітку під розмір шрифту та правильні відступи, згідно з наведеним прикладом праворуч.

Основні параметри

Формат: А4

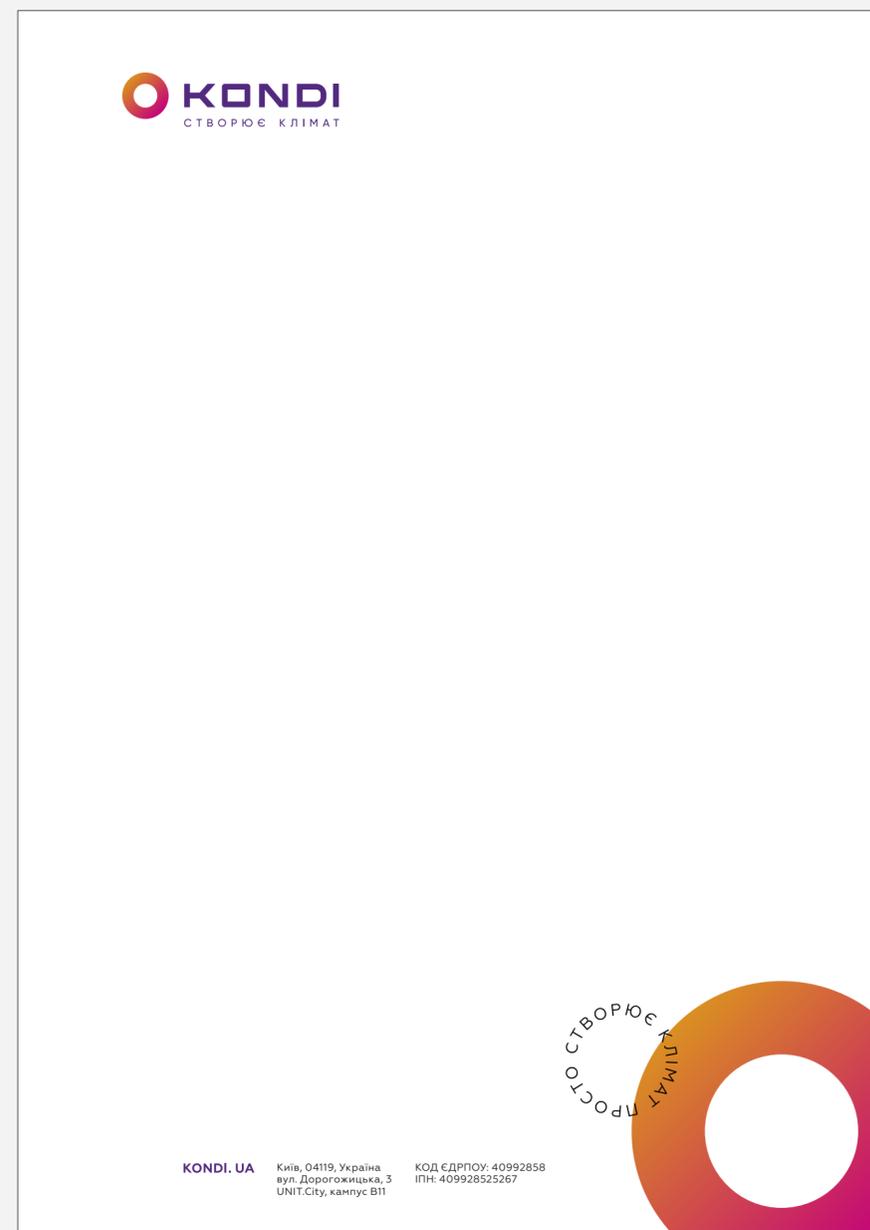
Папір:

білий (100 % білизна), некрейдований, преміум-класу, щільністю не менше 100 г/м².

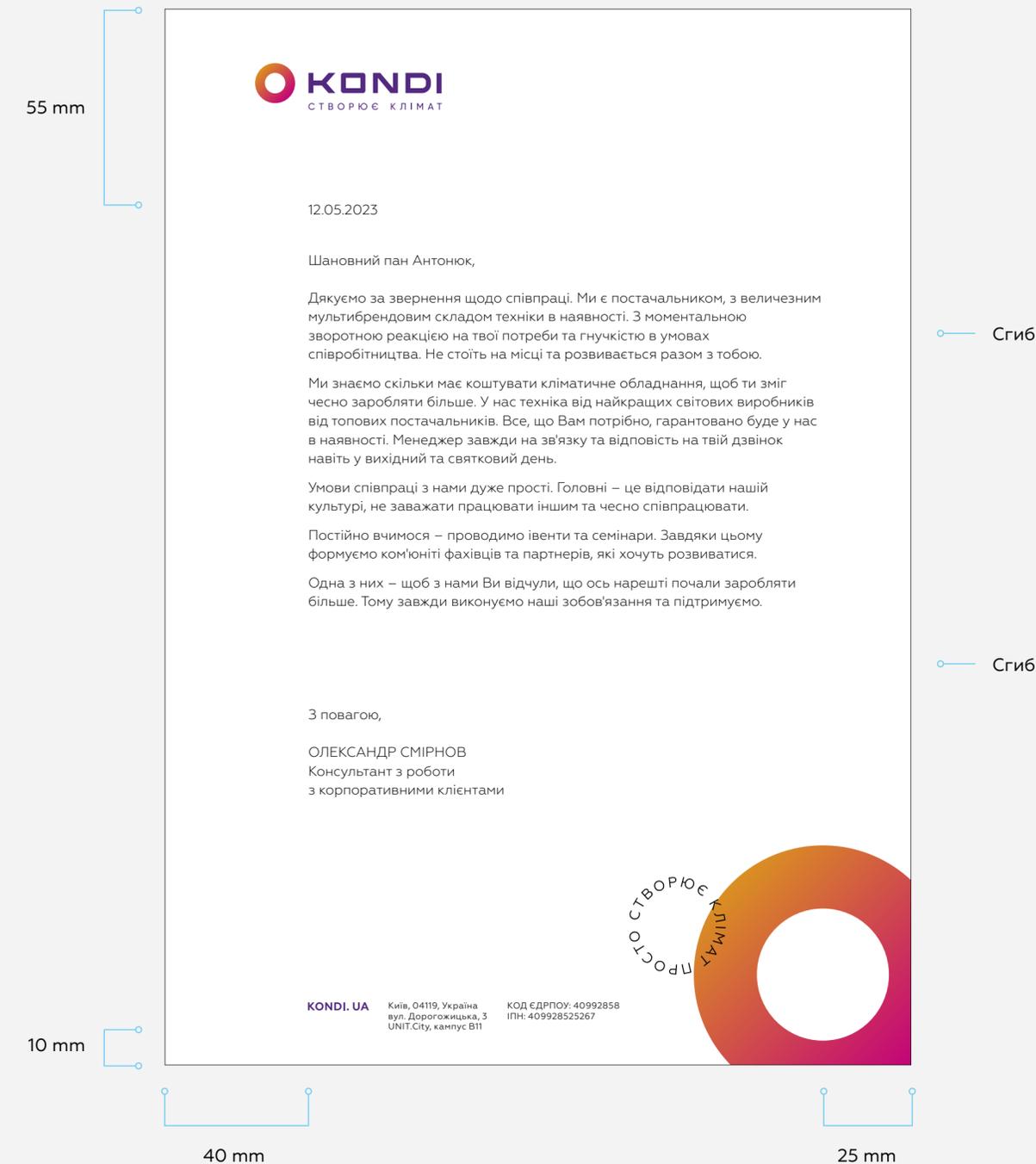
Друк:

офсетний з тисненням лого.

Фірмовий бланк А4



Приклад наповнення



Конверт

Праворуч наведено основні формати конвертів. Логотип та адресний блок є постійним композиційним елементом лицьової сторони для всіх типів конвертів.

Як додатковий елемент може використовуватися Key Visual та фірмовий слоган у колі.

Основні параметри

Формат: DL, C4, C5, C6.

Папір:

білий (100 % білизна), некрейдовани, преміум-класу, щільністю не менше 120 г/м².

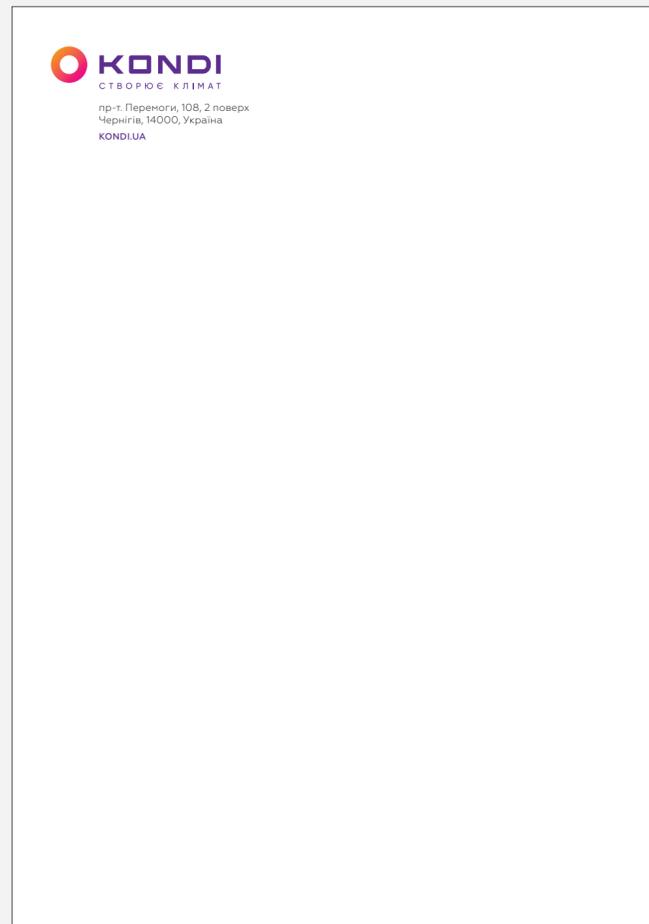
Друк:

офсетний з тисненням лого.

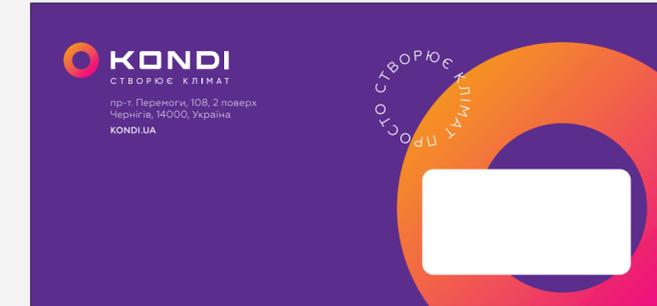
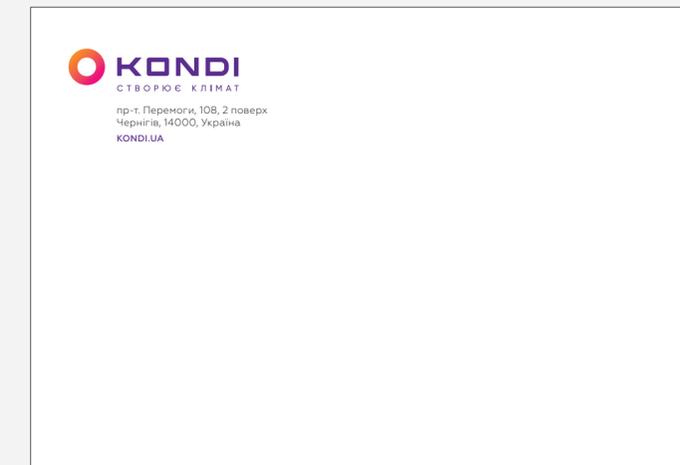
DL



C4



C5



Візитна картка

Персональна та корпоративна

Використовуються два типи візитних карток: персональна та корпоративна.

Друк рекомендується проводити офсетним методом. Друк СМΥК або Pantone (3 кольори).

Основні параметри

Розмір: 90 мм x 50 мм

Папір:

білий (100 % білизна), некрейдований, преміум-класу, щільністю не менше 300 г/м².

Лицьова сторона

Персональна



Корпоративна



Зворотня сторона

Два варіанти, дійсні як для персональної так і корпоративної візитівки



Фірмова тека

Фірмова тека містить логотип на обкладинці, слоган і адресний блок на зворотньому боці.

Також використовується Key Visual та фірмовий слоган у колі, як додаткові елементи оформлення на обкладинці або на внутрішньому розвороті.

Рекомендується однобічне (з лицьової сторони) ламінування матовою плівкою та вибірковий лак на обкладинці, який повторює елементи Key Visual та слогану у колі.

Основні параметри

Розмір: А4+

Щільність: 450 gsm

Друк:
СМУК + матова плівка

Папір:
Splendorgel Extra White



Бейдж

Рекомендується персоналізовані та неперсоналізовані. Оптимальний варіант – вертикальний, з брендваним ремінцем.

Друк бейджів можливий як на пластикових магнітних картках доступу, так і на ламінованому папері чи картоні для подальшого монтажу в спеціальну форму.

Основні параметри

Розмір:

55 x 85 мм (пластик),

60 x 80 мм (картон із чехлом)

Матеріал:

Пластик або ламінований картон

Друк:

Цифровий

Креплення:

Карабін із ремінцем або кріплення до одягу



Електронна презентація

Завдання шаблону електронної презентації компанії або продукту – автоматизувати та уніфікувати створення співробітниками якісних презентацій в єдиному стилі.

Рекомендовано використання лише тих кольорів, шрифтів, спеціальних ефектів та анімації, які додані в шаблон.

Файл KONDI Presentation.pptx містить спеціально розроблені стандартні шаблони сторінок.

Основні параметри

Розмір:
16:9, 16:10

Друк:
цифровий

Тип:
Power Point

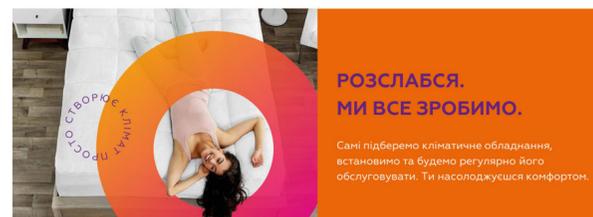
Колірна гама



KONDI

- 7

Приклади оформлення



KONDI

- 10



Комфортний клімат – наша зона відповідальності



Добре знаючи всі популярні вимоги до клімату в житлових та комерційних приміщеннях, ми склали ряд рішень з відповіддю на кожну забаганку та кожен бюджет. Вибрали найкраще з різних цінових категорій обладнання лише з необхідними функціями. Ти не витрачаєш час на пошуки та огляди, вивчаючи характеристики та функції кондиціонера. Визначся з бюджетом і дивись, що тобі підходить із кращого, підбраного нами.

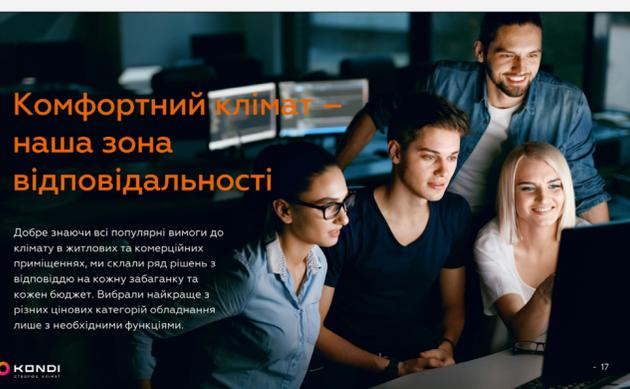
KONDI

- 14



КОМФОРТНИЙ КЛІМАТ – НАША ЗОНА ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

KONDI.UA



KONDI

- 17

Приклади верстки діаграм



Sedma diam dnie nonumy eirmod tempor iunt utony the labore etodre dolore magna aliyam dendo frond ironds lares in this ins meras greadon.

KONDI

- 21

- 39 Пакети
- 40 Ручки та олівці
- 41 Чашки
- 42 Щоденник та блокнот
- 43 Рюкзак
- 44 Парасоля
- 45 Одяг

Сувенірна продукція



Пакети

Сувенірна продукція має бути безпечною, корисною, прогресивною та сучасною. Переконайтеся, що люди, для яких вона призначена, її гідно оцінять.

При нанесенні брендування слід вибрати спосіб, який забезпечить максимальну зносостійкість зображення.

Праворуч приклад паперових пакетів. Вони можуть бути виконані у фірмових кольорах: помаранчевий або фіолетовий. Дозволяється варіант у білому кольорі.

Основні параметри

Розміри: 190 x 230 x 80 мм, 230 x 330 x 80 мм, 350x250x90 мм.

Матеріал: білий, фактурний дизайнерський папір, 350-400 гр/м³.

Шлейки:

кручені паперові ручки, вони натякають на чистоту та екологічність.



Ручки та олівці

Рекомендовано замовляти лише якісні ручки та олівці європейських виробників.

Ідеально використовувати варіант, коли ручка або олівець має різний колір (залежно від напрямку діяльності). Приклади праворуч.

Основні параметри

Матеріал:

Ручки: якісний пластик, метал (срібло).

Олівці: не менше 50 % корпусу виготовлені з вторинного матеріалу; твердість: HB

Метод нанесення:

Ручки: тамподрук або гравування

Олівці: тамподрук

Колір:

Білий або фіолетовий



Чашки

Праворуч приклади брендування кавових чашок для клієнтів (біла) та офісних кухлів для чаю.

Важливо, щоб чашки та кухлі були стриманої форми.

Не рекомендується розміщення номерів телефонів та адрес сайту.

Основні параметри

Об'єм: до 310 мл.

Матеріал:
Якісна порцеляна або кераміка

Друк:
тамподрук

Колір:
білий або фіолетовий



Щоденник та блокнот

Рекомендуємо іміджеві подарункові щоденники та звичайний офісний варіант блокноту з пружиною.

Основні параметри

Розмір:

A5, A6: іміджевий; A4, A5: офісний

Матеріал:

Іміджевий: якісний шкірозамінник

Офісний: ламінований картон

Кріплення:

Іміджевий: склійка

Офісний: пружина, біла або металік

Колір:

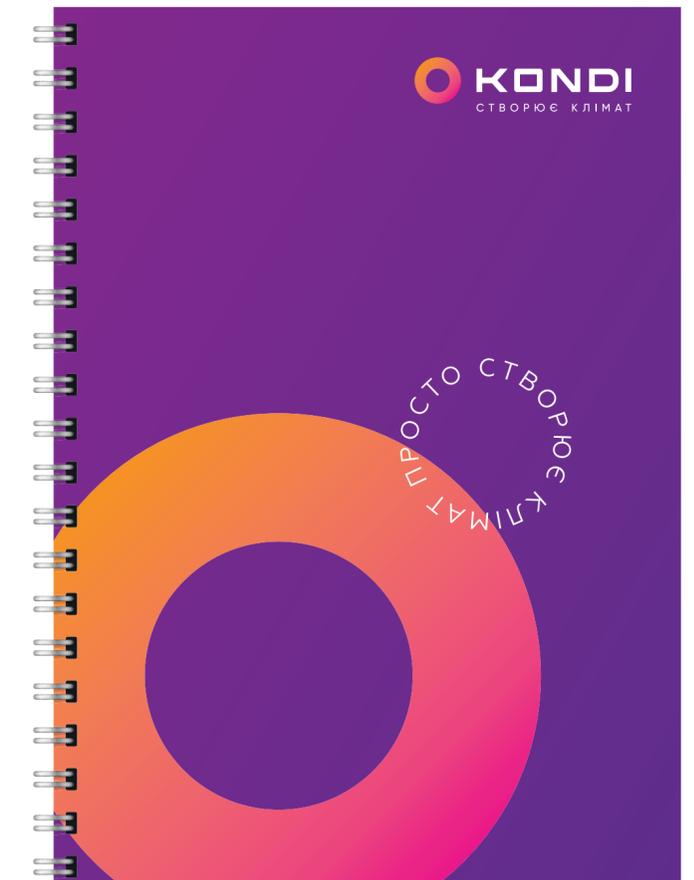
Основний: білий. Додаткові: будь-який з фірмової палітри.



Іміджевий щоденник з обкладинкою (A5 або A6)



Іміджевий щоденник із гумкою (A5 або A6)



Офісний блокнот (A4 або A5)

Рюкзак

Популярний і багатофункціональний рюкзак-мішок. Ідеально підходить для комплектування Welcome pack. Може використовуватися в якості заміни поліетиленовим пакетам.

Основні параметри

Розмір:
450 x 350 мм або інший

Матеріал:
100 % поліестер

Друк:
високоякісний сублімаційний друк



Парасоля

Легкі літні парасольки від сонця для клієнтів.
Можуть бути виконані у двох фірмових кольорах:
білий або фіолетовий.

Основні параметри

Розмір:
трость 800 мм, купол 900-1000 мм

Матеріал:
якісній нейлон білого або фіолетового кольору,
дерев'яна або якісна пластмасова ручка

Друк:
тамподрук



Одяг

Брендування краще робити, підбираючи високоякісні речі, з урахуванням умов експлуатації майстрами, та більш презентабельні для топ-менеджменту.

За типом одягу - це може бути будь-який високоякісний одяг з індивідуальним брендуванням: поло, сорочки, футболки тощо.

Праворуч приклад брендування поло-теніски. Вона може бути виконана у двох фірмових кольорах: білий та фіолетовий, із вставками або без них.



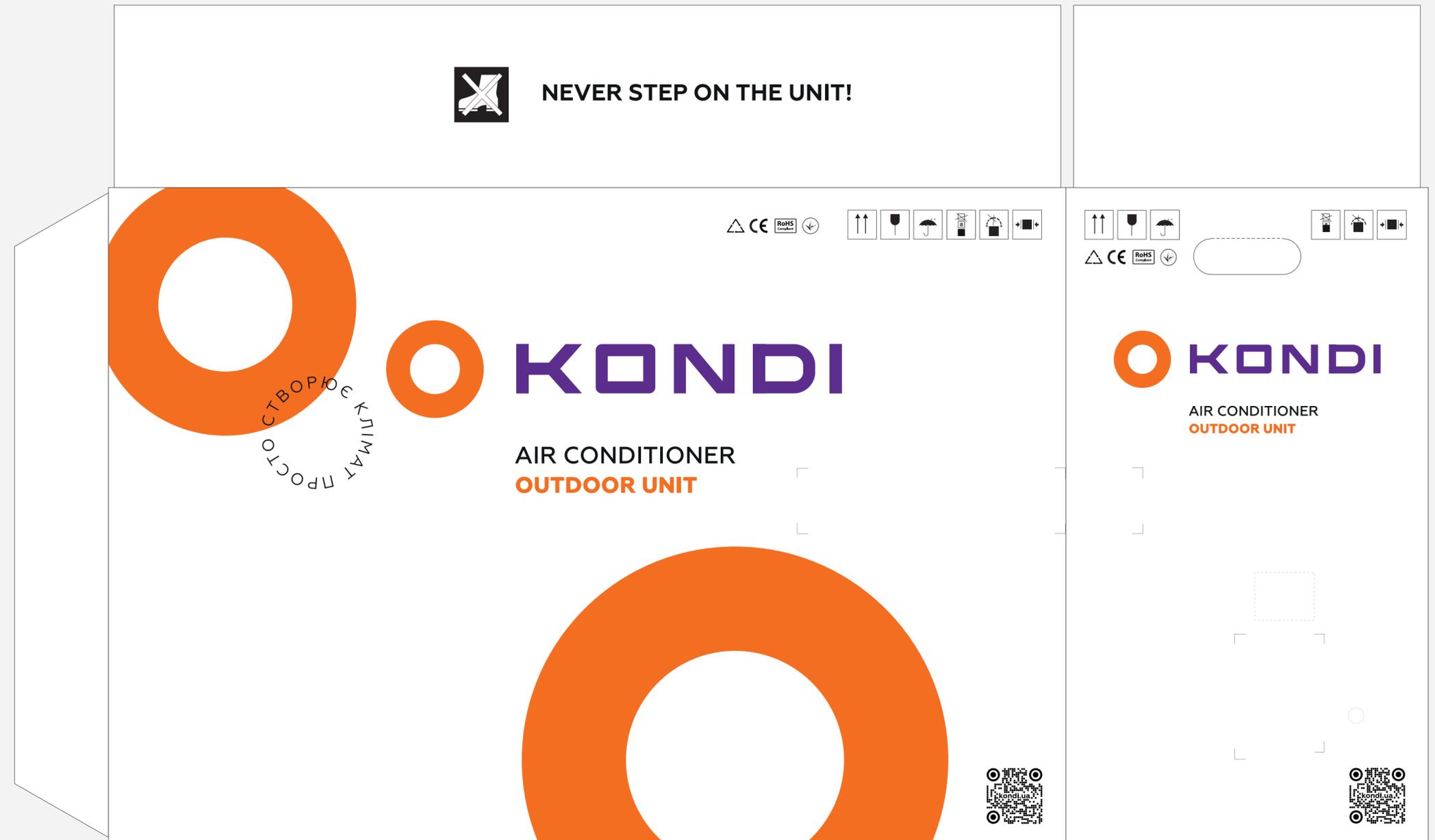
- 47 Коробка для зовнішнього блоку
- 48 Коробка для внутрішнього блоку
- 49 Стрічка для коробок
- 50 Наліпка для зовнішнього блоку
- 51 Гарантійний талон
- 52 Інструкція Wi-Fi модуля
- 53 Інструкція з інсталяції та експлуатації
- 54 With Compliments
- 55 Прайс-лист
- 56 Комерційна пропозиція
- 57 Пакет для документів

Оформлення продукції бренду



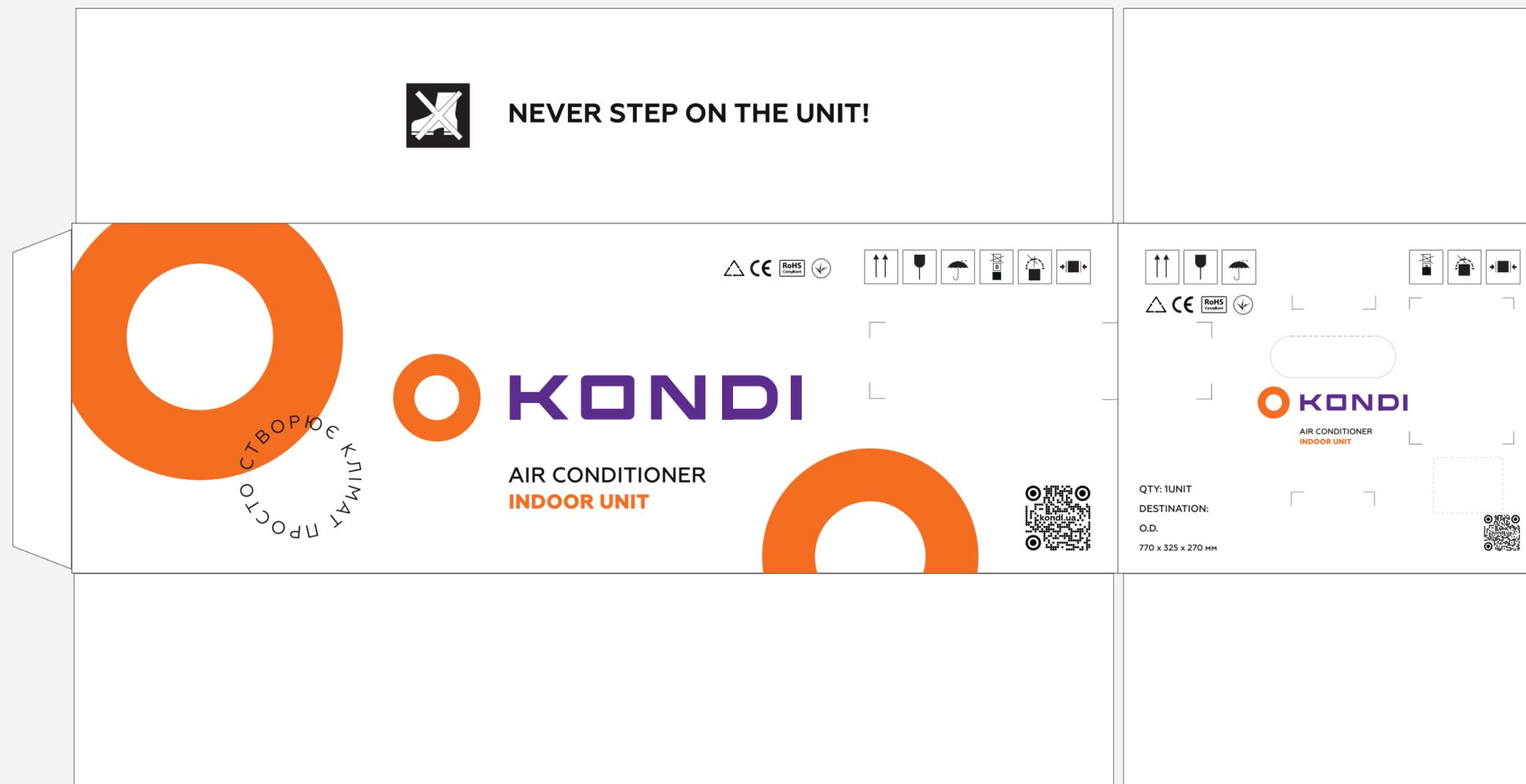
Коробка для наружного блока

Праворуч майстер-макет коробки зовнішнього блоку кондиціонера. Дизайн виконаний відповідно до всіх стандартів, описаних у даному брендбуку.



Коробка для внутрішнього блоку

Праворуч майстер-макет коробки внутрішнього блоку кондиціонера. Дизайн виконаний відповідно до всіх стандартів, описаних у даному брендбуку.



Стрічка для коробок

Праворуч приклад дизайну стрічки для укріплення коробок внутрішнього та зовнішнього блоків кондиціонера. Дизайн виконаний відповідно до всіх стандартів, описаних у даному брендбуку.

Основні параметри

Розмір:

Ширина 90-100 мм (або інша, залежно від потреб)

Друк:

Високоякісний цифровий друк з ламінуванням для зовнішнього використання.



Наліпка для зовнішнього блоку

Праворуч майстер-макет наліпки на зовнішній блок кондиціонера. Дизайн виконаний відповідно до всіх стандартів, описаних у даному брендбуку.

Наліпка може мати скруглені кути (в залежності від місця нанесення та потреби).

Основні параметри

Розмір:

150 мм x 150 мм (або інший, залежно від потреб)

Друк:

Високоякісний цифровий друк з ламінуванням для зовнішнього використання.



Гарантійний талон

Праворуч майстер-макет Гарантійного талону.
Дизайн виконаний відповідно до всіх
стандартів, описаних у даному брендбуку.

Основні параметри

Розмір:
148 мм x 210 мм (або інший, залежно від потреб)

Папір: білий (100 % білизна), некрейдований,
преміум-класу, щільністю не менше 200 г/м²

Друк:
Цифровий або офсетний

ГАРАНТІЙНИЙ ТАЛОН

Модель кондіонера

Серійний номер

Дата покупки Дата монтажу

Адреса монтажу

Контакти компанії-продавця (адреса та телефон)

Підпис / печатка компанії продавця

KONDI.UA

Інструкція Wi-Fi модуля

Праворуч майстер-макет інструкції Wi-Fi модуля. Дизайн виконаний відповідно до всіх стандартів, описаних у даному брендбуку.

Основні параметри

Розмір:

148 мм x 210 мм (або інший, залежно від потреб)

Папір: білий (100 % білизна), некрейдований, преміум-класу, щільністю не менше 200 г/м²

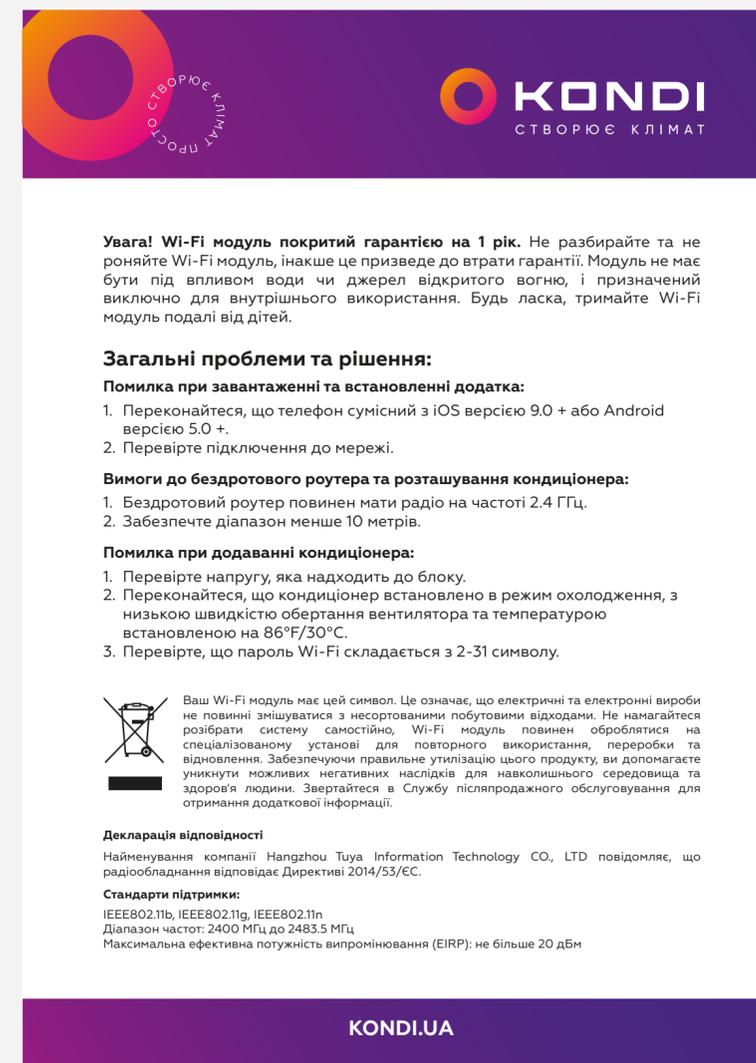
Друк:

Цифровий або офсетний

Лицьова сторона



Зворотня сторона



Інструкція з інсталяції та експлуатації

Праворуч майстер-макет інструкції з інсталяції та експлуатації на прикладі кондиціонера KONDI спліт-типу. Дизайн виконаний відповідно до всіх стандартів, описаних у даному брендбуку.

Основні параметри

Розмір:

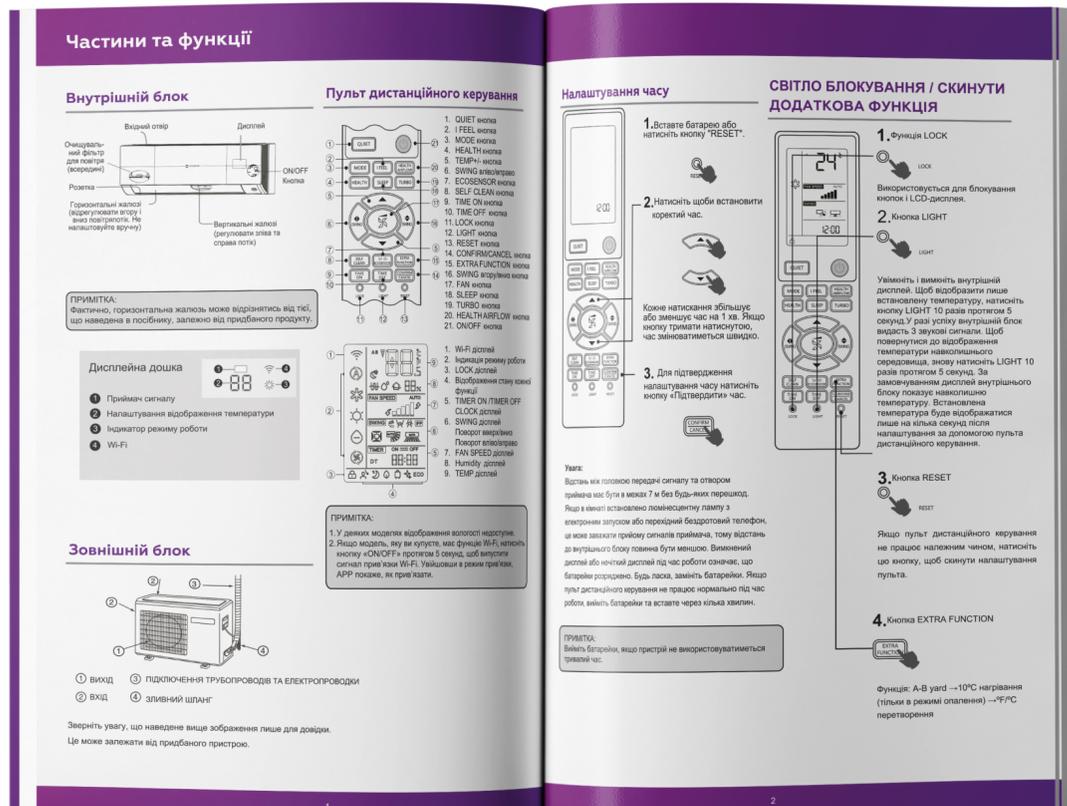
A4

Папір:

За стандартами виробника кондиціонерів

Друк:

За стандартами виробника кондиціонерів



With Compliments

With Compliments картка для вручення клієнту (подяка, часто з невеликим подарунком).

Місце по центру картки служить для особистої подяки клієнту, написане обов'язково від руки.

Основні параметри

Формат: 210 mm x 99 mm.

Папір: білий (100 % білизна), некрейдований, преміум-класу, щільністю не менше 120 г/м².

Друк: офсетний або цифровий.

Лицьова сторона

WITH COMPLIMENTS

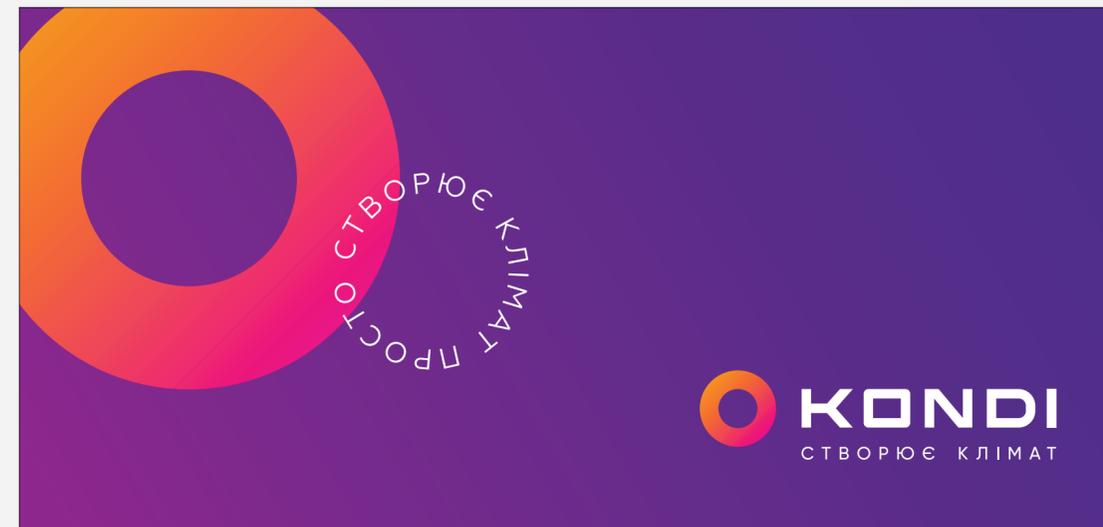
*Щиро дякуємо Вам за придбання кондиціонерів від KONDI!
Завжди будемо раді продовженню співпраці!*

Ваш персональний консультант,

Олександр Захаров



Зворотня сторона



Прайс-лист

Праворуч майстер-макет одної з сторінок (всього 5 сторінок) прайс-листу продукції KONDI. Дизайн виконаний відповідно до всіх стандартів, описаних у даному брендбуку.

Основні параметри

Розмір:
A4 Landscape

Папір: білий (100 % білизна), некрейдований, преміум-класу, щільністю не менше 150 г/м².

Друк:
Цифровий або офсетний.



КОНДИЦІОНЕРИ СПЛІТ-СИСТЕМИ KONDI

Прайс діє з 01.01.2024	Модель	BTU	Потужність, кВт		Фреоно магістраль	Розмір Ш/В/Г, мм		Підключення живлення	KONDI Ціна, USD	PPЦ, грн	KONDI PПЦ Promo 2024, грн	
			Охолодження	Обігрів		Зовнішній блок	Внутрішній блок					
KONDI	B-LINE	ON/OFF	Завод Haier , R32, Silver ion sterilization, Auto Vertical Airflow, Super Quiet, Auto restart, Whispering Air, BlueFin, Warm Start, Heating -7°C, New Ergonomic controller, Energy Class A									
	KD-07SB/KND07SB	7	2.10	2.20	6 (1/4) :9 (3/8)	696/256/432	700/190/265	внутрішнє	270	11,999		
	KD-09SB/KND09SB	9	2.50	2.50	6 (1/4) :9 (3/8)	696/256/432	700/190/265	внутрішнє	315	13,999		
	KD-12SB/KND12SB	12	3.40	3.50	6 (1/4) :9 (3/8)	696/256/432	805/200/290	внутрішнє	375	15,999		
	KD-18SB/KND18SB	18	5.20	5.40	6 (1/4) :12 (1/2)	800/275/553	975/220/320	внутрішнє	635	25,999		
KONDI	I-LINE	INVERTER -15	Завод Haier , R32, WIFI "Intelligent Air", Ionic Sterilization, Bottom electrical heater, Triple Air, I Follow, Tri Guard Filter, Auto Vertical Airflow, Auto clean, 3D airflow (18/24), New Ergonomic controller, Energy Class A++/ A+									
	KD-07SI/KND07SI	7	2.50	2.80	6 (1/4) :9 (3/8)	700/245/544	705/193/265	внутрішнє	370	15,999		
	KD-09SI/KND09SI	9	2.50	2.80	6 (1/4) :9 (3/8)	700/245/544	705/193/265	внутрішнє	385	16,999		
	KD-12SI/KND12SI	12	3.20	3.40	6 (1/4) :9 (3/8)	700/245/544	705/193/265	внутрішнє	430	18,999		
	KD-18SI/KND18SI ^{Max}	18	4.80	4.80	6 (1/4) :12 (1/2)	800/275/553	875/212/304	зовнішнє	775	30,999		
	KD-24SI/KND24SI ^{Max}	24	6.20	6.30	6 (1/4) :12 (1/2)	800/275/553	975/222/318	зовнішнє	950	39,999		

1
KONDI.UA

Комерційна пропозиція

Праворуч майстер-макет комерційної пропозиції. Виповнена у креативній формі. В ідеалі, на місті зображення молодого чоловіка повинен бути або власник, або топ-менеджер компанії, який працює з цією цільовою аудиторією. Може мати доуковану або електрону форму.

Основні параметри

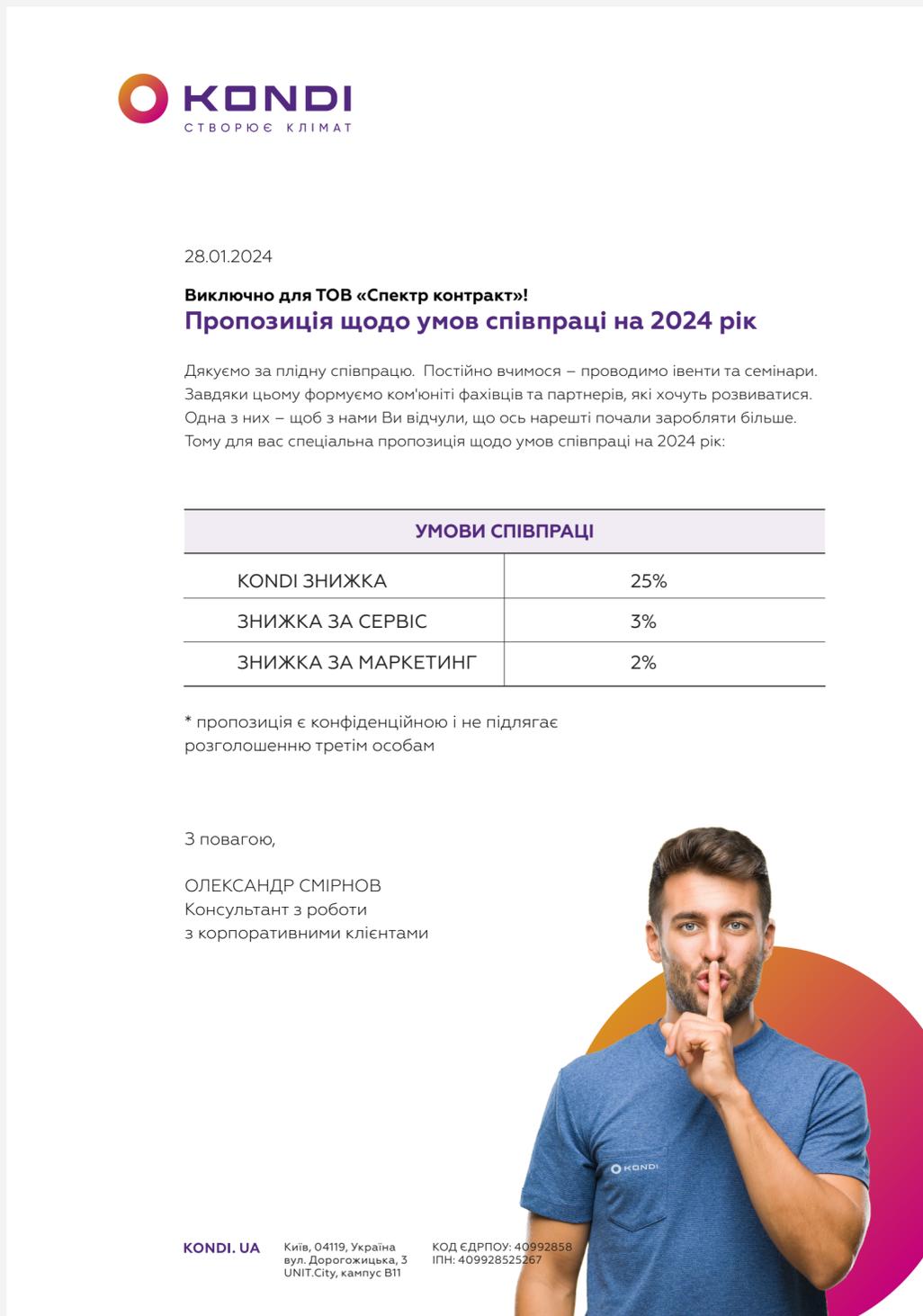
Розмір:

A4 Landscape

Папір: білий (100 % білизна), некрейдований, преміум-класу, щільністю не менше 150 г/м².

Друк:

Цифровий або офсетний.



Пакет для документів

Праворуч приклад візуалізації пакету для документів, які йдуть з кожним кондиціонером. Дизайн виконаний відповідно до всіх стандартів, описаних у даному брендбуку.

Пакет включає:

- Інструкція з інсталяції та експлуатації;
- Інструкція Wi-Fi модуля;
- Гарантійний талон;
- With Compliments (підписаний).



