БРЕНДБУК - РУКОВОДСТВО ПО ИСПОЛЬЗОВАНИЮ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ ОАО «ПРОМАГРОЛИЗИНГ»

Промагролизинг

СОДЕРЖАНИЕ

Основные сведения о компании

Товарный знак

Корпоративные цвета

Корпоративные шрифты

Фирменный герой

Фотостиль

Оформление рекламных материалов

Кобрендинг

ОСНОВНЫЕ СВЕДЕНИЯ О КОМПАНИИ

МИССИЯ

Делаем технику доступной

ЦЕЛИ КОМПАНИИ

Цели Общества в отношении акционеров — получение прибыли и создание условий для устойчивого развития Общества.

Цель Общества в отношении государства – поддержка национальной экономики за счет развития лизинга.

Цели Общества в отношении инвесторов и кредитных учреждений – привлечение как заемных средств, так и инвестиций в уставный фонд Общества с целью расширения финансовых ресурсов для осуществления деятельности.

Цели Общества в отношении стратегических партнеров – обеспечение совместной эффективной работы по продвижению товаров и услуг товаропроизводителей.

Цель Общества в отношении конкурентов – сохранение лидирующих позиций в рейтинге лизинговых компаний Республики Беларусь.

Цели Общества в отношении лизингополучателей - достижение максимальной удовлетворенности лизингополучателей качеством финансовых услуг Общества, а также расширение возможностей для технического переоснащения.

Цели Общества в отношении сотрудников – обеспечение эффективного управления элементами материальной и нематериальной мотивации работников, привлечение, удержание и стимулирование персонала, чья квалификация и результативность способствуют достижению стратегических целей развития Общества, содействие карьерному росту и развитию компетенций работников.

ТОВАРНЫЙ ЗНАК

ЗНАЧЕНИЯ ТОВАРНОГО ЗНАКА

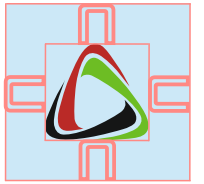
Символ

Логотип

Промагролизинг

ТОВАРНЫЙ ЗНАК

ОХРАННОЕ ПОЛЕ ТОВАРНОГО ЗНАКА



Вокруг знака необходимо оставлять пустое пространство — «охранное поле». Знак в пределах охранного поля не должен пересекаться с иными элементами.
Значение размера охранного поля задает высота литеры «П» из логотипа.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЦВЕТОВ В ТОВАРНОМ ЗНАКЕ

ЦВЕТНАЯ

Промагролизинг

C:26 M:100 Y:95 K:1

C:63 M:0 Y:100 K:0

C:0 M:0 Y:0 K:100

МОНОХРОМНАЯ

Промагролизинг

C:0 M:0 Y:0 K:100

Промагролизинг

C:0 M:0 Y:0 K:0

Помимо двух основных монохромных цветов (черного и белого) при изготовлении промо продукции допустимо использовать дизайнерскую заливку (золото, серебро, бронза).

ТОВАРНЫЙ ЗНАК

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЛАТИНСКОГО ВАРИАНТА ТОВАРНОГО ЗНАКА

Promagroleasing

НЕДОПУСТИМЫЕ ВАРИАНТЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТОВАРНОГО ЗНАКА

ПРОПОРЦИИ

Промагролизинг

Промагролизинг

Промагролизинг

Промагролизинг

Промагролизинг

ЦВЕТ

Промагролизинг

Промагролизинг

Промагролизинг

Промагролизинг

Промагролизинг

ТОВАРНЫЙ ЗНАК

ПРИ НЕОБХОДИМОСТИ ТОВАРНЫЙ ЗНАК МОЖНО ИСПОЛЬЗОВАТЬ СЛЕДУЮЩИМ ОБРАЗОМ

С ТЕНЬЮ

Промагролизинг

С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ЦВЕТА*

Промагролизинг

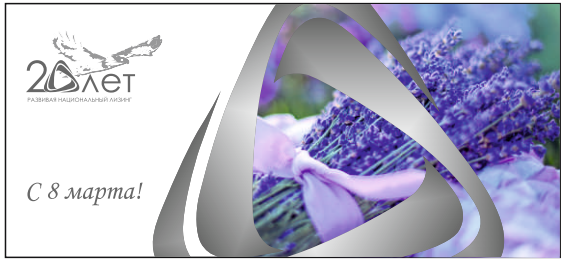
C:100
M:75
Y:10
K:40

* Цвет C:100; M:75; Y:10; K:40 является дополнительным фирменным цветом ОАО «Промагролизинг» (чаще всего используется при изготовлении промо продукции). Более подробно - в главе «Корпоративные цвета»

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПРОМО ПРОДУКЦИИ СОВМЕСТНО С ЧАСТЬЮ ТОВАРНОГО ЗНАКА (СИМВОЛОМ) В КАЧЕСТВЕ ДЕКОРАТИВНОГО ЭЛЕМЕНТА

МАКЕТ ЭЛЕКТРОННОЙ ОТКРЫТКИ

МАКЕТ ПЕЧАТНОЙ ОТКРЫТКИ



Часть товарного знака (символ) можно использовать в качестве декоративного элемента на промо продукции, интерактивных презентациях и каталогах так, как представлено выше.

КОРПОРАТИВНЫЕ ЦВЕТА

ОСНОВНЫЕ ЦВЕТА

C:26 M:100 Y:95 K:1	C:63 M:0 Y:100 K:0	C:0 M:0 Y:0 K:100	C:0 M:0 Y:0 K:0

В таблице представлена фирменная цветовая палитра ОАО «Промагролизинг» в цветовой схеме CMYK.

КОРПОРАТИВНЫЕ ЦВЕТА

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ЦВЕТА

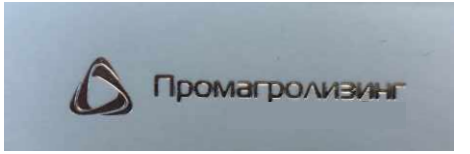
C:100 M:75 Y:10 K:40	C:80 M:60 Y: 8 K: 32	C:100 M:75 Y:10 K:40	C:27 M: 20 Y:20 K:5

В таблице представлена дополнительная фирменная цветовая палитра ОАО «Промагролизинг» в цветовой схеме CMYK.
При изготовлении промо продукции допустимо использовать дизайнерскую заливку (золото, серебро, бронза).

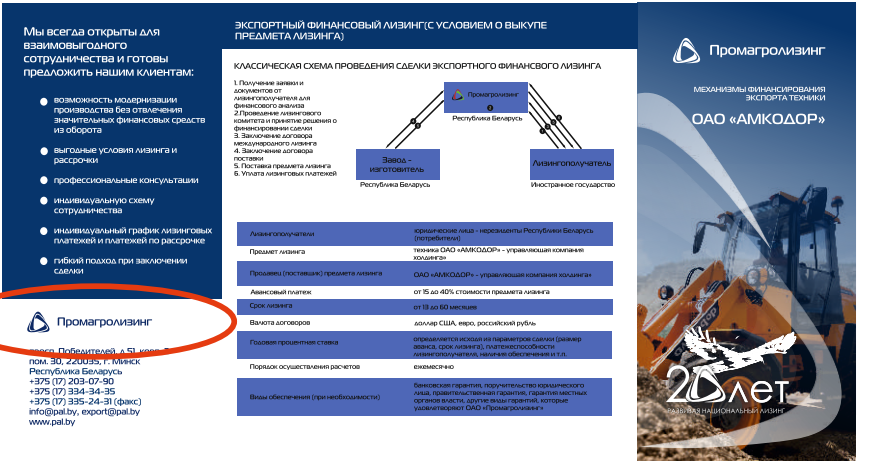
КОРПОРАТИВНЫЕ ЦВЕТА

ПРИМЕРЫ ПРИМЕНЕНИЯ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ ЦВЕТОВ

ДИЗАЙНЕРСКАЯ ЗАЛИВКА (ТИСНЕНИЕ)СЕРЕБРОМ НА ОТКРЫТКЕ



ДИЗАЙНЕРСКАЯ ЗАЛИВКА ДОПОЛНИТЕЛЬНЫМ ЦВЕТОМ НА БУКЛЕТЕ



КОРПОРАТИВНЫЕ ШРИФТЫ

ОСНОВНОЙ ШРИФТ (ШРИФТ ТОВАРНОГО ЗНАКА)

MagistralC

ABCabc
АБВабв

123456789
№!?.,@+=

Фирменные шрифты являются важным элементом фирменного стиля. Они используются в рекламной и другой фирменной продукции.
Основным шрифтом компании является семейство Magistral C

КОРПОРАТИВНЫЕ ШРИФТЫ

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ШРИФТЫ

Century Gothic	ABCabc АБВабв	123456789 №!?.,@+=
Tahoma	ABCabc АБВабв	123456789 №!?.,@+=
Times New Roman	ABCabc АБВабв	123456789 №!?.,@+=

Century Gothic и Tahoma используются для оформления рекламной и другой фирменной продукции.
Times New Roman используется для оформления деловой документации.

ФИРМЕННЫЙ ГЕРОЙ

ЗНАЧЕНИЕ ФИРМЕННОГО ГЕРОЯ ОАО «ПРОМАГРОЛИЗИНГ»

СОКОЛ — олицетворение высокого положения и превосходства на рынке лизинговых услуг.

ФИРМЕННЫЙ ГЕРОЙ

ФИРМЕННЫЙ ГЕРОЙ ОАО «ПРОМАГРОЛИЗИНГ» (ОСНОВНЫЕ ЦВЕТА)

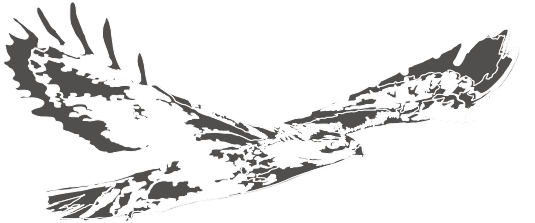
ЦВЕТНАЯ ВЕРСИЯ

C:77
M:80
Y:49
K:84

C:33
M:52
Y:77
K:53

C:16
M:60
Y:77
K:22

МОНОХРОМНАЯ ВЕРСИЯ



C:60
M:50
Y:50
K:40

ФИРМЕННЫЙ ГЕРОЙ

ФИРМЕННЫЙ ГЕРОЙ ОАО «ПРОМАГРОЛИЗИНГ» (ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ЦВЕТА)

C:100
M:75
Y:10
K:40

C:0
M:0
Y:0
K:100

C:0
M:0
Y:0
K:0

При изготовлении промо продукции допустимо использовать дизайнерскую заливку (золото, серебро, бронза).

ФИРМЕННЫЙ ГЕРОЙ

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ФИРМЕННОГО ГЕРОЯ

20 лет
РАЗВИВАЯ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ЛИЗИНГ

ОТКРЫТОЕ АКЦИОНЕРНОЕ ОБЩЕСТВО «ПРОМАГРОЛИЗИНГ»

ПОЧЕТНАЯ ГРАМОТА

НАГРАЖДАЕТСЯ

ИМЯ ФАМИЛИЯ ОТЧЕСТВО

ДОЛЖНОСТЬ

За высокий уровень профессионализма, инициативность и ответственность в решении поставленных задач!

Генеральный директор О.В. Сухих

18.09.2020

Промагролизинг

Фирменный герой не является логотипом, поэтому сокола нельзя использовать вместо логотипа, но можно использовать вместе с ним.

ФИРМЕННЫЙ ГЕРОЙ

НЕДОПУСТИМЫЕ ВАРИАНТЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ФИРМЕННОГО ГЕРОЯ

ПРОПОРЦИИ

ЦВЕТ

ФОТОСТИЛЬ

ПРИМЕРЫ ФОТО ТЕХНИКИ

Изображения должны быть реалистичные по форме, фотографии можно охарактеризовать как естественные и органичные.
Должны использоваться фото исключительно техники партнеров ОАО «Промагролизинг».
Кроме того, изображения должны быть качественными (не менее 300 dpi).

ФОТОСТИЛЬ

ПРИМЕРЫ ДРУГИХ (ОБЩИХ) ФОТО

ФОТОСТИЛЬ

НЕДОПУСТИМЫЕ ВАРИАНТЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ФОТО

ФОТО, НЕПОДХОДЯЩИЕ ПО ТЕМАТИКЕ

ФОТО ТЕХНИКИ, КОТОРАЯ НЕ ОТГРУЖАЕТСЯ НА УСЛОВИЯХ ЛИЗИНГА ОБЩЕСТВА

ФОТО, ВЫЗЫВАЮЩИЕ НАГАТИВНЫЕ АССОЦИАЦИИ

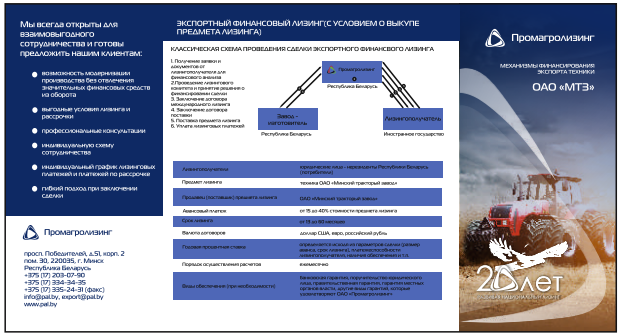
НЕРЕАЛИСТИЧНЫЕ ФОТО

ОФОРМЛЕНИЕ РЕКЛАМНЫХ МАТЕРИАЛОВ

ОФОРМЛЕНИЕ ФИРМЕННОЙ ПРОМО ПРОДУКЦИИ

ПРИМЕР МАКЕТА КОРПОРАТИВНОЙ ПРЕЗЕНТАЦИИ

ПРИМЕР МАКЕТА КОРПОРАТИВНОГО БУКЛЕТА (ГАРМОШКА)



ОФОРМЛЕНИЕ РЕКЛАМНЫХ МАТЕРИАЛОВ

ОФОРМЛЕНИЕ РЕКЛАМЫ В СТОРОННИХ ПЕЧАТНЫХ ИЗДАНИЯХ (РЕКЛАМИРОВАНИЕ КОМПАНИИ В ЦЕЛОМ)

Товарный знак компании

Функционал компании

Контакты головного офиса

Контакты региональных представителей и дочерних предприятий

Визуализация предметов лизинга

Рекламные блоки в сторонних печатных изданиях должны содержать краткую информацию о компании, но достаточную для того, чтобы потенциальный потребитель понял, чем занимается компания и как с ней связаться. Рекламный блок должен содержать следующие обязательные элементы: товарный знак компании, ее функционал, контакты головного офиса, региональных представителей и дочерних предприятий, а также визуализацию предметов лизинга.

ОФОРМЛЕНИЕ РЕКЛАМНЫХ МАТЕРИАЛОВ

ОФОРМЛЕНИЕ ИНТЕРНЕТ-БАННЕРОВ

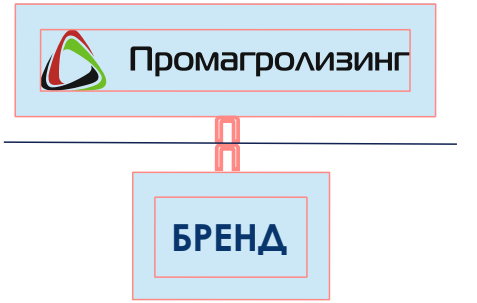
Интернет-баннер должен содержать самую важную информацию о рекламируемом лизинговом продукте и крупную визуализацию предмета лизинга, чтобы обратить внимание потенциального потребителя на данный лизинговый продукт. Изображения на баннере должны быть четкими, яркими и реалистичными.

КОБРЕНДИНГ

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ТОВАРНЫХ ЗНАКОВ КОМПАНИИ С ДРУГИМИ ТОВАРНЫМИ ЗНАКАМИ

ГОРИЗОНТАЛЬНОЕ РАСПОЛОЖЕНИЕ ТОВАРНЫХ ЗНАКОВ

ВЕРТИКАЛЬНОЕ РАСПОЛОЖЕНИЕ ТОВАРНЫХ ЗНАКОВ



При размещении на промо продукции, в интерактивных презентациях, рекламных блоках и т.д. товарных знаков компании совместно со сторонним товарным знаком расстояние между товарными знаками должно быть равно или более двух литер П между внешними краями охранных полей товарных знаков.