

Руководство по применению фирменного стиля

Основные элементы и правила
использования

Содержание

Введение	3
Логотип	
Логотип	4
Структура логотипа	4
Линейные привязки	5
Охранное поле	5
Языковые версии	6
Упрощенная версия	6
Недопустимые варианты использования логотипа	7
Название компании	8
Миссия и ценности	8
Цвета	
Фирменные цвета. Основная палитра.	9
Допустимые цветовые решения логотипа	10
Шрифты	
Фирменные шрифты	11
Вспомогательный фирменный шрифт	12
Паттерн	
Фирменный паттерн	13
Масштабирование паттерна	14
Цветовые вариации паттерна	14
Угловое кадрирование паттерна	15
Внутренние объёмы паттерна	15
Деловая документация	
Визитка	16
Фирменная папка	17
Цветной бланк	18
Черно-белый бланк	19
Бланки строгой отчётности	20
Служебная записка	21
Грамота или благодарственное письмо	22
Конверты	23
Карты медицинского страхования	24
Фон для презентаций	25
Почтовая подпись	26
Оформление автомобилей	
Передвижной пункт страхования	27
Легковой автомобиль	28

Рекламные материалы	
Описание фотографического стиля компании	29
Общие принципы построения рекламных модулей	30
Универсальные рекламные решения	31
Оформление наружной рекламы	32
Оформление печатной и интернет рекламы	33
Оформление офисов и точек продаж	
Общие положения по оформлению	34
Вывески без подложки	35
Варианты вывесок без подложки	36
Вывески с подложкой	37
Варианты вывесок с подложкой	38
Примеры оформления входных групп	39
Панели-кронштейны	40
Рекомендации по оформлению витрин	41
Брендирование стекол	42
Флаги	43
Режим работ	44
Внутреннее оформление офисов	
Внутреннее оформление офиса	45
Стойка Reception	46
Информационный стенд	47
Стенды для раздаточного материала	48
Униформа сотрудников	
Униформа аварийного комиссара	49
Галстук и шейный платок офисных сотрудников	50
Корпоративный бейдж и значок	50
Сувенирная продукция	
Блокнот, бейсболка, ручка, пакет, кружка, флешка, освежитель	51
Корпоративная открытка	52
Пиктограммы	53



Введение

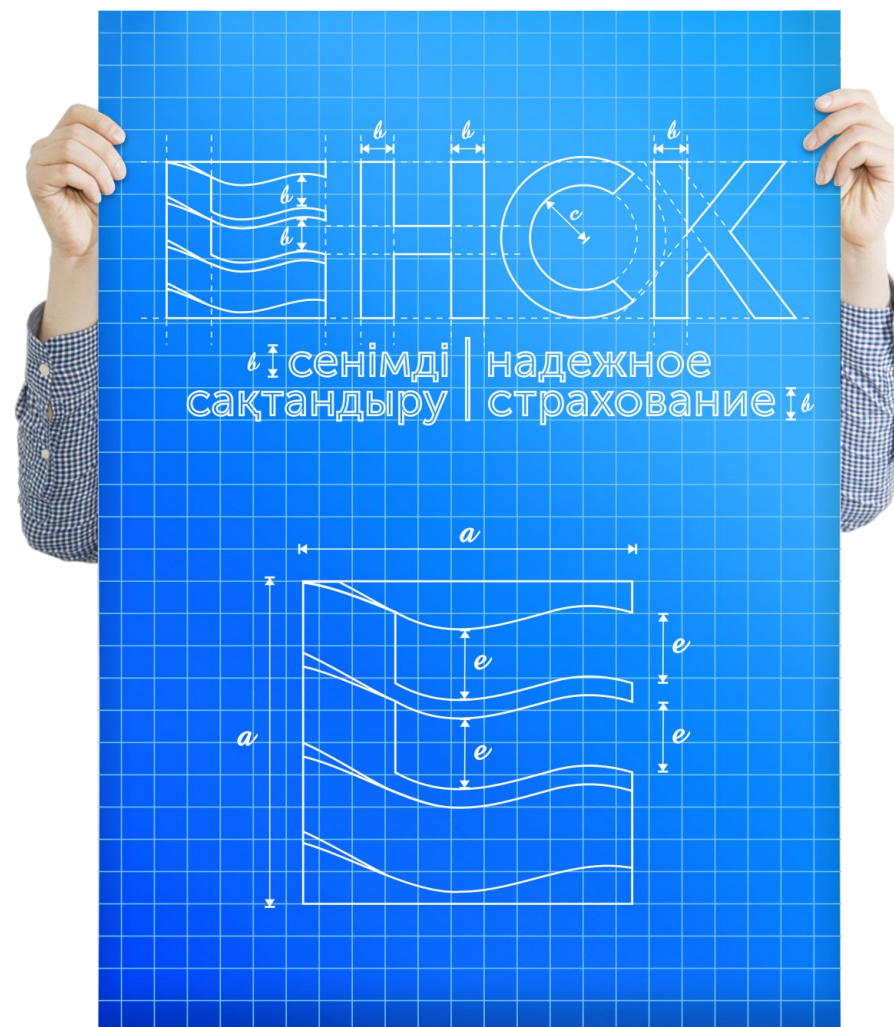
Фирменный стиль страховой компании АО «НСК» состоит из определенных элементов и правил. Таких как логотип, шрифты, цвета, пиктограммы и другие элементы, которые используются в соответствии с определенными в данном руководстве принципами.

Правильное применение элементов стиля при изготовлении деловых и рекламно-презентационных материалов позволит создать индивидуальность — то, что будет выделять компанию среди других страховых компаний.

Людям, которые работают со страховой компанией АО «НСК» необходимо изучить руководство, чтобы понять смысл, заключенный в фирменном стиле. Это поможет в создании внутренних и внешних стандартов и позволит контролировать качество их выполнения самими сотрудниками и людми, которые будут работать с руководством по фирменному стилю компании. Не следует пытаться самостоятельно изменять и дополнять элементы фирменного стиля и позволять это делать кому-либо.

Необходимо внимательно относиться к выбору дизайнеров, которые будут работать с руководством во время создания рекламных материалов компании. Надо тщательно выбирать типографию, в которой будет печататься деловая документация и рекламные материалы. Не забывать следить за качеством выполняемых в соответствии с данным руководством работ и не допускать пренебрежения исполнителей к изложенным в нём правилам и рекомендациям.

Помните о том, что только четкое следование правилам данного руководства позволит сделать фирменный стиль компании узнаваемым.



Логотип

Фундаментом корпоративного стиля страховой компании АО «НСК» является его основная символика - логотип.

Основная символика полностью соответствует позиционированию бренда и корпоративному стилю.

Дизайн логотипа отображает ключевые составляющие корпоративного стиля компании:

- Квадрат - как символ стабильности
- Волны - символизируют воздух, перемены
- Градации синего дополнительно подчеркивают воздушность знака
- Новые современные более легкие шрифты, окрашенные в чистые цвета – указывают на то, что компания идёт в ногу со временем.

[Скачать файл](#)

Структура логотипа

Логотип компании представляет собой композицию из графического знака, шрифтового начертания и саблайна.

На данной странице представлена основная форма логотипа. Саблайн набран на двух языках – казахском и русском.

Элементы логотипа расположены на четко отмеренном расстоянии друг от друга.

При создании материалов, использующих логотип, необходимо помнить, что во избежание искажения логотипа, отображение знака можно осуществлять только с цифровых носителей, которые прилагаются к данному руководству.

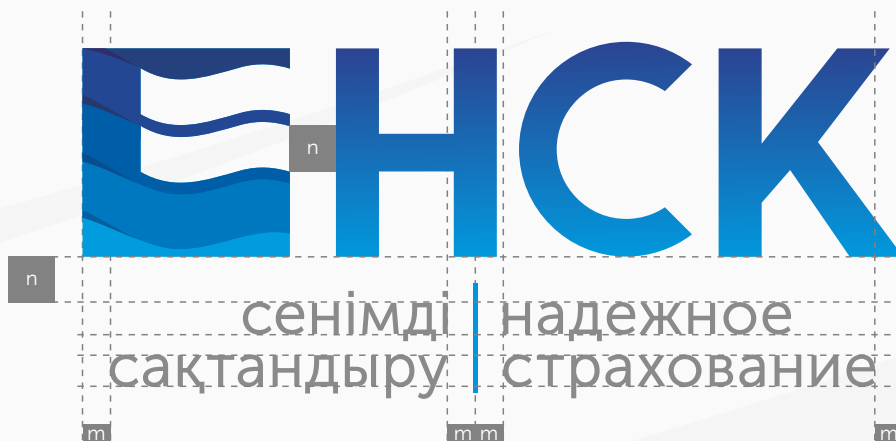


сенімді | надежное
сақтандыру | страхование



Линейные привязки логотипа

Саблайн опущен на высоту **n**, равную высоте волны в логотипе и расстоянию между знаком и надписью НСК. Саблайн набран одним кеглем в русской и казахской версии и расположен таким образом, чтобы языковые версии были равноотдалены от края логотипа и центральной линии (**m**).

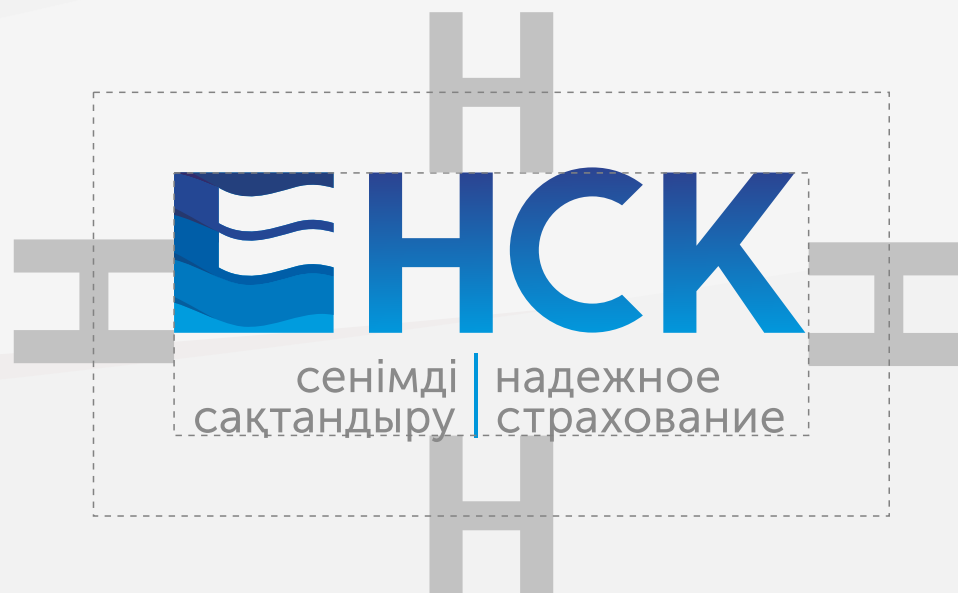


Охранное поле

Чтобы обеспечить читаемость и необходимую заметность логотипа, достаточно пустого пространства — «охранное поле».

Рекомендованный размер охранного поля задается взятой за основу половиной высоты буквы Н надписи «НСК».

Логотип в пределах охранного поля не должен смешиваться или пересекаться с какими-либо иными элементами.



Языковые версии логотипа

Логотип страховой компании АО «НСК» может использоваться в нескольких вариантах.

Предпочтительный вариант — основная символика - логотип с саблайном на двух языках: казахском и русском.

Дополнительный вариант – с саблайном на английском языке.

Это позволит применять логотип на различного рода носителях, сфокусированной на своей языковой аудитории.

[Скачать файл](#)

Упрощенные версии логотипа

При небольших размерах логотипа (в печатной версии знак менее 5 мм в высоту, в веб - на усмотрение дизайнера), теряются детали знака. Для таких случаев предусмотрена упрощенная версия логотипа - с заливкой знака фирменным градиентом.

При невозможности исполнения мелких деталей саблайна возможно использование логотипа без него.

В выборе версии логотипа необходимо руководствоваться одним критерием: чётко ли отображаются волны в знаке. Если нечётко - необходимо применять упрощенную версию логотипа.

Отдельно знак применяется только там, где нет возможности использовать полностью логотип, либо необходимо указать иконкой компанию, например, фавиконка для сайта.

[Скачать файл](#)



Упрощенная версия логотипа с саблайном:



Упрощенная версия логотипа без саблайна:



Фирменный знак:



Недопустимые варианты использования логотипа

- a) Запрещено использовать символику в каких-либо иных цветах, кроме установленных.
- b) Запрещено менять элементы или масштаб элементов в символике.
- c) Запрещено менять организацию элементов в символике.
- d) Нельзя располагать логотип в рамке или контуре.
- e) Не допустимо непропорциональное масштабирование логотипа.
- f) Вертикальная компоновка логотипа не предусмотрена руководством и является недопустимой.
- g) Никогда не обрезайте логотип.
- h) Никогда не используйте логотип без символа.
- i) Никогда не используйте полноцветную версию логотипа на сходном по цвету, либо на сложном или насыщенном фоне, который уменьшает и заметность логотипа.



Название компании

В материалах наружной рекламы, производстве аудио и видеоматериалов, имиджевой продукции, деловой документации и в прочих случаях, могут возникнуть ситуации, где требуется название компании. В таких случаях следует использовать данное утвержденное название.

Миссия

Обеспечение комплекса страховых услуг на уровне международных стандартов в целях защиты интересов компаний и частных лиц.

21 год
устойчивого развития

Восходящие линии роста: продаж, количества услуг, филиалов и представительств, качества обслуживания.

На казахском языке:

«Мұнай сақтандыру компаниясы» АҚ

На русском языке:

Страховая компания АО «НСК»

На английском языке:

«Oil insurance company» JSC

Ценности

Открытость

Мы верим в преимущество транспарентной работы, основанной на подлинном доверии.

Клиенты

Мы ориентированы на клиента и нацелены на долгосрочное и взаимовыгодное сотрудничество.

Надёжность

Мы выполняем свои обязательства, поэтому наши партнёры и клиенты уверены в нас.

Профессионализм

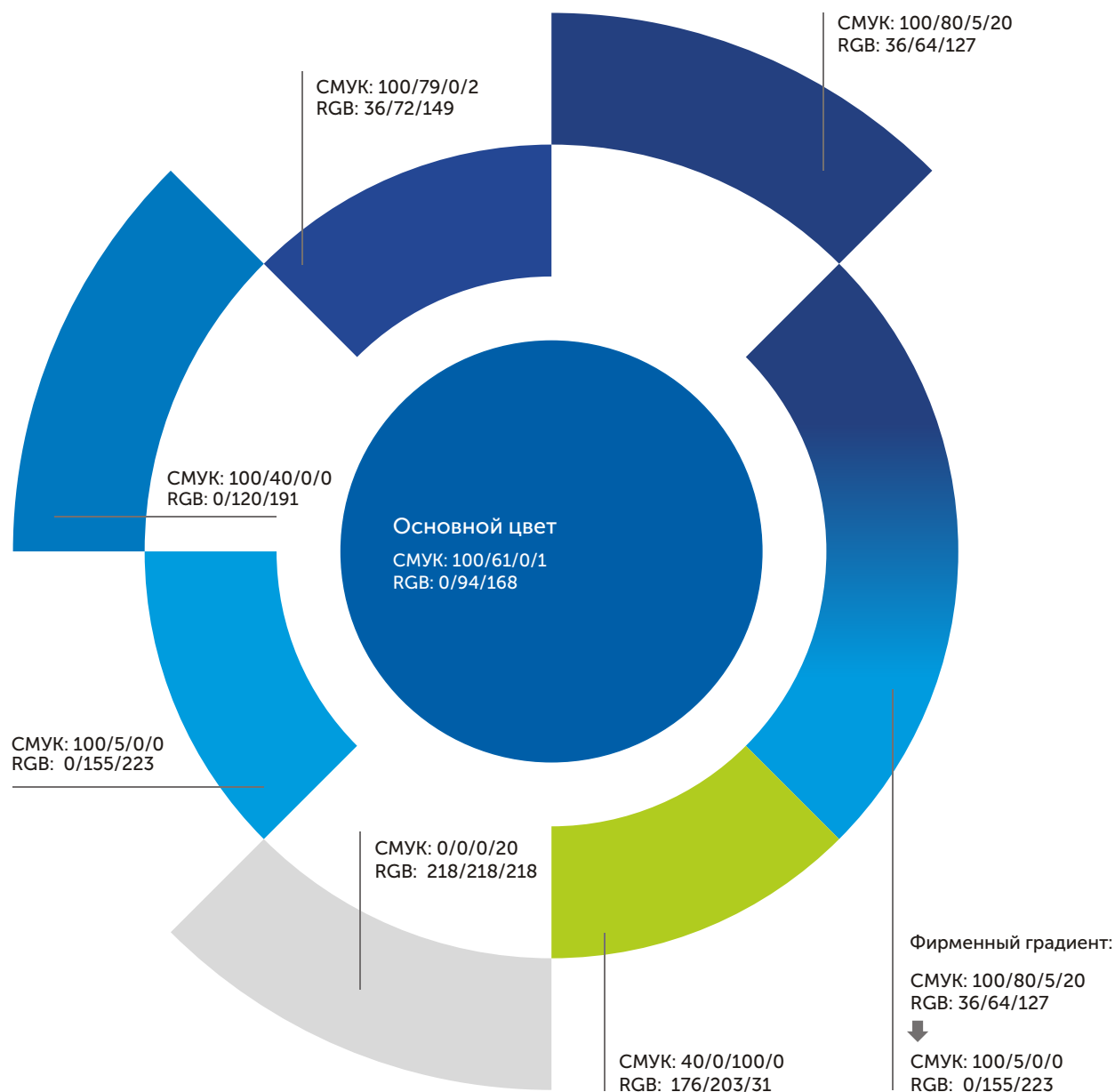
Мы постоянно повышаем свой профессиональный уровень для достижения намеченных целей.

Ответственность

Мы убеждены, что успех компании складывается из добросовестности и дисциплинированности каждого сотрудника.

Командный дух

Мы молодая, активная команда, единая в стремлении стать лучшей страховой компанией на нашем рынке.



Фирменные цвета. Основная палитра.

Основная палитра играет важнейшую роль в цветовом восприятии бренда. Бренд HCK всегда был «синим», и новая цветовая палитра продолжает эту традицию. В этом залог узнаваемости и отражение стабильности, надежности и доверия — ставших неотъемлемыми свойствами, с которыми ассоциируется компания.

Цветовая палитра была оптимизирована и расширена, цвет стал чище, добавлены градации цвета как символ перемен и поступательного движения вперед.

За основной фирменный цвет принят яркий синий (CMYK: 100 61 0 1).

При печати офсетным, либо трафаретным способом с возможностью использования дополнительной краски, серый цвет заменяется на серебро (Pantone 877C).

Сочетание градаций синего и серебра считается приоритетным.



Цвет краски для отделочных работ (Tikkurila):

N355
RGB: 71, 104, 153

Допустимые цветовые решения логотипа

В целях обеспечения узнаваемости фирменного стиля, количество цветовых решений строго ограничено. Рекомендуемой является полноцветная версия логотипа.

Полноцветный логотип размещается на белых и светлых фонах таким образом, чтобы достигался максимальный контраст между логотипом и фоном. На темных и насыщенных фонах необходимо применять инверсную версию логотипа.

При отсутствии возможности полноцветной печати используется монохромный логотип (например при тампонной печати, шелкотрафаретной и прочее).

Черно-белый логотип используется на факсовых бланках.

Полноцветный логотип
(основной):



Полноцветный логотип
(упрощенный):



Монохромный синий логотип



Инверсия на синем фоне:



Монохромный серый логотип



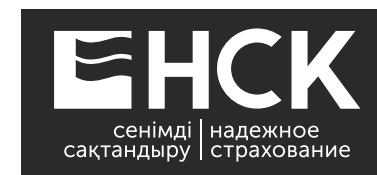
Инверсия на сером фоне:



Черно-белый логотип



Инверсия на черном фоне:



Фирменные шрифты

Фирменным шрифтом является семейство Museo Sans – современные рубленые шрифты с переменной толщиной штрихов. Широкий выбор начертаний позволяет интересно оформить любой текстовый блок. Поддерживает большое количество языков, включая казахский и спецсимволы (в том числе лигатуры, дроби и прочее).

Скачать файл

123 abc Museo Sans Cyril 100 (тонкий)

Аа Бб Вв Гг Дд Ее Ёё Жж Зз Ии Йй Кк Лл Мм Нн Оо Пп Рр Сс Тт Уу
Фф Хх Цц Чч Шш Щщ Ъъ Ыы Ьь Ээ Юю Яя 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 @ # \$ % & ' () « »

123 abc Museo Sans Cyril 300 (вспомогательный)

Аа Бб Вв Гг Дд Ее Ёё Жж Зз Ии Йй Кк Лл Мм Нн Оо Пп Рр Сс Тт Уу
Фф Хх Цц Чч Шш Щщ Ъъ Ыы Ьь Ээ Юю Яя 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 @ # \$ % & ' () « »

123 abc Museo Sans Cyril 500 (Основной наборный)

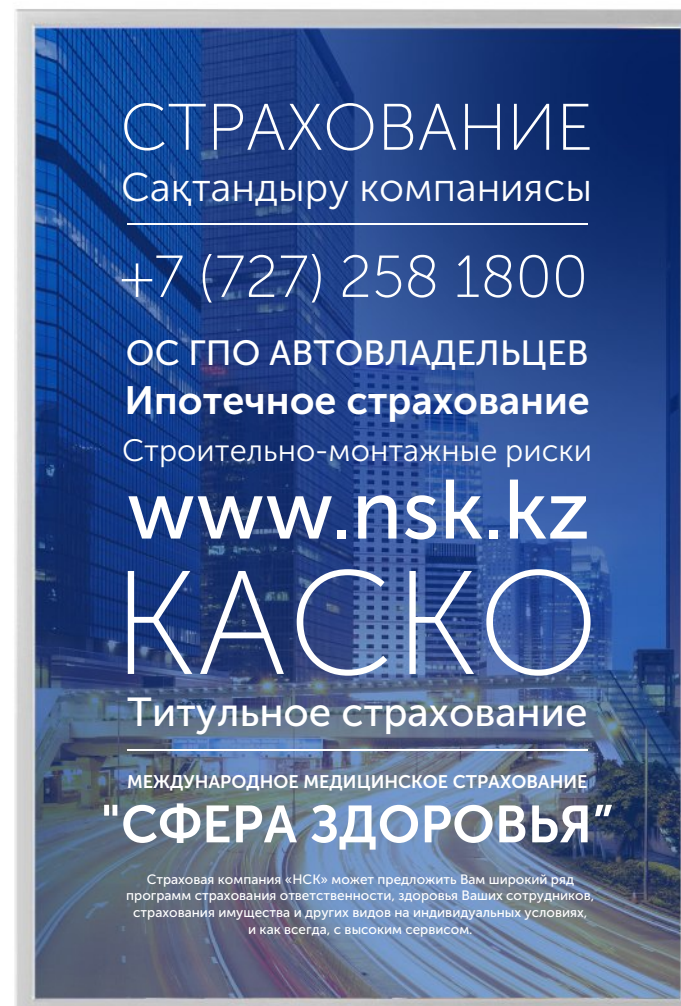
Аа Бб Вв Гг Дд Ее Ёё Жж Зз Ии Йй Кк Лл Мм Нн Оо Пп Рр Сс Тт Уу
Фф Хх Цц Чч Шш Щщ Ъъ Ыы Ьь Ээ Юю Яя 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 @ # \$ % & ' () « »

123 abc Museo Sans Cyril 700 (Жирный)

Аа Бб Вв Гг Дд Ее Ёё Жж Зз Ии Йй Кк Лл Мм Нн Оо Пп Рр Сс Тт Уу
Фф Хх Цц Чч Шш Щщ Ъъ Ыы Ьь Ээ Юю Яя 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 @ # \$ % & ' () « »

123 abc Museo Sans Cyril 700 (Акцидентный)

Аа Бб Вв Гг Дд Ее Ёё Жж Зз Ии Йй Кк Лл Мм Нн Оо Пп Рр Сс Тт Уу
Фф Хх Цц Чч Шш Щщ Ъъ Ыы Ьь Ээ Юю Яя 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 @ # \$ % & ' () « »



Вспомогательный фирменный шрифт

При невозможности использовать семейство Museo Sans по техническим причинам допустимо применение системной гарнитуры Tahoma. Использование Tahoma ограничивается такими областями, как создание документов в офисных программах семейства Microsoft Office, в том числе при создании презентаций в программе PowerPoint, документов всех типов в текстовом редакторе Word, а также в качестве наборного шрифта для почтовой корреспонденции и электронных писем.



Фирменный паттерн

Для брендирования всевозможных материалов страховой компании АО «ЕНСК» разработан фирменный паттерн.

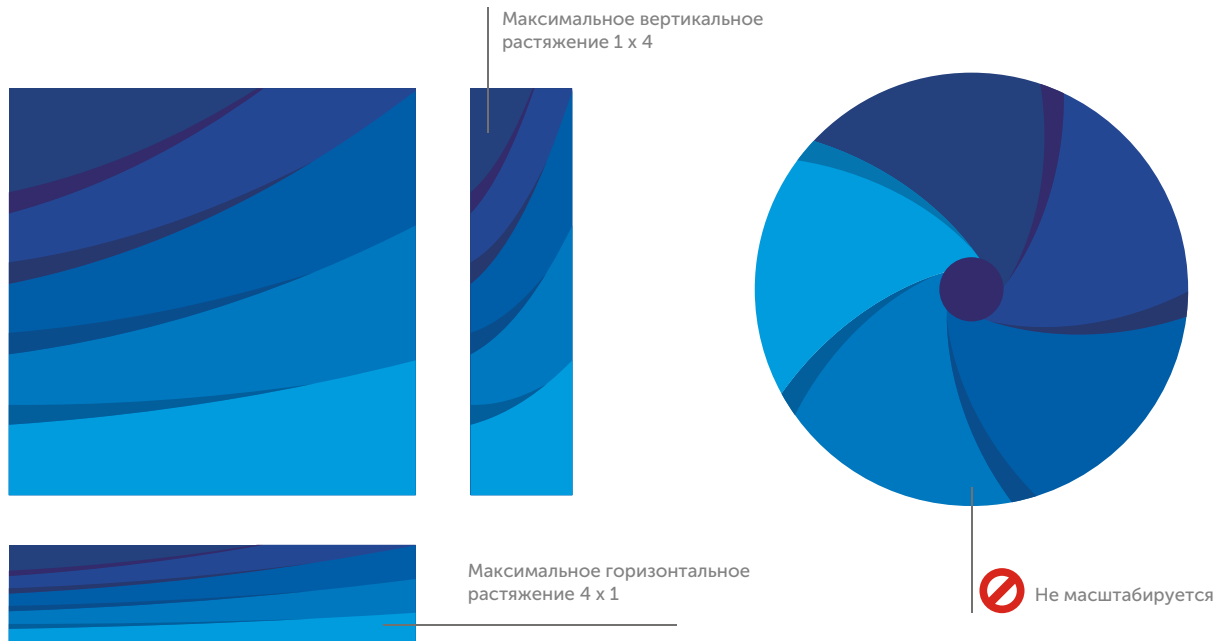
Графическую основу паттерна составляют волны в фирменных цветах, стремящиеся вверх.

 [Скачать файл](#)



Масштабирование паттерна

Основной паттерн квадратной формы имеет возможность масштабирования. Дополнительный паттерн круглой формы масштабировать нельзя.



Цветовые вариации паттерна

Основной паттерн исполнен в корпоративных синих цветах.

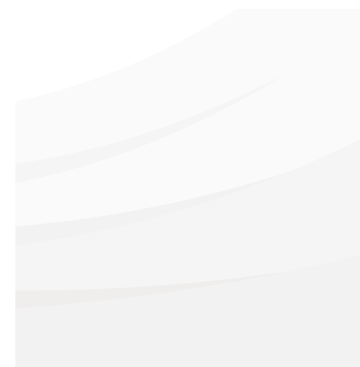
В случае если синий паттерн использовать невозможно (например при черно-белой печати) или дизайнер считает его использование не соответствующим творческому замыслу – можно использовать дополнительный серый паттерн.

Дополнительный светлый паттерн можно использовать в качестве фона деловой документации.

Основной



Дополнительный светлый



Дополнительный серый



Угловое кадрирование паттерна

Для частичного брендинга поверхностей (к примеру, вывесок, дорожных указателей, а также элементов деловой документации) применяется угловое кадрирование корпоративного паттерна.

Пропорции углового кадрирования могут быть определены произвольным соотношением в диапазоне от 1,5:1 до 4:1.

Угловое кадрирование
корпоративного паттерна
на белом фоне

Угловое кадрирование
корпоративного паттерна
на темно-синем фоне

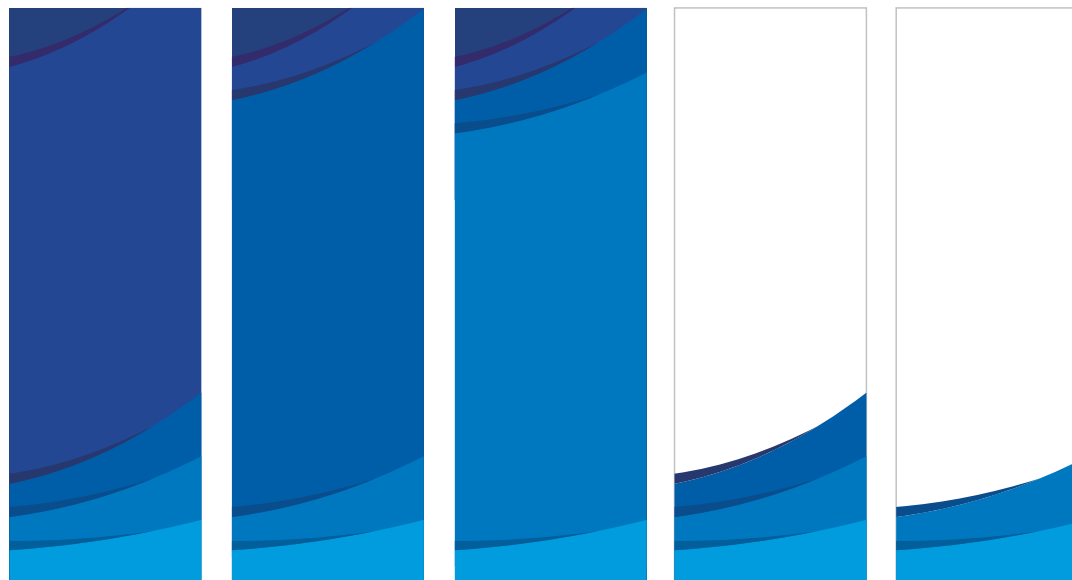
1,5:1

4:1

Внутренние объёмы паттерна

Пластика корпоративного паттерна позволяет использовать внутренние объёмы цветового градиента для создания необходимого для внутренней компоновки тексто-графического контента пространства.

Для этого используется расширение одной из трёх внутренних цветовых плашек, с сохранением формы и пластики плашек всех остальных оттенков корпоративного градиента.



Визитки

Формат: 90 x 50 мм.

Бумага: желательно использовать бумагу Splebdor gel.
При отсутствии использовать мелованную бумагу(плотность 300 г/м²)
и двухстороннюю матовую ламинацию,

Печать: 4+4 (СМУК)

Визитки двусторонние: одна сторона информационная,
вторая имиджевая.

Визитки для руководства печатются на софт-тач бумаге.



Скачать файл



Фирменная папка

Формат: 310 x 215 мм.

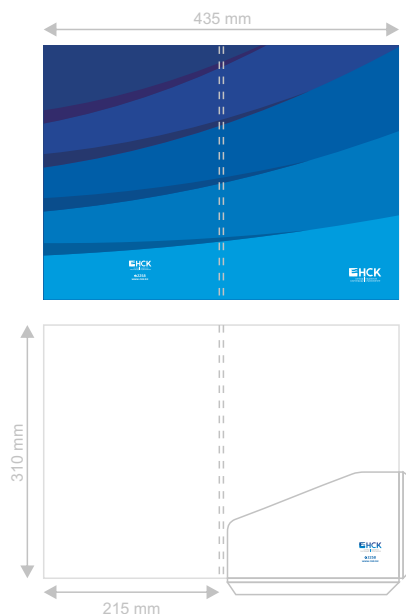
Материал: белый картон, плотность 280-320 г/м²

Печать: 4+0 (СМУК)

Глянцевая ламинация на обложке

Логотип на обложке выполнен
серебристым фольгированием.

[Скачать файл](#)



Цветной бланк

Формат: 297 x 210 мм. (A4)
Бумага: белая, плотность 80-100 г/м²
Печать: 4+0 (СМУК)

Правила набора текста документа:

1. Текст на бланке набирается шрифтом Museo Sans 500 или Tahoma, 10 или 12 pt, выключка влево.

2. Отбивка между параграфами – строка, перед фамилией и должностью – 2 строки.

3. Текст набирается строго в границах показанных на схеме.

Русско-казахский бланк:

[Скачать файл](#)

Англо-русский бланк:

[Скачать файл](#)



Черно-белый бланк

Формат: 297 x 210 мм. (A4)
Бумага: белая, плотность 80-100 г/м²
Печать: 1+0 (СМУК)

Правила набора текста документа:

1. Текст на бланке набирается шрифтом Museo Sans 500 или Tahoma, 10 или 12 pt, выключка влево.
2. Отбивка между параграфами – строка, перед фамилией и должностью – 2 строки.
3. Текст набирается строго в границах показанных на схеме.

[Скачать файл](#)



Бланки строгой отчётности

Формат: 297 x 210 мм. (A4)
Бумага: белая, плотность 80-100 г/м²
Печать: 4+0 (СМУК)

Правила набора текста документа:

1. Текст на бланке набирается шрифтом Tahoma, 10 или 12 pt, выключка влево.
2. Отбивка между параграфами – строка, перед фамилией и должностью –2 строки.

Скачать файл

001ZZ10A
Полис для добровольных видов страхования.

Blank form for 001ZZ10A insurance policy. The form includes the ENSK logo, a title 'Связанный продуктовый ассортимент: основные моменты', and several paragraphs of text describing the insurance conditions and the company's commitment to quality and service. The form is designed for a formal, professional appearance.

002ZZ10A
Полис для обязательных видов страхования.

Blank form for 002ZZ10A insurance policy. The form includes the ENSK logo, a title 'Связанный продуктовый ассортимент: основные моменты', and several paragraphs of text describing the insurance conditions and the company's commitment to quality and service. The form is designed for a formal, professional appearance.

202DQ11A
Полис для выезжающих за рубеж.
На обратной стороне рекламный модуль.

Blank form for 202DQ11A insurance policy. The form includes the ENSK logo, a title 'Связанный продуктовый ассортимент: основные моменты', and several paragraphs of text describing the insurance conditions and the company's commitment to quality and service. The form is designed for a formal, professional appearance.

101AA14A
Полис для ОС ГПО ВТС.

Blank form for 101AA14A insurance policy. The form includes the ENSK logo, a title 'Связанный продуктовый ассортимент: основные моменты', and several paragraphs of text describing the insurance conditions and the company's commitment to quality and service. The form is designed for a formal, professional appearance.

003ZZ10A
Полис для банковских продуктов.

Blank form for 003ZZ10A insurance policy. The form includes the ENSK logo, a title 'Связанный продуктовый ассортимент: основные моменты', and several paragraphs of text describing the insurance conditions and the company's commitment to quality and service. The form is designed for a formal, professional appearance.

Blank form for 001ZZ10A insurance policy. The form includes the ENSK logo, a title 'Связанный продуктовый ассортимент: основные моменты', and several paragraphs of text describing the insurance conditions and the company's commitment to quality and service. The form is designed for a formal, professional appearance.

Служебная записка

Формат: 297 x 210 мм. (A4)
Бумага: белая, плотность 80-100 г/м²
Печать: 4+0 (СМУК) или 1+0 (СМУК)

Правила набора текста документа:

1. Текст на бланке набирается шрифтом Times, 10 или 12 pt, выключка влево.
2. Отбивка между параграфами – строка, перед фамилией и должностью – 2 строки.

[Скачать файл](#)



Грамота или благодарственное письмо

Формат: 297 x 210 мм. (A4)
Бумага: белая, плотность 80-100 г/м²
Печать: 4+0 (СМУК)

Правила набора текста документа:

1. Текст на бланке набирается шрифтом Museo Sans 500 илиTahoma, 10 или 12 pt, выключка влево.

2. Отбивка между параграфами – строка, перед фамилией и должностью – 2 строки.

[Скачать файл](#)



Конверты

Конверт DL (E65)

Формат: 220 x 110 мм.

Бумага: белая

Печать: 4+4 (СМУК)



Конверт С6

Формат: 162 x 114 мм.

Бумага: белая

Печать: 4+4 (СМУК)



Конверт С4

Формат: 229 x 324 мм.

Бумага: белая

Печать: 4+4 (СМУК)



Скачать файл



Карты медицинского страхования

Формат: 85 x 55 мм.
Печать: 4+4 (СМУК)

[Скачать файл](#)



Фон для презентаций

В случае если презентация в будущем будет распечатываться, рекомендуется использовать шаблон А4 (альбомная ориентация).

Если презентация создается только для демонстрации на экранах или проекторе, нужно использовать шаблон в пропорциях 16х9.

Тексты презентации набираются шрифтом Museo Sans 500 или Tahoma, выключка влево. Отбивка между параграфами – строка.

📄 Скачать файл

Почтовая подпись

Почтовая подпись структурируется таким образом:

(Отбивка после текста письма в две строки)

Имя Фамилия

Должность

(Отбивка в одну строку)

mobile: +7 000 000 00 00

phone: +7 000 000 00 00

email: adpec@nsk.kz

www.nsk.kz

facebook.com/nsk.kz



400 x 50 px

Возможно использование дополнительного информационного банера размером не более 400 пикселей в длину и 100 пикселей в высоту. Изображения и текст должны располагаться на белом фоне.

Информационный банер может отражать актуальные корпоративные событий. Это могут быть продуктовые акции компании, юбилей компании, победа в каком-либо соревновании и т.д.

Пример:



400 x 100 px

Скачать файл



Передвижной пункт страхования

Передвижной пункт страхования – автомобиль класса “микроавтобус”, предпочтительно белого цвета. Допускается использовать серебристые или светло-серые автомобили.

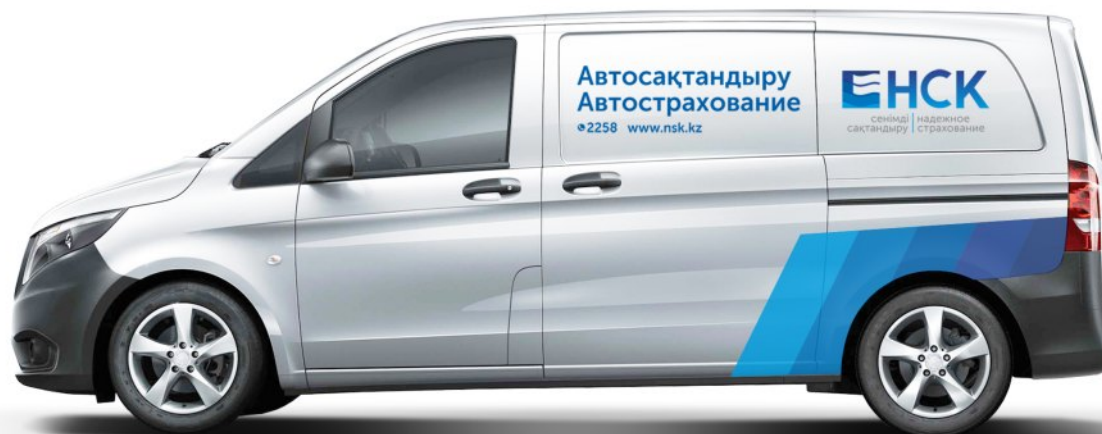
Нанесение фирменных элементов на кузов осуществляется цветными самоклеящимися виниловыми пленками (типа Oracal). Контуры элементов на плёнках создаются путем плоттерной резки. Файлы для плоттерной резки должны быть предварительно подогнаны под индивидуальные размеры и геометрию в зависимости от модели автомобиля.

При монтаже плёнок необходимо соблюдать технологии их нанесения (подготовку поверхности, обезжиривание, прогрев и т.д.).

При брендировании автомобиля нужно подбирать цвета из каталога плёнок наиболее подходящие к фирменным цветам компании ЕНСК. В случае нанесения плёнок на стекла автомобиля должен использоваться белый цвет.

ВАЖНО! Передвижной пункт страхования может работать как с открытой, так и с закрытой пассажирской дверью. Необходимо брендировать автомобиль таким образом чтобы текст и логотипы не “ломались” при открытой двери.

[Скачать файл](#)



Легковой автомобиль

Предпочтительно использовать автомобиль белого цвета. Допускается использовать серебристые или светло-серые автомобили.

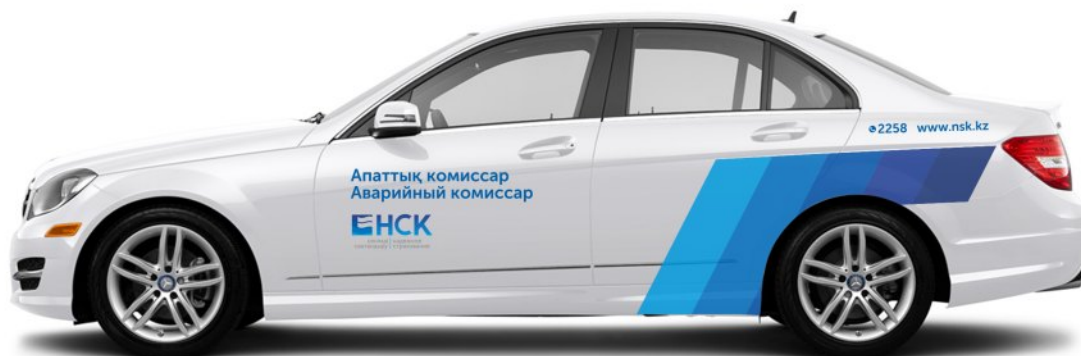
Нанесение фирменных элементов на кузов осуществляется цветными самоклеящимися виниловыми пленками (типа Oracal). Контуры элементов на плёнках создаются путем плоттерной резки. Файлы для плоттерной резки должны быть предварительно подогнаны под индивидуальные размеры и геометрию в зависимости от модели автомобиля. При монтаже плёнок необходимо соблюдать технологии их нанесения (подготовку поверхности, обезжиривание, прогрев и т.д.).

При брендировании автомобиля нужно подбирать цвета из каталога плёнок, наиболее подходящие к фирменным цветам компании НСК. В автомобиле долж

[Скачать файл](#)



Корпоративный автомобиль



Автомобиль аварийного комиссара



Описание фотографического стиля компании НСК

Фотографический стиль выражает позиционирование компании. Правильное использование фотостилля в рекламных коммуникациях позволяет сформировать индивидуальный образ и визуализировать основные ценности компании. Фотоизображения для рекламной кампании разрабатываются под заказ, либо скачиваются с фотостоков.

Желательно ежегодно разрабатывать визуалы для каждого из продуктов и использовать их в рекламных материалах в течение года.

Люди.

Конечная цель деятельности компании – защита клиентов от всевозможных рисков. Пользуясь услугами компании, потребитель должен быть уверен в её надёжности и наилучших условиях. Поэтому акцент на людях, как конечных потребителях услуг, крайне важен. Герои фотоизображений – современные люди, вне зависимости от возраста и социального положения. Они обладают активной жизненной позицией, ясными целями, активны, позитивны и жизнерадостны. При создании или подборе фотоизображений следует учитывать национальный аспект, то есть по возможности компоновать фотоизображения людей таким образом, чтобы европейских образов и образов коренной национальности страны было примерно поровну.

Предметы и техника.

Сохранность имущества – один из главных приоритетов деятельности компании. Техника и предметы в качестве главной части композиции используются в рекламе или описании продуктов связанных прежде всего с транспортным или корпоративным страхованием. В зависимости от поставленной задачи это могут быть автомобили, промышленное оборудование, воздушный и морской транспорт, недвижимость, электроника и многое другое. Желательно использовать актуальную на данный момент технику: автомобили и электронику выпущенную не ранее одного года назад, реальные на данный момент пейзажи городов и т.д.

Ситуации.

Ситуации с участием людей или предметов должны создавать ощущение динамики посредством композиции, ракурса, движения, кадрирования или крупных планов. Фотоизображения должны передавать атмосферу доверия и позитивного взаимодействия компании и клиента.

Цветовая гамма и освещение.

Одним из основных визуальных признаков компании являются фирменные синие цвета. Присутствие этих цветов в фотоизображении является обязательным. Важно, чтобы введение этих цветов не выглядело искусственным, а органично интегрировалось в изображения. Это могут быть части одежды, предметы, фон, а также естественные цвета неба и воды. Естественное и искусственное освещение на фотоматериалах должно быть реалистичным и мягким. Тёмные фотоизображения, жесткий контрастный свет – не рекомендуются.



Общие принципы построения рекламных модулей

Наружная реклама и реклама в печатных СМИ – одно из главных средств продвижения и распространения информации, формирующей позитивное отношение со стороны целевой аудитории. Поэтому к оформлению рекламных носителей стоит подходить с исключительным вниманием, избегая решений не соответствующих фирменному стилю.

При разработке материалов следует четко понимать к какому из двух видов относится данная реклама: имиджевая или продуктовая.

Имиджевая реклама:

Отражает наше видение, показывает успехи компании и отличия от конкурентов.

Носители:

- а) Наружная реклама, билборды, мегаборды, лайтбоксы.
- б) Рекламные модули в прессе: только полноцветные высококачественные издания, только полосные (предпочтительно правая полоса) или разворотные публикации.
- в) Публикации в социальных сетях.

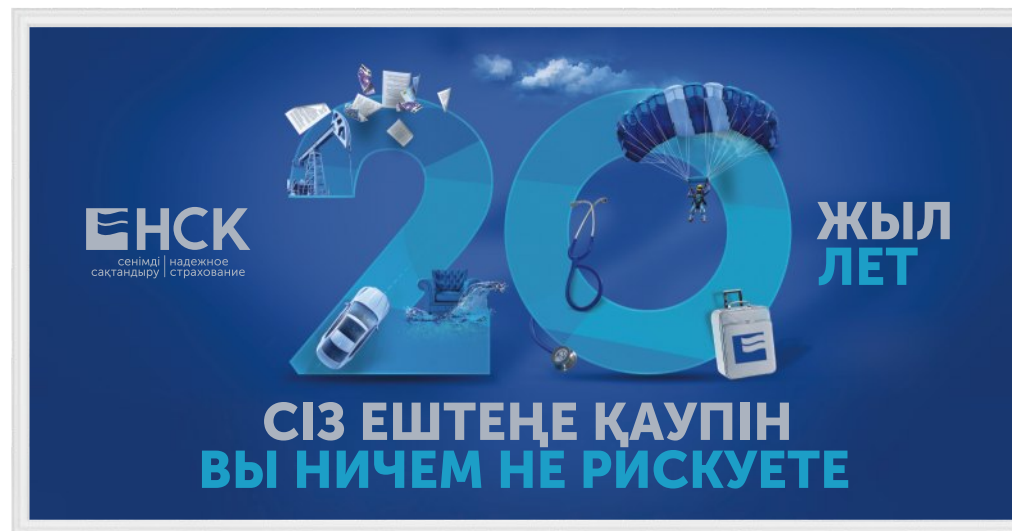
Продуктовая реклама:

Представляет собой рекламу конкретных предложений.

Носители:

- а) Наружная реклама, билборды, мегаборды, лайтбоксы, перетяжки.
- б) Рекламные модули в прессе: полно- и одноцветные издания, возможны менее чем полосные модули.
- в) Публикации в социальных сетях и интернет-баннеры.

Имиджевая



Продуктовая



Универсальные рекламные решения

Рекламные материалы можно делать в минималистичном стиле. Специально для этого были разработаны разнообразные шаблоны для всевозможных рекламных носителей.

Данные рекламные модули используются без фотографических изображений и главным элементом в них является текстовая информация.

Текст в данных модулях должен быть коротким, ёмким и грамотно сформулированным. В наружной рекламе обязательно использование казахского языка.

Билборд

[Скачать файл](#)

Журнальный модуль

[Скачать файл](#)

Растяжка

[Скачать файл](#)

Лайтбокс

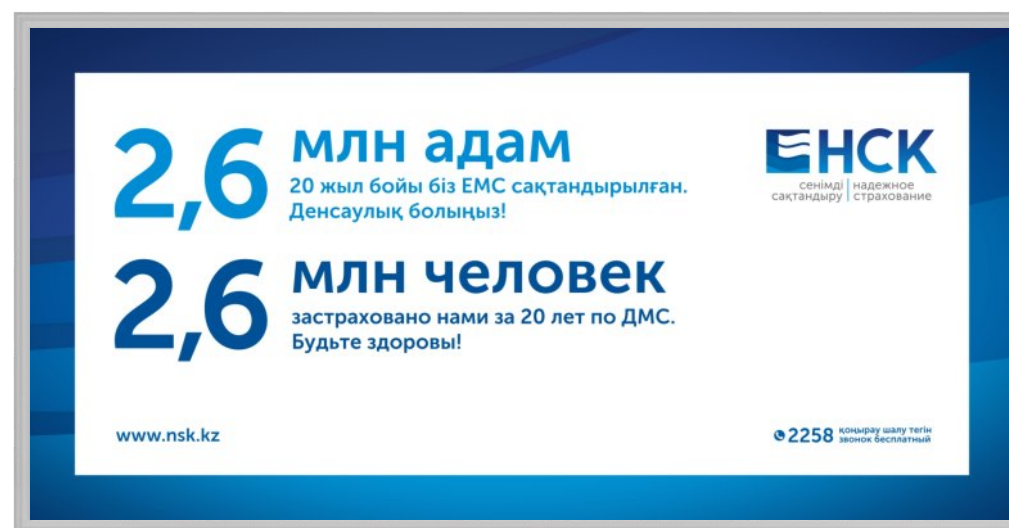
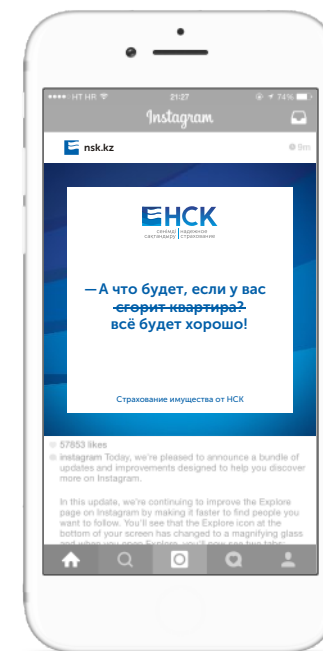
[Скачать файл](#)

Постер

[Скачать файл](#)

Пост для соц. сетей

[Скачать файл](#)



Оформление наружной рекламы

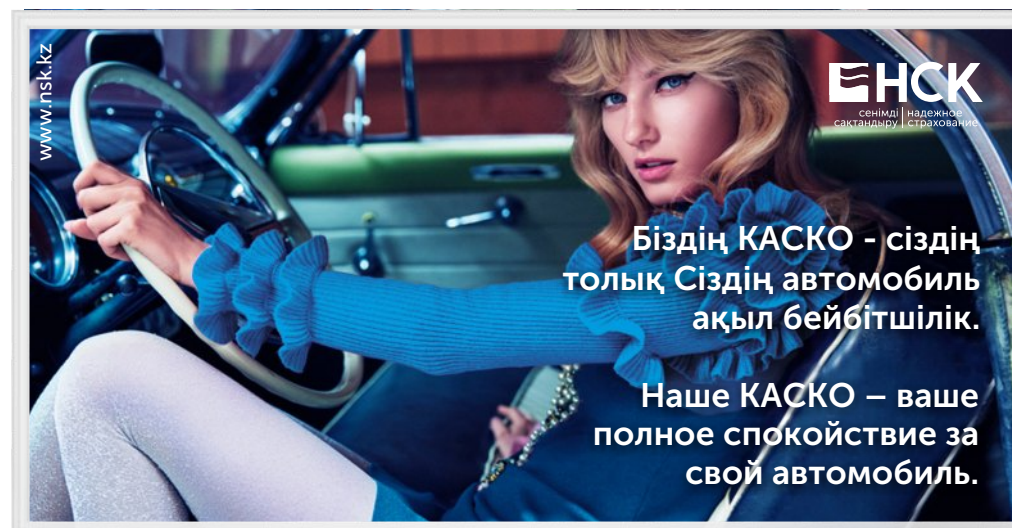
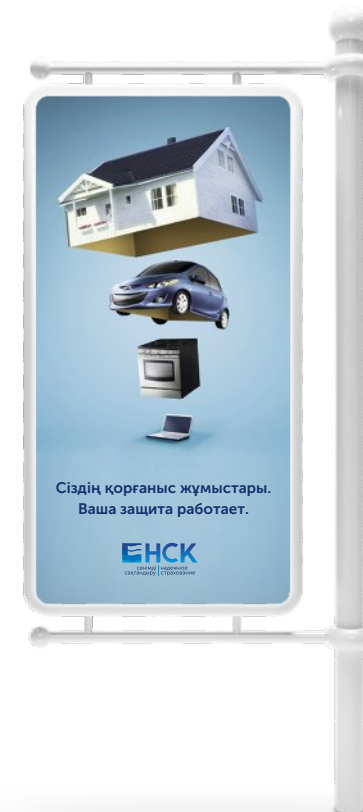
К наружной рекламе относятся билборды, мегаборды, лайтбоксы, перетяжки, стенды т.д. находящиеся в общественных местах. Оформляются в соответствии с принципами фирменного стиля и содержат, как правило, текстовое послание и фотоизображение.

Рекламные щиты рассчитаны на непродолжительный контакт с потребителем. Поэтому объем информации, размещенный на щите, должен быть минимальным и четко структурированным.

Для удобства считывания информации рекомендуемая максимальная длина строки заголовка не должна превышать 15 символов. Возможно разбиение заголовка на 2 строки. Таким образом общая длина заголовка не должна превышать 30 символов. Для информационного сообщения максимальная длина строки не должна превышать 50 символов. Возможно разбиение на 4 строки.

Рекомендуется использовать фотоизображения соответствующие фотостиллю НСК и связанные по смыслу с текстовой информацией.

Согласно Законодательства, все тексты визуальной информации располагаются в следующем порядке: слева или сверху - на государственном, справа или снизу - на русском языках, пишутся одинаковыми по размеру буквами. По мере необходимости тексты визуальной информации могут быть приведены дополнительно и на других языках. При этом размеры шрифта не должны превышать установленных нормативными правовыми актами требований. Устная информация, объявления, реклама даются на государственном, русском и, при необходимости, на других языках. Закон Республики Казахстан «О языках в Республике Казахстан» от 11 июля 1997 года №151.



Оформление печатной и интернет рекламы

Имиджевые и продуктовые макеты в прессу или интернет оформляются в соответствии с принципами фирменного стиля и содержат, как правило, текстовое послание и фотоизображение. Рекомендуется использовать фотоизображения соответствующие фотостилу НСК и связанные по смыслу с текстовой информацией.

В печатной рекламе рекомендуется выбирать издания с высоким уровнем полиграфического воспроизведения и по возможности использовать правую полосу. Для удобства восприятия рекомендуемая максимальная длина строки слогана рекламной кампании не должна превышать 30 символов.

В интернет рекламе и рекламе в социальных сетях следует ориентироваться на актуальные на данный момент характеристики экранов смартфонов (ориентацию и соотношение сторон экрана, разрешение экрана, размер пикселей). Для удобства восприятия рекомендуемая максимальная длина строки текстов рекламной кампании не должна превышать 15 символов.

Обязательно использовать в дизайне адрес сайта и короткий номер телефона.



Общие положения по оформлению входных групп офисов и точек продаж

При дизайне вывесок необходимо учитывать особенности архитектуры фасада, на котором вывеска будет установлена. Вывески должны вписываться в городскую среду и взаимодействовать, а не конкурировать с ней. Козырьки и другие самостоятельные надстройки для размещения вывески не рекомендуются, так как не были запланированы архитектором.

В центральной части города и на исторических фасадах наиболее уместны вывески из отдельных объемных букв и знаков. Фасады исторических зданий нельзя закрывать декоративными панелями.

Остекление должно быть открытым. Заклеенные стекла окон выглядят недружелюбно и создают впечатление заброшенности. Допускаются отдельные рекламные материалы на стеклах, не превышающие 25% площади остекления.

Необходимо следить за чистотой вывесок. Неопрятные элементы вывески и остекление, неравномерно покрашенная стена здания, следы от объявлений и строительный мусор — все это создаёт негативный образ. Фасад, вывеска, стекла витрин и прилегающий тротуар должны содержаться в идеальном состоянии.

Вывески из объемных букв и знаков могут быть световыми или несветовыми. Для несветовых вывесок можно установить внешнюю подсветку. Световые вывески светятся самостоятельно. Существует множество вариантов внутренней подсветки букв и знаков вывесок. Наиболее предпочтительными являются контражурная.

Размер вывесок не должен быть слишком большим, он должен быть гармоничен с архитектурным обликом здания. Не нужно делать вывеску и буквы на ней как можно больше, только ради того чтобы "издалека было видно". Такой подход — недопустим.



Вывески из отдельных букв и знаков без подложки

Самым предпочтительным видом вывесок являются объёмные отдельностоящие буквы и знаки без подложки. Отдельностоящие — т. е. такие, за которыми виден участок фасада, на котором вывеска установлена.

Вывески могут быть изготовлены из металла, камня, пластика и стекла. Важно использовать качественные материалы и фурнитуру.

Цвет вывески НЕ ОБЯЗАТЕЛЬНО должен быть синим.

Отдельностоящие буквы и знаки, из которых состоит вывеска, могут быть плоскими или объемными. Плоские вывески смотрятся не хуже объемных, при условии, что каждая буква или логотип отбрасывают на стену здания собственную тень.

Плоские буквы и знаки должны крепиться на некотором расстоянии от плоскости фасада, чтобы каждая буква или знак отбрасывали собственную тень.

Объемные буквы и знаки могут крепиться на некотором расстоянии от плоскости фасада или вплотную к плоскости фасада.

Надписи для вывесок можно набирать строчными (маленькими) буквами, начиная с Заглавной, или ПРОПИСНЫМИ (большими) буквами. Прописные буквы всегда следует набирать вразрядку. Строчные буквы разряжать запрещается. Категорически запрещается искажать шрифты.

Хорошо:

СТРАХОВАНИЕ
Страхование

Допустимо:

СТРАХОВАНИЕ
Страхование

Плохо:

СТРАХОВАНИЕ
Страхование



Пример размещения на фасаде исторического здания.



Пример размещения на несимметричной входной группе.



Пример размещения на симметричной входной группе.

Варианты вывесок из отдельных букв и знаков без подложки

Данные варианты НЕ ЯВЛЯЮТСЯ единственными возможными.
Их использование возможно в случае если они подходят по
пропорциям и условиям размещения вывески.

Желательно делать дизайн-макет вывески под каждый офис или
точку продаж, учитывая индивидуальные архитектурные
особенности здания.

Скачать файл



Сенімді сақтандыру
Надёжное страхование

☎2258
www.nsk.kz

Охранное поле



СЕНІМДІ САҚТАНДЫРУ
НАДЁЖНОЕ СТРАХОВАНИЕ
☎2258 www.nsk.kz

Охранное поле

СЕНІМДІ
САҚТАНДЫРУ
☎2258



НАДЁЖНОЕ
СТРАХОВАНИЕ
www.nsk.kz

Охранное поле

Сенімді сақтандыру
☎2258



Надёжное страхование
www.nsk.kz

Охранное поле

СЕНІМДІ САҚТАНДЫРУ
☎2258



НАДЁЖНОЕ СТРАХОВАНИЕ
www.nsk.kz

Охранное поле

☎2258

www.nsk.kz

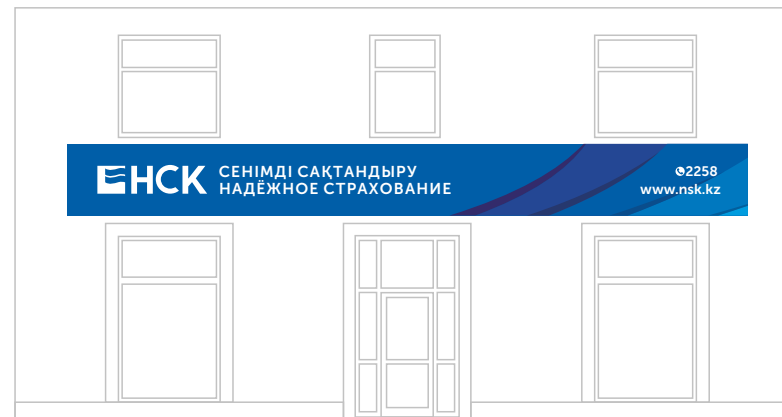
Охранное поле

Вывески из отдельных букв и знаков с плоской подложкой

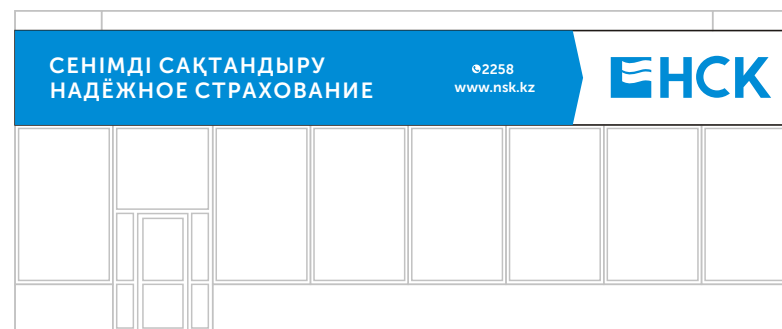
Этот тип вывесок отличается от предыдущего только тем, что участок фасада, на котором установлена вывеска, может быть закрыт декоративной панелью.

Буквы на подложке должны быть отдельностоящими и могут быть любыми — плоскими (при условии, что они закреплены на расстоянии от подложки) или объемными, световыми или несветовыми. Световые буквы на подложке точно так же могут быть с внутренней или контражурной подсветкой.

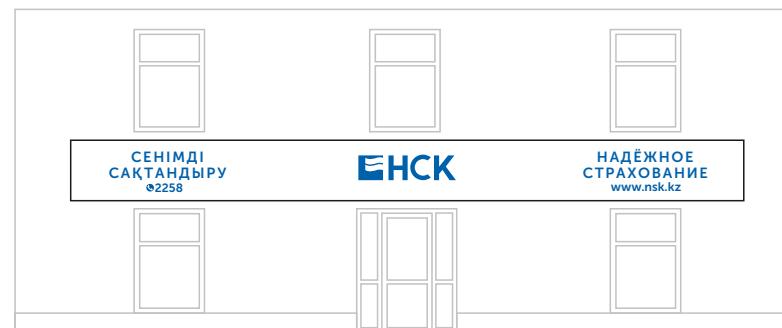
Лайтбоксы отличаются от вывесок с плоской подложкой тем, что подложка сама может излучать свет. Лайтбоксы являются наименее предпочтительным видом вывесок. Буквы и знаки на лайтбоксах также должны быть объемными.



Пример размещения на фасаде с козырьком.



Пример размещения на несимметричной входной группе.



Пример размещения на симметричной входной группе.

Варианты вывесок из отдельных букв и знаков с плоской подложкой

Данные варианты НЕ ЯВЛЯЮТСЯ единственными возможными.
Их использование возможно в случае если они подходят по
пропорциям и условиям размещения вывески.

Желательно делать дизайн-макет вывески под каждый офис или
точку продаж, учитывая индивидуальные архитектурные
особенности здания.

[Скачать файл](#)



Лайтбокс



Примеры оформления входных групп филиалов, агентств и точек продаж

Филиал



Агентство



Агентство



Точка продаж



Опционально

Панели-кронштейны

Панели-кронштейны — это вывески, установленные поперек тротуара, перпендикулярно плоскости фасада. Их лучше видно прохожим, которые идут непосредственно мимо офиса.

Панели-кронштейны должны висеть не выше 280 см от земли. Размер — не больше чем 70х70 см. Предпочтительна квадратная форма. Могут быть как световыми (лайтбокс), так и не световыми. Материалы изготовления: металл, пластик, стекло, дерево.

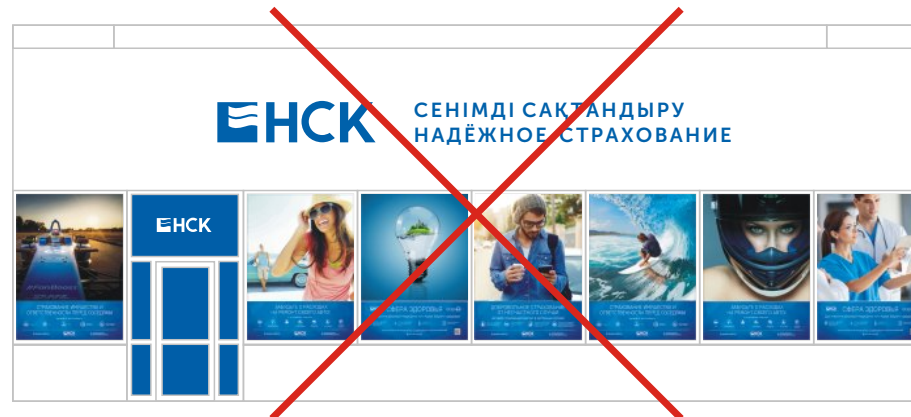
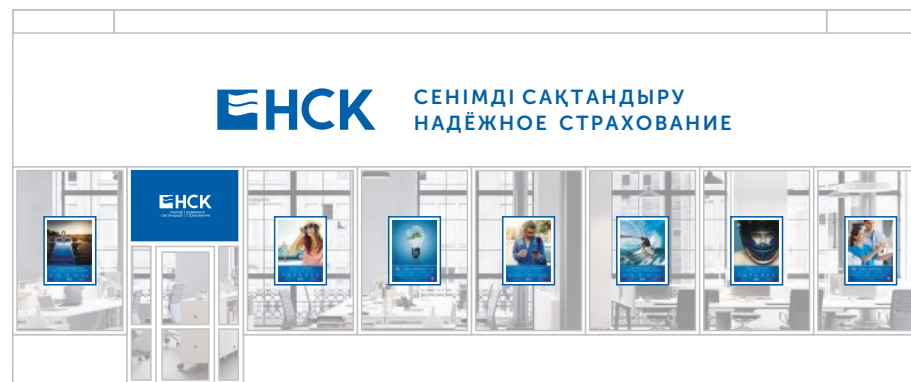
[Скачать файл](#)



Рекомендации по оформлению витрин

Опционально

Витрины должны быть привлекательными и создавать благоприятный образ заведения. Оформление витрины должно обеспечивать ощущение пространства внутри здания. Глухие витрины (например закрытые шторами или рекламой) не рекомендуются. Глухая оклейка витринных стекол запрещена. Допускаются отдельные рекламные материалы на стеклах, не превышающие 25% площади остекления.

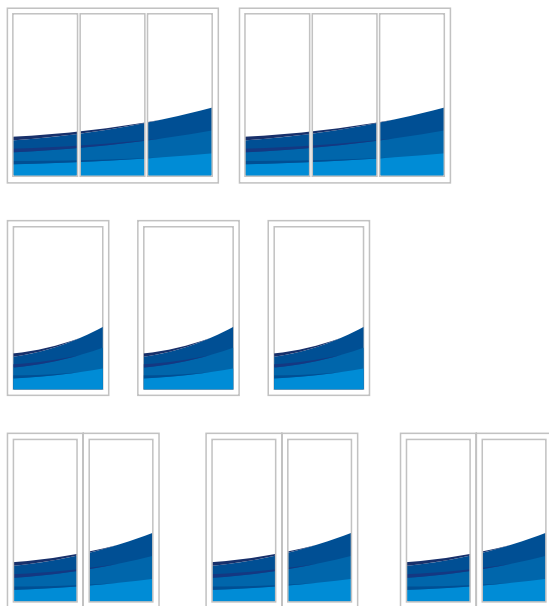


Брендинг стекол

Опционально

В случаях когда входная группа офиса имеет стеклянные элементы возможно их брендование элементами паттерна напечатанными на самоклеящейся пленке. Такого рода брендование не должно занимать более 30% площади остекления.

Примеры размещения и масштабирования брендинга.



Скачать файл



Флаги

Корпоративные флаги могут размещаться на входной группе офиса, на крыше здания или в непосредственной близости на прилегающей территории.

Если компания выступает в роли спонсора или организатора мероприятия, флаг может быть использован в качестве имиджевой рекламы и украшения зала/площадки.

Обязательно использование флагов возле входных групп филиалов.

Настольные флаги обязательно должны быть размещены в конференц-залах, митинг зонах, на столах входных групп.

Сувенирные корпоративные флаги могут быть использованы в качестве подарка для клиентов или партнеров организации.

Флаги могут быть односторонние или двусторонние, одинарные или сшивные.

Рекомендуемые материалы: для флагов внутри помещений – полиэстер, для уличных флагов – полиэфирная флажная сетка.

Горизонтальные флаги (2:3)



Горизонтальные флаги (1:2)



Вертикальные флаги



[Скачать файл](#)



Режим работы

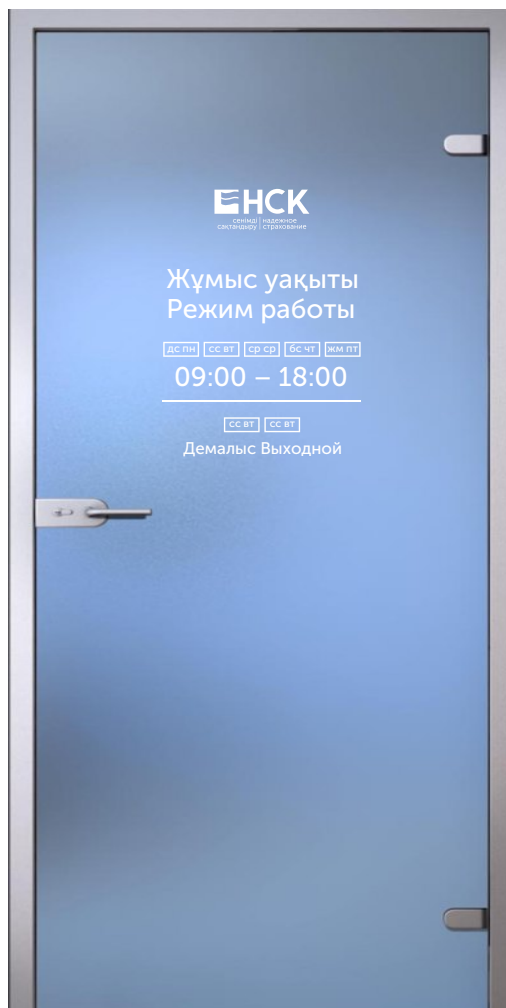
Режим работы набирается из отдельных букв в фирменных шрифтах по разработанному шаблону. Буквы создаются путём плоттерной резки на самоклеящихся виниловых пленках (оракал). Цвет букв может быть белый или синий, в зависимости от читабельности на поверхности нанесения.

В случае если поверхность не позволяет нанесение вырезанных букв – возможен вариант нанесения режима работы на металлизированном пластике путем гравировки.

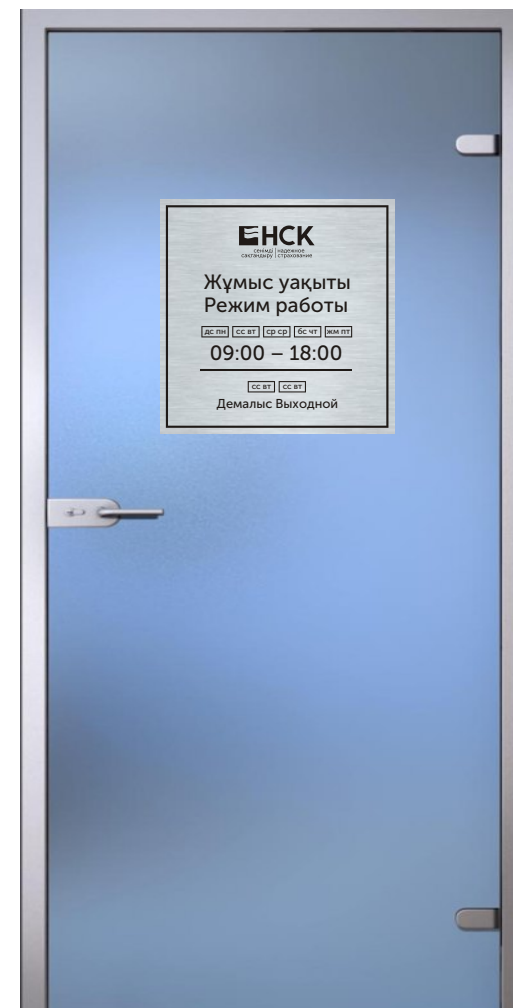
Режим работ должен использоваться при оформлении входных групп филиалов, агентств и точек продаж.

[Скачать файл](#)

Отдельные буквы из самоклеящейся пленки



Табличка из металлизированного пластика



Внутреннее оформление офисов

Объёмный логотип на стене



Настенные часы



Настольные флаги



Настольная табличка



Стойка Reception

Стойка администратора – ресепшн – одна из самых основных деталей интерьера в открытой рабочей зоне любого офиса. Конструктивно она имеет 2 столешницы. Верхняя из них является официальной, нижняя (внутренняя) – рабочая. Нижняя используется она для деловых бумаг, монитора и пр. Соответственно выделяется и два фасада: внешний и внутренний.

Цвет стойки белый. На лицевой части логотип. Он может быть “вдавленный” или выпуклый. Изображение логотипа достигается путём светотени.

Высота верхней столешницы: от 110 до 120 см.
Высота нижней столешницы: от 75 до 80 см.
Ширина и общие размеры зависят от габаритов помещения, необходимости установки дополнительной аппаратуры и количества работников за ней.



Информационный стенд

Стенд обязателен для установки в филиалах, агентствах и центрах обслуживания выплат (ЦОВ).

Размер: 120 x 120 см

Количество карманов: А4 - 8 шт., А3 - 1 шт.

Материал стенда: стекло, пластик или оргстекло
покрытое оракалом.

Материал карманов: стекло или оргстекло.

Объёмные буквы, логотип и рамка.

Световые полосы по внутренней стороне рамки

[Скачать файл](#)



Подсветка логотипа



Световая внутренняя
часть рамы

Стенды для раздаточного материала

Стенд обязателен для установки в филиалах, агентствах и центрах обслуживания выплат (ЦОВ).

Конструкции подбирается из доступных в продаже вариантов, либо делаются под заказ и брендятся фирменными элементами.

Предпочтительные материалы: металл, стекло.

[Скачать файл](#)



Униформа аварийного комиссара

Брендинг униформы осуществляется нашивками. Нашивки изготавливаются путём вышивки белым цветом на синей основе. Футболка брендируется методом печати на ткани. Униформа подбирается из каталогов производителей спецодежды. Желательно использование светоотражающих элементов.

Зимняя униформа аварийного комиссара состоит из утепленной куртки и полукомбинезона синих цветов.

Летняя униформа состоит из синей футболки и бейсболки. А так же брюк произвольного цвета.

Межсезонная униформа аварийного комиссара состоит из флисовой кофты и брюк синих цветов.

[Скачать файл](#)

На груди



На рукаве



На спине

**Апаттық комиссар
Аварийный комиссар**



Галстук и шейный платок офисных сотрудников

Галстук и шейный платок изготавливаются на заказ .
Основное требование – использование корпоративного цвета.

Мужской галстук должен быть классическим, т.е. завязываться узлом. Женский шейный платок завязывается бантом.

Корпоративный бейдж, именной бейдж и значок

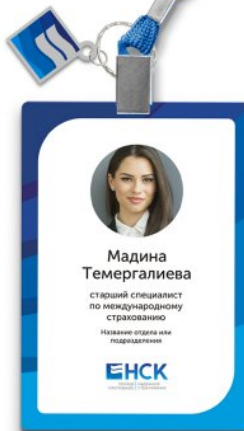
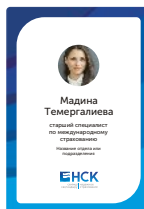
Значок
Размер 10 x 10 мм.



Именной бейдж сотрудника
Формат 85 x 35 мм.



Бейдж
Формат 60 x 100 мм.



Сувенирная продукция

Качественная сувенирная продукция – один из эффективных “инструментов” формирования позитивного имиджа компании у целевых потребителей. Небольшой подарок или предмет, необходимый человеку в повседневном обиходе – авторучка, кружка, бейсболка с фирменной символикой – будут служить постоянным напоминанием о бренде, выполняя функции “естественного коммуникатора”.

Всё вышеизложенное предъявляет очень высокие требования к подбору носителя и его оформлению в полном соответствии с фирменным стилем компании.



Корпоративная открытка

Корпоративная открытка в фирменном стиле компании может использоваться практически для любых нужд: поздравление сотрудников с личными праздниками, поздравление клиентов, в качестве приглашения куда-либо т.д.

На лицевой стороне размещается короткое поздравление (С Юбилеем, С Днём Бракосочетания!, С Новым годом! и прочее).

Размер шрифта 12-14, выключка по центру.

С внутренней стороны размещается основной текст. Размер шрифта 10-12, выключка по центру. Текст может быть как индивидуальным, так и со пустым полем для вписания имени от руки. Использование текста в стихотворной форме нежелательно.

Размер в сложенном виде: 100 x150 мм.

Размер в раскрытом виде: 200 x 150 мм.

Бумага: 200 - 300 гр/м.

Печать: 4+1

[Скачать файл](#)





сенімді | надежное
сақтандыру | страхование

 nsk.kz  [nsk.kz](https://www.facebook.com/nsk.kz)  [nsk.kz](https://www.instagram.com/nsk.kz)  [nsk_kz](https://www.telegram.me/nsk_kz)

