



Система Телеком Построение Бренда Руководство

Русская версия 1
27 апреля 2007

Содержание

1. Введение
2. Конвергентная область
3. Примеры макетов



1. Введение

- 1.1. Введение
- 1.2. «Система Телеком»: организационная структура
- 1.3. «Система Телеком»: структура брендов
- 1.4. Создание универсальной архитектуры брендов
- 1.5. Как работает схема принятия решения при создании конвергентных проектов
- 1.6. Пример конвергентного проекта по Wi-Fi МТС и «КОМСТАР – ОТС»

1.1. Введение

В связи с тем, что все больше и больше совместных проектов и услуг создаются для взаимодействия между брендами группы компаний «Система Телеком», настало время внести ясность в то, как мы будем представлять их совместно в рамках нового позиционирования, начатого в мае 2006 года.

1.1. Введение

- 1.2. «Система Телеком»: организационная структура
 - 1.3. «Система Телеком»: структура брендов
 - 1.4. Создание универсальной архитектуры брендов
 - 1.5. Как работает схема принятия решения при создании конвергентных проектов
 - 1.6. Пример конвергентного проекта по Wi-Fi МТС и «КОМСТАР – ОТС»
2. Конвергентная область
 3. Примеры макетов

1.1. Введение

Этот документ содержит:

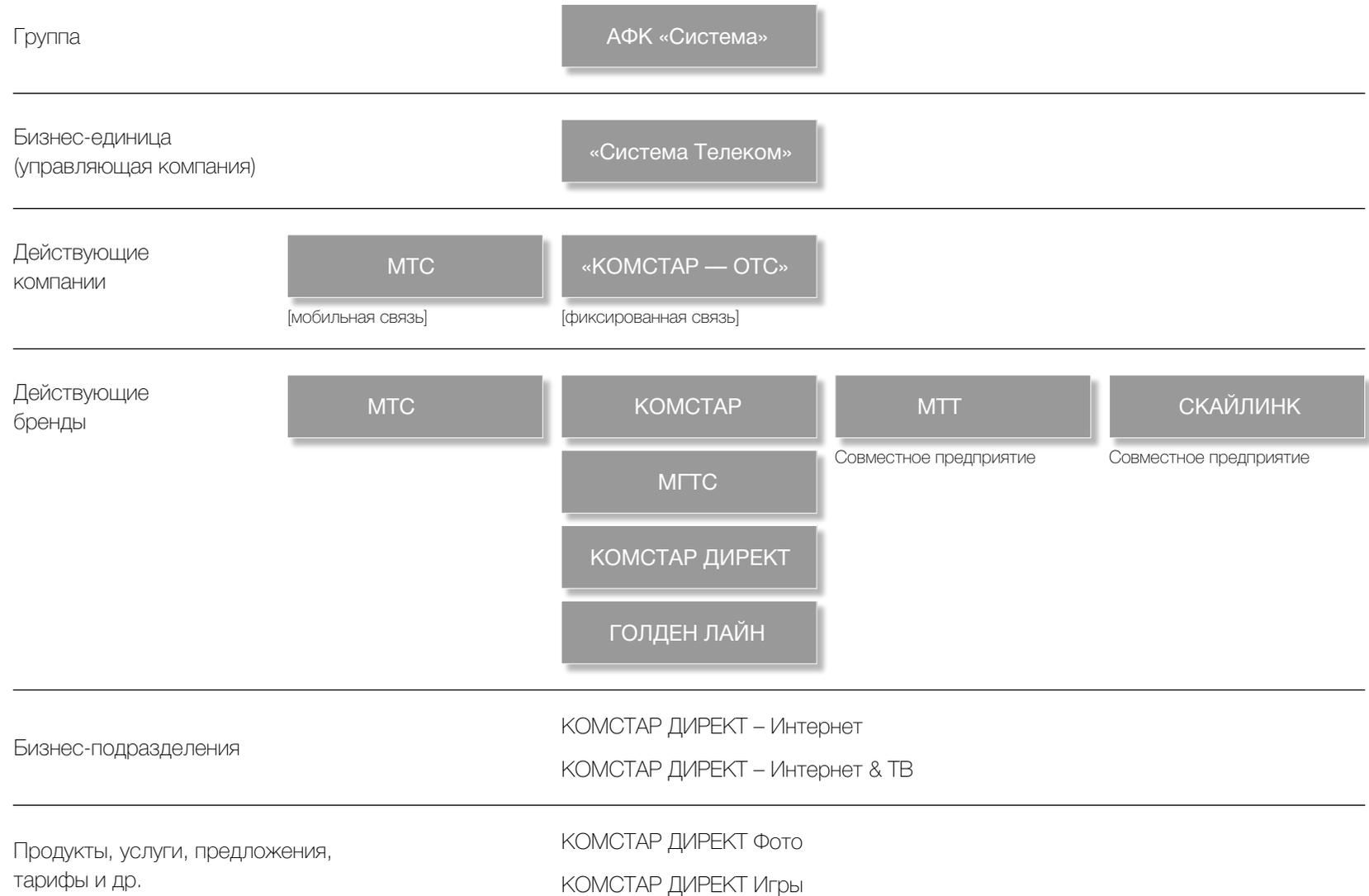
1. Принципы и возможности организации архитектуры брендов.
2. Порядок обозначения имен и логотипов для каждого уровня в пределах группы.
3. Систему создания совместных предложений/продуктов/услуг.
4. Визуальное изображение в материалах маркетинговых коммуникаций.
5. Руководство для создания макетов.

1.1. Введение

- 1.2. «Система Телеком»: организационная структура
- 1.3. «Система Телеком»: структура брендов
- 1.4. Создание универсальной архитектуры брендов
- 1.5. Как работает схема принятия решения при создании конвергентных проектов
- 1.6. Пример конвергентного проекта по Wi-Fi МТС и «КОМСТАР – ОТС»
2. Конвергентная область
3. Примеры макетов

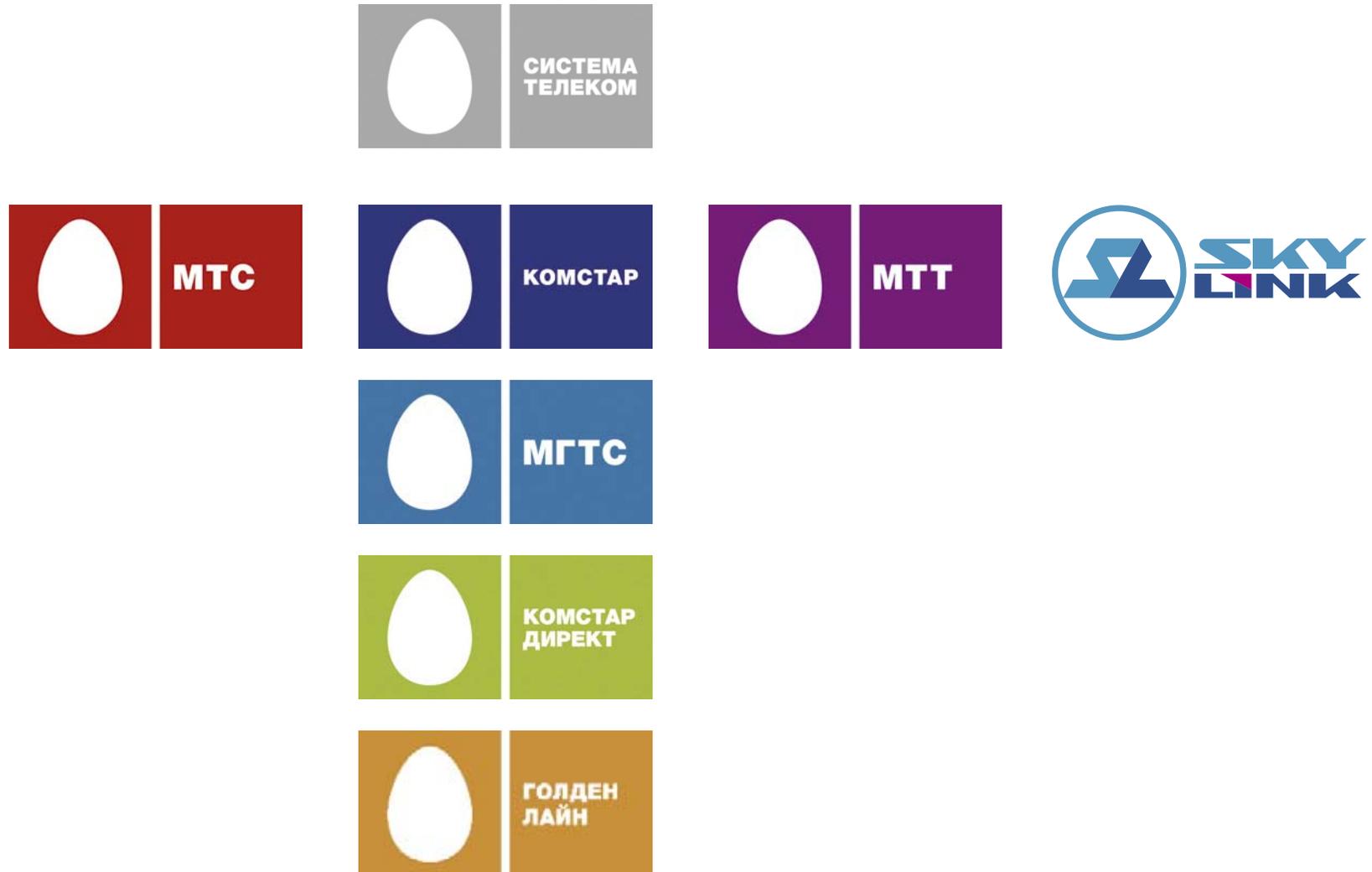
1.2. «Система Телеком»: организационная структура

- 1.1. Введение
- 1.2. «Система Телеком»: организационная структура
- 1.3. «Система Телеком»: структура брендов
- 1.4. Создание универсальной архитектуры брендов
- 1.5. Как работает схема принятия решения при создании конвергентных проектов
- 1.6. Пример конвергентного проекта по Wi-Fi МТС и «КОМСТАР – ОТС»
- 2. Конвергентная область
- 3. Примеры макетов



1.3. «Система Телеком»: структура брендов

- 1.1. Введение
 - 1.2. «Система Телеком»: организационная структура
 - 1.3. «Система Телеком»: структура брендов
 - 1.4. Создание универсальной архитектуры брендов
 - 1.5. Как работает схема принятия решения при создании конвергентных проектов
 - 1.6. Пример конвергентного проекта по Wi-Fi МТС и «КОМСТАР – ОТС»
-
- 2. Конвергентная область
 - 3. Примеры макетов



1.4. Создание универсальной архитектуры брендов

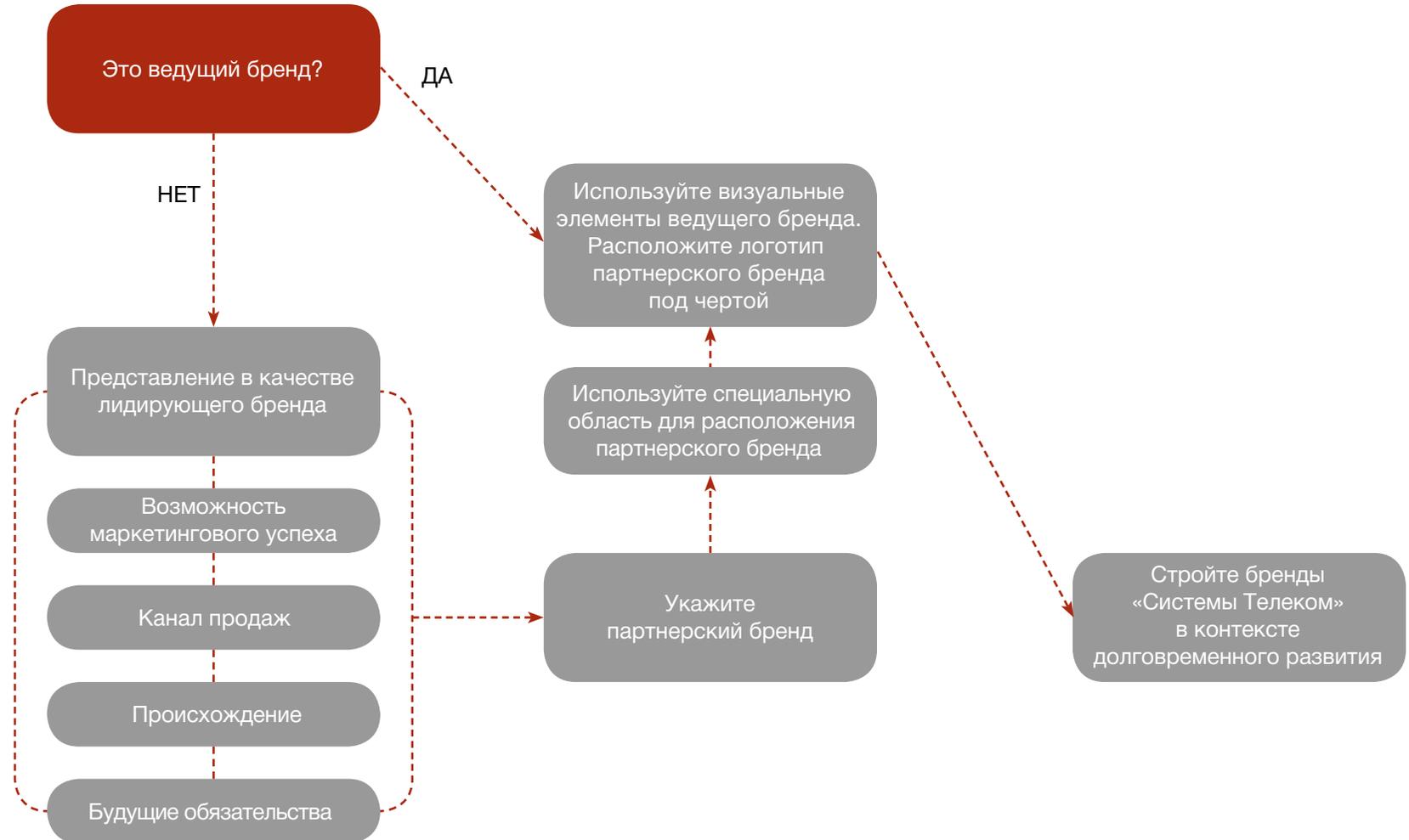
Единая архитектура усилит возможности позиционирования действующих брендов группы компаний «Система Телеком» и создаст новый подход к представлению телекоммуникационных услуг в России, а также даст прекрасную возможность четко и в структурированном виде представлять совместные или конвергентные предложения, связывая между собой продукты и услуги различных брендов, и выстраивать стратегическое партнерство с другими компаниями. И, наконец, еще одно из преимуществ – это кросс-продажные возможности, или представление менее известных на рынке брендов внутри группы.

- 1.1. Введение
- 1.2. «Система Телеком»: организационная структура
- 1.3. «Система Телеком»: структура брендов
- 1.4. Создание универсальной архитектуры брендов**
- 1.5. Как работает схема принятия решения при создании конвергентных проектов
- 1.6. Пример конвергентного проекта по Wi-Fi МТС и «КОМСТАР – ОТС»

- 2. Конвергентная область
- 3. Примеры макетов

1.5. Как работает схема принятия решения при создании конвергентных проектов

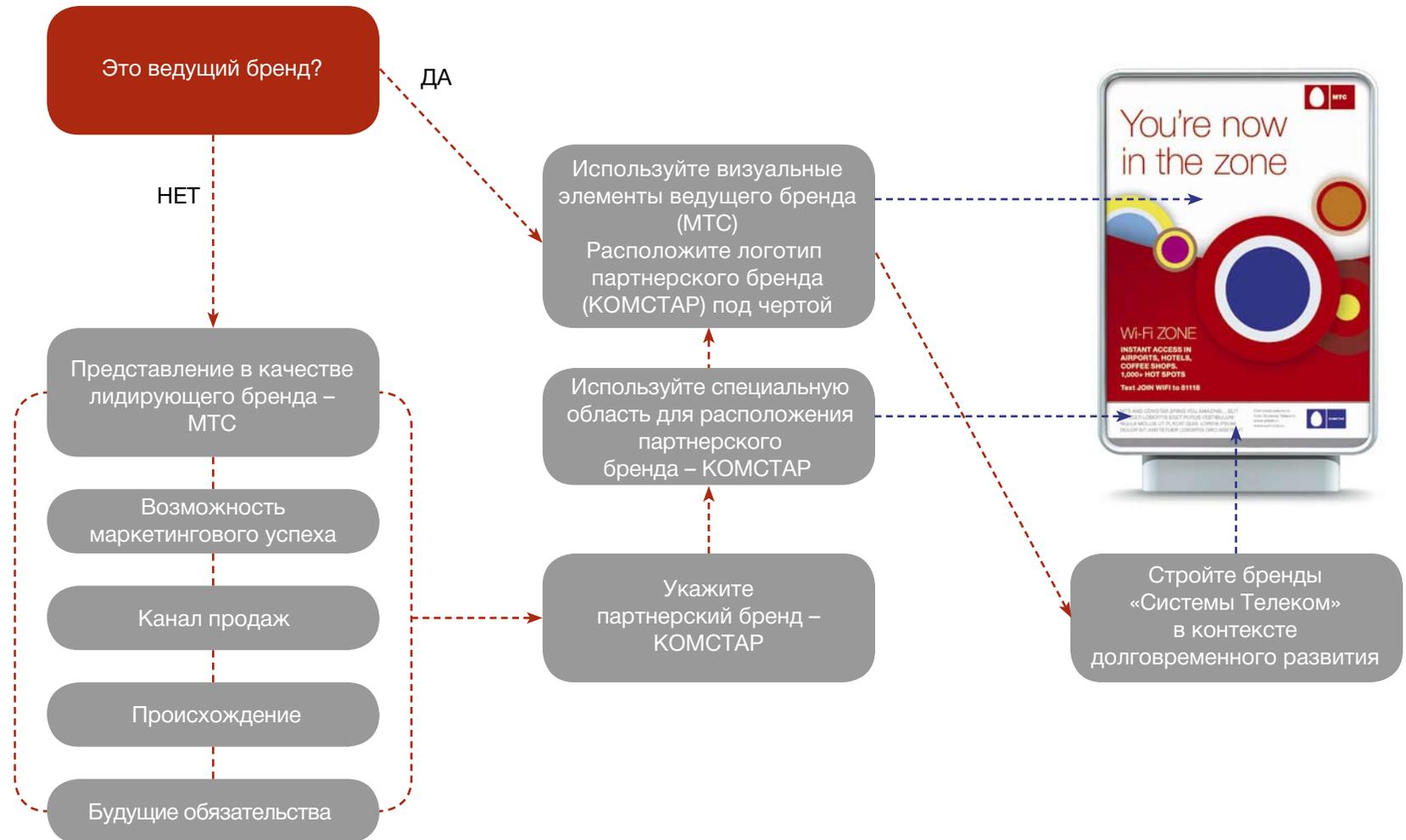
Ниже представлена схема для принятия решений при разработке совместных продуктов, услуг, тарифов.



- 1.1. Введение
- 1.2. «Система Телеком»: организационная структура
- 1.3. «Система Телеком»: структура брендов
- 1.4. Создание универсальной архитектуры брендов
- 1.5. Как работает схема принятия решения при создании конвергентных проектов
- 1.6. Пример конвергентного проекта по Wi-Fi МТС и «КОМСТАР – ОТС»
- 2. Конвергентная область
- 3. Примеры макетов

1.6. Пример конвергентного проекта по Wi-Fi МТС и «КОМСТАР – ОТС»

Ниже продемонстрировано, как работает схема принятия решения на примере партнерского проекта по Wi-Fi МТС и «КОМСТАР – ОТС».



- 1.1. Введение
- 1.2. «Система Телеком»: организационная структура
- 1.3. «Система Телеком»: структура брендов
- 1.4. Создание универсальной архитектуры брендов
- 1.5. Как работает схема принятия решения при создании конвергентных проектов
- 1.6. Пример конвергентного проекта по Wi-Fi МТС и «КОМСТАР – ОТС»
2. Конвергентная область
3. Примеры макетов

2.

Конвергентная область

- 2.1. Расположение конвергентной области
- 2.2. Использование сетки в конвергентной области
- 2.3. Другие форматы
- 2.4. Взаимоотношение брендов (более 2 партнеров)
- 2.5. Фирменный шрифт

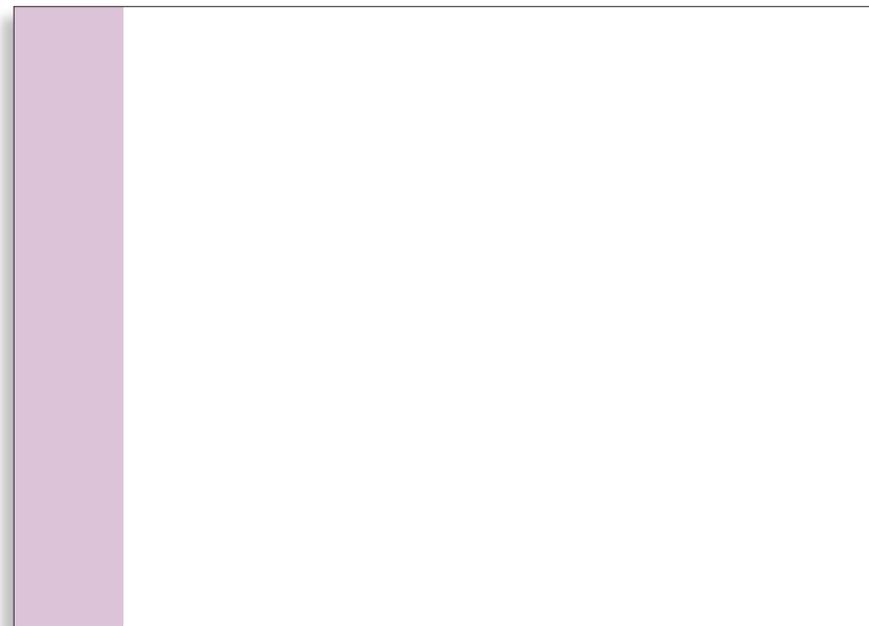
2.1. Расположение конвергентной области

1. Введение
2. Конвергентная область
 - 2.1. **Расположение конвергентной области**
 - 2.2. Использование сетки в конвергентной области
 - 2.3. Другие форматы
 - 2.4. Взаимоотношение брендов (более 2 партнеров)
 - 2.5. Фирменный шрифт
3. Примеры макетов

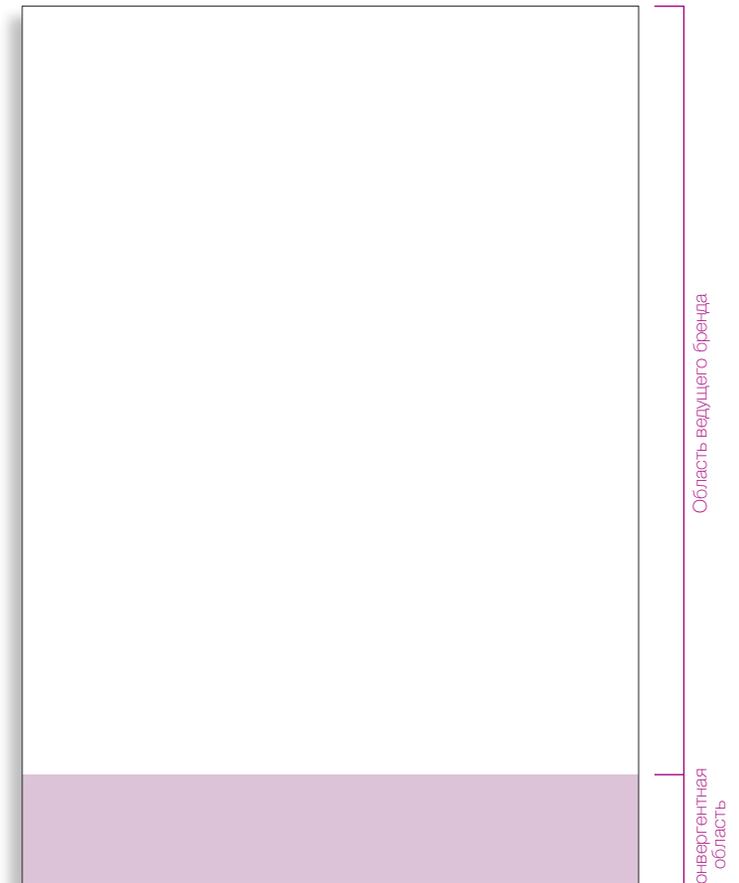
Схема принятия решения о партнерстве брендов или о конвергентных предложениях представлена в п.1.5. Ниже показано, где располагается конвергентная область.

В вертикальном положении конвергентная область всегда находится внизу макета, в горизонтальном – с левой стороны.

Важно, чтобы эта область всегда располагалась в одном и том же месте во всех коммуникационных материалах.



Конвергентная область Область ведущего бренда



Область ведущего бренда
Конвергентная область

2.2. Использование сетки в конвергентной области

1. Введение
2. Конвергентная область
 - 2.1. Расположение конвергентной области
 - 2.2. Использование сетки в конвергентной области**
 - 2.3. Другие форматы
 - 2.4. Взаимоотношение брендов (более 2 партнеров)
 - 2.5. Фирменный шрифт
3. Примеры макетов

В конвергентной области используется сетка из 9 блоков во всех коммуникационных материалах, которые будут способствовать узнаваемости брендов «Система Телеком».

Важно, что вне конвергентной области элементы фирменного стиля ведущего бренда и их расположение имеют другой шаблон.

В этом документе обозначены принципы оформления конвергентной области для формата А4. Для большего формата, например для наружной рекламы, размер шрифта должен быть изменен пропорционально.

На листе формата А4 отступ от левого и правого краев составляет 12,5 мм, остальная область разделена на 9 блоков (17х17,5 мм), расстояние между которыми равно 4 мм. Эта часть используется для размещения текстов и партнерского логотипа. Общая высота конвергентной области – 36 мм от нижнего края (~12% от высоты всей страницы).

Сверху и снизу конвергентная зона отделяется плашками: ширина верхней – 1 мм, нижней – 7,5 мм.

Текст конвергентного предложения располагается в 1–5-м блоках, как показано ниже.

Шрифт: Helvetica Neue LT Cyrillic – 55 Roman 11 pt (заглавные буквы, серебро/серый).

Текст «Система Телеком» располагается в 6–7-м блоках, как показано ниже.

Шрифт: Helvetica Neue LT Cyrillic – 55 Roman 9pt (серебро/серый).

Партнерский логотип располагается в 8–9-м блоках. Высота логотипа – 15 мм.



2.3. Другие форматы

1. Введение
2. Конвергентная область
 - 2.1. Расположение конвергентной области
 - 2.2. Использование сетки в конвергентной области
- 2.3. Другие форматы
 - 2.4. Взаимоотношение брендов (более 2 партнеров)
 - 2.5. Фирменный шрифт
3. Примеры макетов

В горизонтальном формате конвергентная область располагается слева.

Как и в предыдущем варианте, отступ от края составляет 12,5 мм, остальная область разделена на 9 блоков, расстояние между которыми 4 мм.

Ширина – 50 мм от левого края (~17% от ширины страницы).

Сверху и снизу конвергентная зона отделяется плашками: ширина правой – 1 мм, левой – 7,5 мм.

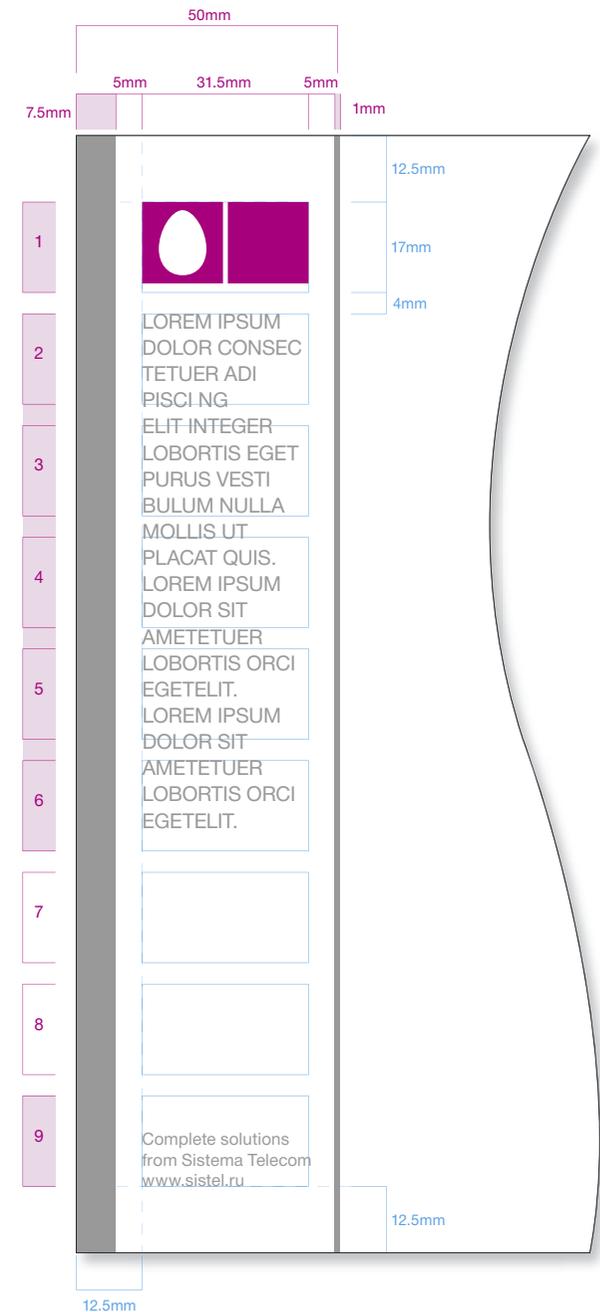
Текст конвергентного предложения располагается во 2–6-м блоках, как показано справа.

Шрифт: Helvetica Neue LT Cyrillic – 55 Roman 11 pt (заглавные буквы, серебро /серый).

Текст «Система Телеком» располагается в 9-м блоке.

Шрифт: Helvetica Neue LT Cyrillic – 55 Roman 9 pt (серебро/серый).

Партнерский логотип располагается вверху в 1-м блоке, как показано справа. Высота логотипа – 15 мм.



2.3. Другие форматы (продолжение)

1. Введение
2. Конвергентная область
 - 2.1. Расположение конвергентной области
 - 2.2. Использование сетки в конвергентной области
- 2.3. Другие форматы**
 - 2.4. Взаимоотношение брендов (более 2 партнеров)
 - 2.5. Фирменный шрифт
3. Примеры макетов

Для формата А5 адаптируются принципы, описанные в п.2.2, пропорционально размерам страницы.

Однако в некоторых случаях требуется увеличить размер области в зависимости от минимально допустимого размера логотипа или минимально допустимого размера шрифта для печатания. Не рекомендуется использовать размер шрифта менее 7 pt.

При использовании конвергентной области на малых форматах для получения более четкого изображения рекомендуется набирать текст черным цветом, а не серебряным и не серым.

Например, для формата А5 отступ от левого и правого краев – 8,5 мм.

Область для расположения информации и партнерского логотипа также разделена на 9 блоков, расстояние между которыми равно 2,9 мм. Общая высота конвергентной области – 25 мм от нижнего края страницы (~ 12% от высоты страницы).

Сверху и снизу конвергентная зона отделяется плашками: ширина верхней – 1 мм, нижней – 5 мм.

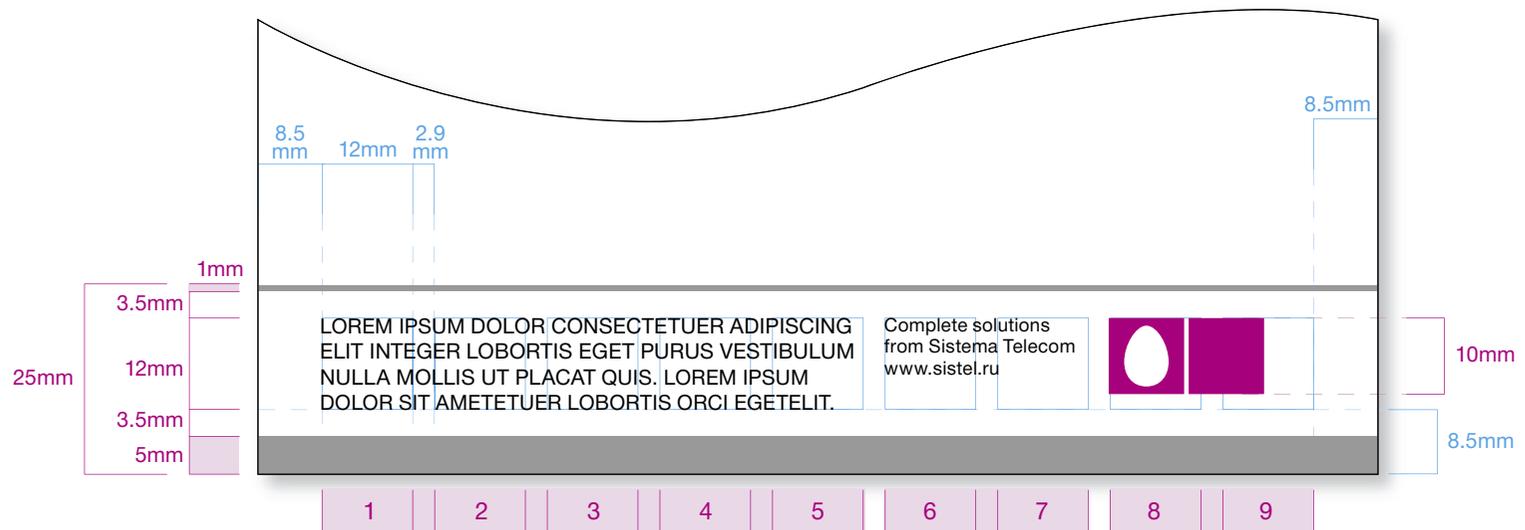
Текст конвергентного предложения располагается в 1–5-м блоках, как показано ниже.

Шрифт: Helvetica Neue LT Cyrillic – 55 Roman 8 pt (заглавные буквы, черные).

Текст «Система Телеком» располагается в 6–7-м блоках.

Шрифт: Helvetica Neue LT Cyrillic – 55 Roman 7 pt (черный).

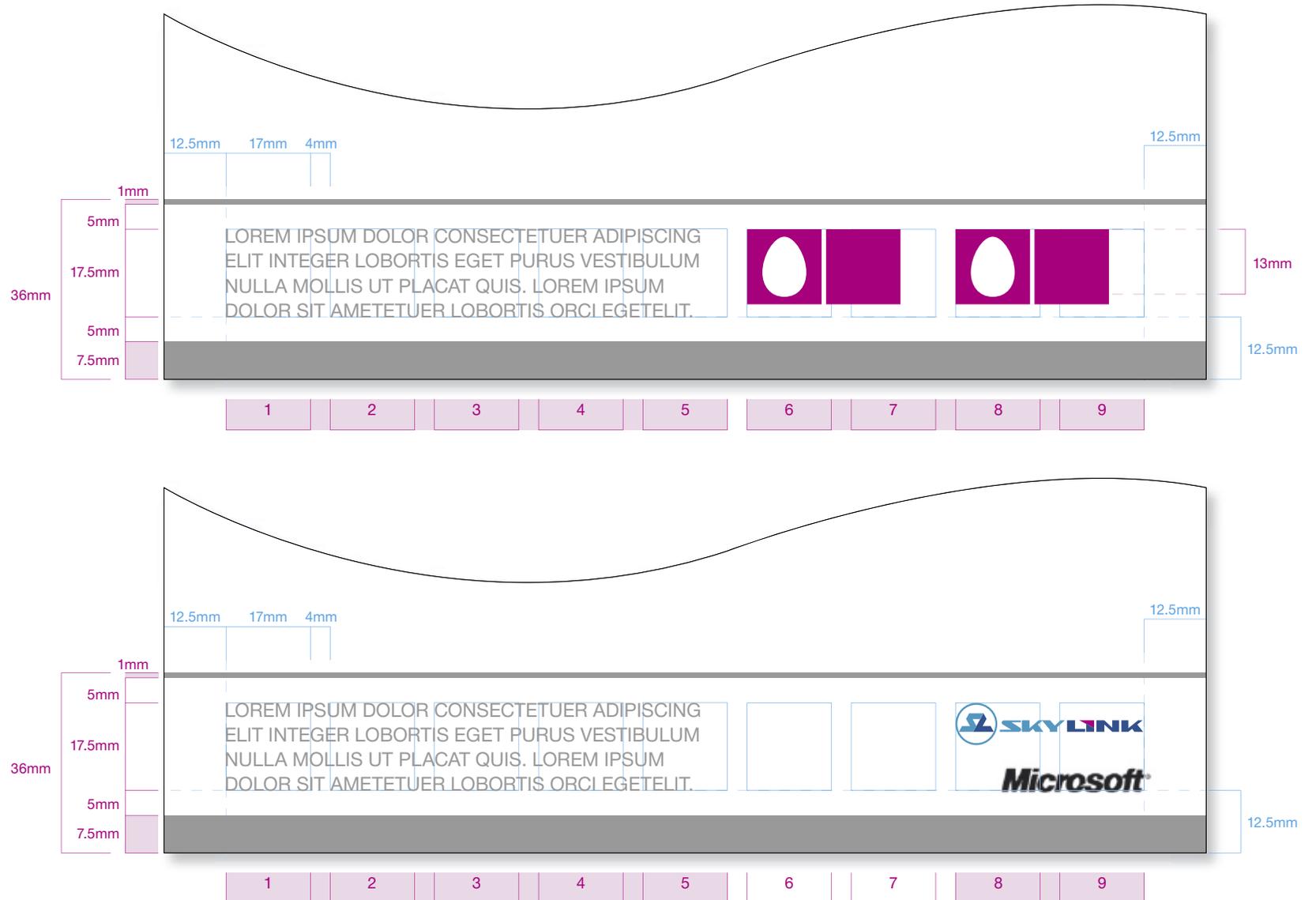
Партнерский логотип располагается в пределах 8–9-го блоков, как показано ниже. Высота логотипа – 10 мм.



2.4. Взаимоотношение брендов (более 2 партнеров)

Когда конвергентные предложения включают более одного партнерского бренда, конвергентная область преобразуется для двух и более брендов, как показано ниже.

1. Введение
2. Конвергентная область
 - 2.1. Расположение конвергентной области
 - 2.2. Использование сетки в конвергентной области
 - 2.3. Другие форматы
 - 2.4. Взаимоотношение брендов (более 2 партнеров)
 - 2.5. Фирменный шрифт
3. Примеры макетов



2.5. Фирменный шрифт

1. Введение
2. Конвергентная область
 - 2.1. Расположение конвергентной области
 - 2.2. Использование сетки в конвергентной области
 - 2.3. Другие форматы
 - 2.4. Взаимоотношение брендов (более 2 партнеров)
- 2.5. Фирменный шрифт
3. Примеры макетов

Основная гарнитура, используемая в конвергентной области в любой внешней коммуникации, – Helvetica Neue 55 (Regular).

Во всех печатных материалах, например в рекламе, брошюрах и т.д., используется Helvetica Neue.

Во всех настольных приложениях (PowerPoint, MS Word), включая системы электронной почты и интернет-страниц, следует использовать Arial.

Helvetica Neue LT (Linotype) Cyrillic в форматах Mac PostScript, PC TrueType и OpenType можно приобрести у многих продавцов гарнитур, например: <http://www.linotype.com>

Helvetica Neue LT Cyrillic – 55 Roman

АБВГДЕЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
абвгдежзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя
0123456789 !€\$%&*()?

Arial (Cyrillic)

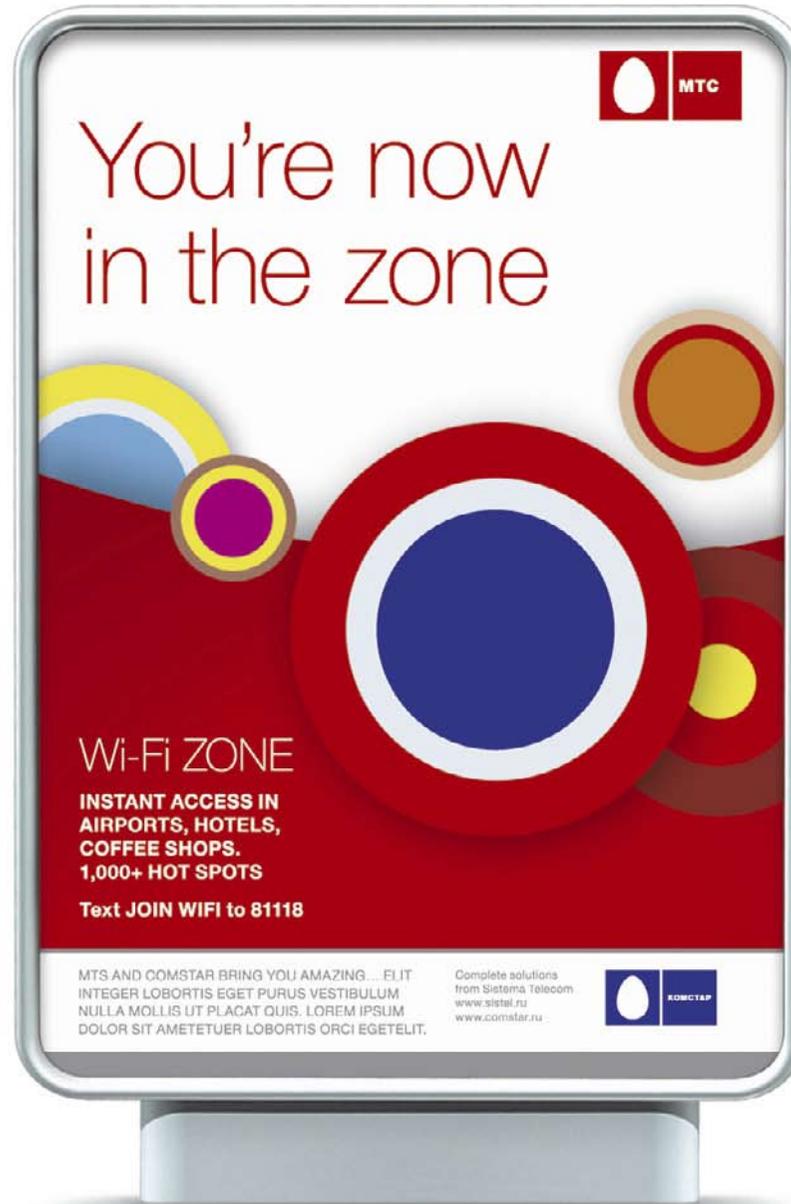
АБВГДЕЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
абвгдежзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя
0123456789 !? \$%&*()?

3. Рекламные коммуникации

- 3.1. Пример макета для наружной рекламы (сити-формат)
для конвергентного проекта Wi-Fi для МТС и «КОМСТАР – ОТС»
- 3.2. Пример макета для наружной рекламы (рекламный щит)
- 3.3. Пример макета в прессу
- 3.4. Пример макета флаера
- 3.5. ТВ-заставка
- 3.6. Интернет-баннер
- 3.7. Пресс-релиз

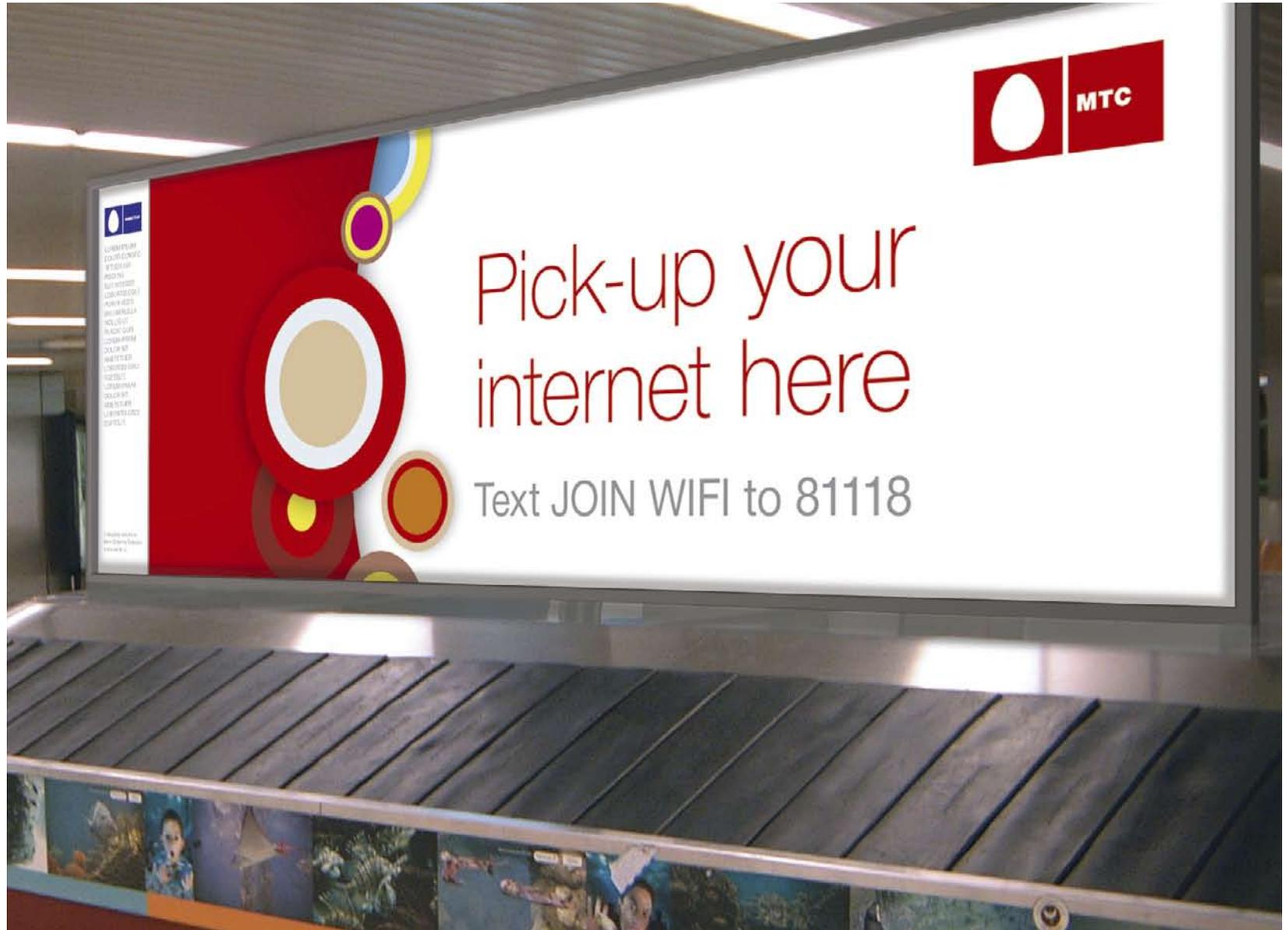
3.1. Пример макета для наружной рекламы (сити-формат) для конвергентного проекта Wi-Fi для МТС и «КОМСТАР – ОТС»

1. Введение
2. Конвергентная область
3. Примеры макетов
- 3.1. Пример макета
для наружной рекламы
(сити-формат)
для конвергентного проекта
Wi-Fi для МТС и «КОМСТАР – ОТС»
- 3.2. Пример макета
для наружной рекламы
(рекламный щит)
- 3.3. Пример макета в прессу
- 3.4. Пример макета флаера
- 3.5. ТВ-заставка
- 3.6. Интернет-баннер
- 3.7. Пресс-релиз



3.2. Пример макета для наружной рекламы (рекламный щит)

1. Введение
2. Конвергентная область
3. Примеры макетов
- 3.1. Пример макета для наружной рекламы (сити-формат) для конвергентного проекта Wi-Fi для МТС и «КОМСТАР – ОТС»
- 3.2. Пример макета для наружной рекламы (рекламный щит)**
- 3.3. Пример макета в прессу
- 3.4. Пример макета флаера
- 3.5. ТВ-заставка
- 3.6. Интернет-баннер
- 3.7. Пресс-релиз



3.3. Пример макета в прессу

1. Введение
2. Конвергентная область
3. Примеры макетов
 - 3.1. Пример макета для наружной рекламы (сити-формат) для конвергентного проекта Wi-Fi для МТС и «КОМСТАР – ОТС»
 - 3.2. Пример макета для наружной рекламы (рекламный щит)
 - 3.3. Пример макета в прессу**
 - 3.4. Пример макета флаера
 - 3.5. ТВ-заставка
 - 3.6. Интернет-баннер
 - 3.7. Пресс-релиз



3.4. Пример макета флаера

Выбор дизайна макетов, приведенных ниже, зависит от информации, которую необходимо разместить на флаерах.

Лицевая часть карты оформляется в стиле ведущего бренда (на примере МТС). На обратной стороне располагается логотип партнерского бренда и другие детали.

1. Введение
2. Конвергентная область
3. Примеры макетов
- 3.1. Пример макета для наружной рекламы (сити-формат) для конвергентного проекта Wi-Fi для МТС и «КОМСТАР – ОТС»
- 3.2. Пример макета для наружной рекламы (рекламный щит)
- 3.3. Пример макета в прессу
- 3.4. Пример макета флаера**
- 3.5. ТВ-заставка
- 3.6. Интернет-баннер
- 3.7. Пресс-релиз



3.5. ТВ-заставка

Конвергентная область может быть изображена на экране, как показано ниже (область МТС может быть при необходимости красного или белого цвета).

Более простое решение – не использовать серебряные/серые плашки для отделения конвергентной зоны, в которой располагается текст и логотип «КОМСТАР – ОТС», как показано справа.

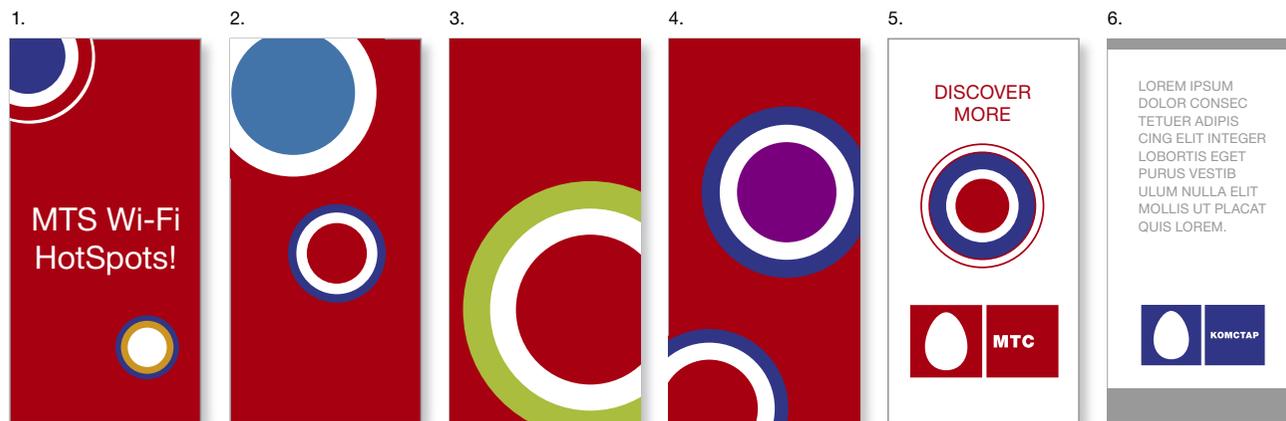
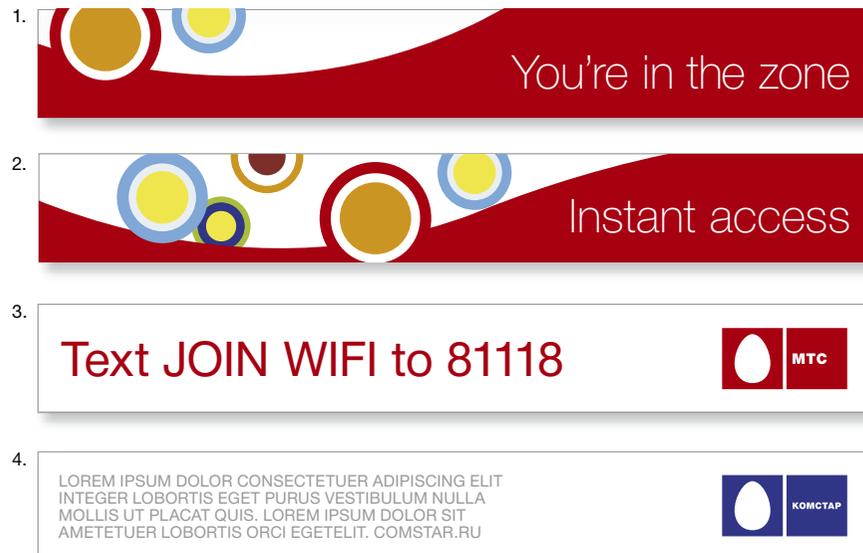


1. Введение
2. Конвергентная область
3. Примеры макетов
- 3.1. Пример макета для наружной рекламы (сити-формат) для конвергентного проекта Wi-Fi для МТС и «КОМСТАР – ОТС»
- 3.2. Пример макета для наружной рекламы (рекламный щит)
- 3.3. Пример макета в прессу
- 3.4. Пример макета флаера
- 3.5. ТВ-заставка**
- 3.6. Интернет-баннер
- 3.7. Пресс-релиз

3.6. Интернет-баннер

Здесь приведены несколько примеров, как простая анимация может быть использована для баннерной рекламы. В данном случае партнерский логотип используется с соответствующим текстом, объясняющим предложение.

1. Введение
2. Конвергентная область
3. Примеры макетов
 - 3.1. Пример макета для наружной рекламы (сити-формат) для конвергентного проекта Wi-Fi для МТС и «КОМСТАР – ОТС»
 - 3.2. Пример макета для наружной рекламы (рекламный щит)
 - 3.3. Пример макета в прессу
 - 3.4. Пример макета флаера
 - 3.5. ТВ-заставка
 - 3.6. Интернет-баннер**
 - 3.7. Пресс-релиз



3.7. Пресс-релиз

Размер бумаги

A4 (210x297 мм) вертикальный

1 Расположение и размер логотипа ведущего бренда

Логотип располагается в левом верхнем углу, как показано на примере.

Размер логотипа — 15 мм в высоту.

2 Адресный блок

Адресный блок компании должен быть набран соответствующим для ведущего бренда шрифтом и помещен на расстоянии 50 мм от левого края страницы, как показано на примере. Начало адресного блока выравнивается по логотипу, как показано на рисунке, и пишется шрифтом 10 pt.

3 Контакты

Телефон, факс, веб-сайт располагаются на расстоянии 105 мм от левого края, как показано на рисунке.

4 Заголовок пресс-релиза

Заголовок пресс-релиза располагается на расстоянии 50 мм от левого края, шрифт и цвет соответствуют ведущему бренду.

5 Текст пресс-релиза

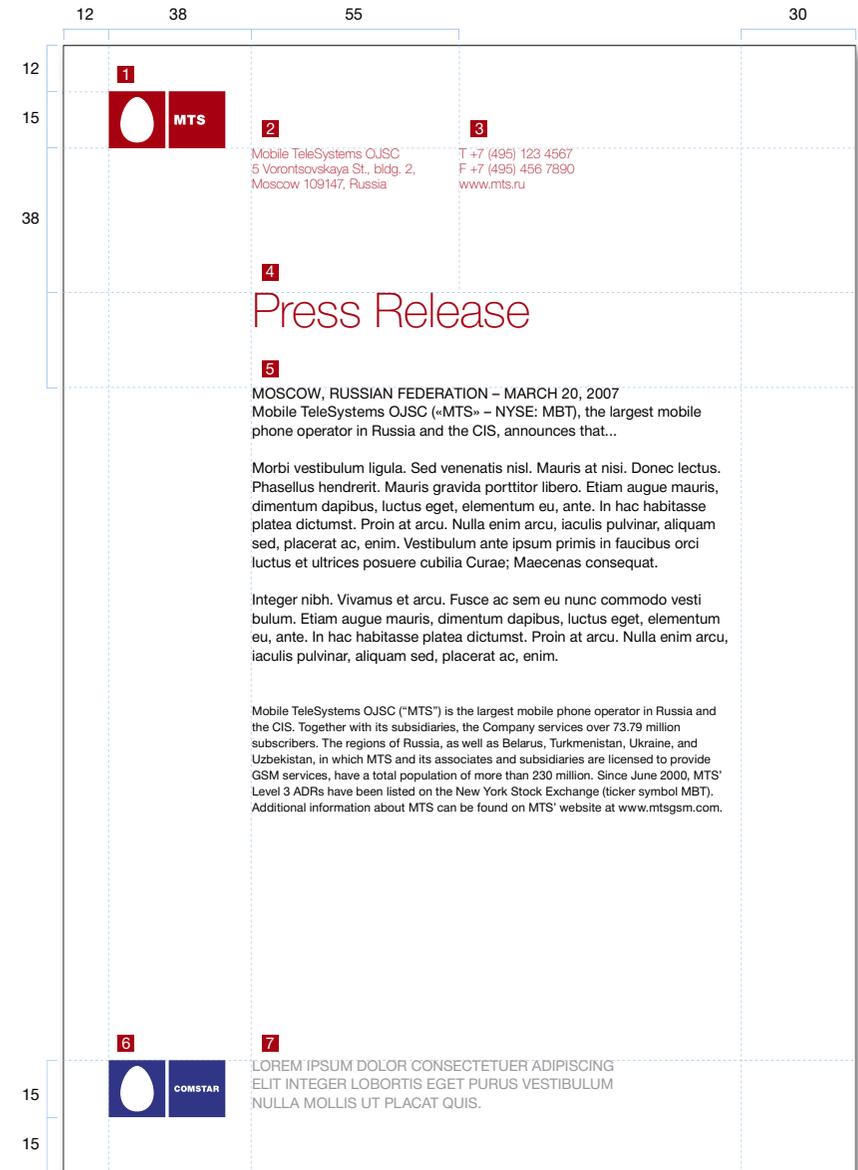
Текст пресс-релиза располагается так, как показано на рисунке. Шрифт: Arial Regular 11 pt. Bold может быть использован для расстановки акцентов.

6 Расположение и размер партнерского логотипа

Логотип располагается, как показано, в левом нижнем углу. Размер логотипа 15 мм в высоту (не в ширину).

7 Текст конвергентного предложения

Текст конвергентного предложения выравнивается по верху партнерского логотипа и располагается на расстоянии 50 мм от левого края страницы.



1. Введение
2. Конвергентная область
3. Примеры макетов
 - 3.1. Пример макета для наружной рекламы (сити-формат) для конвергентного проекта Wi-Fi для МТС и «КОМСТАР – ОТС»
 - 3.2. Пример макета для наружной рекламы (рекламный щит)
 - 3.3. Пример макета в прессу
 - 3.4. Пример макета флаера
 - 3.5. ТВ-заставка
 - 3.6. Интернет-баннер
- 3.7. Пресс-релиз