Kranz®

БРЕНДБУК

ЦЕЛЬ БРЕНДБУКА

Этот брендбук формирует единую систему бренда – от его позиционирования и принципов коммуникации до визуального воплощения во всех материалах и точках контакта с аудиторией.

Следование принципам данного документа помогает сохранять последовательность в сообщениях и дизайне, укреплять узнаваемость бренда, формировать устойчивый образ компании и эффективнее достигать маркетинговых и бизнес-целей.

Kranz®

ОСНОВНЫЕ ЗАДАЧИ:

ПОДДЕРЖАНИЕ ЕДИНОГО СТИЛЯ

Документ задает четкие правила использования логотипа, цветов, шрифтов, графики и других элементов. Это помогает избежать визуальной разрозненности и обеспечивает целостный образ бренда во всех носителях.

УСИЛЕНИЕ ПОЗИЦИИ БРЕНДА

Сформулированные принципы помогают последовательно передавать ценности и отличительные особенности бренда. Единая стилистика повышает узнаваемость и доверие аудитории.

ГИБКОСТЬ В РАМКАХ ЕДИНОЙ СИСТЕМЫ

Помимо фиксированных правил, документ предлагает варианты адаптации элементов под разные форматы и задачи, сохраняя при этом целостность и узнаваемость визуальной коммуникации.

МАСШТАБИРУЕМОСТЬ ДЛЯ БУДУЩЕГО РОСТА

Брендбук учитывает развитие бренда и позволяет без потери стилистической целостности внедрять новые продукты, кампании и коммуникационные материалы.

01 ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ

- Позиционирование
- Миссия бренда
- Преимужества бренда
- Слоган

02 ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ

- Целевая аудитория

03 КОММУНИКАЦИЯ

- Коммуникация
- Коммуникация B2B
- Коммуникация B2C

04 ЛОГОТИП

- Основная версия
- Черная и белая версии логотипа
- Охранные поля и минимальные размеры
- Сокращенная версия
- Недопустимые варианты использования
- Расположение на инструментах
- Расположение на инструментах (крупногабарит)

05 ЦВЕТ

- Основная палитра

06 ШРИФТ

- Основная гарнитура
- Правила типографики

07 УПАКОВКА

- Основные виды и материалы
- Правила оформления упаковки для силовой техники и аксессуаров к ней
- Правила оформления лицевой части упаковки
- Правила оформления технической части упаковки
- Правила оформления упаковки для линейки электроинструментов и нейлеров
- Правила оформления лицевой части упаковки
- Правила оформления технической части упаковк
- Порядок расположения технической информации

08 БЛОК ТЕХНИЧЕСКИХ ХАРАКТЕРИСТИК

- Для силовой техники и аксессуаров к ней
- Для электроинструментов и нейлеров
- Модульное построение
- Сохранение пропорций текста

09 ИКОНКИ

- Оформление иконок

10 СПЕЦИФИКАЦИЯ

- Оформление спецификации

11 ФОТОГРАФИИ

- Фотографии для упаковки
- Фотографии для каталогов и POS-материалов
- Недопустимые варианты фотоизображений

12 ПРОМО-МАТЕРИАЛЫ

- Печатные материалы и digital-реклама
- Сувенирная продукция, мерч
- Выставочное и торговое оборудование

13 ПРАВИЛА ОФОРМЛЕНИЯ ОСНАСТКИ, ИЗОЛЯЦИИ И РУЧНОГО ИНСТРУМЕНТА

- Особенности оформления упаковки
- Основная палитра
- Знак качества
- Иконки
- Шрифт. Основная гарнитура
- Визуальный стиль упаковки
- Иллюстрации на упаковку
- Примеры упаковки

---

14 ПРИМЕРЫ ПРИМЕНЕНИЯ У ПАРТНЕРОВ

- Примеры использования на носителях партнеров

ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ



ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ

Производитель профессионального инструмента, оснастки, силовой техники и электроустановочных изделий.

Следуя мировым тенденциям в технологиях и дизайне, бренд выпускает продукцию, которая соответствует современному образу жизни и сочетает надежность, удобство и эстетичность.



МИССИЯ БРЕНДА

Создавать решения на основе современных технологий для эффективной работы и достижения стабильно высокого результата.

ПРЕИМУЩЕСТВА БРЕНДА

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

KRANZ постоянно изучает мировые тренды, внедряет современные технологии тщательно отбирает ассортимент, уделяя особое внимание качеству, эргономике и дизайну.

СООТВЕТСТВИЕ МЕЖДУНАРОДНЫМ СТАНДАРТАМ

Продукция соответствует международным стандартам качества и безопасности. Наличие сертификатов подтверждает надежность каждого решения.

ПОСТОЯННОЕ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ

Продукция регулярно дорабатывается с учетом условий реальной эксплуатации задач, с которыми сталкиваются пользователи.

ВЫСОКОКАЧЕСТВЕННЫЕ МАТЕРИАЛЫ

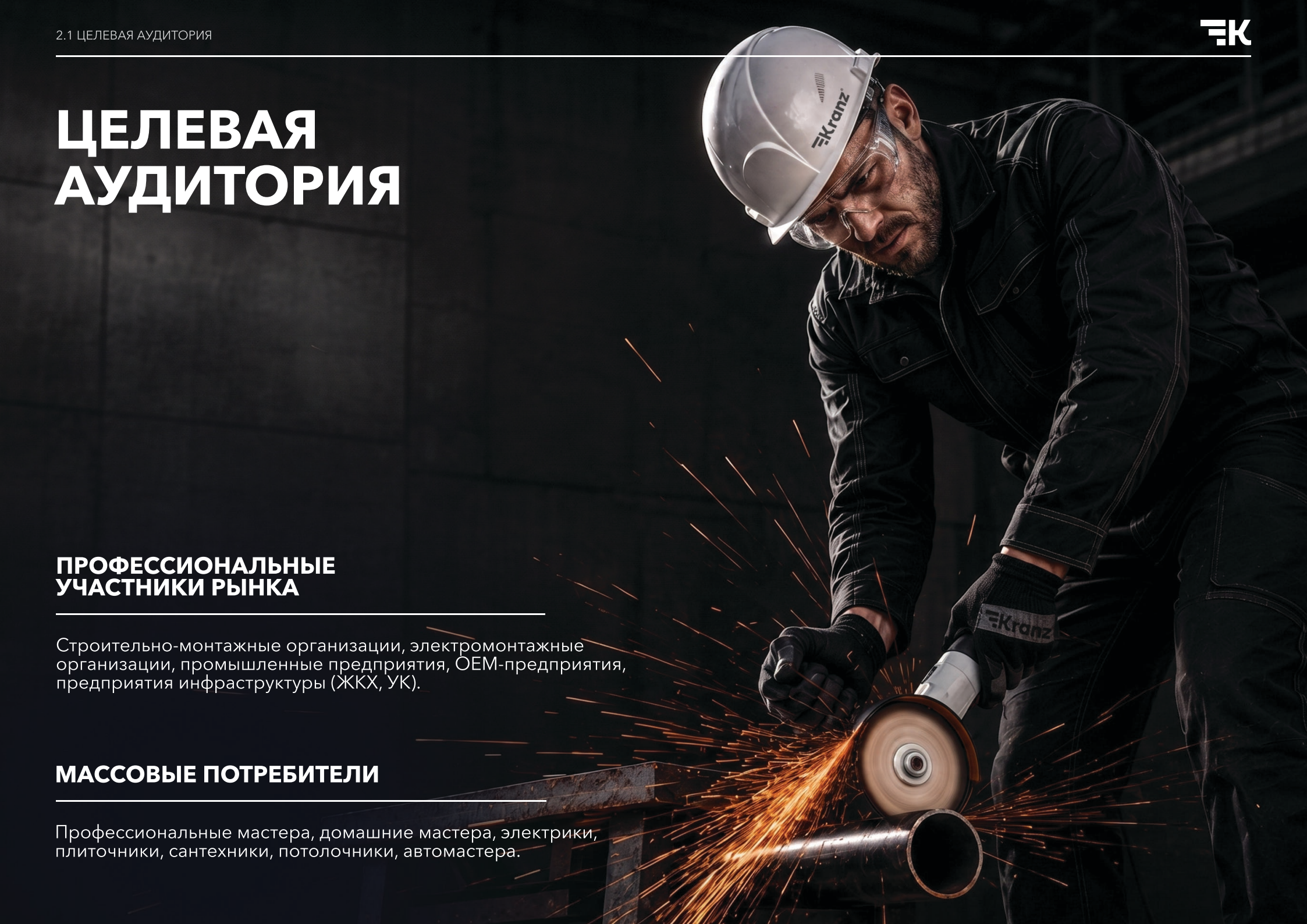
Для производства используются материалы и комплектующие, соответствующие строгим техническим требованиям.

СЛОГАН

KRANZ –
УВЕРЕННОСТЬ В РЕЗУЛЬТАТЕ

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ



ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ УЧАСТНИКИ РЫНКА

Строительно-монтажные организации, электромонтажные организации, промышленные предприятия, OEM-предприятия, предприятия инфраструктуры (ЖКХ, УК).

МАССОВЫЕ ПОТРЕБИТЕЛИ

Профессиональные мастера, домашние мастера, электрики, плиточники, сантехники, потолочники, автомастера.


КОММУНИКАЦИЯ

КОММУНИКАЦИЯ



ЦЕЛЬ

Показать потребителю, что KRANZ – это инструмент, который обеспечивает качественный результат и выдерживает реальные условия эксплуатации.

ПОДХОД

Бренд опирается на практику и результат. Визуально показывает реальные сценарии эксплуатации: строительные и монтажные работы, использование инструмента в условиях высокой нагрузки, работу на объектах.

Контент демонстрирует производительность инструмента и результат его работы.

КОММУНИКАЦИЯ B2B

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ УЧАСТНИКИ РЫНКА

- **СТРОИТЕЛЬНО-МОНТАЖНЫЕ ОРГАНИЗАЦИИ**
- **ЭЛЕКТРОМОНТАЖНЫЕ ОРГАНИЗАЦИИ**
- **ПРОМЫШЛЕННЫЕ ПРЕДПРИЯТИЯ**
- **OEM-ПРЕДПРИЯТИЯ**
- **ПРЕДПРИЯТИЯ ИНФРАСТРУКТУРЫ (ЖКХ, УК)**

КЛЮЧЕВОЕ СООБЩЕНИЕ

Kranz создает инструмент, который выдерживает интенсивную эксплуатацию и сохраняет рабочие характеристики при больших объемах работ на объекте.

ТОН КОММУНИКАЦИИ

Профессиональный, уверенный, в меру строгий, четкий, лаконичный, технический. Используются конкретные формулировки и профессиональные термины. Коммуникация строится на уверенности, фактах и результате.

КАНАЛЫ КОММУНИКАЦИЙ

Профильные мероприятия (выставки, форумы), email-маркетинг, SMM, сайт, публикации в СМИ.

КОММУНИКАЦИЯ B2C

МАССОВЫЕ ПОТРЕБИТЕЛИ:

- ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ МАСТЕРА
- ДОМАШНИЕ МАСТЕРА
- ЭЛЕКТРИКИ
- ПЛИТОЧНИКИ
- САНТЕХНИКИ
- ПОТОЛОЧНИКИ
- АВТОМАСТЕРА

КЛЮЧЕВОЕ СООБЩЕНИЕ

Kranz создает инструмент, который выдерживает интенсивную эксплуатацию и помогает добиться качественного результата.

ТОН КОММУНИКАЦИИ

Профессиональный, уверенный, в меру строгий. Язык четкий, лаконичный, технический. Используются конкретные формулировкии профессиональные термины. Коммуникация строится на уверенности, фактах и результате.

КАНАЛЫ КОММУНИКАЦИЙ

Упаковка, торговое оборудование и стенды, бренд-зоны в точках продаж, карточки на МП, SMM, реклама у блогеров, публикации в СМИ, форумы и слеты.

ЛОГОТИП

ЛОГОТИП.
ОСНОВНАЯ ВЕРСИЯ



О ЛОГОТИПЕ

Логотип KRANZ текстовый
и существует в латинице.

ЧЕРНАЯ И БЕЛАЯ ВЕРСИИ ЛОГОТИПА

На темном фоне используется монохромная белая версия логотипа.

На светлом фоне (включая небеленый картон) используется монохромная черная версия логотипа.





ОХРАННЫЕ ПОЛЯ И МИНИМАЛЬНЫЕ РАЗМЕРЫ

При разработке макетов следует соблюдать правило охранного поля (область вокруг логотипа, свободная от текста и графики).

Условная величина X равна 1/4 высоты заглавной буквы логотипа – это минимальный размер охранного поля.

Исключение: крышка коробки, где границы охранного поля можно не учитывать (согласно п. 7.2)

На размерах логотипа менее 5 мм в высоту знак регистрации не ставится.





Минимальная
высота логотипа: 3 мм / 8,5 пт

Kranz

СОКРАЩЕННАЯ ВЕРСИЯ

Сокращенная версия логотипа представляет собой первую литеру и элементы «флаг».

Используется в монохромном виде.

Сокращенная версия логотипа используется в случаях, когда полная версия уже представлена на упаковке в доминирующей роли.



ОСНОВНЫЕ ЗОНЫ ПРИМЕНЕНИЯ:

ОБОРОТНАЯ ЧАСТЬ УПАКОВКИ – в области технической информации, где требуется аккуратная идентификация бренда без дублирования основного логотипа.

ЛИЦЕВАЯ ЧАСТЬ КОРОБКИ – если композиция и визуальный баланс позволяют, а полный логотип присутствует на других гранях (например, на верхней и боковых).

ВЕРХНЯЯ ЧАСТЬ ОБЕЧАЙКИ (КРЫШКИ) – при компактной компоновке, когда полный логотип располагается на других сторонах.



НЕДОПУСТИМЫЕ ВАРИАНТЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ

Приведенные примеры иллюстрируют проблемные ситуации, которых необходимо избегать при использовании знака.

Эти примеры не являются полным перечнем неправильных вариантов использования, но они дают представление о том, как нельзя изображать знак.

Kranz®



Запрещается любая деформация логотипа



Запрещается вращать логотип



Запрещается неконтрастное наложение



Запрещается использовать произвольные цвета



Запрещается использовать логотип на сложном фоне



Запрещается использовать произвольный шрифт и изменять отдельные элементы логотипа



Запрещается разделять элементы логотипа



Запрещается использование любых рамок и контуров

РАСПОЛОЖЕНИЕ НА ИНСТРУМЕНТАХ

ПОСТОЯННОЕ НАНЕСЕНИЕ (ЛИТЬЕ, ГРАВИРОВКА):
Только на предусмотренных конструкцией видимых нерабочих поверхностях (бока, тыльная сторона, рукоять)

СТИКЕРЫ:
Дополнительно или на усмотрение бренда на защищенных гладких поверхностях (не мешая функционалу).











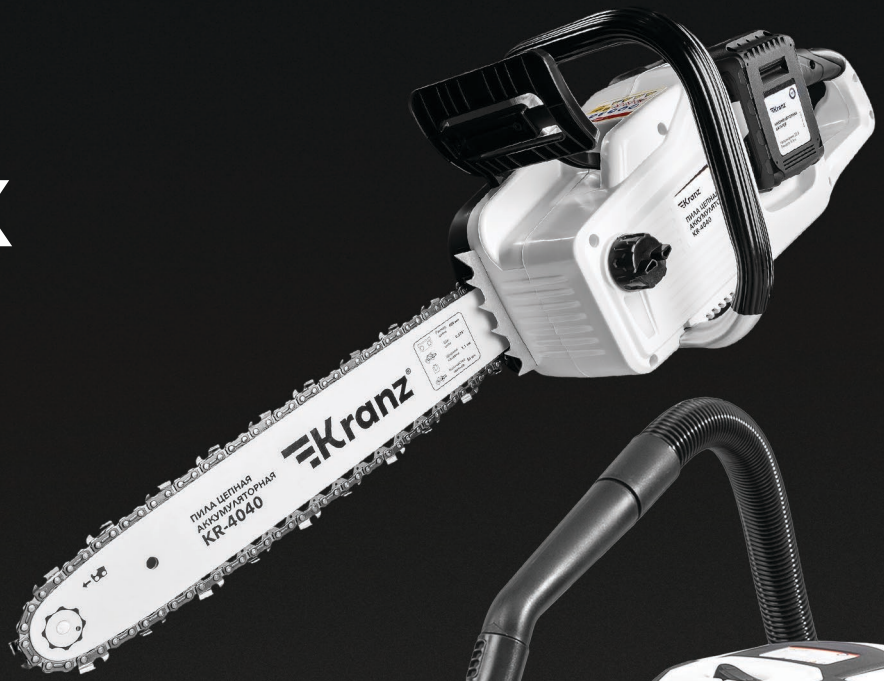




РАСПОЛОЖЕНИЕ НА ИНСТРУМЕНТАХ (КРУПНОГАБАРИТ)

ПОСТОЯННОЕ НАНЕСЕНИЕ (ЛИТЬЕ, ГРАВИРОВКА):
Только на предусмотренных конструкцией видимых нерабочих поверхностях (бока, тыльная сторона, рукоять)

СТИКЕРЫ:
Дополнительно или на усмотрение бренда на защищенных гладких поверхностях (не мешая функционалу).







ЦВЕТ

ОСНОВНАЯ ПАЛИТРА

Разрешенные к использованию цвета делятся на основные и дополнительные.

- ○ **Основные цвета** – это фирменные цвета бренда, они являются обязательными для использования во всех материалах.
- ● **Дополнительные цвета** используются в акцентирующих элементах.

Pantone Cool Gray 1 CP
CMYK 0/0/0/20
RGB 209/211/212

Pantone 7408 C
CMYK 0/20/100/0
RGB 255/203/5

CMYK 0/0/0/0
RGB 255/255/255

CMYK 0/0/0/95
RGB 40/39/39

ШРИФТ

ОСНОВНАЯ ГАРНИТУРА

Корпоративным шрифтом для использования в материалах бренда является Avenir Next Cyr.

Рекомендации по применению:
Основной текст – Avenir Next Cyr Regular
Заголовки – **Avenir Next Cyr Bold, Avenir Next Cyr Demi**
Акценты в тексте – **Avenir Next Cyr Medium**

Минимальный размер шрифта:
На цветных стикерах, этикетках и мелкой упаковке – 5 pt
На коробке – 10 pt

AVENIR NEXT CYR

bold **demi** medium regular

АБВГДЕЕЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
ABCDEFGHIJKKLMNOPQRSTUVWXYZ
абвгдеежзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя
abcdefghijkklmnopqrstuvwxyz
0123456789#”/()=+-!?&%

ПРАВИЛА ТИПОГРАФИКИ

Пожалуйста, используйте этот слайд как референс при работе с текстом.

ПРОБЕЛ СТАВИТСЯ

1 000 мм
В числах больше 999

5 Вт
Перед единицей измерения

5 °C
Перед знаком градуса

25 = 25
До и после знака равенства

5 ~ 6
До и после знака тильды

ПРОБЕЛ НЕ СТАВИТСЯ

999
В числах до 1 000

5%
Перед знаком %

SDS-plus
Перед и после дефиса

5…6 м
До и после отточия (интервал)

№5
После знака №

10/6 мм
До и после слеша

10–15 мм
Короткое тире

ТИРЕ / ДЕФИС

мощность – 6 Вт
Длинное тире

наружно-бытовые
Дефис

СОКРАЩЕНИЯ

год
пишем полностью везде

м²
квадратный метр

шт.
штуки

макс.
максимальный

кол-во
количество

УПАКОВКА

ОСНОВНЫЕ ВИДЫ И МАТЕРИАЛЫ

КАРТОННАЯ КОРОБКА (СТАНДАРТНАЯ)
Материал:
картон гофрированный B, C, или E профиль, трехслойный, плотность печатного лайнера 350 г/м^2, матовая ламинация.

КАРТОННАЯ КОРОБКА (ДЛЯ МЕЛКОГАБАРИТНОЙ ПРОДУКЦИИ)
Материал:
картон мелованный белый двухсторонний, плотность 400 г/м^2, матовая ламинация.

БЛИСТЕР
Материал:
пластик, бумага.

БАЛЛОН

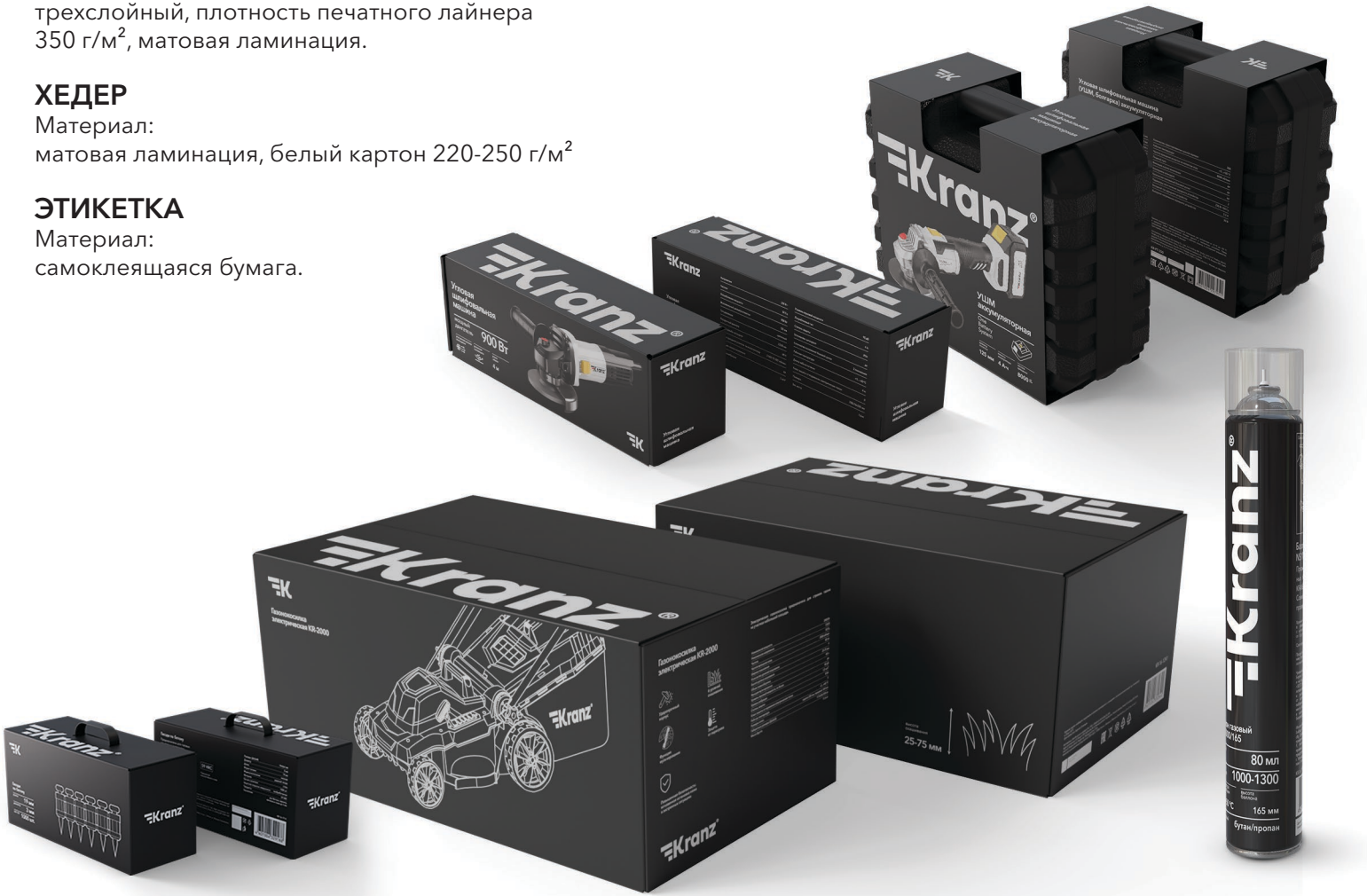
ОБЕЧАЙКА
Материал:
картон гофрированный C, или E профиль, трехслойный, плотность печатного лайнера 350 г/м^2, матовая ламинация.

ХЕДЕР
Материал:
матовая ламинация, белый картон 220-250 г/м^2

ЭТИКЕТКА
Материал:
самоклеящаяся бумага.







ПРАВИЛА ОФОРМЛЕНИЯ УПАКОВКИ



ДЛЯ СИЛОВОЙ ТЕХНИКИ И АКСЕССУАРОВ К НЕЙ

ПРАВИЛА ОФОРМЛЕНИЯ ЛИЦЕВОЙ ЧАСТИ УПАКОВКИ

- Инструмент изображается детализированно, линиями белого цвета (вектор). Допустимо кадрирование изображения за пределами линий реза или сгиба.
- На лицевой стороне коробки используется сокращенная версия логотипа. На обороте – полная версия. На крышке (если позволяет место, отсутствуют ручки, вырубка и др.) полная версия логотипа масштабируется по широкой стороне с сохранением пропорций.
- Информационный блок оформляется в соответствии с п. 8.1
- **One Battery System** изображается линейной пиктограммой белого цвета с желтым акцентом (фирменный цвет).
- Иконки оформляются согласно п. 9
- Крышка (открывающий клапан) – это не просто конструктивный элемент, а основная поверхность для брендирования при выкладке, транспортировке и демонстрации упаковки. Поэтому для нее действует отдельное правило композиции: допускается выход логотипа за охранное поле. Логотип должен занимать не менее 70% площади верхней поверхности коробки.





ПРАВИЛА ОФОРМЛЕНИЯ ТЕХНИЧЕСКОЙ ЧАСТИ УПАКОВКИ

- На обороте коробки используется полная версия логотипа. Если место не позволяет, то допустимо использование сокращенной версии.
  Логотип размещается в правом верхнем углу, наименование — в левом верхнем углу.

- Технические характеристики в таблице разделены горизонтальными линиями по всей ширине. Выравнивание названия характеристики идет по левому краю, каждая строчка написана с заглавной буквы.
  Выравнивание значений характеристик идет по правому краю, значения написаны строчными буквами.

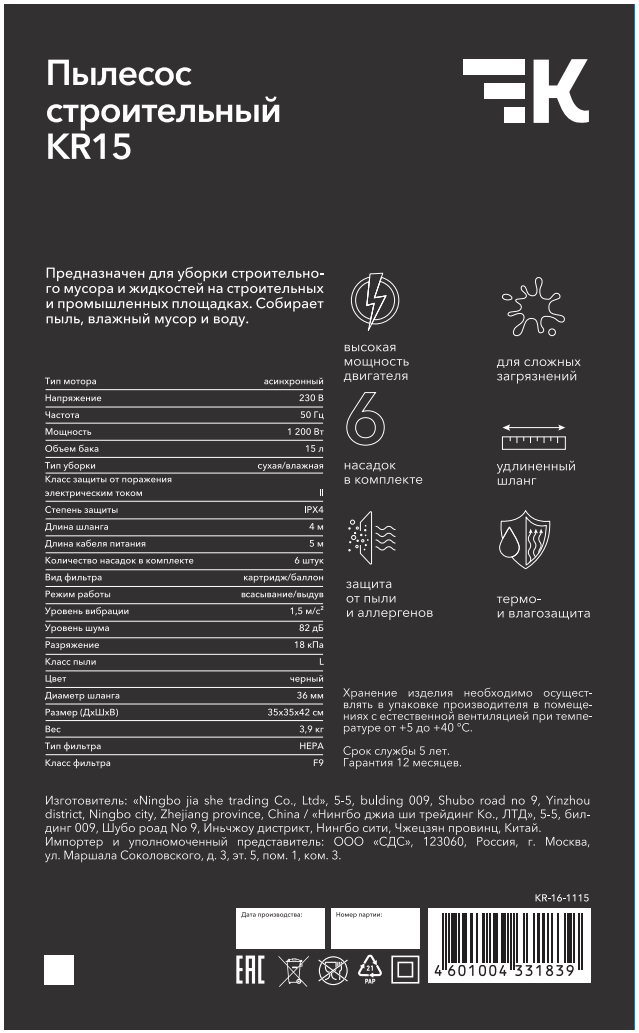
- Комплектация прописывается в виде маркированного списка.

- УТП (уникальные товарные преимущества) выполнены в стиле лайн-арт (см. п. 9.1)

- Штрих-код и значки сертификации располагаются внизу с выравниванием по правому краю. Артикул размещается над штрих-кодом.

- Размеры QR-кода должны строго соблюдаться: **13x13, 18x18 или 26x26 мм.**

- По возможности QR-код должен располагаться на расстоянии не менее чем 5 см от штрих-кода.



ПРАВИЛА ОФОРМЛЕНИЯ УПАКОВКИ



ДЛЯ ЛИНЕЙКИ ЭЛЕКТРОИНСТРУМЕНТОВ И НЕЙЛЕРОВ

ПРАВИЛА ОФОРМЛЕНИЯ ЛИЦЕВОЙ ЧАСТИ УПАКОВКИ

- Цветное фото/рендер высокого качества.
  Инструмент снят сбоку или под небольшим углом, чтобы подчеркнуть эргономику и конструкцию.
- Продукт снят на нейтральном фоне (белый, серый или черный)
- Изображение прошло ретушь: четкий свето-теневой рисунок, изображение вырезано из фона, отсутствуют дефекты (вмятины, царапины, грязь и т. д.). Там, где это нужно, добавлена дополнительная насыщенность к цветным элементам, применена дополнительная резкость по всему изображению.
- На лицевой стороне коробки используется полная версия логотипа. Логотип размещается горизонтально во всю ширину макета. Фотография частично перекрывает логотип.

  Исключение: на коробках не большого размера размещается сокращенная версия логотипа и крупная фотография продукта.
- Основные характеристики на лицевой стороне оформляются блоком (п. 8)
- Полный список технических характеристик размещается на обороте упаковки (п. 7.5)





ПРАВИЛА ОФОРМЛЕНИЯ ТЕХНИЧЕСКОЙ ЧАСТИ УПАКОВКИ

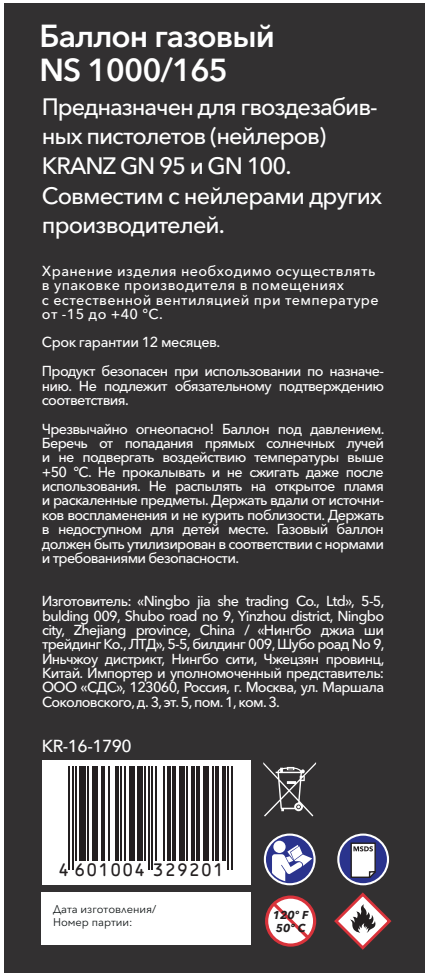
- На обороте коробки используется полная версия логотипа. Логотип и наименование размещаются — в левом верхнем углу.
- Если место не позволяет, то допустимо использование сокращенной версии.
  Сокращенная версия логотипа размещается в правом верхнем углу, наименование — в левом верхнем углу.
- Технические характеристики в таблице разделены горизонтальными линиями по всей ширине. Выравнивание названия характеристики идет по левому краю, каждая строчка написана с заглавной буквы. Выравнивание значений характеристик идет по правому краю, значения написаны строчными буквами.
- Комплектация прописывается в виде маркированного списка.
- УТП (уникальные товарные преимущества) выполнены в стиле лайн-арт (см. п. 9.1)
- Штрих-код и значки сертификации располагаются внизу с выравниванием по правому краю. Артикул размещается над штрих-кодом.
- Размеры QR-кода должны строго соблюдаться: **13x13, 18x18 или 26x26 мм.**
- По возможности QR-код должен располагаться на расстоянии не менее чем 5 см от штрих-кода.





ПОРЯДОК РАСПОЛОЖЕНИЯ ТЕХНИЧЕСКОЙ ИНФОРМАЦИИ

1. Наименование
2. Назначение
3. Хранение
4. Транспортировка
5. Гарантия
6. Продукт безопасен...
7. Меры безопасности
8. Изготовитель, импортер
9. Штрих-код, артикул и значки сертификации



Наименование

Шрифт – **Avenir Next Cyr Demi**

Назначение

Технические характеристики

Шрифт – Avenir Next Cyr Medium

БЛОК ТЕХНИЧЕСКИХ ХАРАКТЕРИСТИК

ДЛЯ СИЛОВОЙ ТЕХНИКИ И АКСЕССУАРОВ К НЕЙ

Техническая информация размещается на лицевой стороне упаковки в виде таблицы. В зависимости от количества свободного места используется один из двух стандартных форматов:

❶ Формат 1: таблица разбита на колонки. Над каждым блоком используются разделительные линии белого цвета.

❷ Формат 2: оформление таблицы подробно расписано в п. 8.2

Построение таблиц происходит согласно правилу в п. 8.3

Название инструмента (верхняя часть).
Шрифт – **Avenir Next Cyr Demi**

Ключевые характеристики (нижняя часть).
Шрифт – Avenir Next Cyr.
Крупный текст – **Avenir Next Cyr Demi.**

One Battery System изображается линейной пиктограммой белого цвета с желтым акцентом (фирменный цвет).

1

батарея	индикатор заряда батареи	шаг цепи
Li-ion		0,375"
2 аккумулятора в комплекте	**напряжение**	**длина шины**
x2	2x20 В (40 В)	40 см

2

Дрель-шуруповерт бесщеточная аккумуляторная

One Battery System



крутящий момент	2 аккумулятора в комплекте	бесщеточный двигатель
55 Нм	x2	

Баллон газовый NS 1000/165

объем	80 мл
число ударов	1000-1300
температура эксплуатации: -5...+50 °C	высота баллона: 165 мм
химический состав	бутан/пропан

ДЛЯ ЭЛЕКТРОИНСТРУМЕНТОВ И НЕЙЛЕРОВ

Таблица разделена на два смысловых блока:

1. Название инструмента (верхняя часть).
   Шрифт – **Avenir Next Cyr Demi**
2. Ключевые характеристики (нижняя часть).
   Шрифт – Avenir Next Cyr Regular
   Крупный текст – **Avenir Next Cyr Demi.**

Между блоками используются разделительные линии белого цвета.

One Battery System изображается линейной пиктограммой белого цвета с желтым акцентом (фирменный цвет). Шрифт – Avenir Next Cyr Regular

Пистолет моечный мовильный

диаметр штуцера	1/4"
максимальное рабочее давление	10 бар
объем бачка	900 мл

Дрель-шуруповерт бесщеточная аккумуляторная

One Battery System



крутящий момент	2 аккумулятора в комплекте	бесщеточный двигатель
55 Нм	x2	

Баллон газовый NS 1000/165

объем	80 мл
число ударов	1000-1300
температура эксплуатации	-5...+50 °C
высота баллона	165 мм
химический состав	бутан/пропан

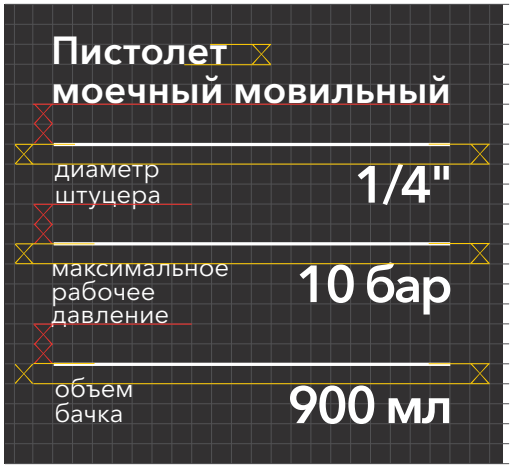
МОДУЛЬНОЕ ПОСТРОЕНИЕ

При построении таблицы блока за базовый модуль «X» принимается высота прописной буквы из заголовка. Все внутренние отступы кратны модулю X.

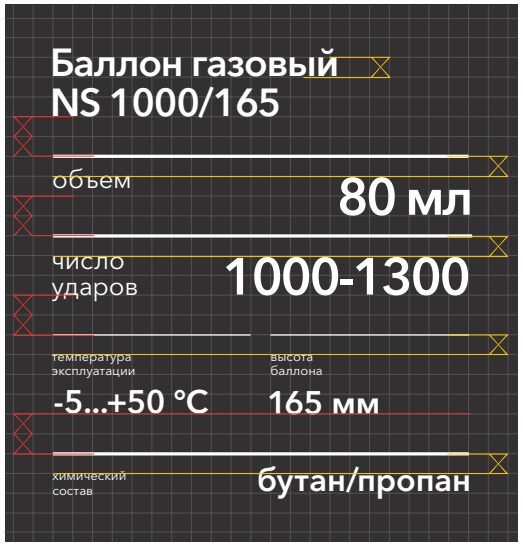
Все элементы таблицы гармонично связаны через модуль X.

Это позволяет:

- Легко масштабировать дизайн (достаточно изменить X).
- Сохранять пропорции на любых видах упаковки.
- Автоматизировать верстку (используя кратные значения).







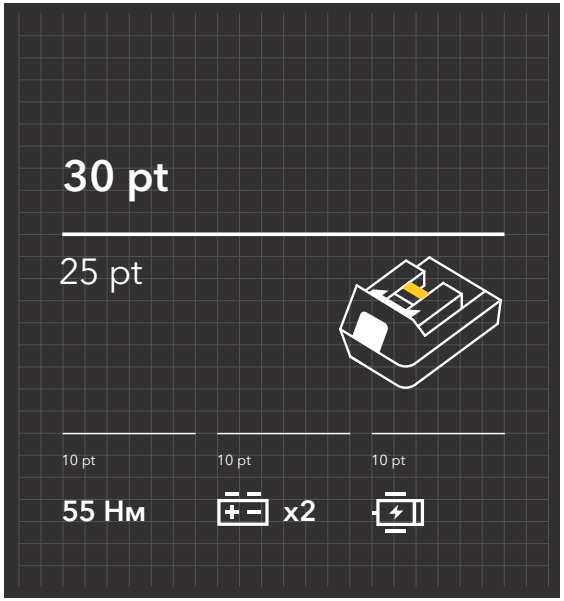
СОХРАНЕНИЕ ПРОПОРЦИЙ ТЕКСТА

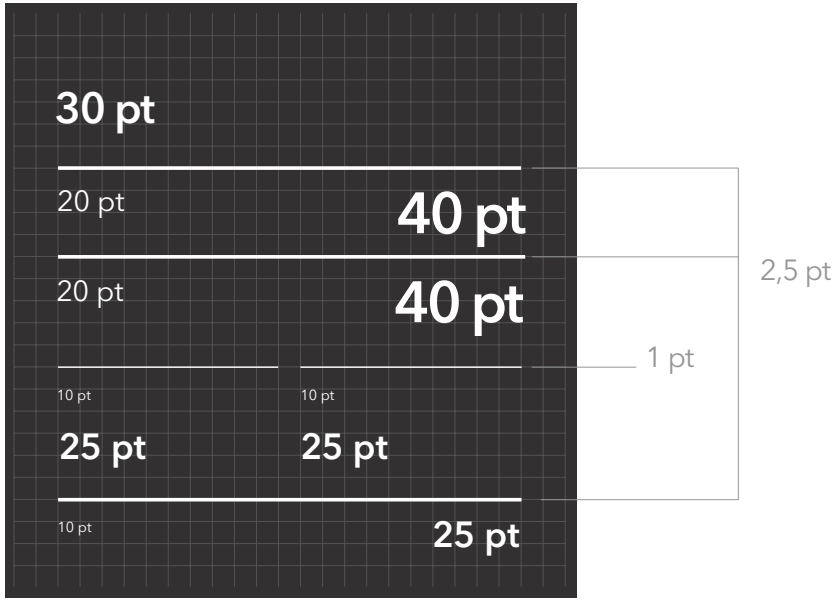
Для более точного сохранения пропорций таблицы создана модульная система для текста. Это правило гарантирует, что текст будет сбалансированным и единообразным на всех носителях.

Размеры кегля кратны 5 pt

Например:
10 pt, 20 pt, 25 pt, 30 pt, 40 pt.

1 pt и 2,5 pt – толщина разделительных линий.





ИКОНКИ

ОФОРМЛЕНИЕ ИКОНОК

Outline-иконки – легкие, минималистичные, созданные с помощью тонких линий.

Толщина линии – равномерная по всем иконкам.
Цвет линии – белый (#FFFFFF).

Акценты цветом (например, желтый) не используются – иконки строго монохромные.

Иконки разработаны в едином масштабе для создания сбалансированной и целостной композиции.

Иконки выравниваются по оптическому центру условного квадрата (рабочего поля).

Высота и ширина иконок приблизительно равны
(они смотрятся как блоки одинакового размера).

Важно: иконки визуально сбалансированы, то есть одна не выглядит «пустой», а другая «перегруженной».

Под каждой иконкой располагается текст.
Шрифт: **Avenir Next Cyr Medium**

Все буквы строчные. Межстрочный интервал увеличен для читаемости.

Текст выравнивается по левому краю относительно иконки.



СПЕЦИФИКАЦИЯ

ОФОРМЛЕНИЕ СПЕЦИФИКАЦИИ

СОСТАВ СПЕЦИФИКАЦИИ К МАКЕТАМ:

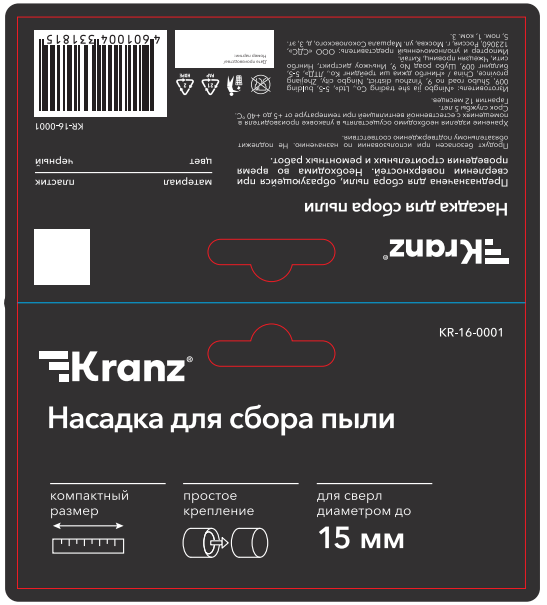
1. Тип упаковки
2. Размер упаковки
3. Вид ламинации и материал
4. Цвет
5. Линии обрезки и сгиба
6. Дата производства и номер партии.

К подписи должен быть добавлен скриншот области макета, в которой находятся:

- окно «Дата производства/Номер партии»
- значки сертификации
- штрих-код

В технически сложных товарах в спецификацию добавляется покрас продукта, место расположения стикеров и логотипов.

1 HEADER



2 120x135 мм

3 Matte lamination. White cardboard 220-250 g

4 Background color: CMYK 0/0/0/95

Not print (Cut line)

5 Not print (Fold line)

6 Manufacture date format is XX.XXXX/ Batch number



ФОТОГРАФИИ

ФОТОГРАФИИ ДЛЯ УПАКОВКИ

После съемки изображение должно пройти ретушь, чтобы соответствовать следующим критериям: четкий свето-теневой рисунок, изображение вырезано из фона, отсутствуют дефекты (вмятины, царапины, грязь и т. д.). Также добавлена дополнительная насыщенность к цветным элементам, применена дополнительная резкость (если это нужно).

При съемке используется белый фон.

Инструмент должен быть снят сбоку или под небольшим углом, чтобы подчеркнуть эргономику и конструкцию.





ДОПУСТИМЫЕ РАКУРСЫ СЪЕМКИ:

- ¾ (три четверти) – основной ракурс; инструмент снят под углом 30–45°, слегка сверху. Показывает форму, эргономику и детали конструкции.
- Боковой (профиль) – подчеркивает силуэт и пропорции; используется для моделей с выразительным контуром.
- Диагональный сверху – акцентирует органы управления и верхнюю часть корпуса; подходит для сложных инструментов.
- Фронтальный – применяется ограниченно, для симметричных изделий или визуализации рабочей зоны.

РАКУРСЫ, КОТОРЫХ СЛЕДУЕТ ИЗБЕГАТЬ:

- Съемка строго сверху или снизу.
- Углы более 60° – приводят к искажению формы.
- Плоский фронтальный вид без объема.
- Повороты, при которых логотип не читается или выходит из кадра.

ФОТОГРАФИИ ДЛЯ КАТАЛОГОВ И POS-МАТЕРИАЛОВ

Инструмент снят на однотонном сером или градиентном (от серого к черному) фоне, без лишних деталей.

Легкие блики на корпусах инструментов подчеркивают текстуру пластика и металла. Мягкий рассеянный свет создает объем, избегая появления жестких теней.

Стиль подачи – каталожная премиальная съемка.

Центральный акцент сделан на бело-черно-желтой цветовой гамме, что подчеркивает фирменный стиль KRANZ.

Инструменты должны быть идеально чистыми, без следов эксплуатации. Все логотипы KRANZ читаемы и направлены в камеру.

Желтые элементы становятся ключевыми визуальными акцентами.





НЕДОПУСТИМЫЕ ВАРИАНТЫ СЪЕМКИ ИНСТРУМЕНТА

При создании предметных фотографий для каталога и рекламных материалов важно соблюдать стандарты качества.

Плохое освещение, размытые и нерезкие изображения, неподходящий фон, деформация объекта, некачественная обработка и др. – все это приводит к искажению восприятия продукции и снижению доверия к бренду.

Фотосъемка должна обеспечивать чистое и профессиональное представление товара, без искусственных фильтров и нежелательных искажений.



Слишком темный кадр, инструмент теряется на фоне.



Равномерное студийное освещение, без пересветов и жестких теней.



Размыт логотип и часть инструмента.



Четкая фокусировка, логотип и детали корпуса читаемы.



Неверно настроен баланс белого.



Естественная цветокоррекция, соответствующая фирменной палитре.

12

ПРОМО-МАТЕРИАЛЫ

ПЕЧАТНЫЕ МАТЕРИАЛЫ И DIGITAL-РЕКЛАМА

ОБЩАЯ КОНЦЕПЦИЯ:

Стиль: минимализм, технологичность, акцент на надежности.

ЦВЕТОВАЯ ГАММА:

- фон – черный/темно-серый градиент;
- текст – белый
- возможный акцент – желтый (Pantone 7408 C).

Фотографии продукции – яркие, с контрастом (п. 11.1).

Макет строится по принципу блоков, каждый из которых решает отдельную задачу (логотип, название, фото, преимущества).

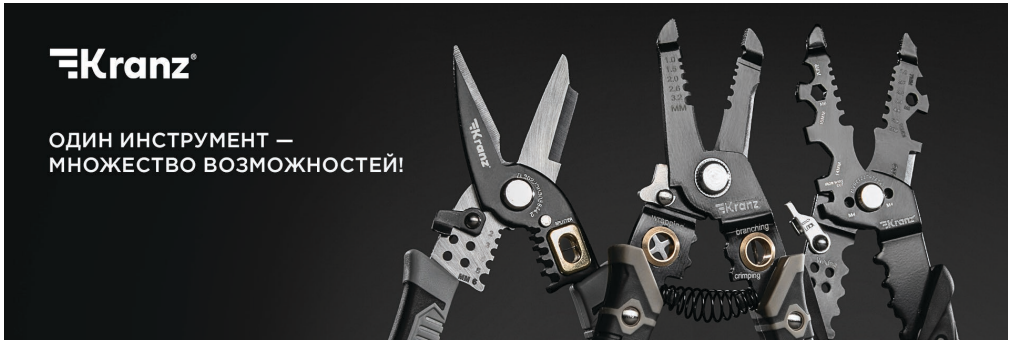
Логотип размещается в верхнем левом углу, всегда белым на черном с выравниванием по левому краю относительно текста.

Размер – средний, чтобы не спорить с заголовком, но оставаться заметным.

НИЖНИЙ БЛОК («КЛЮЧЕВЫЕ АРГУМЕНТЫ»)

Три преимущества выделяются отдельно (например: «Соотношение цены и качества», «Товар высокого спроса», «Для любого канала сбыта»). Иконки в нижнем блоке белые, цвет фона нижнего блока
CMYK 0/0/0/95.

Листовка KRANZ всегда выглядит технологично и строго, с четкой иерархией информации – от логотипа и заголовка к продукту, от продукта к преимуществам.













СУВЕНИРНАЯ ПРОДУКЦИЯ, МЕРЧ

ОБЩАЯ КОНЦЕПЦИЯ:

Основной стиль – минимализм.

Цветовая гамма:
- основной – черный (CMYK 0/0/0/95);
- дополнительный – белый (CMYK 0/0/0/0);
- возможный акцент – желтый (Pantone 7408 C).

Фирменный знак KRANZ всегда размещается белым цветом на черном фоне (или черным на белом). Запрещено изменять пропорции, толщину и шрифт логотипа.

Допускается использование слогана и дополнительных геометрических элементов, но всегда в минималистичной форме.

МАТЕРИАЛЫ И КАЧЕСТВО:

Ткани: плотный хлопок, смесовые ткани (футболки, худи, сумки).

Аксессуары: плотный текстиль, качественный трикотаж – носки, шапки, натуральные материалы (шоперы).

Цвет изделий – преимущественно черный и белый.

БАЗОВЫЙ НАБОР МЕРЧА:

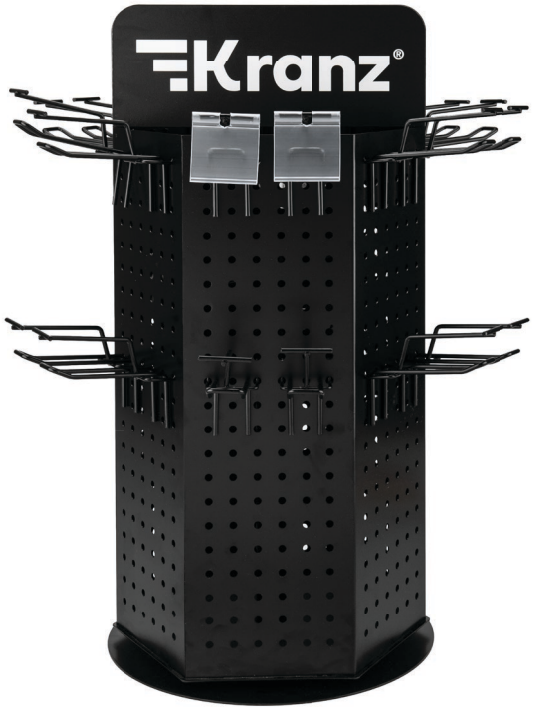
- футболки, худи, жилеты;
- сумки-шопперы;
- кепки, панамы, шапки;
- носки;
- подарочные наборы (комбинации одежды и аксессуаров).







ВЫСТАВОЧНОЕ И ТОРГОВОЕ ОБОРУДОВАНИЕ





ОБЩАЯ КОНЦЕПЦИЯ:

Четкая айдентика KRANZ: черный фон, белый логотип, аккуратные фото и подсветка, разделение по зонам, максимум технологичности и минимализма.

ЦВЕТОВАЯ ГАММА:

Фоновые конструкции – RAL 9005 (черный), черный матовый.

Акценты – белые логотипы, фотографии продукции, в отдельных случаях допустим фирменный желтый на небольших деталях.

Стенды делятся на зоны по категориям продукции (электроинструмент, силовое оборудование, садовая техника и др.). Товары группируются по линейкам, упаковка обращена лицевой частью вперед.



ПРАВИЛА ОФОРМЛЕНИЯ

ОСНАСТКИ, ИЗОЛЯЦИИ И РУЧНОГО ИНСТРУМЕНТА

ОСНАСТКА, ИЗОЛЯЦИЯ, РУЧНОЙ ИНСТРУМЕНТ

ОСОБЕННОСТИ ОФОРМЛЕНИЯ УПАКОВКИ.

Для категорий оснастка, изоляция и ручной инструмент применяются особые правила, которые могут отступать от общей концепции.

Этот раздел подробно описывает специфику использования логотипа, иконок, цветов и правил верстки, которые применяются для вышеперечисленных категорий.

Если какие-либо детали не отражены в данном разделе, следует соблюдать общие правила оформления макетов для бренда KRANZ.



ОСНОВНАЯ ПАЛИТРА

Разрешенные к использованию цвета делятся на основные и дополнительные.

- ○ **Основные цвета** – это фирменные цвета бренда, они являются обязательными для использования во всех материалах.
- ● **Дополнительные цвета** используются в акцентирующих элементах.

CMYK 0/0/0/0
RGB 255/255/255

CMYK 0/0/0/60
RGB 135/135/135

Pantone 1795 C
CMYK 0/100/95/0
RGB 237/28/41

Pantone 7408 C
CMYK 0/20/100/0
RGB 255/203/5

Pantone Black 6 C
CMYK 0-0-0-100
RGB 35/31/32

ЗНАК КАЧЕСТВА

Знак качества – это графический элемент, который служит для подкрепления имиджа бренда и заявляет о высоком качестве продукции.

Знак качества должен использоваться только в форме приведенной ниже, любые изменения должны быть согласованы с бренд-директором.

Знак качества может использоваться на любой стороне упаковки, при этом на лицевой стороне упаковки он должен располагаться на полосе триколора в правом верхнем углу.

Знак качества может быть только черного и серебряного цветов (для премиальной продукции)



ИКОНКИ

Иконки в этом наборе выполнены в едином минималистичном стиле.



ОСНОВНЫЕ ОСОБЕННОСТИ СТИЛИСТИКИ:

- Все иконки заключены в круг, что придает им аккуратный и унифицированный вид.
- Иконки выполнены в виде простых черных контуров, что делает их легкими для восприятия и подходит для использования в различных графических материалах.
- Каждая иконка отображает только ключевые элементы без лишних деталей, обеспечивая быстрое восприятие и легкую идентификацию.
- Шрифт – **Avenir Next Cyr Demi**

ОСНОВНАЯ ГАРНИТУРА

Корпоративным шрифтом для использования в полиграфических материалах бренда является Avenir Next Cyr.

РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПРИМЕНЕНИЮ:

Основной текст – Avenir Next Cyr Regular

Заголовки – **Avenir Next Cyr Bold**, **Avenir Next Cyr Demi**

Акценты в тексте – **Avenir Next Cyr Medium**

Минимальный размер шрифта:
На цветных стикерах, этикетках и мелкой упаковке – 5 pt
На коробке – 10 pt

AVENIR NEXT CYR

bold **demi** medium regular

АБВГДЕЕЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
ABCDEFGHIJKKLMNOPQRSTUVWXYZ
абвгдеежзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя
abcdefghijkklmnopqrstuvwxyz
0123456789#”/()=+-!?&%

ВИЗУАЛЬНЫЙ СТИЛЬ УПАКОВКИ

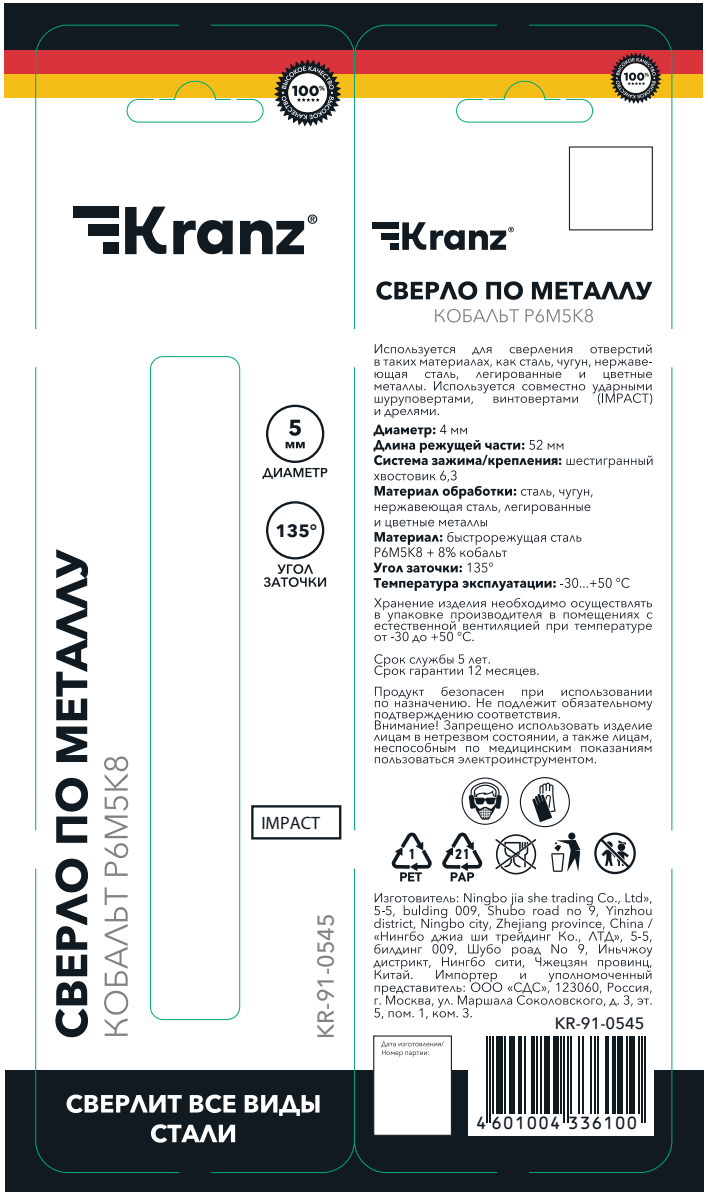
Лицевая сторона упаковки состоит из обязательных элементов:

- полоса триколора;
- знак качества;
- логотип;
- название товара;
- инфографика, основные качества и преимущества товара;

Доминантными цветами упаковки являются белый и черный. Лицевая сторона упаковки должна оставаться предельно простой и неперегруженной информацией, создавая визуальное ощущение строгой немецкой лаконичности и упорядоченности.

Основная информация о продукте, штрих-коды и любая другая дополнительная в т.ч. юридическая информация располагается на задней стороне упаковки и/или в Инструкции по эксплуатации (в случае ее наличия).

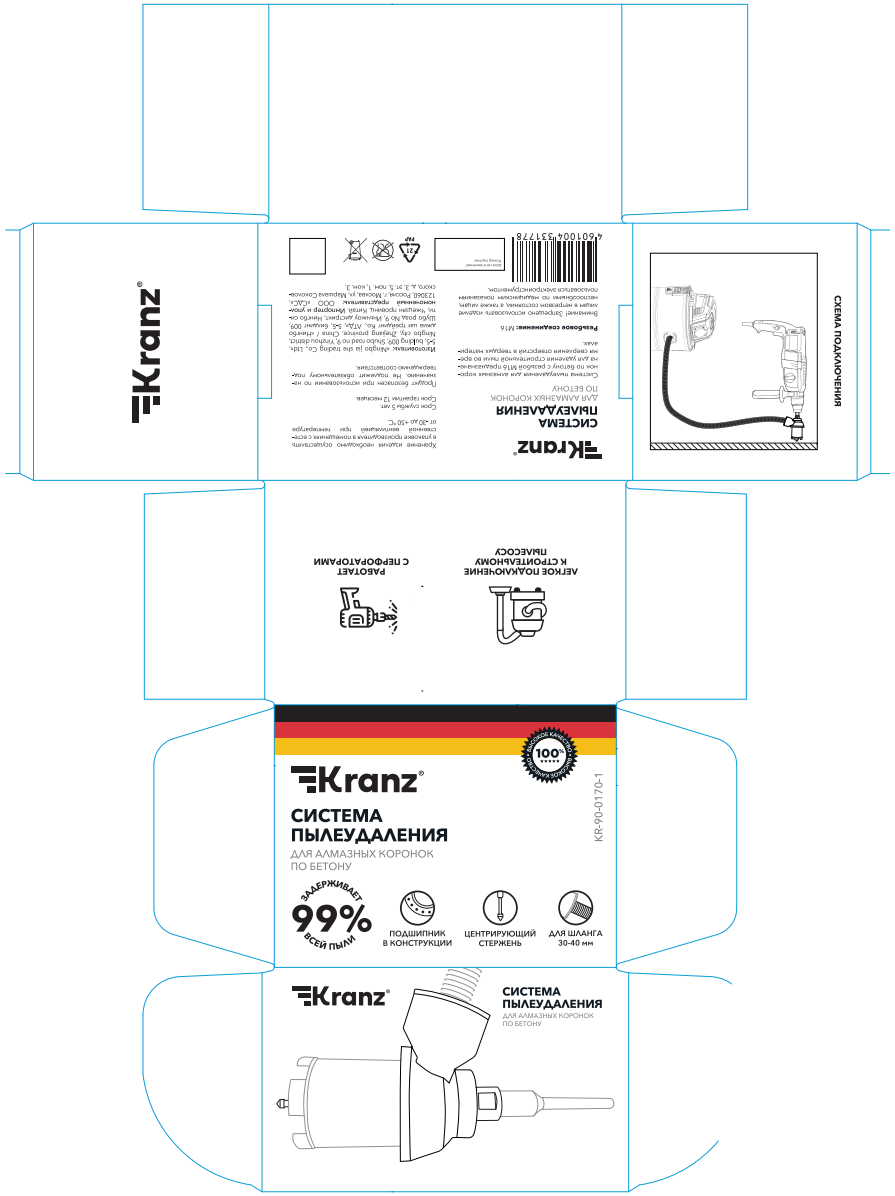
Пропорции основных элементов «триколор» и черного поля лицевой стороны всегда соответствуют пропорциям оборотной стороны упаковки.



лицевая сторона

оборотная сторона

ИЛЛЮСТРАЦИИ НА УПАКОВКУ



Допустимо (а в случае нанесения на упаковку маленького размера – предпочтительно) использование иллюстрации вместо фотографии.

Иллюстрации выполняются в стиле line art.

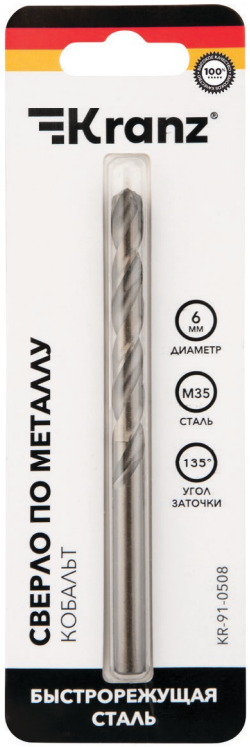
Основные направления, где следует отдать предпочтение иллюстрациям, вместо фотографий – фурнитура, металлические конструкции, запчасти и детали.

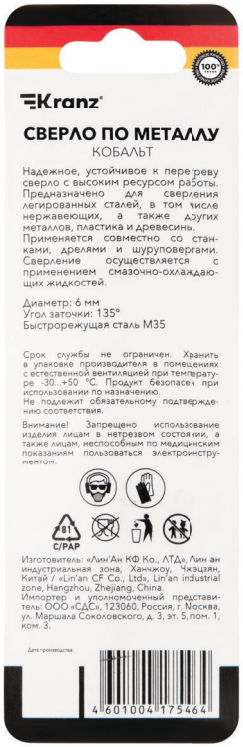
ПРИМЕРЫ УПАКОВКИ

Концепция упаковки KRANZ – это функциональный и строгий дизайн, основанный на четкой структуре, контрастной фирменной палитре и акценте на продукте. Упаковка сочетает узнаваемость бренда, наглядность технических характеристик и удобство восприятия информации, подчеркивая профессиональный уровень инструментов KRANZ.













4

ПРИМЕРЫ ПРИМЕНЕНИЯ У ПАРТНЕРОВ

ПРИМЕРЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ НА НОСИТЕЛЯХ ПАРТНЕРОВ

В материалах партнеров логотип используется в полном соответствии с требованиями брендбука.

ДЛЯ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЧИТАЕМОСТИ ИСПОЛЬЗУЕТСЯ СЛЕДУЮЩАЯ СХЕМА:

- Логотип не должен располагаться по центру или в нижних частях макета (если это не противоречит требованиям партнера), а также не должен теряться на фоне.
- Вокруг логотипа необходимо оставлять достаточно свободного пространства, чтобы он оставался четким и хорошо заметным (п. 4.3).
- На темном или цветном фоне – применяется белая монохромная версия логотипа.
- На светлом фоне – используется черная монохромная версия.
- Знак правовой охраны товарного знака (®) не используется.

Все это обеспечивает стабильное восприятие бренда и сохраняет визуальную логику всех рекламных материалов.







