



Brand-book

1. ВВЕДЕНИЕ



НОВОЛУИТ

Позволь заботиться о тебе



НОВОЛУИТ

Позволь заботиться о тебе



Brand-book



Позволь заботиться о тебе

1.1. ИСТОРИЯ БРЕНДА «НОВОЛИТ»

Принцип открытых отношений и заботы стал первым образующим компонентом бренда, который компания заложила с момента своего основания - 12 сентября 1997 года. Поэтому вот уже 12 лет люди доверяют «Новолит» самое главное – благополучие семьи, родных и близких людей, дружественные отношения.

ИННОВАЦИИ И СТРЕМЛЕНИЕ ВПЕРЕД

Стать компанией федерального масштаба было не простой задачей. Первые шаги компании совпали с моментом кризиса экономики государственного порядка, но команда с честью выдерживает испытание на прочность и принимает решение о создании производства максимальной автоматизации на базе инновационных технологий. Это решение сформировало второй фактор успеха компании.

Уже в декабре 1997 г. компания закупает на производство оборудование торговой марки «URBAN» (Германия), аналогов которому в Сибири на тот момент не было.

В марте 1999 г. устанавливает первую в регионе двухголовочную сварочную машину с автоматической зачисткой швов.

В сентябре 2001 г. на производстве смонтировано высокотехнологичное оборудование нового поколения производства GmbH «URBAN» (Германия) первое в своем классе на рынке Уральского, Сибирского и Дальневосточного регионов, способное производить до 12 000 м.кв. изделий в месяц.

В сентябре 2003 г. компания «Новолит» устанавливает на производстве обрабатывающий центр с системой универсальной маркировки RAPID, позволяющий полностью устранить операции низкой производительности. В том же году компания запускает вторую на предприятии и во всем Сибирском регионе полуавтоматизированную линию по сборке ПВХ окон и производит полную смену комплекта оборудования для изготовления стеклопакетов. Это шаг позволил довести производственные мощности до 20 000 м.кв. изделий в месяц. Показатели сбыта на этот момент дают все основания для масштабного расширения сети и компания «Новолит» открывает представительство в г. Омске, в 2006 г. будет запущено производство в этом регионе.

В сентябре 2004 г. на производстве запускается новейшее высокоточное оборудование - обрабатывающий центр фирмы «Shirmer», одновременно выполняющий 4 операции, ранее производившиеся вручную.



Brand-book



Позволь заботиться о тебе

В январе 2006 г. компания выводит на рынок революционный продукт – первые шестикамерные окна торговой марки ТермоЛоджик® на базе немецкой профильной системы GEALAN S8000 – ТермоЛоджик® Стандарт. Отличительной особенностью системы явилась ширина профиля – 74 мм, что шире большинства профилей представленных в Сибири.

В 2008 г. пластиковые окна ТермоЛоджик® оснащаются противовзломной ручкой Secustic с системой безопасности от немецкой фирмы «Норре». В этом же году компания сделала ставку на экономику оконного бизнеса, утверждая третий фактор своего успеха.

Каждый день специалисты компании «Новолит» работают над тем, чтобы предоставить своему потребителю товар и услуги наивысшего качества по доступной цене. Выражением идеи «инновации без переплаты» и результатом работы последних лет стала разработанная в 2008 г. специалистами компании дополнительная продуктовая линейка на основе четырехкамерного профиля GEALAN S8000 - ТермоЛоджик® Оптима, успешно реализуемая по сей день.

АВТОРИТЕТНОСТЬ И ЗРЕЛОСТЬ

В 2002 г. компания «Новолит» становится самым крупным производителем окон из ПВХ в Сибирском регионе.

В октябре 2003 г. компания получила награду Российско-Швейцарского Бизнес Клуба, как предприятие, которому можно доверять на всех уровнях отношений и была признана крупнейшим налогоплательщиком в своей отрасли.

В 2004 г. рост числа клиентов компании привел к необходимости создания специального Единого Сервисного Центра. 6 января 2004 г. компания «Новолит» получила первый сертификат качества, а система менеджмента качества компании была признана соответствующей международному стандарту: ISO 9001:2000, что свидетельствует о стабильно высоком качестве производимых конструкций. Осенью 2005 г. компания «Новолит» получает «Премии Администрации Новосибирской области за качество».

В 2005 г. площадь остекления, произведенного компанией «Новолит» составила 195 000 м.кв. в год.

В феврале 2007 г. компания запускает производство в г. Ангарске и становится компанией федерального масштаба, с широкой клиентской базой, развитой дилерской сетью в 150 официальных представителей в 48 городах Сибири и Дальнего Востока.



Brand-book

В августе 2007 г. компания отвечает политикой ребрендинга на изменения, которые произошли на потребительском рынке и рынке ПВХ конструкций с момента основания компании.

В 2008 г. продолжается рост производственных мощностей и в г. Ангарске открывается цех по производству стеклопакетов, в г. Новосибирске расширяются производственные территории.

В 2009 г. производственные возможности компании «Новолит» составляют 660 тыс. м.кв. СПК (светопрозрачных конструкций) в год, в партнерах компании более 225 организаций официальных представителей, сеть розничных продаж насчитывает более 430 точек.

ДРУЖЕСТВЕННОСТЬ И ОТКРЫТОСТЬ

В июне 1998 г. компания «Новолит» открывает офис по работе с частным клиентом по адресу ул. Революции, д.7. К 2009 г. постоянная база клиентов офиса составляет более 5000 человек.

В феврале 2006 г. компанией «Новолит» введены единые стандарты для офисов продаж, а в 2007 г. компанией проведена реорганизация дилерской политики. Сертификация дилерских компаний - собственная инициатива компании, направленная на поддержание высоких стандартов обслуживания клиентов, что явилось четвертой неотъемлемой частью успешного развития и становления компании «Новолит». Особое внимание уделяется контролю качества услуг предоставляемых официальными представителями, регулярно организуется обучение сотрудников дилерских организаций, согласно стандартам бренда «Новолит». Таким образом, потребитель может быть уверен, что получит качественную услугу, независимо от того, где совершается покупка – в центральном офисе компании или в офисе официального представителя. Именно сосредоточение на успехе личных продажах позволяет компании осуществлять оптимизацию бизнес-процесса на всех уровнях.



НОВОЛИТ

Позволь заботиться о тебе



Brand-book



Позволь заботиться о тебе

1.2.ЛЕГЕНДА БРЕНДА «НОВОЛИТ»

В чем причина шаткости такого глобально значимого социального института, как семья? Почему рушатся традиционные семейные ценности в семьях, ведь мы так стремимся их сохранить, сберечь? Почему разрушаются построенные здания, сооружения, дома? Потому что их плохо строили.

Давайте зададимся вопросом: что надо, чтобы построить хороший, надежный дом? Нужно сначала нарисовать эскиз, воплотить его в проект, который включит в себя все необходимые расчеты.

Семья — это тот же дом. Как и в любом доме в семье есть основные элементы: основа (фундамент), стены (опоры), на которых держится самое главное – защита и забота (крыша). Что важнее: фундамент или стены? Простой вопрос, на первый взгляд, все важно! Но что будет, если фундамент не будет держать стены, или стены с крышей перестанут защищать от ветра и холода. Что это будет за дом? В компании, как и в доме или семье все должны заниматься своим делом, быть на своем месте. Компания, миссией которой является защита семейных ценностей, забота о семье клиента и становится той самой крышей в системе надежного строительства семьи.

Всегда на Руси было принято так:

Отец — это внешний круг, он отвечает за все связи семьи с внешним миром. Он организует жизнь, разбирается в сложных ситуациях.

Мать — это круг, почти полностью охватывающий детей, она вся в семье и в детях. Жена — хранительница домашнего очага. От нее зависит обстановка в доме.

Старшее поколение, а в особенности бабушки, при этом занимали особое место. Они сохраняли и передавали внукам семейные традиции, накопленный опыт, информацию о семейных корнях, ценностях и установках, что оказывало сильное влияние на духовно-нравственное развитие ребенка в семье.

Так и у нас в компании, каждый занимается своим делом, и каждый на своем месте. Именно из такой модели мира, которая досталась нам от наших праотцов и сформировались миссия и ценности нашей компании, компании «Новолит».

Бренд НОВОЛИТ, был создан на основе семейного строительного бизнеса, именно поэтому нашей компании так близки семейные ценности и именно поэтому наша миссия - вернуть значимость семейных ценностей в современном мире.



Brand-book

1.3. НАЗВАНИЕ БРЕНДА «НОВОЛИТ»

Название бренда «Новолит» образовано сочетанием отдельных частей слов-названий двух географических точек – г. Новосибирск и государства Литва и связано с историей возникновения компании и сотрудничества двух данных регионов. В момент основания компании «Новолит» первое оборудование для производства окон поставлялось из Литвы в г. Новосибирск.



Позволь заботиться о тебе



Brand-book

1.4. ЦЕННОСТИ БРЕНДА «НОВОЛИТ»

Ценность является частью нашей картины мира и мировоззрения, то есть важной составляющей восприятия окружающего нас мира, в создании гармонии в отношениях, созидания жизни в целом. Благополучие жизни в ценностях бренда «Новолит» – это:

БЛАГОПОЛУЧИЕ СЕМЬИ



Мы поддерживаем традиционные семейные ценности, в основе которых самое важное и ценное – дети, а семья – это неразделимое целое.

У каждого из нас есть своя семья, и мы знаем, что забота о близких, воспитание детей требует усилий и больших вложений (в том числе материальных затрат). Мы знаем, как поддержать своих клиентов. Именно поэтому мы представляем потребителям инновационные разработки и оптимальные решения.



Brand-book

ИННОВАЦИИ И СТРЕМЛЕНИЕ ВПЕРЕД



Инновации – то, что определяет нашу конкурентоспособность. Используя прогрессивные методы работы, мы разрабатываем новые продукты и технологии, которые позволяют представить потребителю товар и услуги наивысшего качества по доступной цене.

В своей деятельности мы применяем самые актуальные знания, что позволяет нам быть гибкими в бизнес-процессах, постоянно совершенствоваться, соответствовать времени, быстро принимать решения.



НОВОЛУИТ

Позволь заботиться о тебе



Brand-book

АВТОРИТЕТНОСТЬ И ЗРЕЛОСТЬ



Быть профессионалом своего дела, зрело, с учетом опыта принимать решения, адекватно и своевременно реагировать на изменения рынка и среды, значит быть ответственным в ведении дел и построения своей жизни.



НОВОЛИТ

Позволь заботиться о тебе



Brand-book

ДРУЖЕСТВЕННОСТЬ И ОТКРЫТОСТЬ



Открытость людям, сопричастность к их проблеме и помощь в их решении. В отношениях с партнерами и потребителями мы выстраиваем диалог, соблюдая интересы обеих сторон.



НОВОЛУИТ

Позволь заботиться о тебе



Brand-book



Позволь заботиться о тебе

1.5. ЧТО ОТЛИЧАЕТ БРЕНД «НОВОЛИТ» ОТ ДРУГИХ

Два ключевых принципа являются уникальными особенностями бренда «Новолит»:

1. Бренд заботится о клиенте и семье клиента,
2. Клиент заботится о своей семье, посредством бренда.

Бренд «Новолит» ассоциативно с отраслями и институтами, которые помогают людям сохранять отношения друг с другом и заботиться об окружающих, а также помогают им заботиться о самих себе. Как мы этого добиваемся? Мы не просто обеспечиваем нашего клиента качественным продуктом, мы посвящаем его во все тонкости производства, технологий, которые мы используем, работаем с клиентом по программам выгодного приобретения, аналогов которым нет на конкурентном рынке.

Именно заботливые отношения в рамках бренда «Новолит» были положены в основу его восприятия.

Бренд «Новолит» объединяется с основными традициями общественной жизни, которые помогают людям сохранять отношения друг с другом и заботиться об окружающих, и о самих себе.

Как мы этого добиваемся? Мы не просто обеспечиваем нашего клиента качественным продуктом, мы посвящаем его во все тонкости производства, технологий, которые мы используем, работаем с клиентом по программам выгодного приобретения, аналогов которым нет на конкурентном рынке. Мы не просто создаем рекламу, для того, чтобы привлечь клиента и продать ему наш продукт, мы стремимся сделать наше предложение действительно выгодным и интересным, мы стремимся к долгосрочным отношениям выгодным обеим сторонам.

Именно заботливые отношения в рамках бренда «Новолит» были положены в основу его восприятия.



Brand-book



Позволь заботиться о тебе

1.6. УРОВНИ ВОСПРИЯТИЯ БРЕНДА «НОВОЛИТ»

РАЦИОНАЛЬНЫЙ УРОВЕНЬ

Покупая окна от компании «Новолит» потребитель получает высококачественные окна из 4-х и 6-ти камерного немецкого профиля GEALAN S8000 шириной 74 мм. По таким теплотехническим характеристикам как коэффициент теплоотражения, количество камер, ширина профиля, толщина стеклопакета окна превосходят большинство конкурентных предложений на рынке. При этом покупатель за окно из 6-ти камерного профиля платит ту же цену, что и за окно из 5-ти камерного. Клиент выбирая лучшее для своей семьи по оптимальной цене заботиться о своей семье.

ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ УРОВЕНЬ

Установка окон от компании «Новолит» является значимым компонентом заботы о семье. Компания «Новолит» каждый день работает над усовершенствованием системы качества работы со своими клиентами, чтобы общение с брендом «Новолит» было легким и взаимовыгодным, долгосрочным и полезным.

ДУХОВНЫЙ УРОВЕНЬ

У каждого из нас с рождением сформирована потребность в заботе. Нам нужно чувствовать заботу и быть нужными. Устанавливая окна бренда «Новолит», человек заботится о самых близких ему людях, даря им чувство защищенности, уверенность в качестве, уверенность в себе.

СОЦИАЛЬНЫЙ УРОВЕНЬ

Вся жизнь человека стоит на понятии заботы: в заботе мы рождаемся, в заботе о других и самих себе живем. В ценностях бренда «Новолит», всё наше время – в заботе. Каждый человек сам по себе уже представляет форму заботы. Мы помогаем людям выразить себя.



Brand-book



Позволь заботиться о тебе

1.7. ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ, МИССИЯ, СЛОГАН

1.6.1. ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ

Компания «Новолит» предлагает своим потребителям продукт высокого качества, с уникальными характеристиками и широким спектром дополнительных опций, разработанный специально для резко континентального климата Сибири – пластиковые окна ТермоЛоджик®. Постоянное совершенствование окон ТермоЛоджик® позволяет получать продукт лучших потребительских качеств, при этом оставляя цену на прежнем уровне. Теперь не нужно переплачивать за инновации. Компания «Новолит» поддерживает своего потребителя во всех аспектах проявления заботы о семье.

1.6.2. МИССИЯ

Наша миссия - вернуть значимость семейных ценностей в современном мире. Создавая продукт лучших потребительских качеств, обеспечивая превосходный сервис, работая над программами лояльности и совершенствуя практику общения с постоянными покупателями, бренд «Новолит» помогает потребителям заботиться о своей семье. Бренд «Новолит» сопровождает Вас в ситуациях, когда это становится трудным и помогает легче находить возможности защитить вашу семью, позаботиться о ней.

1.6.3. СЛОГАН

Позволь заботиться о тебе

Слово «позволь» вкладывает в слоган очень важный сценарий нашей жизни, который связан с преданностью кому-нибудь – это сценарий запроса разрешения у человека, о котором мы хотим позаботиться. Бренд «Новолит» подобно такому человеку не навязывает свой сценарий заботы, он лишь предлагает и спрашивает разрешения, каждый день работает над тем, чтобы люди, которые выбирают бренд «Новолит» имели возможность заботиться о своей семье на всех уровнях, на которых представлена наша потребность в заботе.



Brand-book

1.8. ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ

Компания до настоящего времени позиционировала себя для требовательных клиентов со средним уровнем доходов. Сочетание высоких характеристик продукции по ценам в пределах среднерыночных, было достигнуто благодаря высокой технологичности производства и постоянным инновациям в области бизнес процессов, что в свою очередь позволило компании успешно выйти на новые ценовые сегменты. Новое направление компании для ценового сегмента «эконом» - это постоянные разработки и инновации с целью сделать максимально качественный продукт доступнее. Это направление так же подчинено основной ценовой стратегии компании: предложить клиентам продукт, превосходящий по своим потребительным свойствам по цене, не превышающей среднерыночную в этом сегменте.



НОВОЛУИТ

Позволь заботиться о тебе



Brand-book

2. ОСНОВНЫЕ КОНСТАНТЫ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ

Основными элементами бренда являются константы фирменного стиля такие, как фирменный знак, логотип, цвет, шрифт.

2.1. ФИРМЕННЫЙ ЗНАК

Основополагающий элемент стиля – графический товарный знак. Узнаваемый знак и единая стилистика рекламных материалов позволяют партнерам и клиентам четко идентифицировать компанию, выделяя ее в ряду других участников рынка.

Графический знак построен на основе квадрата – одной из самых устойчивых фигур. Знак представляет собой одновременно окно – главный продукт компании «Новолит», и букву «Н» - заглавную букву названия компании.

Графический товарный знак может использоваться отдельно, без логотипа, в случае интриги на первом этапе выхода нового стиля, и позже, при уже высокой узнаваемости знака.





Brand-book



2.2. ЛОГОТИП

Специально выстроенный шрифт столь же лаконичен и основателен, как и знак. Жесткая внутренняя структура букв при внешних округлениях символизируют гибкие внешние коммуникации бренда (с клиентами, партнерами) при жесткой постановке внутренних коммуникаций (производство, вся внутренняя организация).

Логотип можно использовать и отдельно от графического товарного знака – в случаях, когда формат носителя узкий и длинный, например, на бортах автомобилей и др.



2.3. ОСНОВНОЙ ФИРМЕННЫЙ БЛОК

Основной фирменный блок (горизонтальная компоновка) состоит из товарного знака и логотипа. Товарный знак должен быть расположен в левой части блока, а логотип – в правой. Это основной вид компоновки. Используется в большинстве рекламных и коммуникационных материалов.





Brand-book

2.4. ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЙ ФИРМЕННЫЙ БЛОК

Дополнительный фирменный блок (вертикальная компоновка) используется только в тех случаях, когда использование основного фирменного блока затруднительно, например, условиями композиции, формата и др.



Позволь заботиться о тебе



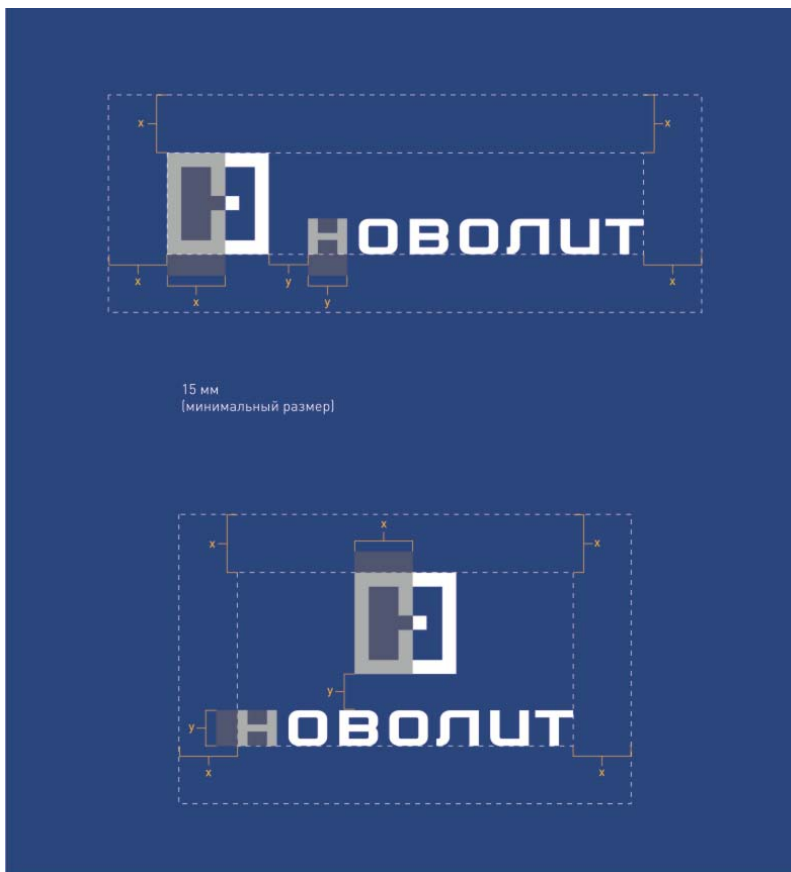
Brand-book

2.6. МИНИМАЛЬНОЕ СВОБОДНОЕ ПОЛЕ

Чтобы фирменный блок был заметным и хорошо читаемым, следует оставлять вокруг него свободное пространство, не содержащее ни текста, ни изображений.

На рисунке приведен пример минимального размера свободного пространства вокруг фирменного блока. Стандартом измерения выбраны два размера. Первый X-размер взят из части товарного знака. Второй Y-размер взят из размера буквы «Н» логотипа.

Такая площадь является минимально допустимой и при возможности её следует увеличивать. Контур рамок не печатается.





Brand-book



Позволь заботиться о тебе

2.7. ФИРМЕННЫЕ ШРИФТЫ

Для повышения узнаваемости марки «Новолит» принят единый шрифт DIN Cyr. Он представляет собой современный шрифт без засечек из группы «матричных шрифтов». Шрифт DIN Cyr открытый и легкий, удобочитаемый с любого расстояния. Для создания рекламных и коммуникационных материалов используются четыре начертания DIN Cyr.

DIN Cyr Regular – используется для набора основного текста

DIN Cyr Medium – используется для набора заголовков и подзаголовков

DIN Cyr Bold, DIN Cyr Light – используется в качестве дополнительных начертаний

DIN Cyr Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦШЩЪЫЬЭЮЯ
абвгдеёжзийклмнопрстуфхцшщъыьэюя
1234567890.,:;!-%&*

DIN Cyr Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦШЩЪЫЬЭЮЯ
абвгдеёжзийклмнопрстуфхцшщъыьэюя
1234567890.,:;!-%&*

DIN Cyr Medium

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦШЩЪЫЬЭЮЯ
абвгдеёжзийклмнопрстуфхцшщъыьэюя
1234567890.,:;!-%&*

DIN Cyr Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦШЩЪЫЬЭЮЯ
абвгдеёжзийклмнопрстуфхцшщъыьэюя
1234567890.,:;!-%&*



Brand-book



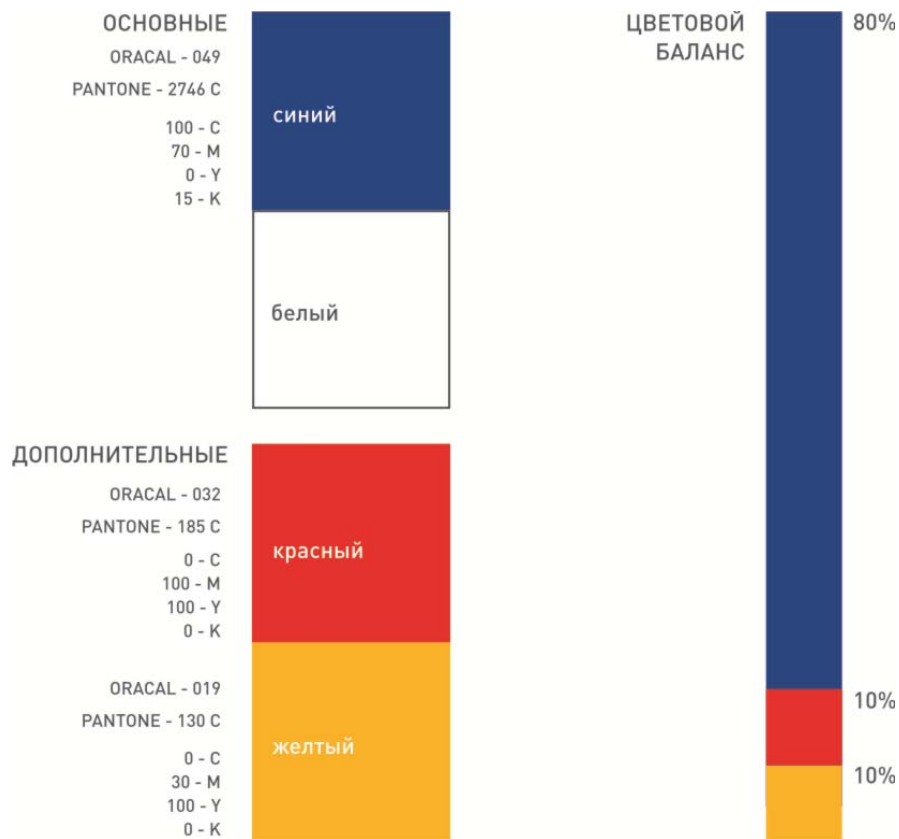
Позволь заботиться о тебе

2.8. ФИРМЕННЫЕ ЦВЕТА

Основными фирменными цветами марки «Новолит» являются синий и белый. Синий – цвет фона. Белый – цвет знака и логотипа.

Дополнительными цветами являются красный и желтый. Эти цвета используются для стилеобразующих элементов (квадратов).

При совместном использовании основного синего и дополнительных красного и желтого цветов следует стремиться к соблюдению их цветового баланса, как показано на рисунке.





Brand-book

2.9. СТИЛЕОБРАЗУЮЩИЕ ЭЛЕМЕНТЫ

Стилеобразующими элементами являются желтый и красный квадраты. Они всегда расположены в левой части композиции. Желтый квадрат всегда расположен слева, красный справа. Размер квадратов может соответствовать размеру графического товарного знака, а может быть и больше в два раза. При близком расположении знака и логотипа к квадратам, расстояние между знаком и квадратами, при равном их размере, не должен быть меньше размера знака. При увеличенном размере квадратов расстояние между логотипом и квадратами не должно быть меньше одного квадрата.

Минимальное расстояние от стилюобразующих элементов (квадратов) до фирменного блока

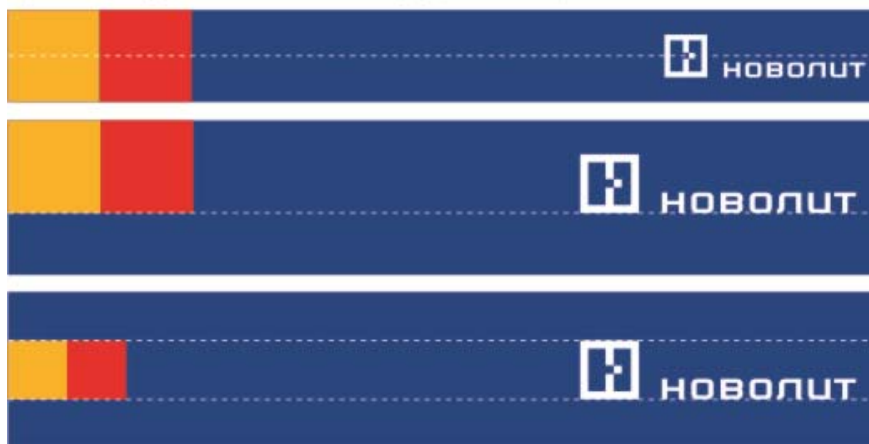
Вариант 1



Вариант 2



Варианты компоновки фирменного блока относительно стилюобразующих элементов (квадратов)

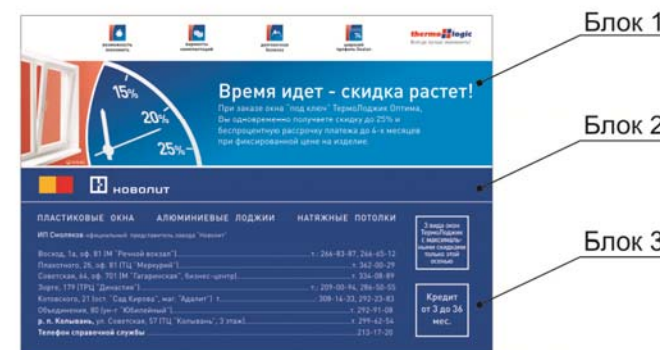


Позволь заботиться о тебе

5. РЕКЛАМНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

5.1. ОСНОВНЫЕ КОНСТАНТЫ ВЕРСТКИ РЕКЛАМНЫХ МАКЕТОВ ДЛЯ ПРЕССЫ

Дилерский макет состоит из трех частей – Блок 1, Блок 2 и Блок 3. В Блоке 1 содержится информация, предоставляемая отделом маркетинга и рекламы компании «Новолит», согласно текущей рекламной компании, отраженной в календарном плане маркетинга. Блок 2 – это плашка «Новолит», в Блоке 3 – информация, предоставляемая официальным представителем (дилером): адресный блок, продуктовая линейка, дополнительные предложения (например, стимулирующая акция). Предусмотрены две типовые ориентации расположения блоков – горизонтальная и вертикальная.



5.2. ПЛОЩАДЬ МАКЕТА

Минимально допустимый размер площади макета – 50 кв. см. Оптимальный размер макета – более 70 кв.см.

5.3. СООТНОШЕНИЕ ЧАСТЕЙ МАКЕТА

Площади Блока 1 и Блока 3 должны занимать по 45 % от площади всего макета. Блок 2 (плашка «Новолит») занимает 10 % от общей площади. Однако размер шрифта в



Brand-book

перечне дополнительного ассортимента должен быть как минимум на 4 пункта меньше заголовка Блока 1.



5.3.1. ТЕКСТОВОЕ НАПОЛНЕНИЕ БЛОКА 3

Блок 3 состоит из 4-х основных частей:

1) Информация о дополнительной продуктовой линейке.

Официальный представитель может размещать в рекламном макете информацию о дополнительной продуктовой линейке.

Запрещается использовать в рекламных макетах названия других торговых марок, товарных знаков других производителей, юридическое название других производителей пластиковых окон, ПВХ-профилей, фурнитуры и отделки.

Информация о дополнительной продуктовой линейке прописывается шрифтом DINCond-Medium верхним регистром и может занимать площадь не более 30% от дилерского блока макета. Размер шрифта этого блока не может быть больше, чем кегль фирменного шрифта в плашке «Новолит».

Не следует использовать слишком мелкий или же слишком крупный шрифт, так как это ухудшает читаемость рекламного макета.



Brand-book



Позволь заботиться о тебе

На читаемость текста также влияет межстрочное и межбуквенное расстояние. Слишком маленькие интервалы приводят к «залипанию» букв и снижению читаемости текста.

2) Наименование дилерской компании.

Обязательным является указание юридического названия компании официального представителя, после которого следует типовая подпись «официальный представитель завода «Новолит».

Юридическое название и подпись «официальный представитель завода «Новолит» прописывается шрифтом DINCyg-Medium. Размер шрифта этой надписи не может быть больше, чем кегль адресного блока.

Наименование дилерской компании должно прописываться под продуктовой линейкой и ровняться по левому краю макета.

3) Информация о местоположении офисов официальных представителей.

Информация о местоположении офисов официальных представителей должна быть представлена в виде списка, который формирует адресный блок.

Адресный блок может занимать не более чем 40% от общей площади дилерского блока. Площадь адресного блока можно увеличить на 15% за счет уменьшения блока информации о скидках, акциях и т.д. на один квадрат.

4) Информация о скидках, акциях, предоставлении системы кредитования.

Официальный представитель может размещать информацию о предоставляемых им скидках, акциях, кредитах и других специальных предложениях в рамках фирменного стиля «Новолит».

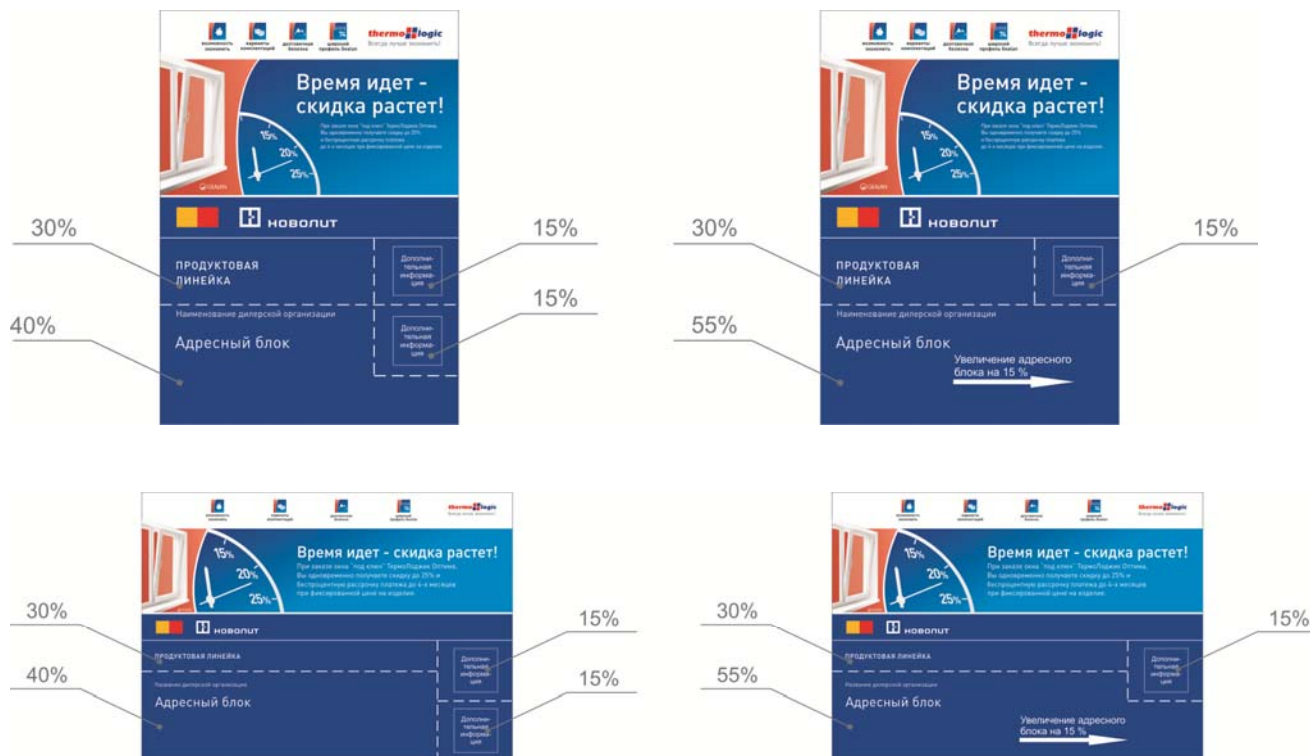
Информация размещается в квадрате с белой рамкой. Толщина рамки не должна превышать толщину букв продуктовой линейки.

Квадраты с дополнительной информацией должны размещаться в правой стороне макета. Площадь одного квадрата должна составлять не более 15% от общей площади дилерского макета.

Вся информация Блоков 2 и 3 выравнивается по полям и отступам Блока 1.



Brand-book



5.4. ЦВЕТОВОЕ НАПОЛНЕНИЕ

В цветовом оформлении должны использоваться только фирменные цвета.

Фон дилерского блока – синий. ORACAL 049; PANTONE 2746 C; CMYK (100-C; 70-M; 0-Y; 15-K).

Надписи: белый – основной, желтый – дополнительный.

ORACAL 019; PANTONE 130 C; CMYK (100-C; 30-M; 100-Y; 0-K).

Разрешается монохромное исполнение макетов, а также трехцветное (черный-белый-красный)



Позволь заботиться о тебе



Brand-book

5.5. ОСНОВНЫЕ ПРАВИЛА РАЗМЕЩЕНИЯ ЛОГОТИПА «ТЕРМОЛОДЖИК» В БЛОКЕ 1

1) Площадь макета в прессе

Минимально допустимый размер площади макета, на котором может использоваться логотип ТермоЛоджик® – 50 кв. см.

2) Использование логотипа ТермоЛоджик®

Использование логотипа ТермоЛоджик® допускается только на описанных в данном документе условиях.

Логотип предоставляется отделом рекламы компании «Новолит». Не допускается искажение логотипа – изменение пропорций, цветов, вставка в текст.

Логотип ТермоЛоджик® размещается только на белом фоне. Не допускается использование цветной подложки.

Важным элементом является охрannое поле логотипа (пространство вокруг логотипа, которое должно оставаться пустым), которое равно половине высоты логотипа.

3) Размер логотипа ТермоЛоджик®

Минимально допустимый размер логотипа ТермоЛоджик® в рекламе – 8 % площади рекламы.





Brand-book

6. ДЕЛОВАЯ ДОКУМЕНТАЦИЯ

6.1. КОРПОРАТИВНАЯ ВИЗИТНАЯ КАРТОЧКА КОМПАНИИ «НОВОЛИТ» И КОМПАНИИ ДИЛЕРА



Размер: 90x50 мм

Правила оформления:

Направление деятельности – шрифт DIN Cyr Medium, 6-7 pt.

Реквизиты - шрифт DIN Cyr Regular, 6-7 pt.

6.1.1. ЛИЧНАЯ ВИЗИТНАЯ КАРТОЧКА СОТРУДНИКА КОМПАНИИ «НОВОЛИТ» И КОМПАНИИ ДИЛЕРОВ



Размер 90x50 мм.

Правила оформления:

Имя и фамилия – шрифт DIN Cyr Medium, 8-8,5 pt.



Brand-book

Должность – шрифт DIN Cyr Regular, 7-7,5 pt.

Реквизиты – шрифт DIN Cyr Regular, 6-7 pt.

6.1.2. ВИЗИТНАЯ КАРТОЧКА ДЛЯ ДИЛЕРОВ (ЛИЧНАЯ)



Размер 90x50 мм.

Правила оформления:

Имя и фамилия – шрифт DIN Cyr Medium, 8-8,5 pt.

Должность – шрифт DIN Cyr Regular, 7-7,5 pt.

Реквизиты – шрифт DIN Cyr Regular, 6-7 pt.



Позволь заботиться о тебе

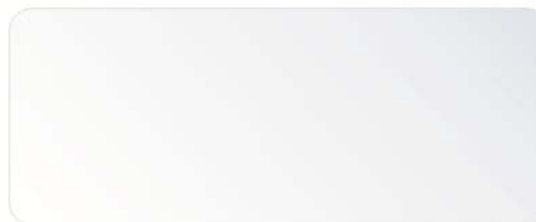


Brand-book

КОНВЕРТ С5



ЗАО "Новолит"
630099, Россия, г. Новосибирск, ул. Революции, 7
www.novolit.ru, www.thermologic.ru



Позволь заботиться о тебе



Brand-book

КОНВЕРТ ЕВРО

The advertisement features a dark blue header with the Novolit logo (a square with a stylized 'N') and the word "НОВОЛИТ" in white. To the right of the logo is the slogan "Позволь заботиться о тебе". Below the header is a photograph of a smiling man, woman, and child. To the right of the photo is the company information: "ЗАО 'Новолит'", "630099, Россия, г. Новосибирск, ул. Революции, 7", and "www.novolit.ru, www.thermologic.ru". Below the photo and text are six small icons representing product containers, each with a diagonal line. A large, empty rounded rectangular box is positioned to the right of the icons.



Позволь заботиться о тебе



Brand-book

7. ОБЩИЕ ПРАВИЛА ОФОРМЛЕНИЯ ДОКУМЕНТОВ

7.1. ФИРМЕННЫЙ БЛОК С ЛОГОТИПОМ (ПРЯМОУГОЛЬНЫЙ)

Фирменный блок располагается в верхней (в некоторых документах допускается нижнее расположение) части страницы. Размер – 2 x19 см. Расстояние от краев фирменного блока до краев страницы – 1 см.

Параметры страницы

Поля страницы – 2 см с каждой стороны.

Параметры текста

Ориентация текста по левому краю без «красных строк».

Шрифт Arial (кроме случаев, где шрифт определяется ГОСТом), размер шрифта - 12 пт.

Расстояния между абзацами – 6 пт.

Межстрочный интервал – одинарный.

Заголовки оформляются ПРОПИСНЫМИ буквами. В заголовках не используется написание вида *курсив*.



Brand-book

7.1.2. СХЕМЫ ОФОРМЛЕНИЯ ДОКУМЕНТОВ

СЛУЖЕБНАЯ ЗАПИСКА

ИНФОРМАЦИОННОЕ ПИСЬМО ВНУТРЕННЕГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ

ПРИКАЗ

СВОБОДНАЯ ФОРМА БЛАНКА

ИНСТРУКЦИЯ, ПОРЯДОК, СТАНДАРТ, ДОГОВОР, ПОЛОЖЕНИЕ

Формы можно найти на сайте www.novolit.ru



НОВОЛИТ

Позволь заботиться о тебе



Brand-book

8. ГАРАНТИЙНАЯ ДОКУМЕНТАЦИЯ

8.1. ПАСПОРТ КАЧЕСТВА

Паспорт качества офиса по работе с частным клиентом компании «Новолит»

Дилерская сеть компании "Новолит"

новолит
Позволь заботиться о тебе

Инструкция по эксплуатации
ПАСПОРТ КАЧЕСТВА
Гарантийный талон

Ангарск	Каргат	Полтавка
Барабинск	Кочки	Республика Бурятия
Барнаул	Краснозерское	Саянск
Бердск	Куйбышев	Свирск
Белово	Купино	Тайга
Болотное	Москаленки	Тара
Верх-Тула	Называевск	Тогучин
Горно-Алтайск	Новоалтайск	Томск
Довольное	Нововоршавка	Улан-Удэ
Иркутск	Новосибирск	Усьелье-Сибирское
Искитим	Обь	Усть-Кут
Исилькуль	Омск	Хабары
Калачинск	Ордынский	Хилок
Карасук	Петровск-Забайкальский	Черемхово

630099, г. Новосибирск, ул. Революции, 7
тел.: (383) 223-55-27, т/ф: (383) 223-95-01
e-mail: reception@novolit.ru

Единый сервисный центр
"Новолит" в Новосибирске:
тел.: (383) 325-10-00



Brand-book

9. ИНТЕРЬЕР

9.1. ИНТЕРЬЕР ОФИСА ПО РАБОТЕ С ЧАСТНЫМ КЛИЕНТОМ КОМПАНИИ «НОВОЛИТ»





Brand-book



Позволь заботиться о тебе



Brand-book



9.2. ИНТЕРЬЕР ОФИСА ОФИЦИАЛЬНОГО ПРЕДСТАВИТЕЛЯ КОМПАНИИ «НОВОЛИТ»

Офис по работе с частным клиентом официального представителя «Новолит» должен быть оформлен в фирменном стиле «Новолит» и иметь в наличии следующее оборудование:

- Уголок потребителя «Новолит»
- Срезы профилей 4 и 6 камер
- Мобильный стенд с логотипом «Новолит»
- Флаг офисный «Новолит»
- Образец «Полноразмерное окно»
- Образец «Три продукта»
- Стойка для образцов «Новолит»



Brand-book

С более подробной информацией об оформлении офиса в соответствии с присвоенным статусом, а также о «Программе взаимодействия дилер Новолит 2009» можно найти на сайте компании www.novolit.ru.



Позволь заботиться о тебе



Brand-book

9.2.1. УГОЛОК ПОТРЕБИТЕЛЯ

Официальный представитель завода "Новолит"

УГОЛОК ПОТРЕБИТЕЛЯ

Режим работы офиса:

- Понедельник-пятница - _____
- Суббота - _____
- Воскресенье - _____

С вами работают:

- Старший менеджер _____
- Менеджер по продажам _____
- Менеджер по продажам _____
- Менеджер по продажам _____
- Монтажный отдел _____
- Единый сервис-центр _____

Полезная информация:

Предложения дня:

Книга отзывов и предложений



Позволь заботиться о тебе



Brand-book

9.2.2. МОБИЛЬНЫЙ СТЕНД





Brand-book

9.2.3. ФЛАГ ОФИСНЫЙ



9.2.4. СТОЙКА ДЛЯ ОБРАЗЦОВ



Brand-book

10. ЭКСТЕРЬЕР

10.1. ЭКСТЕРЬЕР ОФИСА ПО РАБОТЕ С ЧАСТНЫМ КЛИЕНТОМ КОМПАНИИ «НОВОЛИТ»





Brand-book

10.2. ЭКСТЕРЬЕР ОФИСА ОФИЦИАЛЬНОГО ПРЕДСТАВИТЕЛЯ «НОВОЛИТ»





Brand-book



Офис должен быть оформлен в соответствии с фирменным стилем «Новолит». Обязательные элементы оформления офиса:



НОВОЛИТ

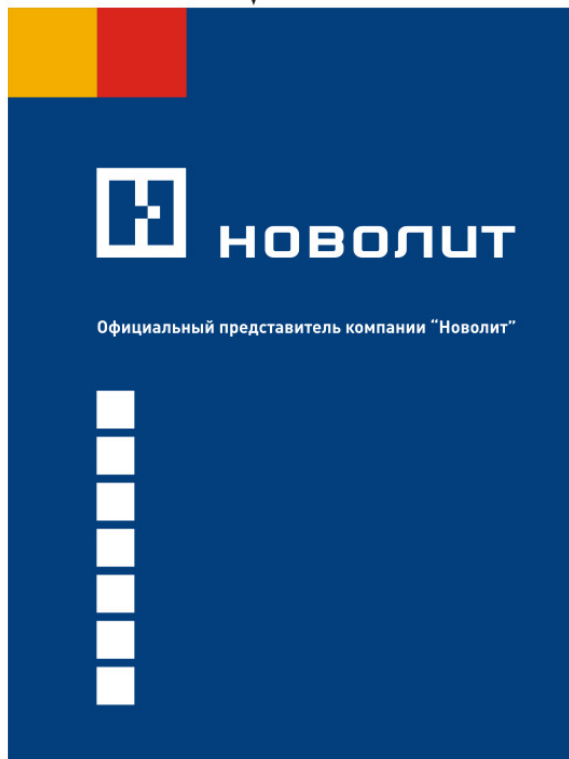
Позволь заботиться о тебе



Brand-book

10.2.1. ТИПОВАЯ ВЫВЕСКА С ГРАФИКОМ РАБОТЫ

Основа - пластик
Верх - самоклеящаяся пленка,
полноцветная печать



Объекты, вырезанные из самоклеящейся пленки



Позволь заботиться о тебе



Brand-book

10.2.2. ТИПОВАЯ ВЫВЕСКА НА ВХОДНУЮ ДВЕРЬ

Основа - пластик 3 мм
Верх - самоклеящаяся пленка,
полноцветная печать



Внимание, белая полоска - это не ошибка.
Это ориентир для дилеров, куда клеить
надпись

Объекты, вырезанные из самоклеящейся
пленки



офис 11111111112222233333
каб. 44444555556666677777
оф. 88888999990000000000-----
эт. ААББВВГГДД



Позволь заботиться о тебе



Brand-book



Позволь заботиться о тебе


10.2.3. НАРУЖНАЯ РЕКЛАМА

 **NOVOLIT**

- Пластиковые окна **thermo logic**
- Аллюминиевые конструкции
- Натяжные потолки


ИП Бухтуев - официальный представитель завода "Новолит"
3 этаж, т. 299-62-54

Товар сертифицирован. TM зарегистрирована в ФИПС

 **NOVOLIT**

Пластиковые окна
thermo logic

Алюминиевые конструкции
Жалюзи
Натяжные потолки



1 этаж, т. 287-07-12

ООО "Автоскан" - официальный представитель завода "Новолит"



Brand-book

11. ФИРМЕННАЯ ОДЕЖДА

11.1. КУРТКА



спина куртки



Brand-book

11.2. КОМБИНЕЗОН



комбинезон спереди



Brand-book

11.3. ФУТБОЛКА



спина футболки

11.4. КЕПКА





Brand-book

12. ТРАНЗИТНАЯ РЕКЛАМА

Обязательная информация:

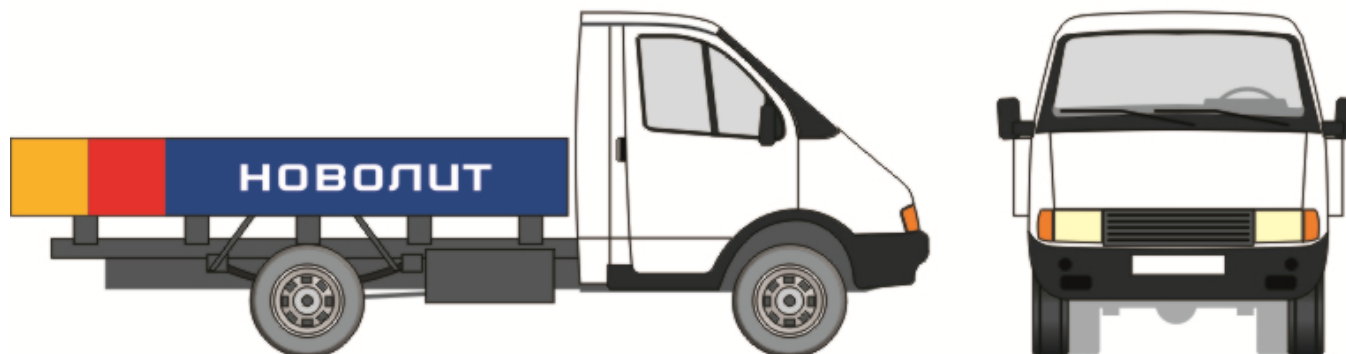
- 1) Логотип «Новолит»
- 2) Логотип «ТермоЛоджик»
- 3) Адресный блок
- 4) Юридическое наименование компании - официального представителя

Возможно размещение логотипа официального представителя, при условии, что логотип занимает не более 30% площади логотипа «Новолит».

Оформление транспорта осуществляется по согласованию с отделом рекламы компании «Новолит» в соответствии со следующими схемами оформления.

СХЕМА ОФОРМЛЕНИЯ ТРАНСПОРТА

12.1. ГАЗЕЛЬ

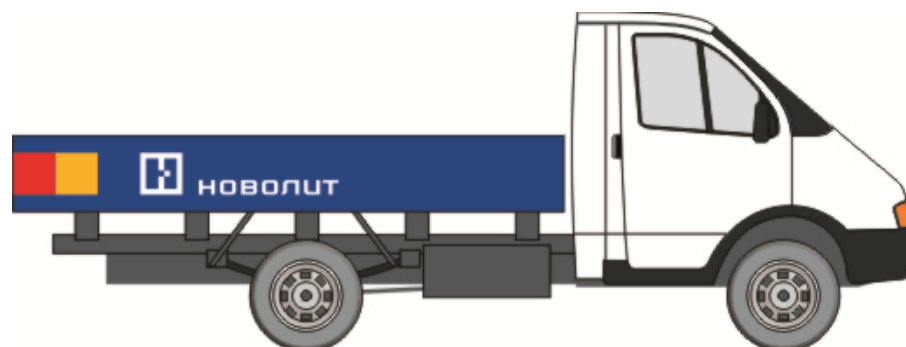


НОВОЛИТ

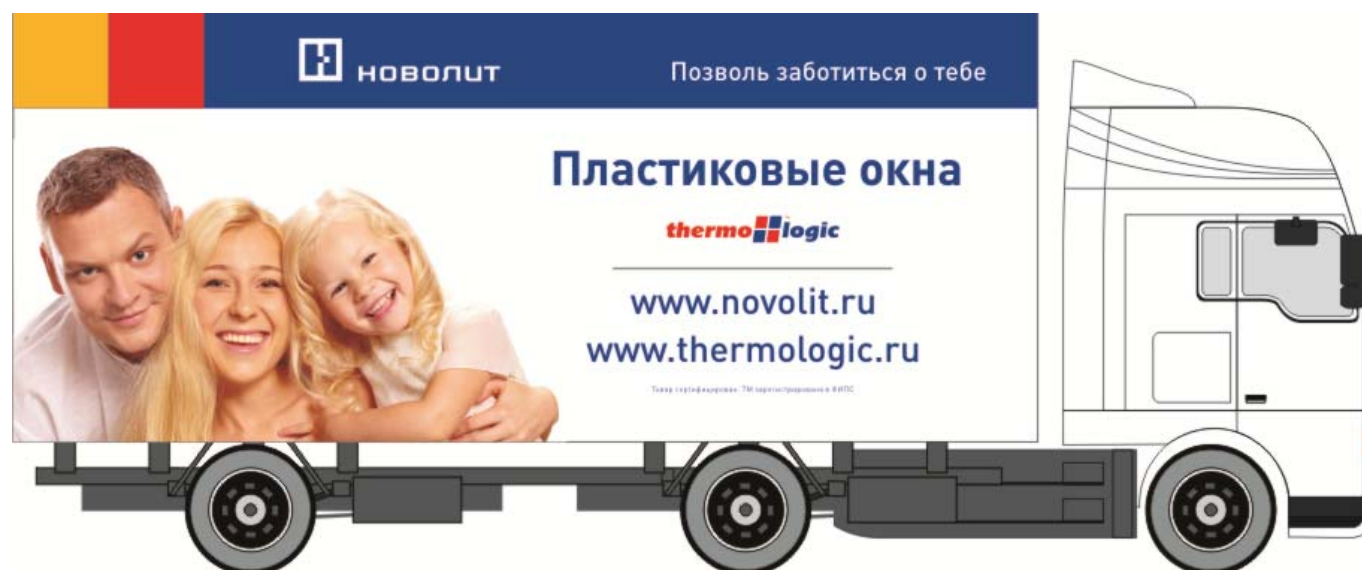
Позволь заботиться о тебе



Brand-book



12.2. ГРУЗОВОЙ АВТОМОБИЛЬ



НОВОЛИТ

Позволь заботиться о тебе



Brand-book

12.3. АВТОБУС





Brand-book

13. СУВЕНИРНАЯ И РЕКЛАМНАЯ ПРОДУКЦИЯ

Суvenirная продукция должна использоваться для распространения частным клиентам. Список сувенирной продукции, имеющейся на складе, и прайс-лист можно получить в отделе рекламы по запросу. Компанией «Новолит» изготавливается и предоставляется для продажи следующая сувенирная продукция.

13.1. БРЕЛОК





Brand-book

13.2. ДИСК



Позволь заботиться о тебе



Brand-book

13.3. КРУЖКА



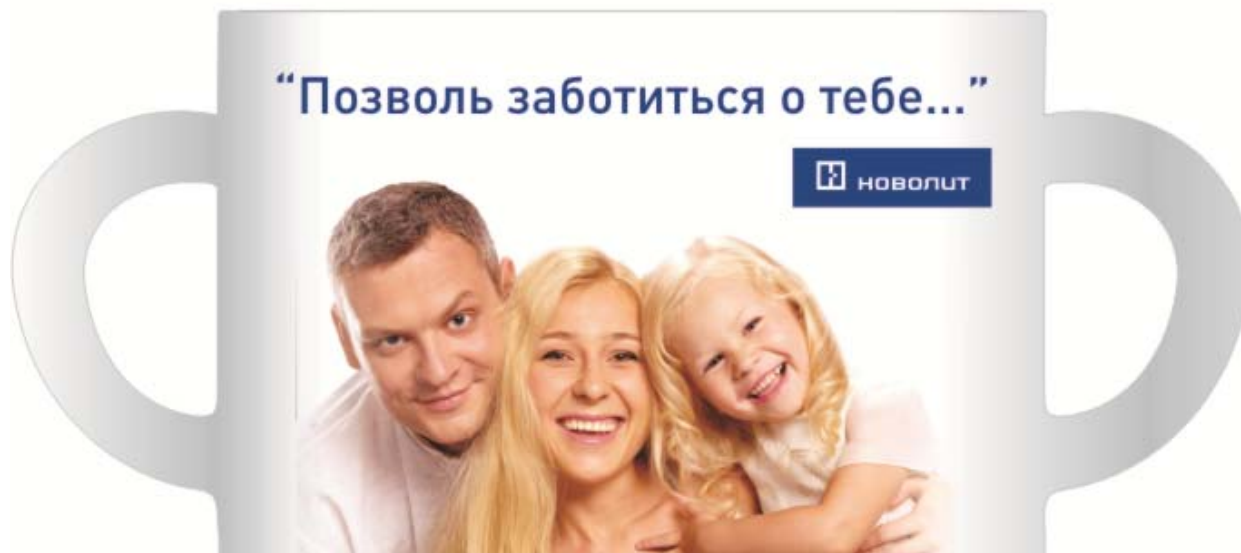


Brand-book

“Позволь заботиться о тебе...”



“Позволь заботиться о тебе...”



Позволь заботиться о тебе



Brand-book

13.4. МАГНИТ





Brand-book

13.5. МАГНИТНАЯ РАМКА



Позволь заботиться о тебе

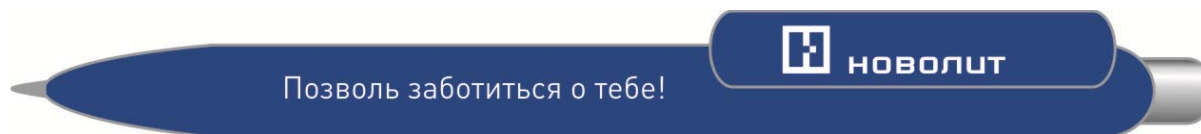


Brand-book

13.6. ПАКЕТ



13.7. РУЧКА



Позволь заботиться о тебе



Brand-book

13.8. ЧАЙНАЯ ПАРА



13.9. ВОЗДУШНЫЙ ШАР ОДНОСТОРОННИЙ



Позволь заботиться о тебе