

Фирменный стиль

и платформа бренда

BARKLI 

МЕДОВАЯ ДОЛИНА

Платформа бренда

Миссия бренда



Обеспечить людей среднего достатка жильем высокого класса по разумным ценам.

Концепция бренда



Насыщенная жизнь москвичей очень похожа на жизнь пчёл. Люди «улетают» по делам в город и возвращаются обратно в свой уютный улей. Тональность концепции проекта игриво передана через многократное повторение буквы «ж» в слоганах и продуктовых сообщениях.

Характер бренда

Smart

Мы проектируем жилье в соответствии с потребностями и образом жизни современного человека, поэтому наш бренд должен отражать функциональность, внимание к деталям и максимальное удобство.

Скандинавский

Минимализм и скандинавский стиль располагают к себе, излучая необыкновенную легкость, естественность и простоту. Наш бренд не гонится за роскошью и избегает излишеств. Мы отдаем предпочтение лаконичному домашнему стилю, уютному теплomu интерьеру, не дорогим, но качественным материалам.

Язык бренда

Простой

В коммуникациях бренда мы говорим простым общедоступным языком, не используем сложносочиненных предложений и терминов. В коротких сообщениях могут появляться фразы, описывающие особенности и фишки проекта, например «Каждая прихожая у нас не похожая», «Система без опасности», «Наши первые этажи— первые во всем».

Игривый

Эмоциональность в сообщениях — основа коммуникации бренда. Мы достигаем ее при помощи игривых шуточных фраз, с рифмованными словами, например «Во дворе трава и детвора», «Только сосед знает, где спрятан велосипед», «Дорога займет немного».

Жужжащий

В качестве уникального акцента в рекламной коммуникации, мы усиливаем «жужжание» в заголовках, что позволяет раскрыть тему «Медовой долины». Для этого мы используем слова с буквой «ж», увеличивая их количество до четырех, например «Квартал полный жжжжизни», «Заманчивое предложжжжение», «Не жжжжизнь, а сказка!» и др.

Портрет потребителя/ Инсайт

Тип личности:

Глава семьи, простой парень, работага с активной жизненной позицией и семейными ценностями, желающий улучшить свою жизнь, реалист, добрый сосед. Любит красивые, но функциональные вещи. Понимает, что он простой человек и не станет «олигархом», но хочет прикоснуться к прекрасному и прожить интересную жизнь.

Инсайт:

«Теперь мы будем зависеть только от себя»

«Не хочу платить чужому дяде»

«Своя квартира — это стабильность, которая очень важна»

«Хорошая долгосрочная инвестиция»



Элементы фирменного стиля

Основная версия логотипа

Основная версия логотипа состоит из сочетания логотипа «Barkli» и дополнительного начертания «медовая долина». Такая компоновка этих элементов применяется в большинстве случаев.



Инверсные версии логотипа

Инверсные версии логотипа состоят из сочетания логотипа «Barkli» и дополнительного начертания «медовая долина». Такая компоновка этих элементов применяется в большинстве случаев.

BARKLI 
МЕДОВАЯ ДОЛИНА

BARKLI 
МЕДОВАЯ ДОЛИНА

Фирменный блок

Фирменный блок это скомпонованный логотип + дополнительные две строчки снизу, в которые можно поместить слоган, сайт или адрес.

Шаблоны таких фирменных блоков можно найти в исходных файлах.

BARKLI 
МЕДОВАЯ ДОЛИНА
Квартал, полной
жжжжизни

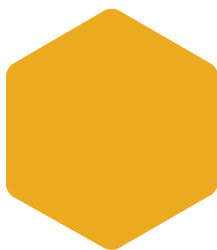
BARKLI 
МЕДОВАЯ ДОЛИНА
barkli-md.ru

BARKLI 
МЕДОВАЯ ДОЛИНА
Новая Москва
Крёкшино

Фирменная цветовая палитра

Фирменная палитра состоит из трёх основных цветов и трёх дополнительных. На примере носителей представленных в брендбуке можно отметить что за основу фона берётся белый или жёлтый цвет, заголовки и наборный текст набираются чёрным цветом, особые заголовки (например «Старт Продаж» можно выделять жёлтым цветом). Синий цвет используется исключительно в логотипе. Дополнительные цвета используются для разнообразия макетов (например в графике или ими можно покрасить какие-то текстовые сноски), но они так же не могут быть взяты за основу (в качестве фона или цвета заголовков).

Основные цвета



Pantone® — 124 C
CMYK — 0 35 100 0
HEX — #DCA817



Pantone® — 300 C
CMYK — 90 56 7 0
HEX — #005DB4

! Используется
только в логотипе

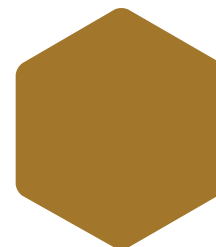


Pantone® — Black C
CMYK — 66 56 52 55
HEX — #3C3E40

Дополнительные цвета



Pantone® — 427 C
CMYK — 21 15 16 1
HEX — #D0D1D2



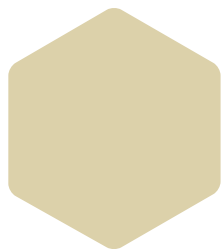
Pantone® — 132 C
CMYK — 28 48 100 22
HEX — #977318



Pantone® — 7555 C
CMYK — 16 37 98 5
HEX — #C59D28

Дополнительная цветовая палитра

Дополнительная цветовая палитра используется
для маркировки планировок.



Pantone® — 615 PC
CMYK — 14 12 36 0
HEX — #D8D1AC



Pantone® — 7403 PC
CMYK — 4 11 57 0
HEX — #EFDB89



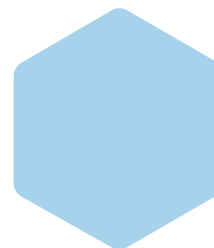
Pantone® — 7471 PC
CMYK — 38 0 17 0
HEX — #ACD4D4



Pantone® — 7499 PC
CMYK — 3 2 20 0
HEX — #F5F1D2



Pantone® — Cool Gray 3 CP
CMYK — 21 12 15 0
HEX — #C9CFCE



Pantone® — 657 PC
CMYK — 33 6 3 0
HEX — #B2D0E8



Pantone® — 135 PC
CMYK — 2 24 72 0
HEX — #E9C267



Pantone® — 7472 PS
CMYK — 63 1 19 0
HEX — #7BBFCD

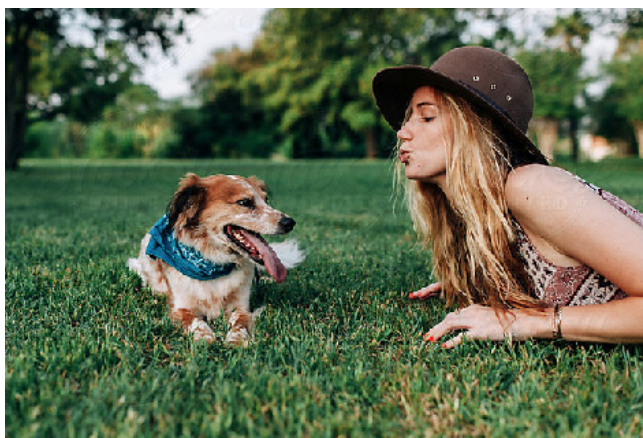
Пиктограммы

В качестве основных элементов в фирменной графике используются пиктограммы вписанные в соту. Основные стиливые качества это линейные формы скруглённые углы.



Фотостиль

Фотостиль базируется на изображении семейных радостей: играющие дети, их родители, влюбленные молодые пары, маленькие житейские радости.





Цветовая гамма в теплых тонах, небольшая контрастность, сочетание синих и медово-желтых цветов, иногда с появлением зелени.



Графические принципы

Главный графический принцип это сочетание фотостилия и пиктограмм вписанных в соты. Расположение элементов друг относительно друга подчиняется принципам пчелиных сот (стороны шестиугольников соприкасаются друг с другом).



Графические принципы

Соотношение количества сот с фотографиями и жёлтых сот примерно 70% на 30% соответственно.



Оформление сувенирной продукции

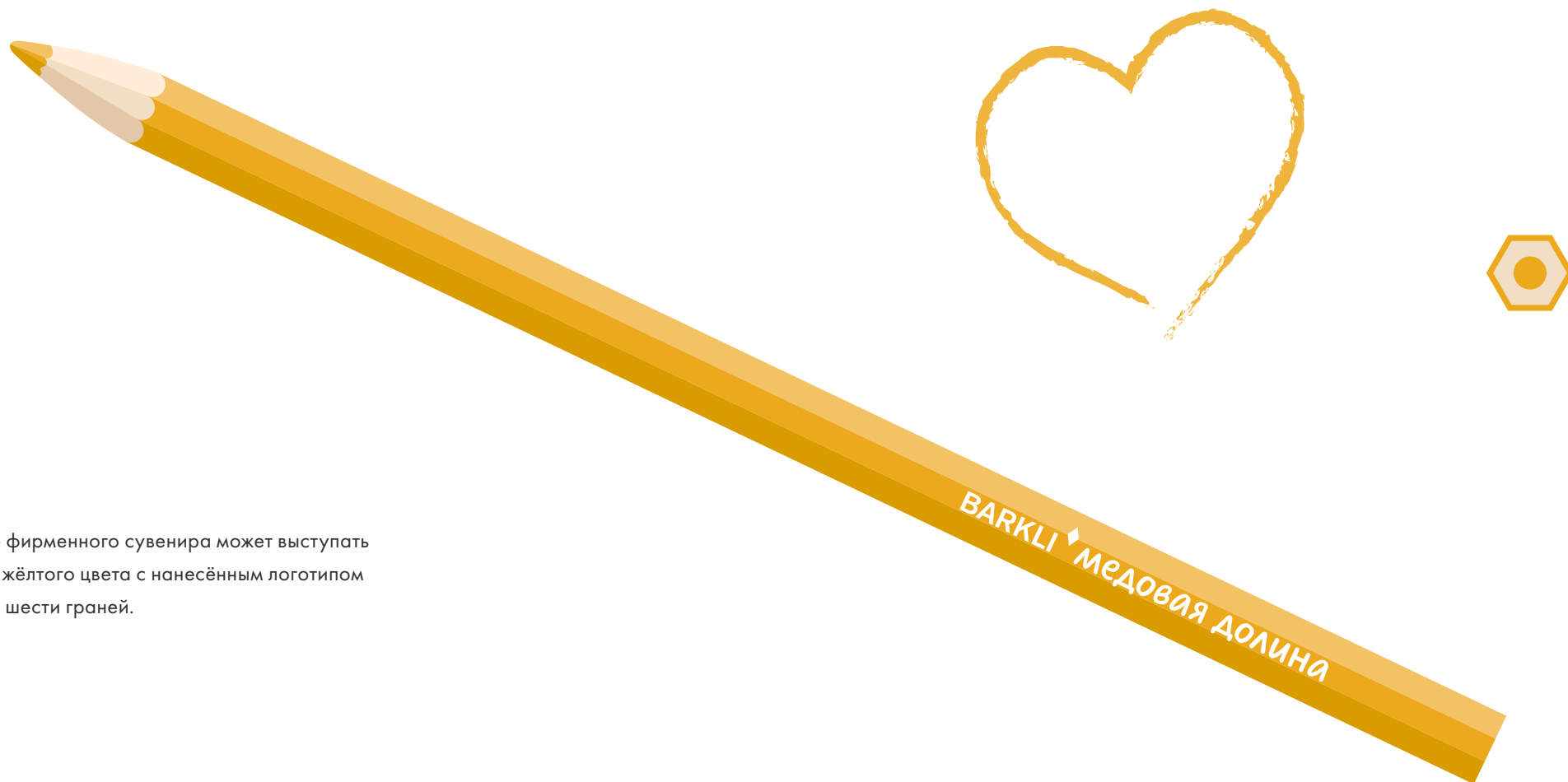
Брелок для ключей



Фирменный брелок для ключей может быть выполнен из резины крашенной в массе жёлтого и белого цвета.



Карандаш жёлтого цвета



В качестве фирменного сувенира может выступать карандаш жёлтого цвета с нанесённым логотипом на одну из шести граней.

Комплект стикеров с пиктограммами

Комплект наклеек с пиктограммами, который можно вкладывать в презентационный набор. Выполнены на самоклеящейся плёнке.



Другие идеи

Генеральной линией всех сувениров выступает форма шестиугольника как отсылка к графическим элементам стиля и к мёду (сотам) в целом.



Рекламные макеты

Горизонтальный формат

Пример расположения элементов на горизонтальном рекламном макете.

Заголовок
DIN Round
Medium

Выделение информации
DIN Round Medium

Подзаголовок
Futura Book

Логотип

Квартал, полный
жжжжжизни

СТАРТ ПРОДАЖ

Новая Москва,
Крёкшино

от 1.5
млн. руб.

BARKLI
МЕДОВАЯ ДОЛИНА

Фирменная
графика

Контакты
Futura Book

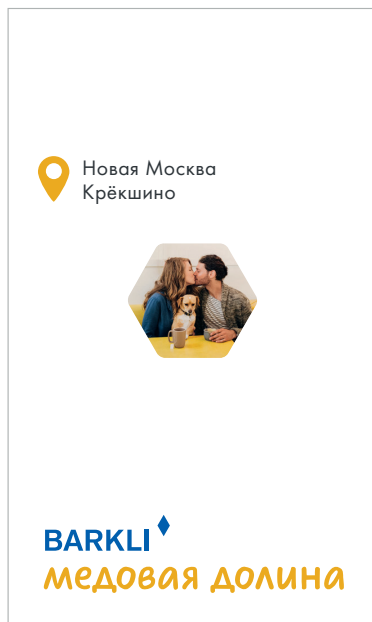
barkli-md.ru
499 215 85 55

Проектная декларация на сайте barkli.ru

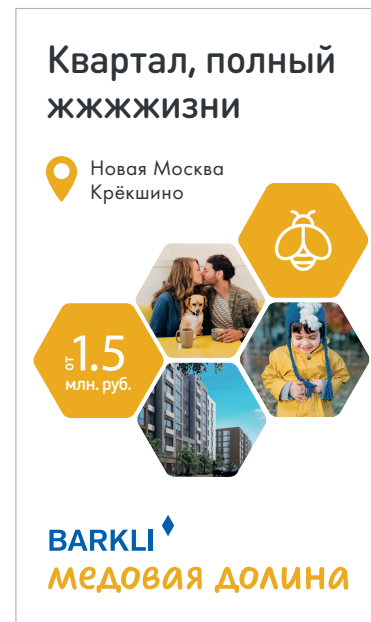
Вертикальный формат

Web-баннер.

Пример расположения элементов на вертикальном рекламном макете.



Первый эпизод



Второй эпизод



Пэкшот

Вертикальный формат

Web-баннер.

Пример расположения элементов на вертикальном рекламном макете.

**Квартал, полный
ЖЖЖЖИЗНИ**

Новая Москва
Крёкшино

1.5
млн. руб.

BARKLI 
МЕДОВАЯ ДОЛИНА

Заголовок
DIN Round
Medium

Подзаголовок
Futura Book

Фирменная
графика

Логотип

Горизонтальный вытянутый формат

Web-баннер.

Пример расположения элементов
на горизонтальном рекламном макете.

Квартал, полный жжжжизни

BARKLI медовая долина

Новая Москва
Крёкшино

Первый эпизод

Квартал, полный жжжжизни

BARKLI медовая долина

Новая Москва
Крёкшино



Второй эпизод

СТАРТ ПРОДАЖ

Застройщик ООО «Логитек». Проектная декларация на сайте barkli-md.ru



ИПОТЕКА 8%

Застройщик ООО «Логитек». Проектная декларация на сайте barkli-md.ru



BARKLI 
МЕДОВАЯ ДОЛИНА

SMARTHEART®

Разработано в брендинговом агентстве
SmartHeart® (smart-heart.ru)