

РУКОВОДСТВО ПО ИСПОЛЬЗОВАНИЮ  
ФИРМЕННОГО СТИЛЯ ЮЛМАРТ

ОСНОВНАЯ КНИГА



**ULMART.RU**

## Брендбук

Фирменный стиль (фирменная айдентика) – это набор графических форм и принципов построения визуальной коммуникации, объединённых одной идеей, основная задача которых — выделить компанию среди себе подобных и создать узнаваемый образ в глазах потребителей.

Набор словесных и визуальных констант, обеспечивающих единство восприятия деятельности компании потребителями.

Фирменный дизайн, наряду с философией компании, корпоративной культурой и корпоративным поведением, является одной из составляющих идентичности бренда.

Федоринов С. В. \_\_\_\_\_  
/генеральный директор/

Савина А. Б. \_\_\_\_\_  
/директор по стратегическому маркетингу/

Смирнова Е. В. \_\_\_\_\_  
/руководитель отдела/

Юлмарт сегодня – это признанный лидер российского интернет-ритейла. Мы разработали уникальную модель развития, предложили клиентам удобный способ совершать покупки, профессиональное ассортиментное наполнение и высокий уровень обслуживания. Наши ценности – открытость, активность, простота и надёжность. Они помогают нам двигаться вперёд и создавать инновационный продукт. Мы стремимся расширять нашу сеть и сделать формат Юлмарта предпочтительным способом совершения покупок в России.



## Содержание

<b>1. Основные элементы фирменной айдентики бренда</b> .....	<b>6</b>
1.1. Логотип, его построение и смысловое наполнение знака .....	7
1.2. Фирменные шрифты.....	32
<b>2. Визуальная коммуникация бренда</b> .....	<b>38</b>
2.1. Применение фирменного стиля в офисной и сувенирной продукции компании.....	40
2.2. Применение фирменного стиля в рекламной графике и интерьерах магазинов.....	58
2.3. Технические навигационные элементы.....	77
<b>3. Фирменные изображения</b> .....	<b>80</b>
3.1. Стилистика и эмоциональное наполнение изображений, которые можно применять в рамках нового фирменного стиля.....	81
3.2. Стилистика и эмоциональное наполнение изображений, которые нельзя применять в рамках нового фирменного стиля.....	83
3.3. Фирменные иллюстрации, отображающие внутренний дух бренда.....	85



1.

Основные элементы  
фирменной айдентики бренда

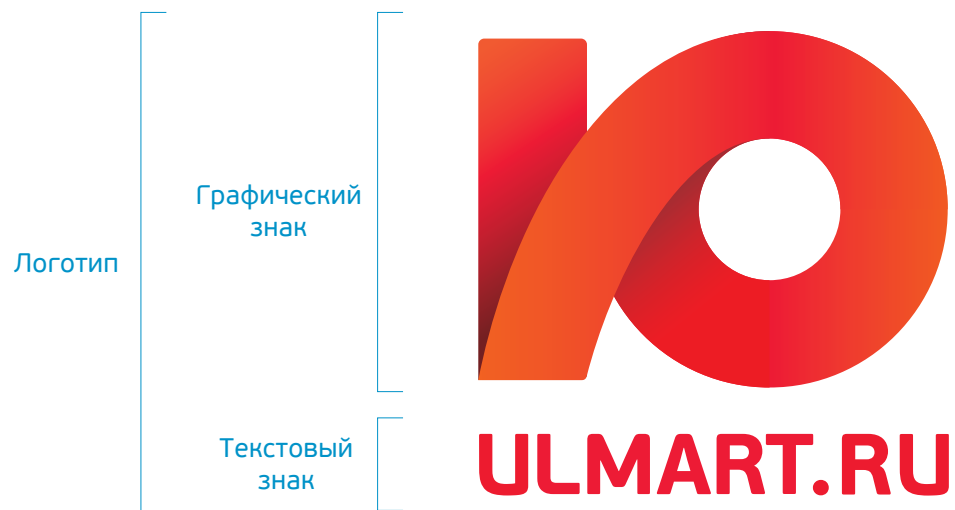
**1.1.**

**Логотип, его построение  
и смысловое наполнение знака**

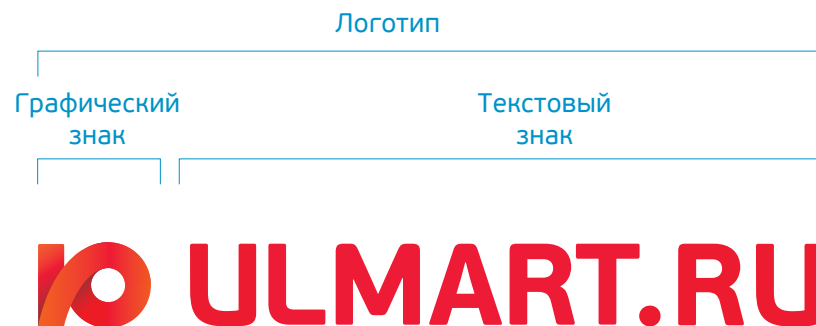
## Виды логотипов

Логотип — важная составляющая нового фирменного стиля: ключевой элемент визуальной коммуникации.

Композиционно логотип представлен в двух видах: горизонтальном и вертикальном. Состоит из двух элементов: графического и текстового знаков. Существуют цветовые и композиционные сочетания графического и текстового знаков, которые будут оговорены ниже. Во всех случаях необходимо использовать логотип из мастер-файлов, прилагающихся к данному руководству.



Вертикальный



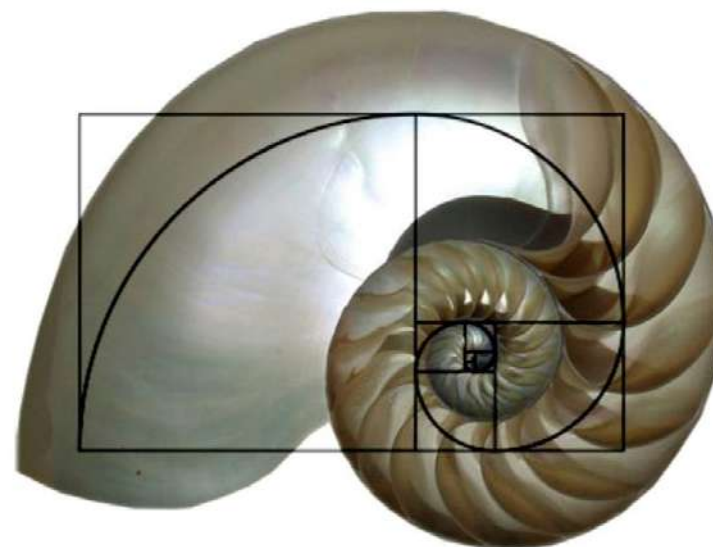
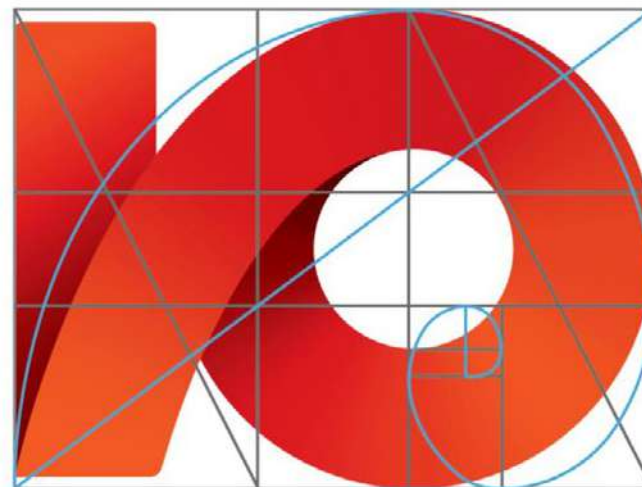
Горизонтальный



## Построение логотипа

Логотип построен по принципу принципу золотого сечения – основы композиции в природе. Под соответствующими правило золотого сечения в архитектуре и искусстве понимаются композиции, содержащие пропорции, близкие к золотому сечению.

Золотое сечение (золотая пропорция, деление в крайнем и среднем отношении) — деление величины (например, длины отрезка) на две части таким образом, при котором отношение большей части к меньшей равно отношению всей величины к её большей части. Или, если использовать вычисленную величину золотого сечения, это деление величины на две части — 62 и 38 % (процентные значения округлены).



Непрерывное движение – яркий тренд современности. Чтобы привлечь наше внимание, необходимо двигаться в нашем мире. Так же, как Юлмарт изменяет современный формат покупок, наш логотип должен менять взгляд людей на возможности современного ритейлера техники.

Виток — образ перемен, свежих идей, новой жизни.

Он символизирует динамику и гибкость компании, которая с лёгкостью адаптируется к сегодняшнему дню и устанавливает новые тренды.

Яркий градиент подчёркивает активную позицию бренда и наполняет эмоциональным содержанием, а лаконичный образ отражает простоту и понятность сервиса. Всё вместе образует узнаваемый и открытый для преобразований символ движения и обновления.



## Смысловое наполнение

Буква «ю» была одной из 33 букв древнеславянского алфавита, когда каждая буква имела свой образ и трактование. Графическое изображение буквы «ю» обозначает бесконечное движение, обновление.

Отличительные черты образа буквы:

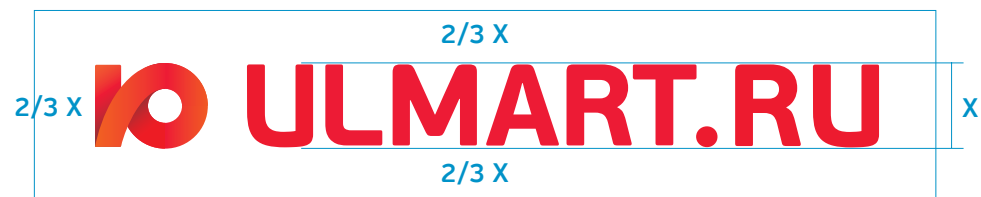
- непрерывность эволюционных процессов;
- стремление к целостности;
- выходит на рамки стандарта, ставит и достигает амбициозные цели ставит амбициозные цели и достигает их (движение за пределами основного потока);
- осевое спиральное движение саморегулируемой энергии

Буква «ю» имеет мужское начало и трактуется как «творец Вселенной».



## Границы свободного пространства логотипа

Для сохранения читабельности и ясности восприятия логотипа не желательно помещать какие-либо графические объекты в указанную свободную зону логотипа. Также Рекомендуется учитывать свободную зону при размещении логотипа возле физической (край страницы) либо условной (сгиб страницы) границы носителя.



## Размер и размещение

Логотип размещается в одном из углов на указанном расстоянии от края носителя. Расстояние определяется исходя из размера логотипа.

В случаях, когда логотип является единственным графическим элементом, возможно его размещение по центру носителя.

Логотипы для наиболее распространённых форматов содержатся в прилагаемых мастер-файлах.

Указание на размер носителя, для которого предназначен логотип, содержится в названии файла.

Например:  
horizontal\_logo\_ulmart\_a4.eps.



Минимальный размер



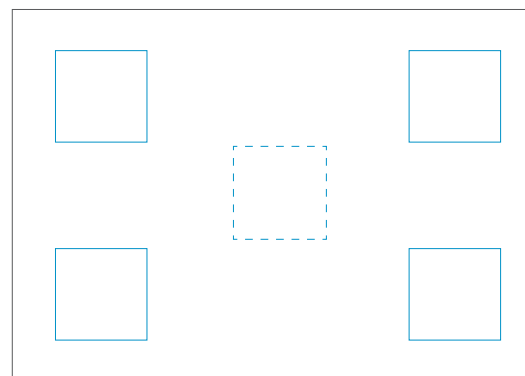
11 мм



Ю ULMART.RU

25 мм

Места размещения логотипа

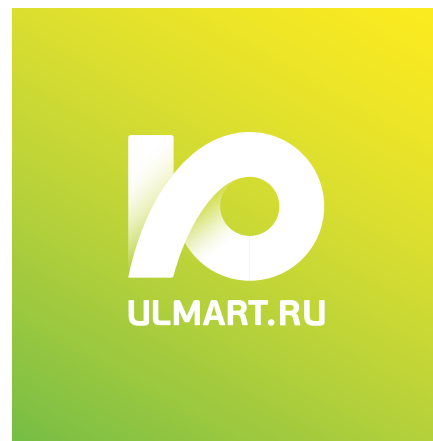


## Цветовое воспроизведение логотипа

В большинстве случаев логотип размещается на одном из четырёх фирменных градиентов. В таких случаях используется сочетание красно-оранжевого графического и белого текстового знаков.

Логотип размещается на более подходящем для этого отрезке градиента (который указан в разделе, описывающем использование градиента).

Монохромный вариант для цветного фона используется преимущественно в сувенирной продукции.



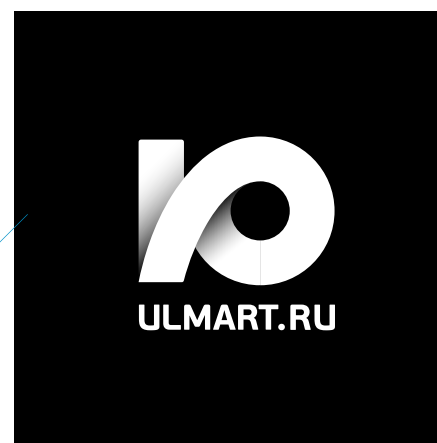
Основной вариант для цветного фона



Основной вариант для белого фона



Дополнительный монохромный вариант на красном фоне

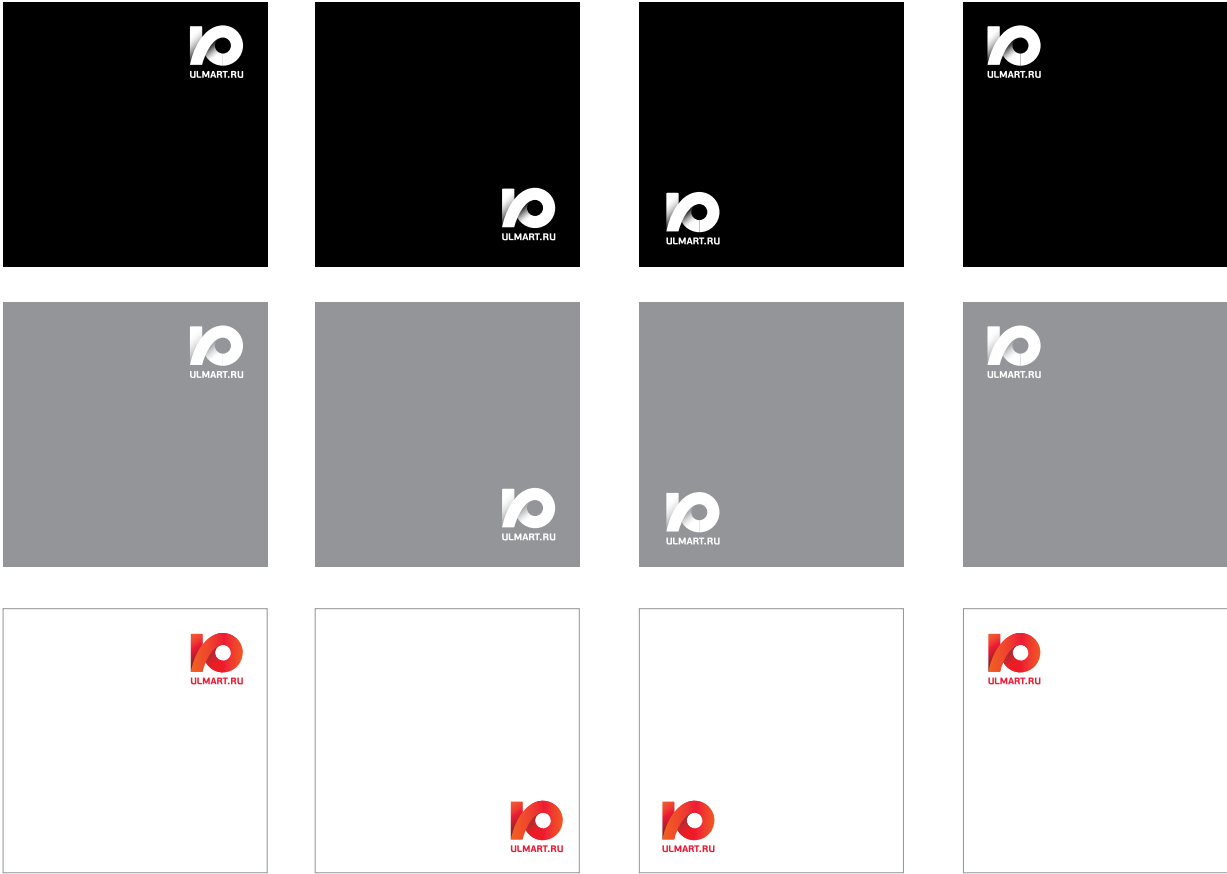


Дополнительный монохромный вариант на темном фоне

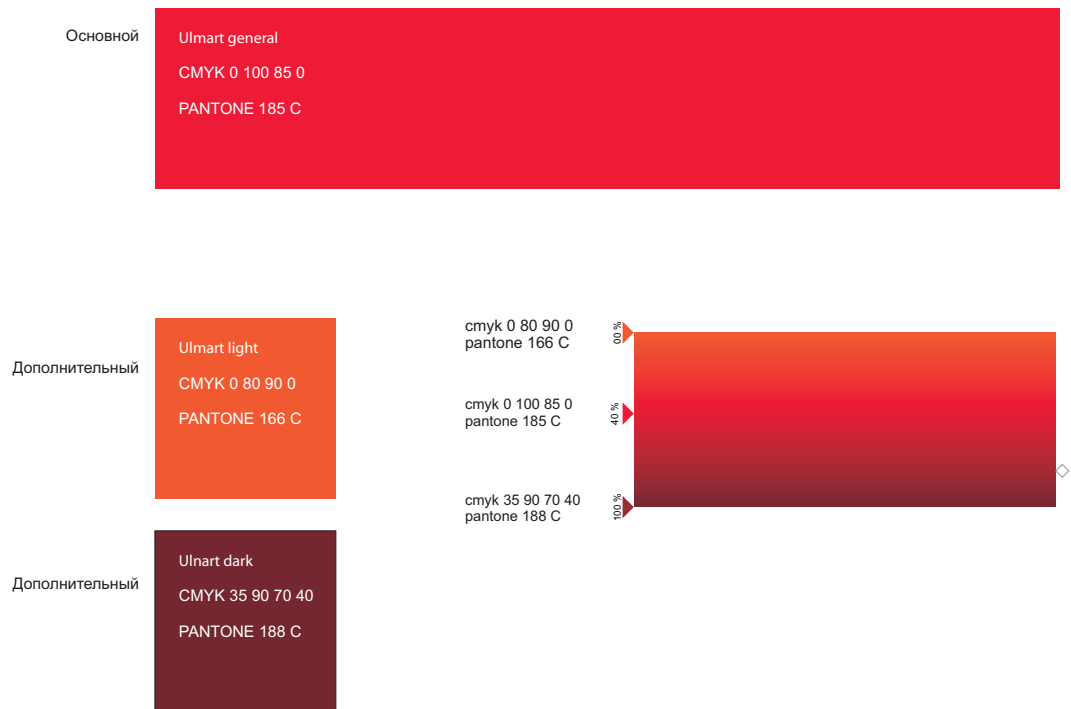


Дополнительный монохромный вариант

# Цветовое воспроизведение логотипа



## Цвета в логотипе





## Недопустимое использование логотипа



Не меняйте цвет знака или надписи



Не оттеняйте, не подсвечивайте, не обводите логотип



Используйте в виде фона только установленные цветовые сочетания



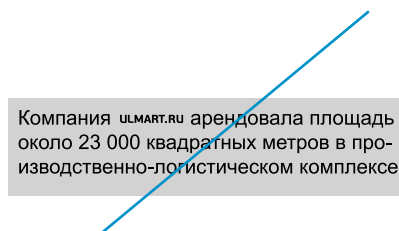
Размещайте логотип только в начальном секторе градиента



Не меняйте утвержденное написание логотипа на какой-либо другое.



Не используйте надпись без знака



Не ставьте логотип или его составляющие внутри текста.

1.2.

Фирменные градиенты  
как элементы идентификации бренда



## Изображение градиентов

Корпоративные градиенты являются важнейшим элементом фирменного стиля компании. Для поддержания графического порядка применяются градиенты, использующие строго определённые цвета и имеющие постоянный угол наклона по отношению к началу градиента. Логотип размещается на градиенте не произвольно, а в соответствии с обозначенными правилами.

Зелёно-жёлтый



Сине-зелёный



Жёлто-красный



Фиолетово-красный



## Сила градиентов в ценностях компании

Юлмарт – признанный лидер интернет-ритейла в России. Опираясь на опыт лучших мировых организаций, Юлмарт стал компанией, которая обладает потенциалом стремительного роста и одновременно идеально сбалансированной базой для дальнейшего развития бизнеса.

Наши фирменные градиенты выгодно подчёркивают преимущества компании. Транслируют ценности, философию, формируя устойчивое восприятие бренда.

Цвета выбраны не случайно, каждый из них в отдельности имеет своё трактование. Соединяясь в градиентах, их эффект усиливается за счёт синергии, раскрывая ценности компании для партнёров и клиентов. Каждое цветовое кодирование несёт в себе определённую силу и ценность, которые плотно связаны с ростом и развитием компании Юлмарт.

Зелёно-жёлтый градиент. Ценность: открытость.

Цвет: энергичный и дружелюбный.

Демонстрирует наше умение реагировать на потребности клиента и рынка, проявлять гибкость в зависимости от ситуации. Постоянно изменяющийся современный рынок является для нас естественной средой обитания.

Зелёно-жёлтый



Зелёно-синий градиент. Ценность: простота.

Цвет: сбалансированная система взаимосвязанных сил, глобальное сознание.

Демонстрирует всеобъемлемость системы «кибермаркет» и лёгкость её использования.

Система позволяет найти клиенту оптимальное решение для реализации его потребностей.

Простота использования дополняется межличностными связями (отзывы клиентов о товарах на сайтах).

Сине-зелёный



Жёлто-красный градиент. Ценность: энергия.

Цвет: осознание перспектив и возможностей.

Демонстрирует постоянное совершенствование профессиональной компетенции и умения адаптироваться к переменам благодаря системному видению. Стремление к лидерству и завоеванию рынка.

Жёлто-красный



Фиолетово-красный градиент. Ценность: надёжность.

Цвет: дух племени (социальные связи), закрепляет надёжность.

Демонстрирует наш персонализированный подход к клиентам и партнёрам.

Мы надёжный партнёр для долгосрочных отношений. Взаимоотношения с клиентом продолжают и после момента получения покупки. Мы сопровождаем покупателя и в дальнейшем готовы решить возникшие проблемы за него («своих не бросаем»).

Фиолетово-красный



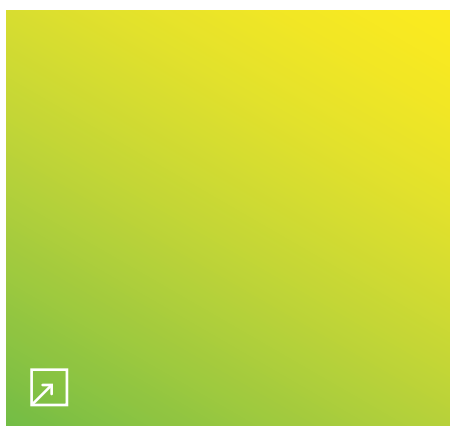
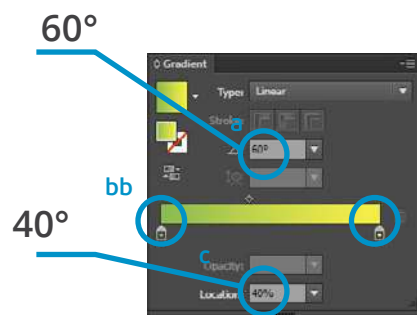
## Параметры градиента

Ключевые характеристики фирменных градиентов:

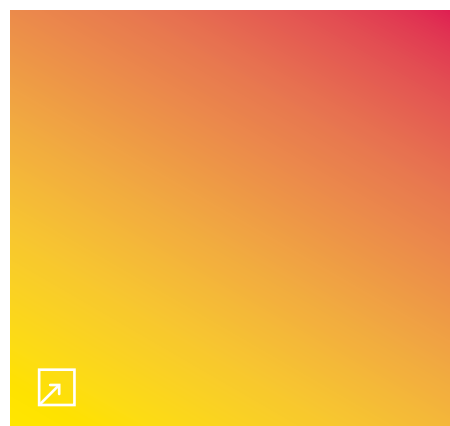
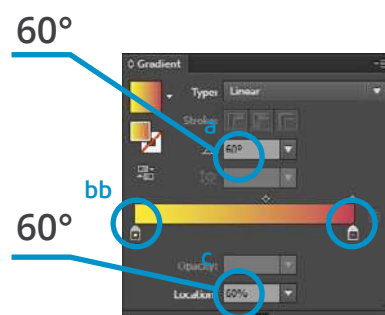
- фиксированный набор цветов;
- фиксированный угол наклона градиента по отношению к начальной точке градиента (a);
- расположение пиковых цветов градиента в крайних точках объекта (b);
- угол смещения градиента (c).



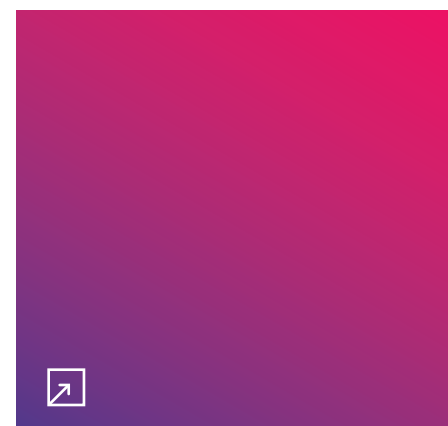
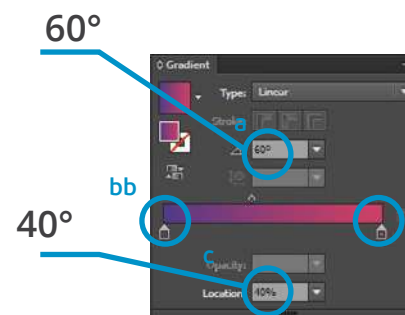
Обозначение начала градиента



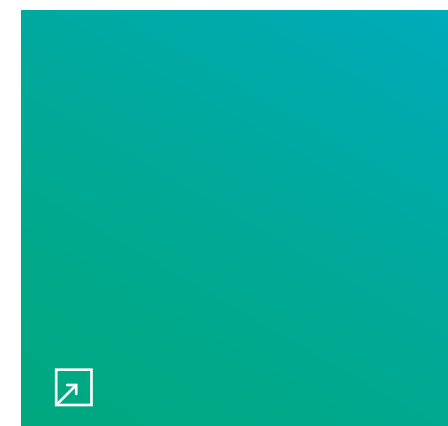
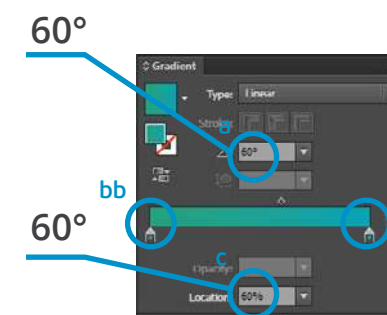
Преимущество жёлтого цвета



Преимущество жёлтого цвета



Преимущество розового цвета



Преимущество зелёного цвета

## Зелёно-жёлтый



Стартовый цвет

**Pantone 361**

60 / 1 / 99 / 0



**Pantone 3945**

4 / 1 / 94 / 0

# Жёлто-красный



Стартовый цвет

**Pantone 109**

2 / 4 / 99 / 0



**Pantone 1925**

5 / 100 / 59 / 1

# Фиолетово-красный



Стартовый цвет

**Pantone 268**

84 / 94 / 8 / 1



**Pantone 1925**

0 / 100 / 40 / 0



## Зелёно-синий



Стартовый цвет

**Pantone 3395**

99 / 0 / 69 / 0



**Pantone 7467**

100 / 0 / 30 / 0

## Размещение логотипа

Логотип размещается в секторе, являющемся началом градиента. При изменении расположения логотипа меняется сектор начала и угол наклона градиента. На показанном ниже примере началом градиента является тёмно-фиолетовый цвет. При перемещении начала градиента изменяется расположение логотипа и угол наклона градиента.



60°



-60°



60°



-60°



## Примеры размещения логотипа

Логотип, размещённый в левом нижнем углу, является основным. В тех случаях, когда такое использование невозможно, разрешается размещение логотипа в других углах, как показано ниже в примерах.

Основной вариант размещения



Дополнительные варианты размещения



# Примеры размещения логотипа

Основной вариант размещения



Дополнительные варианты размещения



# Примеры размещения логотипа

Основной вариант размещения



Дополнительные варианты размещения



# Размещение логотипа на узких форматах

Вертикальное размещение логотипа



## Размещение логотипа на узких форматах



ULMART.RU



ULMART.RU



ULMART.RU



ULMART.RU

Горизонтальное размещение логотипа

1.3.

Фирменные шрифты





## Организация текста: шрифт

Во всей наружной коммуникации компании необходимо использовать шрифты семейства **PF Beau Sans**.

Для внутренней коммуникации возможно использование дополнительного шрифта **Arial**. Также этот шрифт используется для электронных писем и набора текста в деловой документации.

### Дополнительный шрифт

для внутренней коммуникации и писем

[Arial Bold / Arial Regular](#)

# Современный шрифт

[PF Beau Sans Regular](#)

[PF Beau Sans Semibold](#)

# с характером

[PF Beau Sans Bold](#)

## Организация текста: плотность

Текстовый массив не должен быть ни слишком плотным, ни «дырявым». При размерах текста в пределах 7–14 пунктов междустрочное расстояние должно составлять +2 пункта.

Юлмарт — это первый в России ритейлер электроники, комплектующих, компьютерной и бытовой техники нового формата. Благодаря инновационной технологии и современному программному обеспечению нам удалось совместить преимущества традиционного и интернет-магазина, устранив при этом их недостатки. Так появился кибермаркет — уникальный магазин техники, где нет витрин, но есть терминалы, с помощью которых покупатель выбирает то, что ему действительно необходимо.

~~Юлмарт — это первый в России ритейлер электроники, комплектующих, компьютерной и бытовой техники нового формата. Благодаря инновационной технологии и современному программному обеспечению нам удалось совместить преимущества традиционного и интернет-магазина, устранив при этом их недостатки. Так появился кибермаркет — уникальный магазин техники, где нет витрин, но есть терминалы, с помощью которых покупатель выбирает то, что ему действительно необходимо.~~

~~Юлмарт — это первый в России ритейлер электроники, комплектующих, компьютерной и бытовой техники нового формата. Благодаря инновационной технологии и современному программному обеспечению нам удалось совместить преимущества традиционного и интернет-магазина, устранив при этом их недостатки. Так появился кибермаркет — уникальный магазин техники, где нет витрин, но есть терминалы, с помощью которых покупатель выбирает то, что ему действительно необходимо.~~

## Организация текста: выравнивание

Выравнивание текстового блока по правому и по левому краям одновременно возможно при соблюдении таких условий:

- средняя ширина текстового блока составляет 7–11 слов;
- в тексте используются хорошо настроенные переносы слов;

В большинстве остальных случаев используется выравнивание текста по левому краю.

Юлмарт — это первый в России ритейлер электроники, комплектующих, компьютерной и бытовой техники нового формата. Благодаря инновационной технологии и современному программному обеспечению нам удалось совместить преимущества традиционного и интернет-магазина, устранив при этом их недостатки. Так появился кибермаркет — уникальный магазин техники, где нет витрин, но есть терминалы, с помощью которых покупатель выбирает то, что ему действительно необходимо.

Юлмарт — это первый в России ритейлер электроники, комплектующих, компьютерной и бытовой техники нового формата. Благодаря инновационной технологии и современному программному обеспечению нам удалось совместить преимущества традиционного и интернет-магазина, устранив при этом их недостатки. Так появился кибермаркет — уникальный магазин техники, где нет витрин, но есть терминалы, с помощью которых покупатель выбирает то, что ему действительно необходимо.

Юлмарт — это первый в России ритейлер электроники, комплектующих, компьютерной и бытовой техники нового формата. Благодаря инновационной технологии и современному программному обеспечению нам удалось совместить преимущества традиционного и интернет-магазина, устранив при этом их недостатки. Так появился кибермаркет — уникальный магазин техники, где нет витрин, но есть терминалы, с помощью которых покупатель выбирает то, что ему действительно необходимо.

## Организация текста: однородность

Не стоит злоупотреблять выделением отдельных частей текста. Следует сохранять достаточную однородность текстового массива для беспрепятственного чтения.

### Основные характеристики

Юлмарт — это первый в России ритейлер электроники, комплектующих, компьютерной и бытовой техники нового формата. Благодаря инновационной технологии и современному программному обеспечению нам удалось совместить преимущества традиционного и интернет-магазина, устранив при этом их недостатки. Так появился кибермаркет — уникальный магазин техники, где нет витрин, но есть терминалы, с помощью которых покупатель выбирает то, что ему действительно необходимо.

### Основные характеристики

Юлмарт — это первый в России ритейлер электроники, комплектующих, компьютерной и бытовой техники **нового формата**. Благодаря инновационной технологии и современному программному обеспечению нам удалось совместить преимущества традиционного и интернет-магазина, устранив при этом их недостатки. Так появился **кибермаркет** — **УНИКАЛЬНЫЙ магазин техники**, где нет витрин, но есть терминалы, с помощью которых покупатель выбирает то, что ему действительно необходимо.

## Организация текста: свободное пространство

Плоскость, на которой размещается текстовый массив, должна иметь достаточное количество свободного пространства. Текст должен «дышать».

### Основные характеристики

#### Основные характеристики

Юлмарт — это первый в России ритейлер электроники, комплектующих, компьютерной и бытовой техники нового формата. Благодаря инновационной технологии и современному программному обеспечению нам удалось совместить преимущества традиционного и интернет-магазина, устранив при этом их недостатки. Так появился кибермаркет — уникальный магазин техники, где нет витрин, но есть терминалы, с помощью которых покупатель выбирает то, что ему действительно необходимо.

Благодаря инновационной технологии и современному программному обеспечению нам удалось совместить преимущества традиционного и интернет-магазина, устранив при этом их недостатки. Так появился кибермаркет — уникальный магазин техники, где нет витрин, но есть терминалы, с помощью которых покупатель выбирает.

### Основные характеристики

#### Основные характеристики

Юлмарт — это первый в России ритейлер электроники, комплектующих, компьютерной и бытовой техники нового формата. Благодаря инновационной технологии и современному программному обеспечению нам удалось совместить преимущества традиционного и интернет-магазина, устранив при этом их недостатки. Так появился кибермаркет — уникальный магазин техники, где нет витрин, но есть терминалы, с помощью которых покупатель выбирает то, что ему действительно необходимо. Юлмарт — это первый в России ритейлер электроники, комплектующих, компьютерной и бытовой техники нового формата. Благодаря инновационной технологии и современному программному обеспечению нам удалось совместить преимущества традиционного и интернет-магазина, устранив при этом их недостатки. Так появился кибермаркет — уникальный магазин техники, где нет витрин, но есть терминалы, с помощью которых покупатель выбирает то, что ему действительно необходимо.

Самый первый в России ритейлер электроники, комплектующих, компьютерной и бытовой техники нового формата. Благодаря инновационной технологии и современному программному обеспечению нам удалось совместить преимущества традиционного и интернет-магазина, устранив при этом их недостатки. Так появился кибермаркет — уникальный магазин техники, где нет витрин, но есть терминалы, с помощью которых покупатель выбирает то, что ему действительно необходимо. Юлмарт — это первый в России ритейлер электроники, комплектующих, компьютерной и бытовой техники нового формата. Благодаря инновационной технологии и современному программному обеспечению нам удалось совместить преимущества традиционного и интернет-магазина, устранив при этом их недостатки. Так появился кибермаркет — уникальный магазин техники, где нет витрин, но есть терминалы, с помощью которых покупатель выбирает то, что ему действительно необходимо.

2.

Визуальная  
коммуникация бренда



ULMART.RU



### Современный шрифт

Шрифт PF Beau Sans Regular

Шрифт PF Beau Sans

### с характером

Шрифт PF Beau Sans Bold



Выбор



Оплата заказа



Выдача покупки



Проверка покупки



Гарантийное обслуживание



Круглосуточно

**smile**  
МУЛЬТИВАРКА  
Smile  
MPS 1140

**1 950.-**  
**1 590.-**

**САМБИЙ СТОК!**  
Скидки до 30%  
на slivy.ru

ULMART.RU

**САМБИЙ СТОК!**

Мультиварка  
Smile MPS 1140  
**1 890.-**

ULMART.RU

**САМБИЙ СТОК!**

Подгузники  
Pampers One and Done  
**955.-**

ULMART.RU

**САМБИЙ СТОК!**

Смартфон  
Huawei P30 Pro  
**11 990.-**

ULMART.RU

**САМБИЙ СТОК!**  
Скидки до 30%  
на slivy.ru

5 990.- 7 990.-

## 2.1.

### Применение фирменного стиля в офисной и сувенирной продукции компании

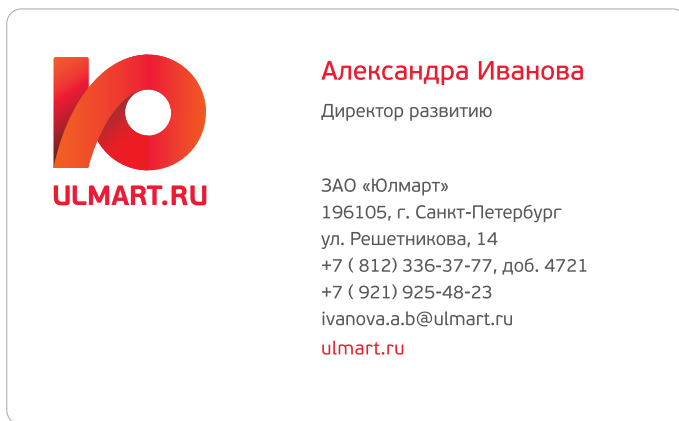
Через офисные и сувенирные элементы, выполненные в фирменной стилистике, мы формируем единое восприятие бренда как у сотрудников, так и у партнёров. Транслируем ценности компании. Демонстрируем единство и силу бренда.





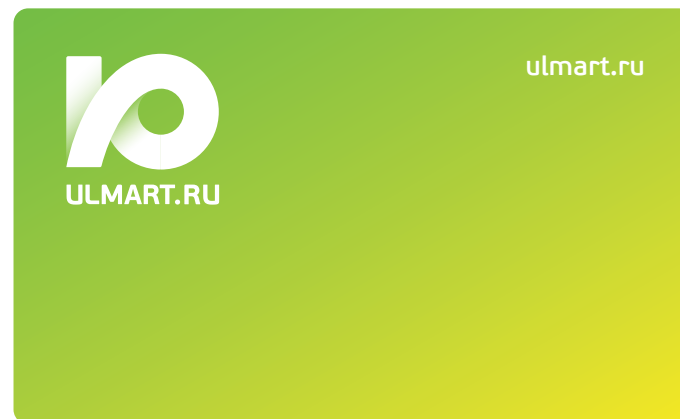
## Персональная визитная карточка

90 × 55 мм



PF Beau Sans Pro 10  
Semibold

PF Beau Sans Pro 7  
Regular



# Корпоративная визитная карточка

90 × 55 мм



## Бланк письма (титульная страница)

Масштаб 1:2



ЗАО Юлмарт, 195197  
Санкт-Петербург  
ул. Благодатная, д. 50  
(812) 336-37-77

ОГРН 1089848006423, ИНН 7804402344,  
КПП 783901001, РС 40702810322040000082  
Филиал «Санкт-Петербургская дирекция  
ОАО «УРАЛПСИБ», БИК Банка 044030708

**Sony Corporation**  
**Алексей Бубенцов**  
ул. Большая Тверская, д.142  
Москва, 101134

**Приветствую вас!**

Юлмарт – это первый в России ритейлер электроники, комплектующих, компьютерной и бытовой техники нового формата. Благодаря инновационной технологии и современному программному обеспечению нам удалось совместить преимущества традиционного и интернет-магазина, устранив при этом их недостатки. Так появился кибермаркет – уникальный магазин техники, где нет витрин, но есть терминалы, с помощью которых покупатель выбирает то, что ему действительно необходимо.

Первый кибермаркет Юлмарт появился в Санкт-Петербурге в 2008 году. Сейчас открыты 28 кибермаркетов и более 130 точек заказа и выдачи товаров Юлмарт Outpost в более чем 60 городах страны. В компании работает более 4 500 сотрудников. Регулярно открываются новые представительства Юлмарта по всей стране.

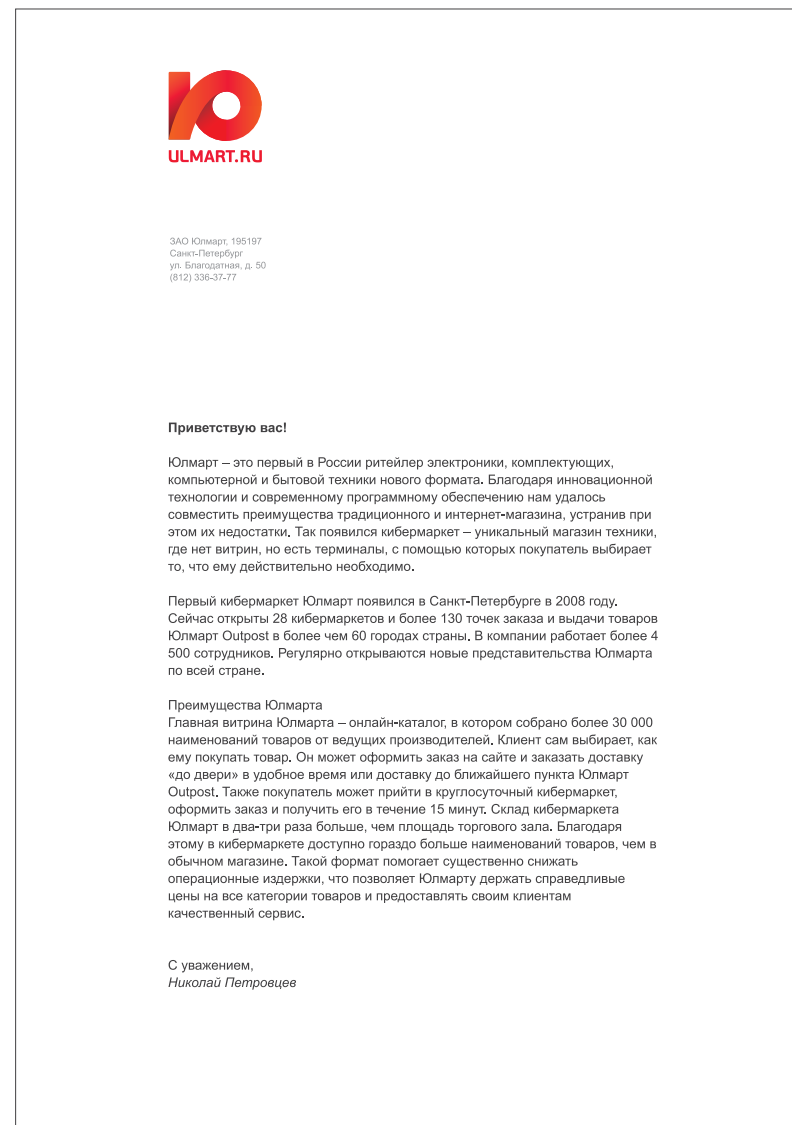
**Преимущества Юлмарта**

Главная витрина Юлмарта – онлайн-каталог, в котором собрано более 30 000 наименований товаров от ведущих производителей. Клиент сам выбирает, как ему покупать товар. Он может оформить заказ на сайте и заказать доставку «до двери» в удобное время или доставку до ближайшего пункта Юлмарт Outpost. Также покупатель может прийти в круглосуточный кибермаркет, оформить заказ и получить его в течение 15 минут. Склад кибермаркета Юлмарт в два-три раза больше, чем площадь торгового зала. Благодаря этому в кибермаркете доступно гораздо больше наименований товаров, чем в обычном магазине. Такой формат помогает существенно снизить операционные издержки, что позволяет Юлмарту держать справедливые цены на все категории товаров и предоставлять своим клиентам качественный сервис.


С уважением,  
*Николай Петровцев*

## Общий бланк (титульная страница)

Масштаб 1:2



Масштаб 1:2



Кому: Алексей Бубенцов  
Компания: Sony Corporation  
Факс: +7 (812) 336 37 77  
Дата: 26.03.2014  
Страницы: 2

От: Николай Гаврилов  
Должность: Менеджер по работе с корпоративными клиентами  
Факс: +7 (812) 336 37 77

**Приветствую вас!**

Юлмарт – это первый в России ритейлер электроники, комплектующих, компьютерной и бытовой техники нового формата. Благодаря инновационной технологии и современному программному обеспечению нам удалось совместить преимущества традиционного и интернет-магазина, устранив при этом их недостатки. Так появился кибермаркет – уникальный магазин техники, где нет витрин, но есть терминалы, с помощью которых покупатель выбирает то, что ему действительно необходимо.

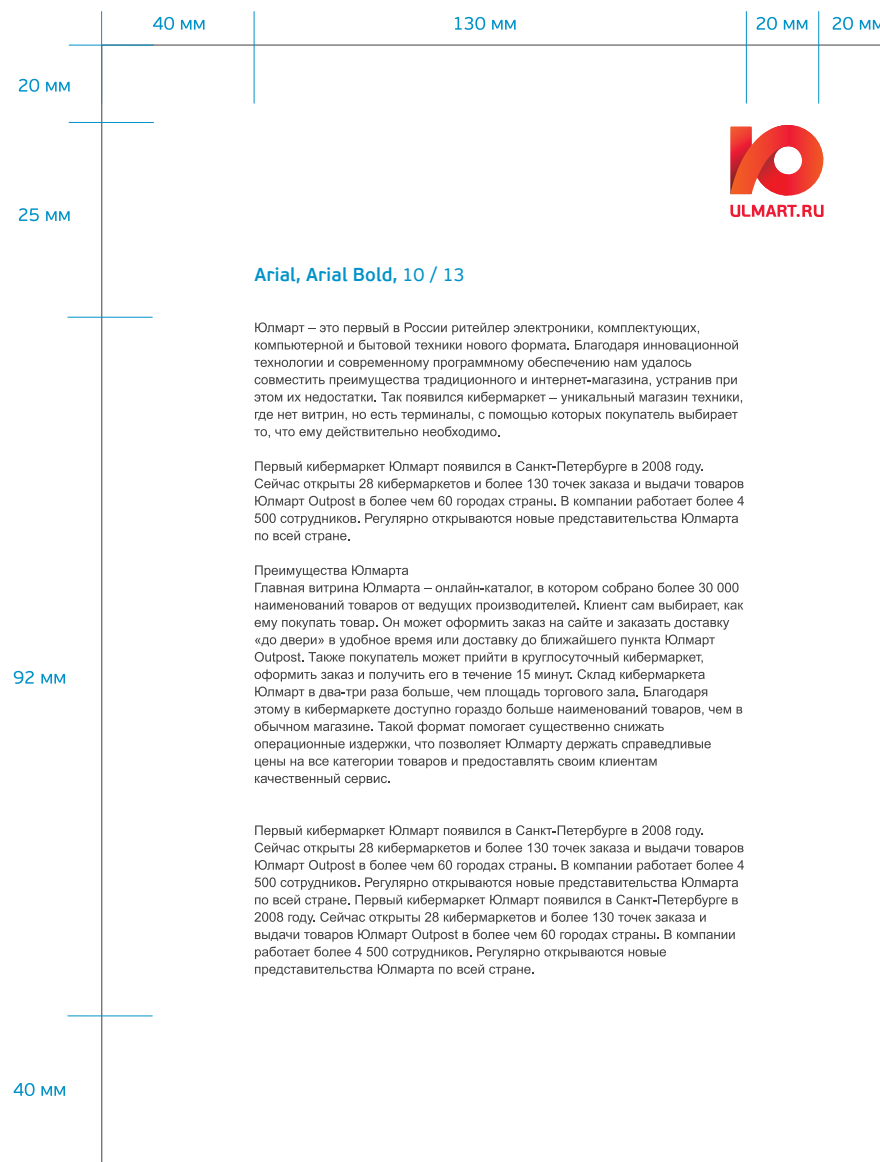
Первый кибермаркет Юлмарт появился в Санкт-Петербурге в 2008 году. Сейчас открыты 28 кибермаркетов и более 130 точек заказа и выдачи товаров Юлмарт Outpost в более чем 60 городах страны. В компании работает более 4 500 сотрудников. Регулярно открываются новые представительства Юлмарта по всей стране.

**Преимущества Юлмарта**  
Главная витрина Юлмарта – онлайн-каталог, в котором собрано более 30 000 наименований товаров от ведущих производителей. Клиент сам выбирает, как ему покупать товар. Он может оформить заказ на сайте и заказать доставку «до двери» в удобное время или доставку до ближайшего пункта Юлмарт Outpost. Также покупатель может прийти в круглосуточный кибермаркет, оформить заказ и получить его в течение 15 минут. Склад кибермаркета Юлмарт в два-три раза больше, чем площадь торгового зала. Благодаря этому в кибермаркете доступно гораздо больше наименований товаров, чем в обычном магазине.

С уважением,  
*Николай Петровцев*

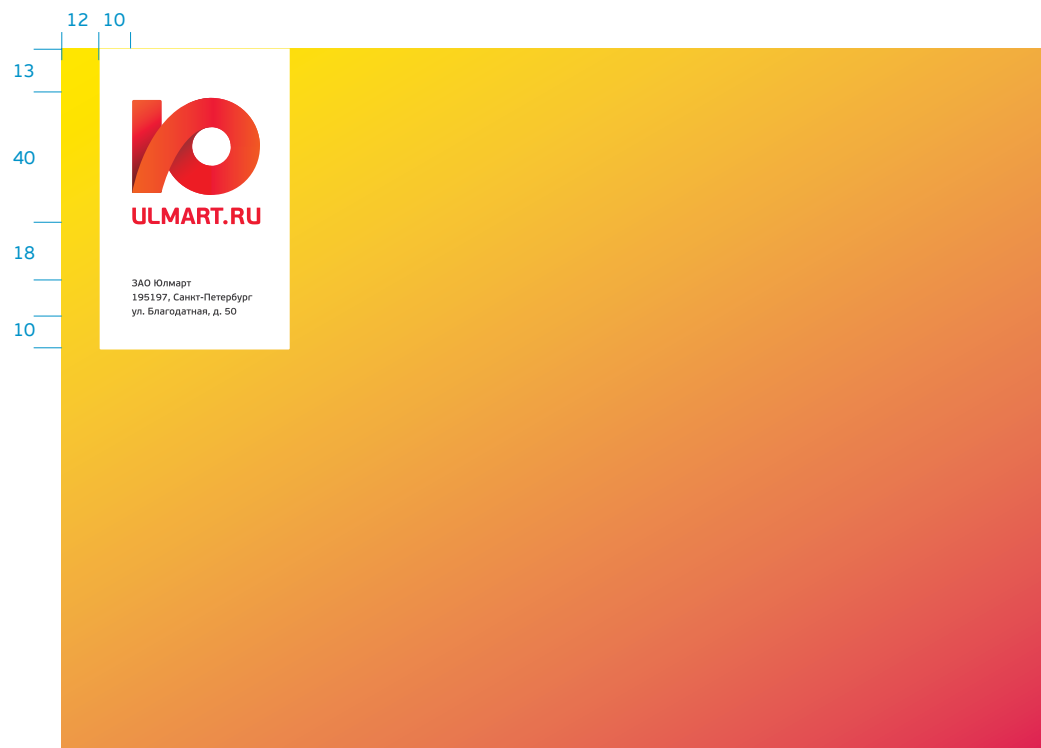
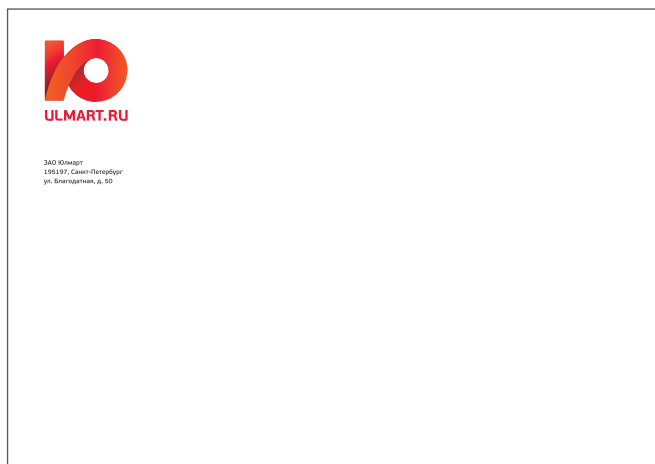
## Бланк (внутренняя страница)

Масштаб 1:2

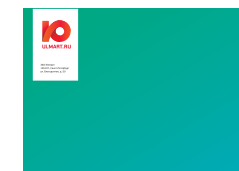
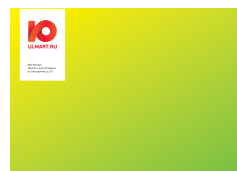


# Конверт С4

Дополнительный вариант

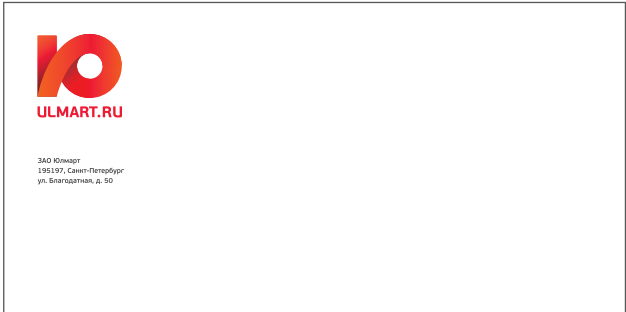


PF Beau Sans Pro Semibold 8 / 12



# Конверт Е65

Дополнительный вариант



PF Beau Sans Pro Semibold 7 / 10

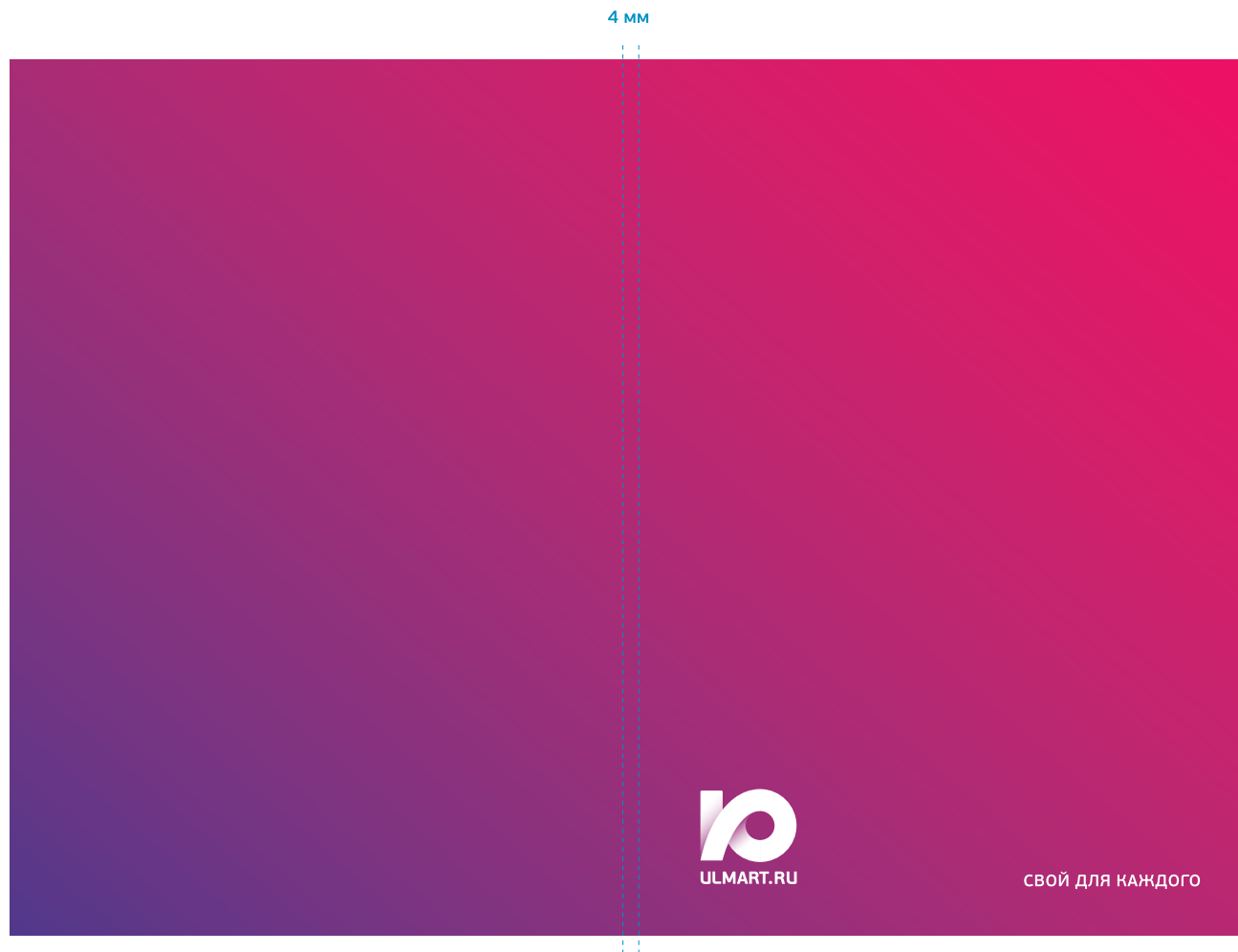




## Папка (лицевая сторона)

440 × 310 мм

Лицевая сторона

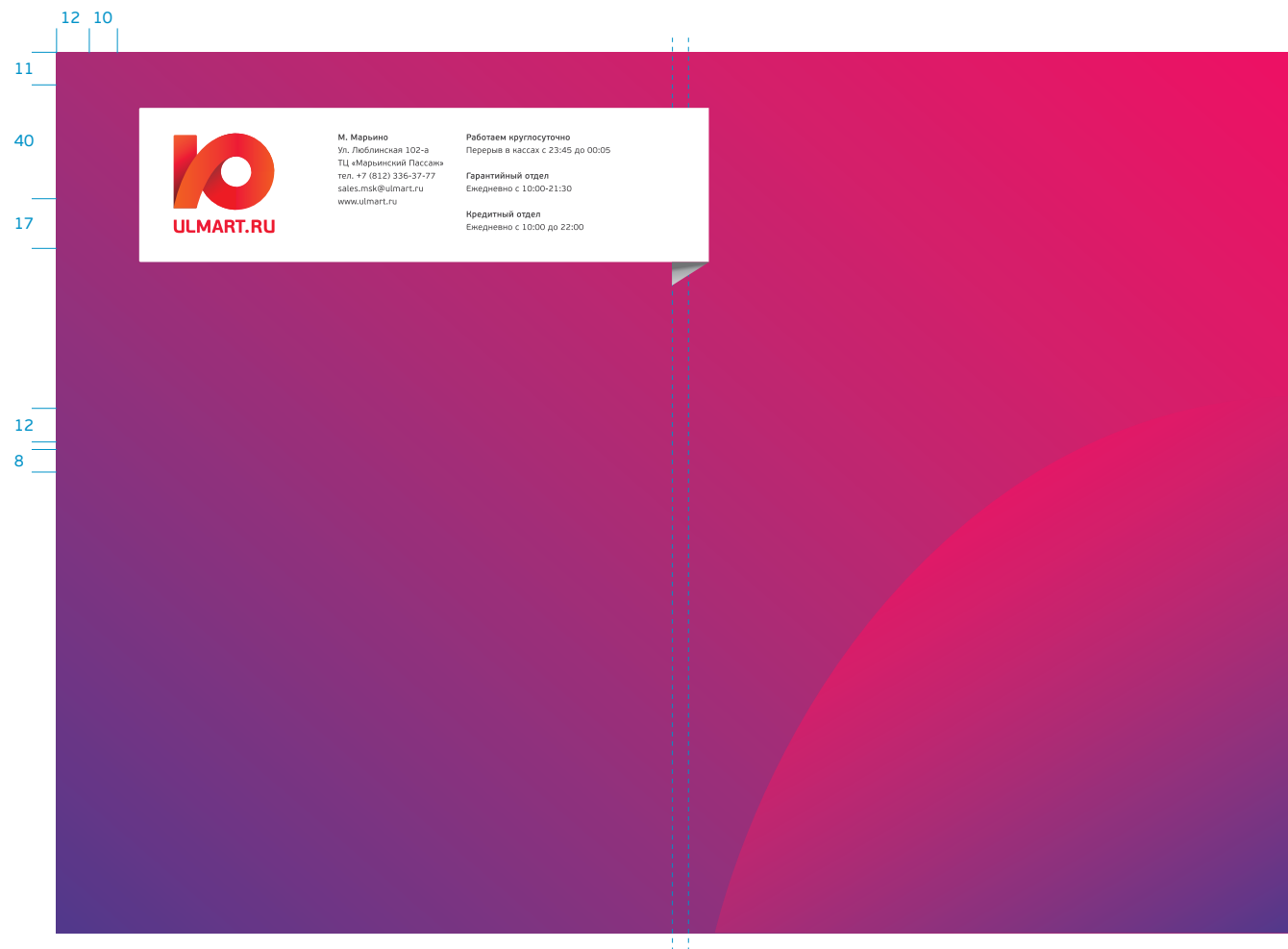


## Папка (лицевая сторона)

440 × 310 мм

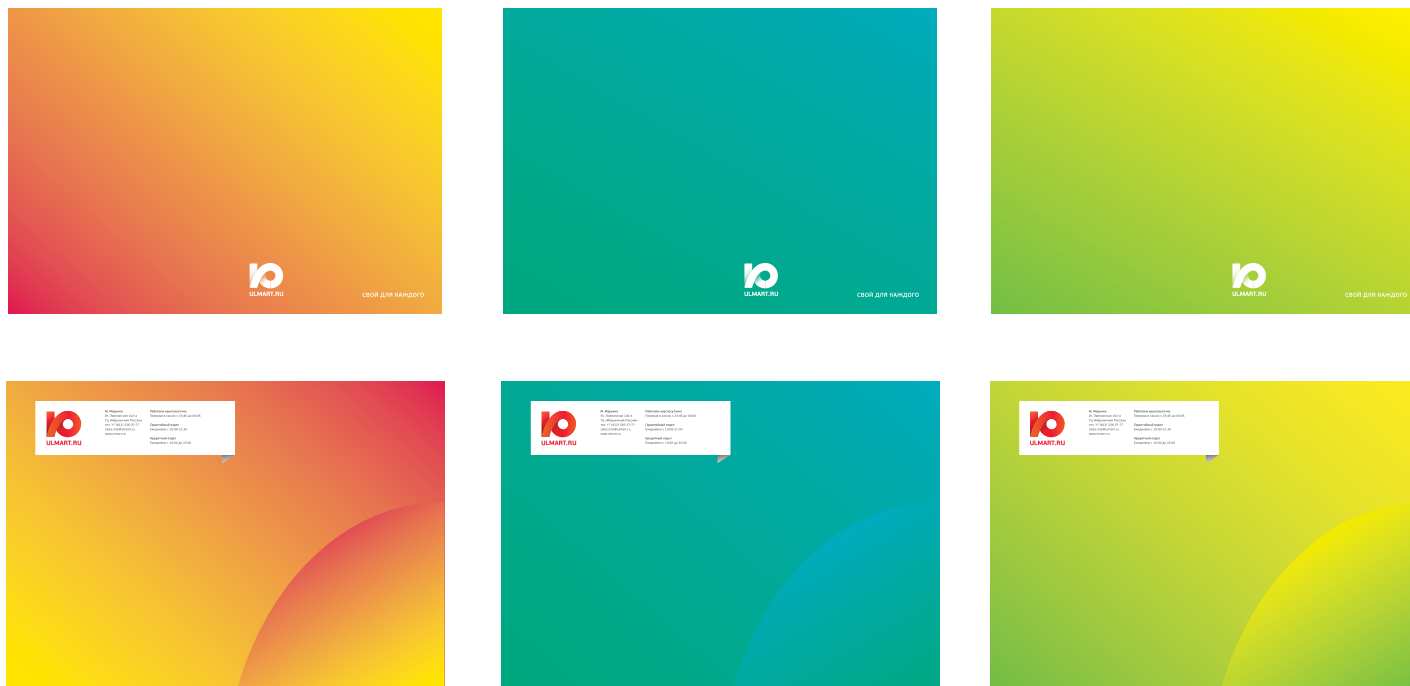
Внутренняя сторона

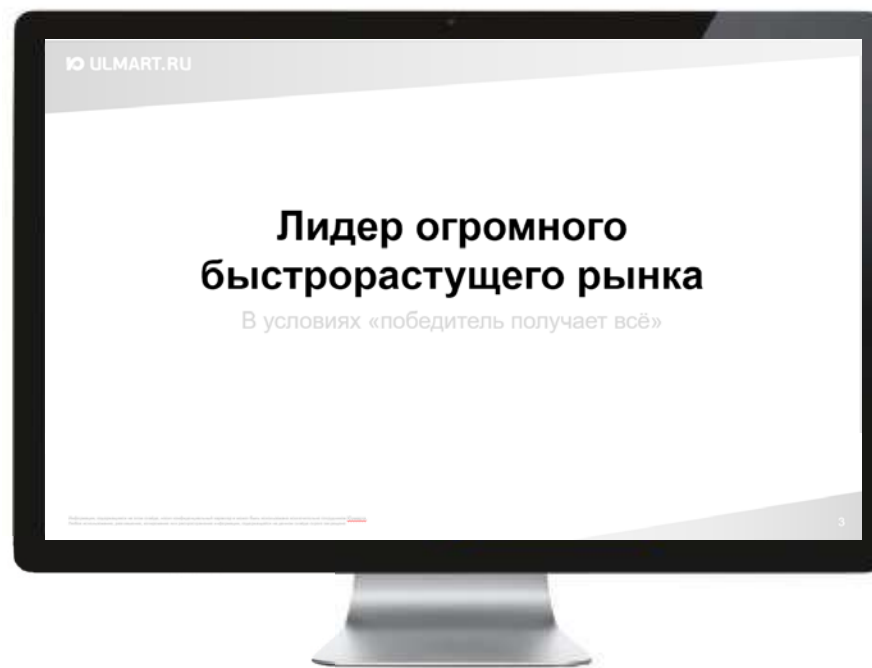
PF Beau Sans Pro  
Regular / Semibold  
8 / 11



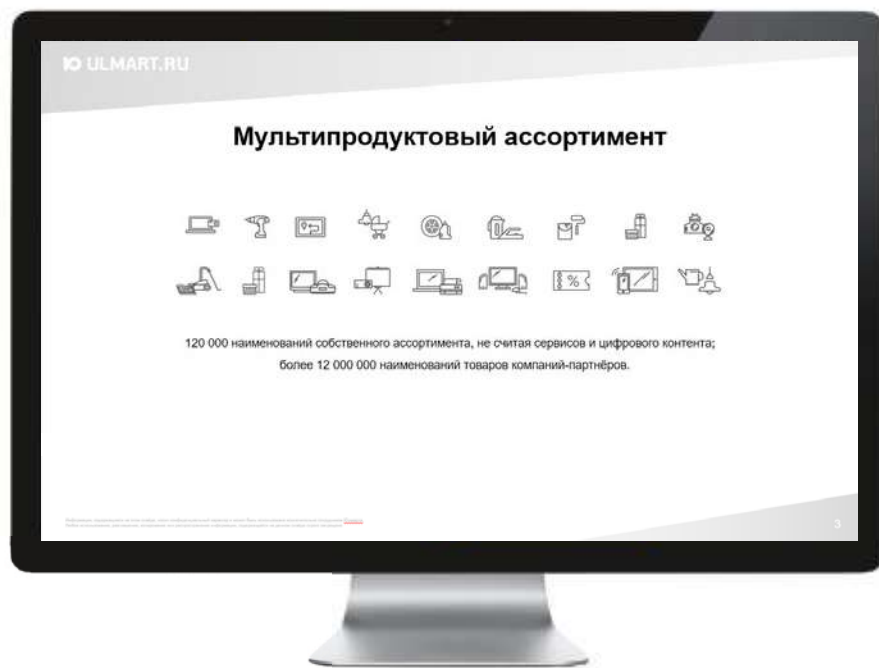
## Папка (цветовые решения)

440 × 310 мм

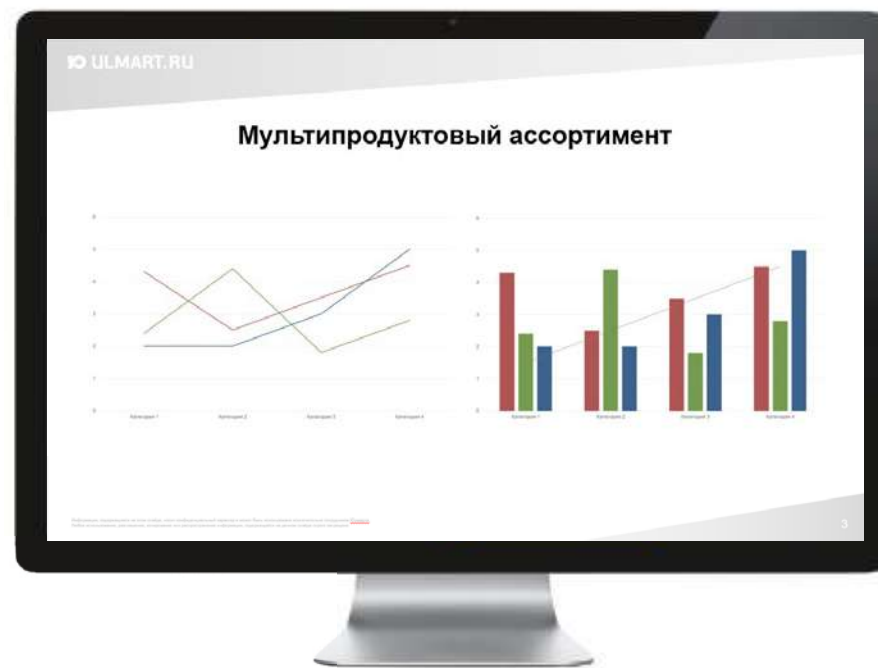




# Презентация PowerPoint

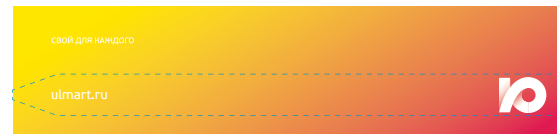


Информационная страница

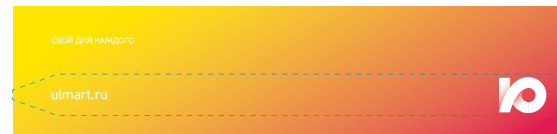


Информационная страница

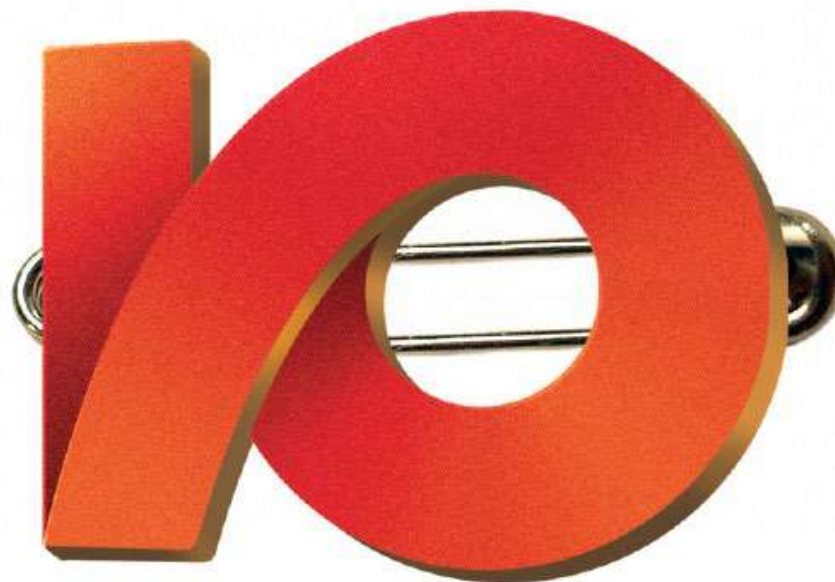
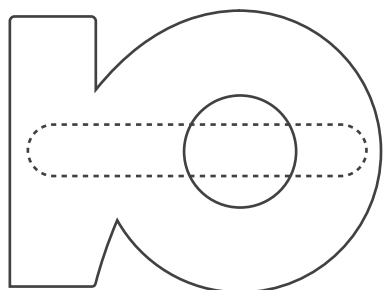
# Карандаш



# Ручка



## Сувенирный значок





## Беджи внутренние для сотрудников компании

Внутренние беджи используются для сотрудников компании.

90 × 55 мм



## 2.2.

### Применение фирменного стиля в рекламной графике и интерьерах магазинов

Применяя единый фирменный стиль в рекламной графике и интерьерах магазинов, мы формируем позиционирование бренда в конкурентной среде – выгодно отстраиваемся от конкурентов. Продвигаем компанию в новые аудитории, транслируем ценности компании и формируем отношение к бренду.



## Билборд



Имиджевая реклама

Вендорная реклама



Имиджевая реклама



Вендорская реклама

## Метростикер

**smile**<sup>®</sup>

МУЛЬТИВАРКА  
Smile MPC 1140

**1 250 р.** ~~1 530 р.~~

Найди дешевле –  
вернем разницу!

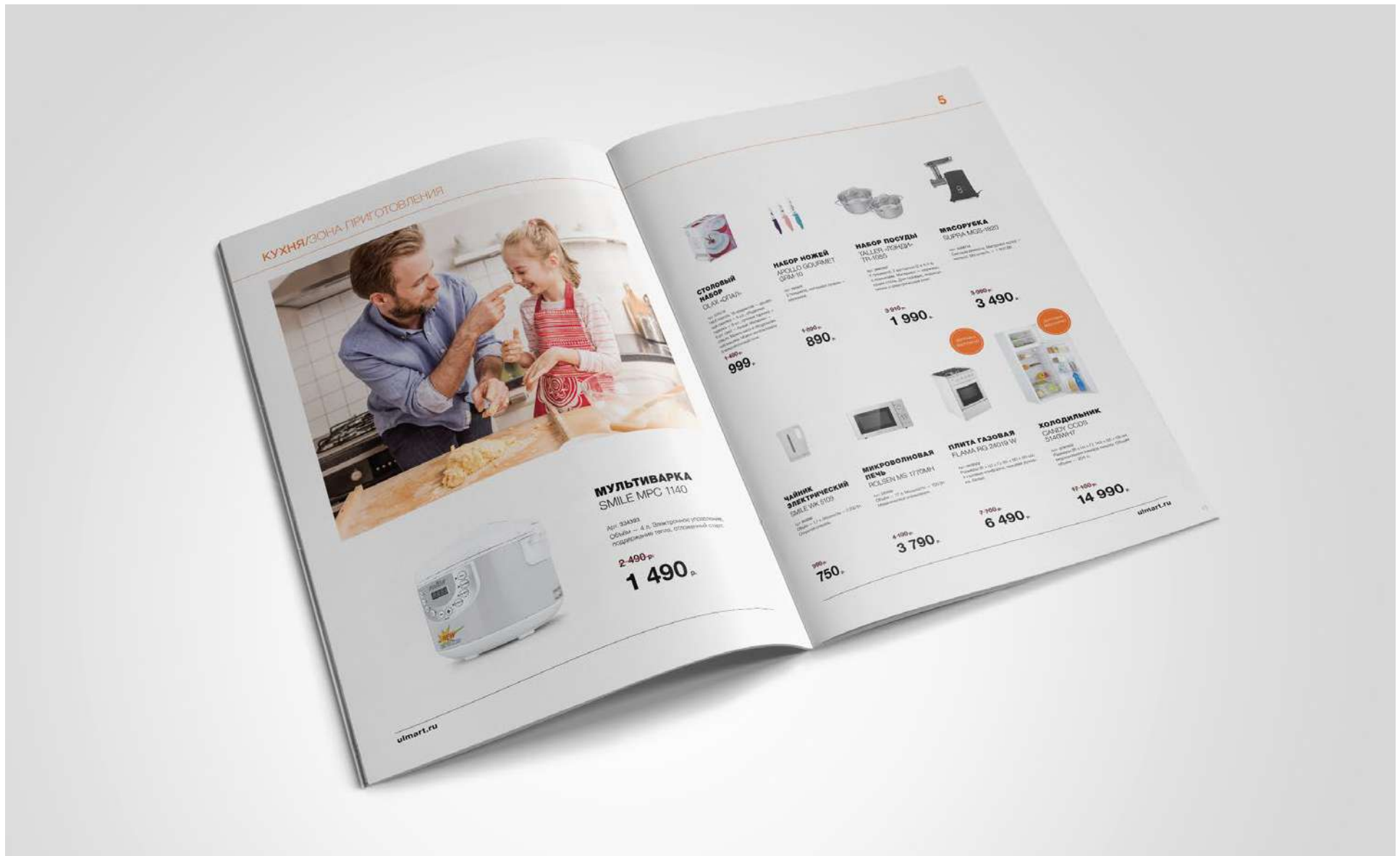
**ULMART.RU**

**САМЫЙ СТОК!**  
Скидки до 90% на slivy.ru

Новый раздел

Предложение действует в период с 01 июня 2015 г. по 30 июня 2015 г.  
Представленное изображение может отличаться от внешнего вида товара в центрах исполнения заказов. \*Полные условия акции у консультанта в центрах исполнения заказов «Юлмарт» и на сайте ulmart.ru.

Вендорная реклама







ГОСТИНАЯ/ТЕЛЕВИЗОРЫ И АКУСТИЧЕСКИЕ СИСТЕМЫ

**ЗВУКОВАЯ ПАНЕЛЬ (САУНДБАР) SAMSUNG HW-J205**

Высота: 100 мм  
Ширина: 1000 мм  
Глубина: 100 мм  
Мощность: 100 Вт  
Соединения: HDMI, Optical, USB

**9 990.**

**ЗВУКОВАЯ ПАНЕЛЬ (САУНДБАР) PHILIPS HTL2180/12**

Высота: 100 мм  
Ширина: 1000 мм  
Глубина: 100 мм  
Мощность: 100 Вт  
Соединения: HDMI, Optical, USB

**13 990.**

**3D-КИНОТЕАТР SAMSUNG HT-J205K**

Высота: 100 мм  
Ширина: 1000 мм  
Глубина: 100 мм  
Мощность: 100 Вт  
Соединения: HDMI, Optical, USB

**20 490.**

**3D-КИНОТЕАТР SAMSUNG HT-J205K**

Высота: 100 мм  
Ширина: 1000 мм  
Глубина: 100 мм  
Мощность: 100 Вт  
Соединения: HDMI, Optical, USB

**23 990.**

**ТЕЛЕВИЗОР RUBEIN RB-30D912C**

Высота: 100 мм  
Ширина: 1000 мм  
Глубина: 100 мм  
Мощность: 100 Вт  
Соединения: HDMI, Optical, USB

**17 990.**

**ТЕЛЕВИЗОР SAMSUNG LEA0600AUXRU**

Высота: 100 мм  
Ширина: 1000 мм  
Глубина: 100 мм  
Мощность: 100 Вт  
Соединения: HDMI, Optical, USB

**37 990.**

**ТЕЛЕВИЗОР SAMSUNG LEA0600AUXRU**

Высота: 100 мм  
Ширина: 1000 мм  
Глубина: 100 мм  
Мощность: 100 Вт  
Соединения: HDMI, Optical, USB

**40 990.**

**ТЕЛЕВИЗОР PHILIPS TV-40P955**

Высота: 100 мм  
Ширина: 1000 мм  
Глубина: 100 мм  
Мощность: 100 Вт  
Соединения: HDMI, Optical, USB

**35 990.**

ВСТРЕЧАЙТЕ НАШУ «ТАКСУ» У НЕЕ ОТЛИЧНЫЙ НЮХ НА СКИДКИ

Программа «ТАКСА» — это программа эксклюзива, в которой вы гарантированно получаете выгодные условия и сервисы и получаете сумму, за которую готовы приобрести услуги и программы, исходя из своих возможностей и потребностей.

УСЛОВИЯ ПРОГРАММЫ «ТАКСА»

Есть 5 различных вариантов участия в программе, которые отличаются привлекательностью условий и программ, а также разными объемами закупки за период программы и уровнем скидки на товары.

Вариант программы	Макс. количество заказов	Срок действия	Средний размер заказа	Максимальный объем закупки	Размер скидки				
					1000-2000 руб.	2000-5000 руб.	5000-10000 руб.	10000-20000 руб.	20000-50000 руб.
ТАКСА 1 месяц	2 заказа	1	10	10 000	1%	2%	3%	4%	5%
ТАКСА 3 месяца	3 заказа	2	20	100 000	1%	2%	3%	4%	5%
ТАКСА 6 месяцев	5 заказов	3	50	100 000	1%	2%	3%	4%	5%
ТАКСА 12 месяцев	10 заказов	4	100	1 000 000	1%	2%	3%	4%	5%
ТАКСА максимум	50 заказов	5	2 000	1 000 000	1%	2%	3%	4%	5%

ОПЦИИ ПРОГРАММЫ

- Перед резервированием товара: 2 дня, 5 дней
- Перед возвратом денежных средств: 14 дней, 30 дней

ЗАВЕДИ «ТАКСУ», И ОНА СРАЗУ ПРИНЕСЕТ ТЕБЕ СКИДКУ

Товары на ulmart.ru имеют цветные значки скидок. Золотые (индивидуальная скидка 1-3%), оранжевые (скидка 3-5%), серые (максимальная скидка 5-10%).

**Apple iPhone 9S 16GB Space Gray**

до 32 990.  
с картой рассрочки

**Телевизор Thomson T43D145F**

до 11 490.  
с картой рассрочки

**Кофемолка Philips Saeco HD 8448/91**

до 13 490.  
с картой рассрочки



Уже сегодня для участников программы «ТАКСА» станут доступны новые опции. С ними вы сможете получить еще больше выгод! Например, приобрести фирменную рассрочку, получить скидку на доставку, приоритетное обслуживание в фирменном магазине и многое другое.

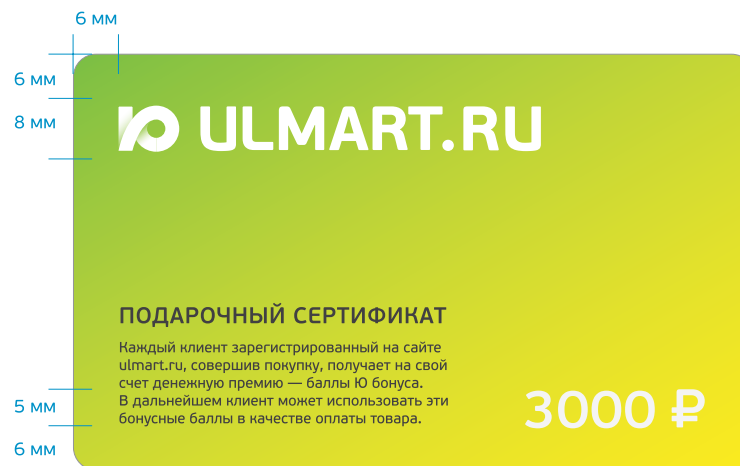
Подробнее на сайте [programtaxa.ru](http://programtaxa.ru)





## Подарочная карточка

90 × 55 мм



PF Beau Sans Pro

8,5 pt

5,5 / 6,5 pt

## Подарочная карта (цветовые решения)

90 × 55 мм



## Беджи сотрудников магазина

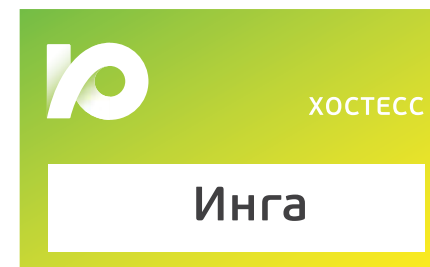
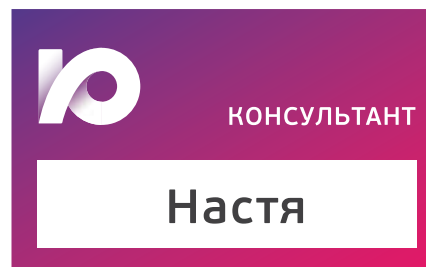
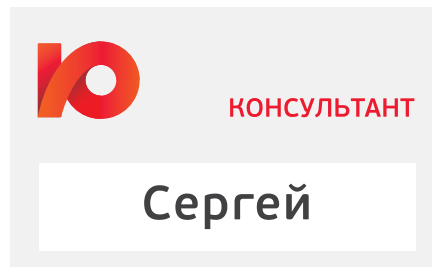
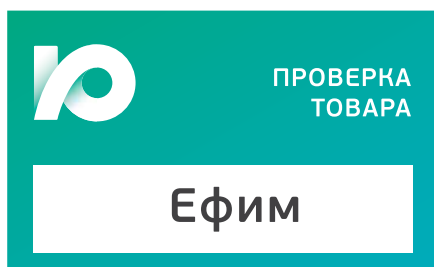
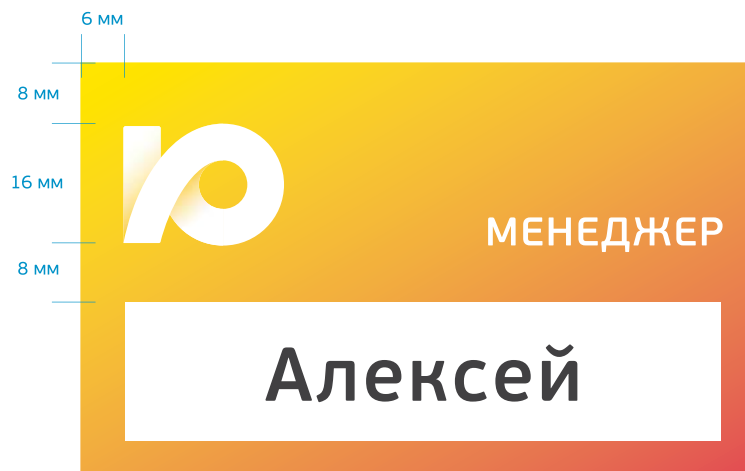
Белые беджи используются вместе с цветными футболками консультантов и сотрудников выдачи товара. В остальных случаях применяются цветные беджи

90 × 55 мм

PF Beau Sans Pro Semibold

15 pt

28 pt

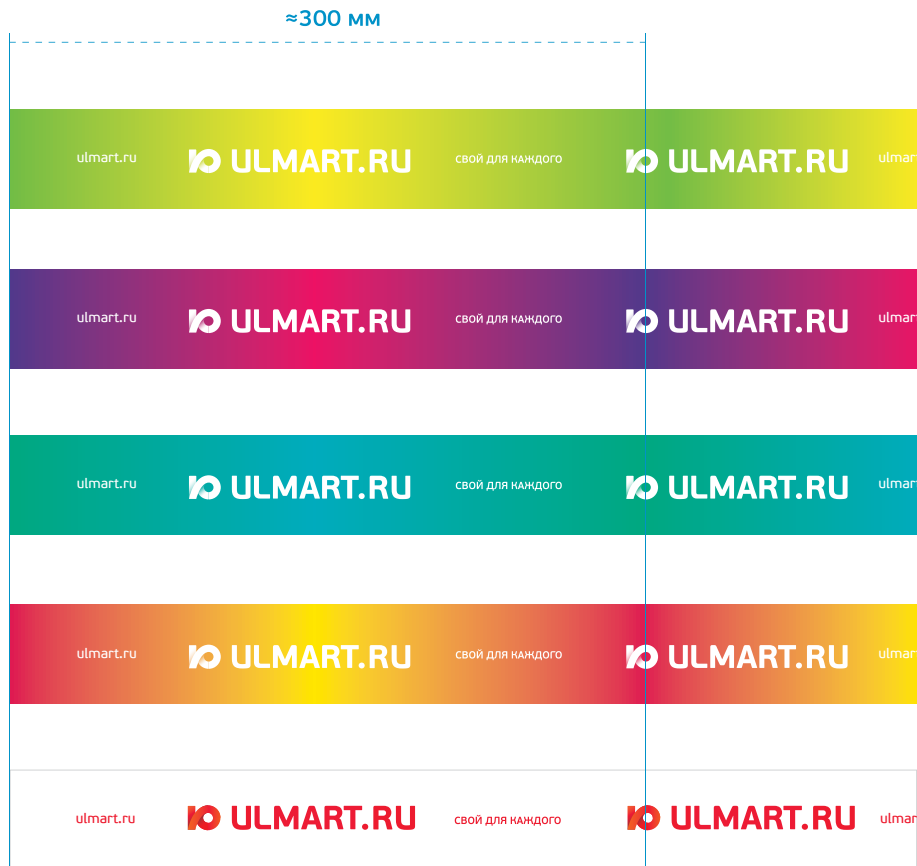


## Пластиковый пакет

300 x 500 мм  
400 x 600 мм



## Клеящая лента



## Упаковочная бумага



## Брендинг транспорта



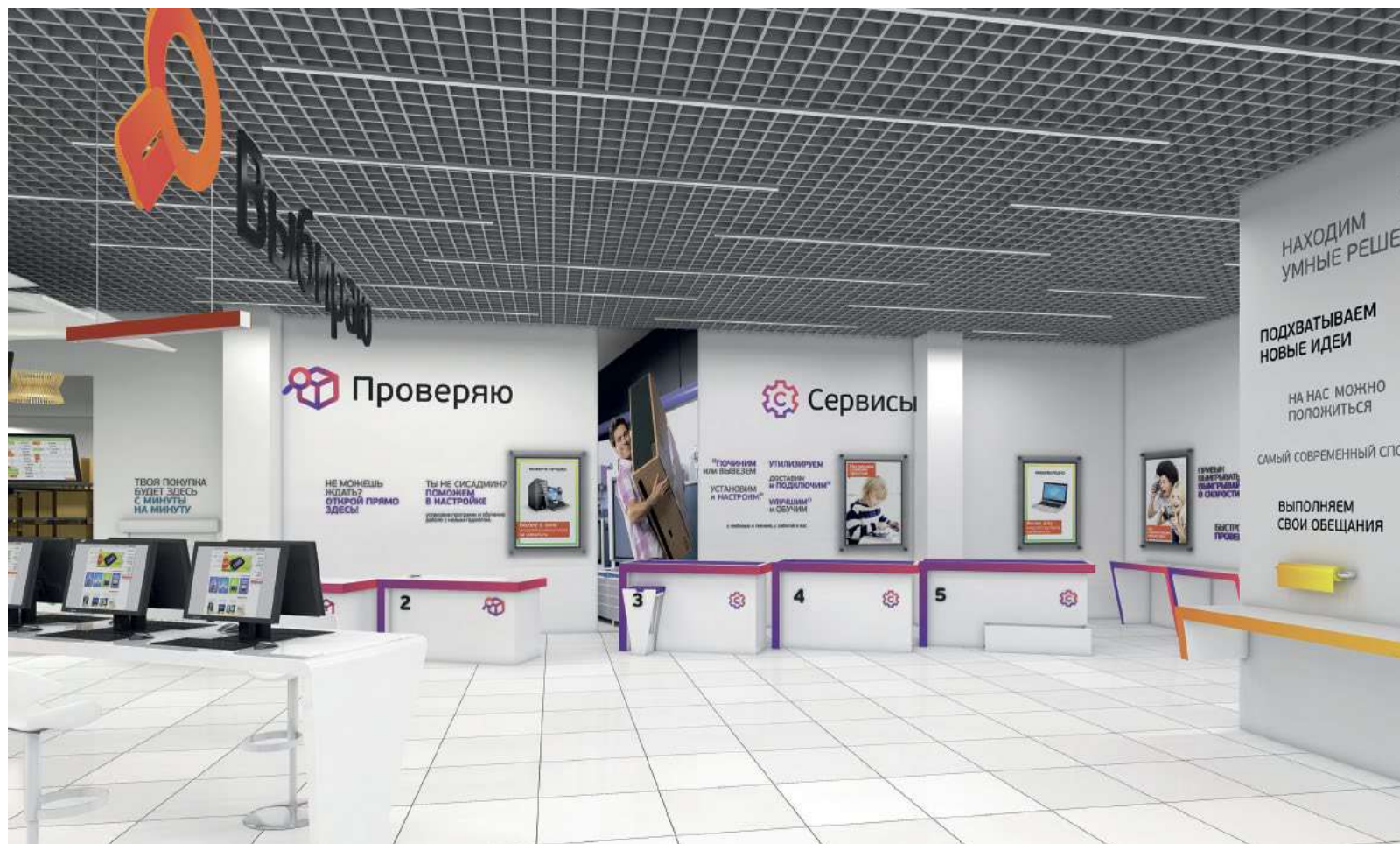


## Градиент в интерьере





## Градиент в интерьере



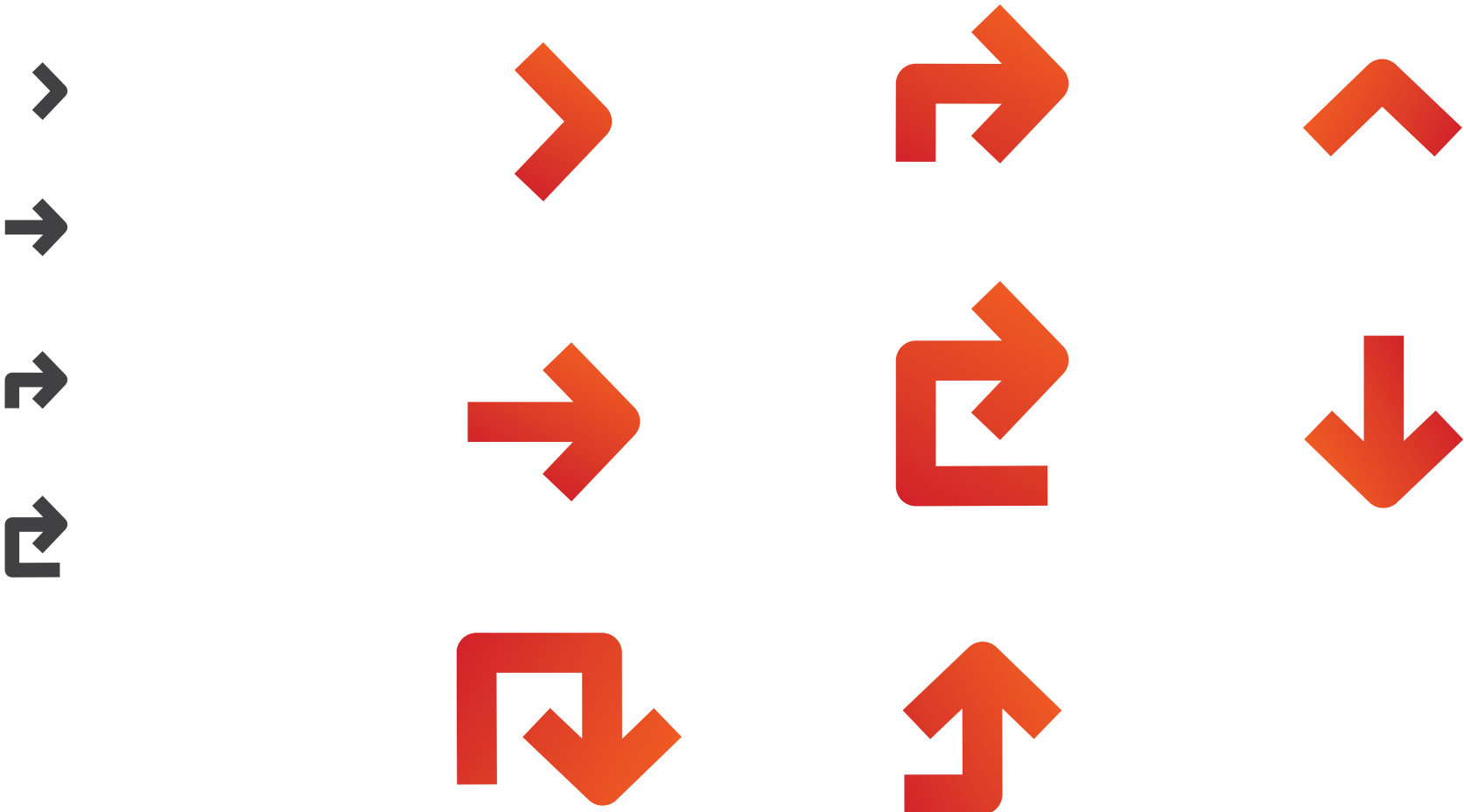
**2.3.**

**Технические навигационные элементы**





Указатели направления



3.

Фирменные изображения

### 3.1.

Стилистика и эмоциональное наполнение изображений,  
которые можно применять в рамках нового фирменного стиля



## Подбор изображений



Крупный план, хорошее натуральное освещение



Красочная, динамичная и лёгкая



Естественные, ненаигранные эмоции



### 3.2.

Стилистика и эмоциональное наполнение изображений,  
которые нельзя применять в рамках нового фирменного стиля





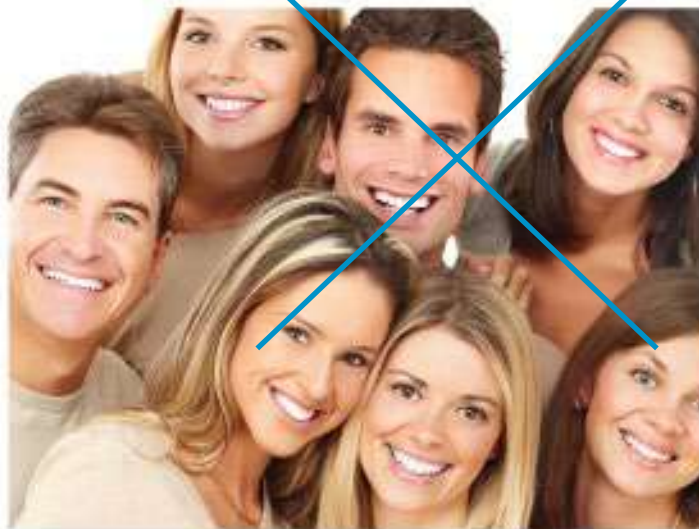
## Подбор изображений



Дальний план, нет акцента на теме



Тусклая и не красочная



Наигранные, не натуральные эмоции



Тёмная и слишком неоднородная

3.3.

Фирменные иллюстрации,  
отображающие внутренний дух бренда

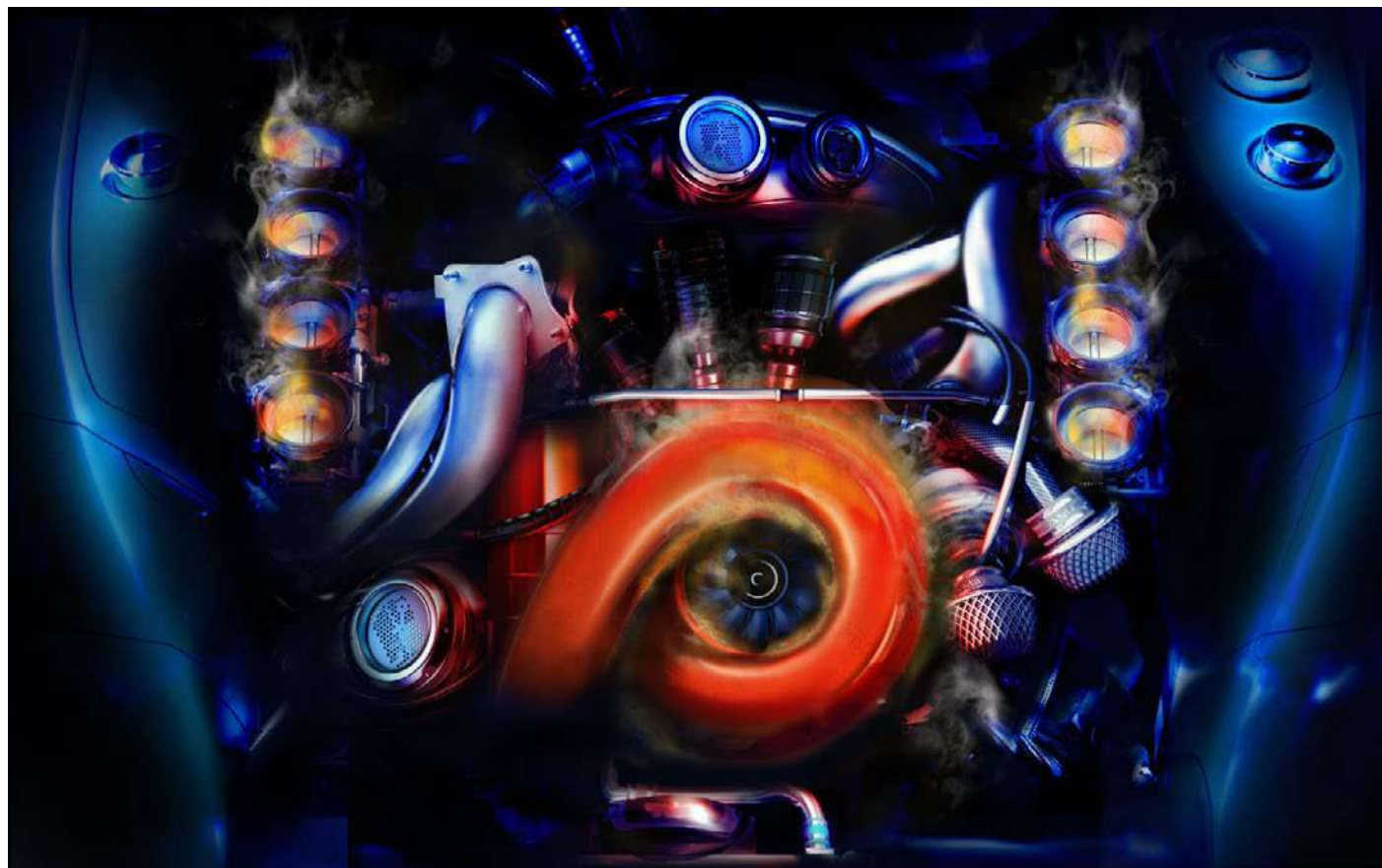


## Фирменная иллюстрация «Четыре стихии»

Четыре стихии в античной и средневековой натурфилософии — четыре первоосновы мира: земля, вода, воздух и огонь. Учение о четырёх элементах составляло теоретическую основу алхимии. Все эти четыре стихии транслируют ценности нашей компании: энергия – огонь, открытость – воздух, простота – вода, надёжность – земля.



## Фирменная иллюстрация «Мотор»





## Фирменная иллюстрация «Дополненная реальность»



## Фирменная иллюстрация «Облако»



## Фирменная иллюстрация «Хамелеон»



## Презентационный диск



2014

Юлмарт — свой для каждого.

Руководство открыто для свободного доступа.

Публикация принадлежит компании Юлмарт.