



команда роста на аутсорсе
для системного улучшения ключевых метрик

Гайдлайн по визуальной идентичности и тону коммуникации для малого бизнеса

Стандартизация бренда для повышения CTR и доверия

Логотип: Основа узнаваемости

- ☐ Разработайте основной логотип
Должен быть универсальным для большинства носителей.
- ☐ Создайте варианты логотипа
Горизонтальный, вертикальный, иконочный (для фавиконов, аватарок).
- ☐ Определите минимальный размер
Укажите минимально допустимые размеры для печати и веб (например, 20x20px для иконки).
- ☐ Сформулируйте правила использования
Что можно и что нельзя делать с логотипом (например, не искажать пропорции, не менять цвета, не добавлять эффекты).
- ☐ Определите охранное поле
Минимальное свободное пространство вокруг логотипа, где не должно быть других элементов.

Цветовая палитра: Визуальная гармония

Назначение	Цвет	СМΥΚ	RGB	HEX-код
Основной цвет 1	Название цвета	C:0 M:0 Y:0 K:0	R:0 G:0 B:0	#000000
Основной цвет 2	Название цвета	C:0 M:0 Y:0 K:0	R:0 G:0 B:0	#000000
Акцентный цвет	Название цвета	C:0 M:0 Y:0 K:0	R:0 G:0 B:0	#000000
Фоновый цвет	Название цвета	C:0 M:0 Y:0 K:0	R:0 G:0 B:0	#000000

Типографика: Читаемость и стиль

Шрифт для заголовков H1	Название шрифта (например, Montserrat Bold). Размер: 36-48px для десктопа, 28-36px для мобайла.
Шрифт для заголовков H2	Название шрифта (например, Montserrat Semibold). Размер: 24-32px для десктопа, 20-28px для мобайла.
Шрифт для основного текста	Название шрифта (например, Open Sans Regular). Размер: 14-18px.
Шрифт для подписей/мелкого текста	Название шрифта (например, Open Sans Light). Размер: 10-12px.

**Дополнительный шрифт
(опционально)**

Для акцентов или специальных элементов (например, для цитат).

Графические элементы и фотостиль: Визуальный язык

Графические элементы включают паттерны, иконки, иллюстрации. Они должны дополнять логотип и цветовую палитру, создавая единый визуальный язык.

Иконки: Используйте единый стиль (линейные, залитые, изометрические). Пример: иконки из набора Font Awesome или Material Design.

Иллюстрации: Если используются, они должны быть в единой стилистике (например, плоские, векторные, акварельные). Избегайте стоковых иллюстраций, которые не соответствуют вашему бренду.

Фотостиль:

- * **Тематика:** Изображения должны быть релевантны вашим продуктам/услугам и целевой аудитории.
- * **Цветовая гамма:** Предпочтительно использовать фотографии с преобладанием фирменных цветов или гармоничной палитрой.
- * **Настроение:** Определите, какое настроение должны передавать фотографии (например, динамичное, спокойное, профессиональное, дружелюбное).
- * **Качество:** Только высококачественные, чёткие изображения. Избегайте пикселизации и низкого разрешения.
- * **Примеры:** Используйте реальные фотографии ваших продуктов, команды, клиентов (с их согласия) или качественные стоковые изображения, прошедшие фильтр на соответствие стилю.

Тон коммуникации: Голос вашего бренда



Строгий / Формальный / Нейтральный / Информационный / Дружелюбный / Неформальный / Экспертный / Авторитетный / Интимный / Эмоциональный

Определите основной голос вашего бренда. Отметьте, где находится ваша компания на этой шкале.

Тон коммуникации: Словарь 'можно/нельзя'

Характеристика	Можно использовать	Нельзя использовать
Экспертный	«Наши специалисты обладают глубокими знаниями...», «Согласно последним исследованиям...»	Сленг, непроверенные факты, излишняя эмоциональность
Дружелюбный	«Привет!», «Как дела?», «Мы всегда рады помочь!»	Официальные формулировки, канцеляризмы, высокомерие
Лаконичный	Короткие предложения, прямые формулировки, УТП	Длинные описания, сложные обороты, 'вода'
Инновационный	«Передовые технологии», «будущее уже здесь», «революционное решение»	Устаревшие термины, консервативные выражения

Характеристика	Можно использовать	Нельзя использовать
Поддерживающий	«Мы с вами», «Поможем справиться», «Вы не одни»	Оценочные суждения, критика, безразличие

Примеры текстов для разных каналов

Объявление в Яндекс Директ (поиск)

Заголовок: [Ваш продукт/услуга] с гарантией. Быстрая доставка по Москве.
Текст: Закажите [продукт] сегодня и получите [бонус]. Надежность и качество, подтвержденные отзывами.
(Источник: Yandex Direct, 'Tone of Voice в маркетинге')

Пост в соцсети (Instagram)

Свежая поставка [Ваш продукт] уже на складе! Эти [характеристика продукта] модели разлетаются мгновенно. Успейте забрать свою! #[ВашБренд] #[Продукт] #[Город]

Ответ на положительный отзыв

Большое спасибо за ваш тёплый отзыв, [Имя клиента]! Мы очень рады, что [Ваш продукт/услуга] принёс вам пользу. Всегда ждём вас снова!

Ответ на негативный отзыв

Здравствуйте, [Имя клиента]. Нам очень жаль, что вы столкнулись с такой ситуацией. Мы ценим ваше мнение и хотим разобраться. Пожалуйста, свяжитесь с нами по телефону [номер] или в личных сообщениях, чтобы мы могли оперативно решить проблему.

Текст на сайте (раздел 'О нас')

Мы — [ВашБренд], команда единомышленников, создающая [Ваш продукт/услугу] с [год] года. Наша миссия — [миссия компании]. Мы верим, что [ценность]. Присоединяйтесь к нам!

Чек-лист по проверке единообразия бренда

☐ Логотип соответствует гайдлайну на сайте

Правильные пропорции, цвета, охранное поле.

☐ Логотип соответствует гайдлайну в рекламных материалах

Баннеры, объявления, видеоролики.

☐ Цвета в рекламном баннере совпадают с палитрой бренда

Используются только утверждённые CMYK, RGB, HEX-коды.

☐ Шрифты на всех носителях соответствуют гайдлайну

Сайт, презентации, коммерческие предложения, соцсети.

☐ Графические элементы (иконки, иллюстрации) выполнены в едином стиле

Нет разнородных элементов из разных источников.

☐ Фотографии соответствуют установленному фотостилю

Качество, настроение, цветовая гамма.

☐ Тон коммуникации соответствует голосу бренда во всех каналах

Сайт, соцсети, email-рассылки, ответы клиентам.

☐ УТП и ключевые сообщения транслируются единообразно

В рекламе, на сайте, в описании продуктов.

☐ Название компании написано одинаково везде

Без вариаций, сокращений, ошибок.

- ❑ Снимпы в посковой выдаче выглядят привлекательно и соответствуют бренду
Фавикон, релевантное описание, рейтинг (если есть).

Большее интересное в нашем блоге

развивайте бизнес-мышление с нашими исследованиями



Получить пользу

