



Руководство по использованию фирменного стиля

Версия 2.0



Оглавление

1. Основные принципы		
1.1. Введение	2.5. Таблиц и диаграмм	3.2.3. Баннеры
1.2. Глоссарий	2.5.1. Диаграмм	3.2.4. Социальные медиа
1.3. Платформа бренда	2.5.2. Таблиц	3.2.5. Инстаграм
1.4. Как пользоваться данным Руководством	2.6. Фотостиль	
1.5. Система файлов	2.6.1. Обзор	3.3. Печатные материалы
1.6. Контакты	2.6.2. Тематические подборки	3.3.1. Брошюра А4
	2.6.3. Неправильное применение	3.3.2. Рекламная вставка
2. Базовые элементы	2.6.4. Применение	3.3.3. Листовка А4
2.1. Фирменный блок	2.6.5. Вторичный стиль изображений	3.3.4. Сити формат
2.1.1. Правила построения и масштабирования	2.6.6. Вторичный стиль – Применение	3.3.5. Билборд
2.1.2. Охранное поле и минимальный размер	2.6.7. Фотосъемка мероприятий	3.3.6. Реклама в прессе А4
2.1.3. Цветовые версии для Логотипа	2.7. Дизайн система	3.3.7. Реклама в прессе А3
2.1.4. Неправильное использование Логотипа	2.7.1. Обзор	
2.1.5. Ко-брэндинг	2.7.2. Дизайн элементы	3.4. Промо материалы
2.1.6. Саб-брэндинг	2.7.3. Размещение логотипа	3.4.1. Футболка
2.2. Слоган	2.7.4. Построение сетки макета — вертикальный формат	3.4.2. Кофейная чашка
2.2.1. Основной вариант. Применение вместе с корпоративным знаком	2.7.5. Построение сетки макета — горизонтальный формат	3.4.3. Календарь
2.2.2. Дополнительный варианты. Применение отдельно от корпоративного знака	2.7.6. Коммуникации вторичного уровня	3.4.4. Ручка и карандаш
2.2.3. Примеры применения	2.7.7. Неправильное использование	3.4.5. Блокнот
2.3. Типографика		3.4.6. Бумажный пакет
2.3.1. Фирменный шрифт	3. Носители фирменного стиля	3.4.7. Флаг
2.3.2. Правила применения	3.1. Деловая документация	
2.3.3. Система фирменных шрифтов	3.1.1. Фирменный бланк	3.5. Экстерьер офиса
2.3.4. Правила набора текста	3.1.2. Визитная карточка	3.5.1. Указатель флагового типа
2.4. Фирменные цвета	3.1.3. Бейдж	3.5.2. Входная группа
2.4.1. Основные и дополнительные цвета	3.1.4. Конверт Е65	3.5.3. Часы работы
2.4.2. Цветовой баланс	3.1.5. Конверт С4	
2.4.3. Использование фирменных цветов в тексте	3.1.6. Конверт 162x229	3.6. Брендирование автомобилей
	3.1.7. Папка для документов А4	
	3.2. Электронная документация	
	3.2.1. Подпись e-mail	
	3.2.2. Веб-сайт	

Основные принципы

- 1.1. Введение
- 1.2. Глоссарий
- 1.3. Платформа бренда
- 1.4. Как пользоваться данным Руководством
- 1.5. Система файлов
- 1.6. Контакты

1.0

Фирменный стиль компании Випсервис является визуальной составляющей ее бренда. Он отражает Платформу бренда Випсервис: его Видение, Миссию и Ценности. Любая визуальная коммуникация бренда Випсервис должна следовать настоящему Руководству по применению фирменного стиля Випсервис (далее — Руководство).

Только последовательное и точное применение Руководства позволит создать единое и хорошо узнаваемое присутствие бренда Випсервис с отличительным дизайном и индивидуальностью, передающее основные ценности бренда Випсервис.

А

Англоязычное написание

Вариант написания шрифта или дескриптора на языках, использующих латинский алфавит.

Б

Базовая линия

Воображаемая горизонтальная линия, по которой выравниваются нижние линии прямогольных строчных и прописных букв и знаков.

Брошюра

Любое издание в обложке свыше 4 полос, сброшюрованное тем или иным способом.

Буклет

Листовое издание, сфальцованное (сложенное) в неразрезанную тетрадь.

В

Вводный текст

Вступительный текст к статье или иному материалу.

Вербальный дескриптор

Русскоязычная или англоязычная подпись, используемая совместно с логотипом Випсервис в строго определенных случаях.

Висячая строка

Начальная абзацная строка, расположенная в конце полосы, или концевая строка абзаца, расположенная в начале следующей полосы издания.

Выключка

Выравнивание набираемой строки по левой или правой вертикальной границе полосы.

Г

Гарнитура

Шрифты одного семейства, но разного начертания. Например, нормальный, курсив, полужирный и т.д.

З

Знак

Комбинация логотипа Випсервис и визуального дескриптора.

И

Интерлиньяж

Расстояние между строками. Измеряется в пунктах (pt).

К

Корпоративные цвета

Набор основных и дополнительных цветов, используемых в фирменном стиле.

Колонцифра

Порядковый цифровой номер страницы издания.

Колонтибул

Справочная строка над текстом страницы, указывающая на ее содержание или на содержание всего издания.

Л

Логотип

Особое шрифтовое написание названия компании (Випсервис). В большинстве случаев используется самостоятельно (без дескрипторов).

М

Модульная сетка

Представляет собой совокупность горизонтальных и вертикальных линий, делящих полосу набора на прямоугольники с определенным соотношением ширины и высоты.

Маргиналия

Примечание, изображение или заголовок, размещенные на наружном или на внутреннем боковом поле страницы издания вне полосы набора.

Многоколонная верстка

Верстка полос в две и более колонки.

Н

Навылет

Способ расположения элементов дизайна на макете без отступа от края страницы.

Навылет верстка

Верстка иллюстраций, при которой иллюстрация занимает всю площадь страницы или ее часть, выходя за обрезы, либо за один из обрезов.

Начертание шрифта

Графическая разновидность шрифта в пределах одной гарнитуры. Различается: по пропорциям знаков – нормальное (Regular), широкое (Extended); по наклону – курсивное (Oblique); по насыщенности – светлое (Light), жирное (Bold).

О

Основные цвета

Ограниченнная палитра цветов, используемая для ключевых элементов идентификации, таких, как логотип Випсервис или основной фон, текст.

Основная версия логотипа

Цветная версия фирменной подписи на белом фоне

Отбивка

Пробел между наборными элементами или между ними и другими элементами полосы.

Охранная зона

Минимально допустимая зона вокруг логотипа, свободная от других графических элементов.

П

Печатное поле

Область на формате, занимаемая текстом.

Поле

Расстояние от края страницы до печатного поля.

Пункт (pt)

Единица длины, равная 0,35 мм. Используется для измерения кегля шрифта, интерлиньяжа.

Полоса

Запечатанная площадь страницы любого издания.

Полоса концевая

Последняя страница издания, главы, раздела или отдельной статьи.

Плашка

Сплошное или частичное покрытие печатной краской поверхности запечатываемого материала.

P

Разворот

Две соседние страницы раскрытого издания: левая и правая.

Руководство по применению фирменного стиля

Инструкция, включающая в себя набор цветовых, графических, словесных, типографических, постоянных дизайнерских элементов (констант фирменного стиля), обеспечивающих визуальное и смысловое единство всей исходящей информации.

Русскоязычное написание

Вариант написания шрифта или логотипа «Випсервис» на русском языке.

C

Стилеобразующий элемент

Графический элемент, строящийся по определенным принципам.

T

Трекинг

Пропорциональное изменение всех межсловенных и межбуквенных расстояний в слове, строке, абзаце или всем тексте.

Ш

Шрифт

Набор символов алфавита, характеризующихся одинаковым характером рисунка, формой (прямой, курсивный), насыщенностью (светлый, полуожирный, жирный), размером.

Шмутитул

Элемент издания, представляющий собой отдельный лист (разворот) или первую страницу части или главы. Содержит ее название, иллюстрации.

Ф

Формат издания

Размер готового печатного изделия после обрезки с трех сторон в обложке

P

Pantone

Система кодирования цветов для печати смесевыми красками (по названию компании-производителя красок для полиграфической печати).

R

RAL

Цветовой стандарт, разработанный специально для лакокрасочной продукции.

RGB

(Red, Green, Blue — красный, зеленый, голубой) цветовая модель, используемая для передачи изображений на дисплеях и мониторах.

Э

Элементы дизайна

Все объекты дизайна (логотип «Випсервис», корпоративные цвета и т.д.).

C

CMYK

(Cyan, Magenta, Yellow, Black — голубой, пурпурный, желтый, черный) стандартная цветовая модель, используемая в офсетной печати для полноцветных изображений.

Видение:

Сердце – фотоальбом для самого важного.

Миссия:

Мы работаем для людей, мы хотим чтобы наша фотография хранилась в их сердце.

Ценности:

Надежность

Мы – сильный и надежный партнер!

Наша сила – в финансовой стабильности, неукоснительном соблюдении обещаний и большой дружной команде единомышленников.

Наша надежность подтверждена длительной историей. Нам доверяют все ведущие перевозчики России и лидеры мировой транспортной индустрии, работающие в нашей стране.

Творчество

Мы любим свою работу и относимся к ней творчески!

Мы чутко следим за развитием рынка. Наш опыт позволяет предвидеть завтрашние возможности и приближать их реальными действиями сегодня.

Мы умеем реагировать на вызовы. Мы трансформируем вызовы в инструменты и делимся этими инструментами с клиентами, сотрудниками и партнерами.

Увлеченность

Мы – увлеченные люди, мы стараемся передать этот заряд всем, кто рядом с нами!

Мы объединяем, делясь знаниями. Мы увеличиваем эффективность, делясь технологиями. Мы открываем новые возможности, делясь контактами и связями.

Мы знаем, что успех приходит к сильным. Вместе с нами наши партнеры становятся сильнее, вместе с нашими партнерами мы становимся успешнее.

Структура

Руководство разработано для всех средств визуальной коммуникации. Разделы «Основные принципы» и «Базовые элементы» описывают принципы использования базовых элементов идентификации. Отдельные разделы и приложения разработаны для наиболее общих и часто встречающихся сфер применения, таких как деловая документация, печатные материалы, рекламные материалы, электронные носители и пр.

Руководство по применению фирменного стиля

1. Основные принципы
2. Базовые элементы
 - 2.1. Фирменный блок
 - 2.2. Слоган
 - 2.3. Типографика
 - 2.4. Фирменные цвета
 - 2.5. Таблицы и диаграммы
 - 2.6. Фотостиль
 - 2.6. Дизайн системы
3. Носители фирменного стиля
 - 3.1. Деловая документация
 - 3.2. Электронная документация
 - 3.3. Печатные материалы
 - 3.4. Промо материалы
 - 3.5. Экстерьер офиса
 - 3.6. Брендирование автомобилей

Руководство доступно в формате PDF (A4). Оно содержит всю необходимую информацию и инструкции по использованию. Макеты доступны в цифровом формате.

Основные принципы

Основные принципы кратко описывают ключевые основы бренда «Випсервис»: платформу, архитектуру и дизайн-концепцию. Кроме того, в данном разделе приведен краткий гlosсарий для удобства пользования.

Основные элементы

Этот раздел описывает общее использование и применение элементов визуальной идентификации, если они не определены отдельно в качестве исключений.

Положения раздела определяют форму и специфику основных элементов и описывают возможные форматы, цвета, шрифты, масштабирование, охранные зоны и т.д., а также показывают варианты, которых стоит избегать.

Стиль фотоизображений

Данный раздел разработан с целью обеспечения целостности всех носителей

«Випсервис», на которых используются фотографии. Его использование позволяет создать собственный уникальный визуальный образ «Випсервис».

В разделе описаны правила создания и подбора фотоизображений.

Разделы, посвященные применению

Наиболее общие сферы применения фирменного стиля, такие как: деловая документация, печатная продукция, рекламные материалы — выделены в соответствующие разделы и подробно описаны. Это сделано с целью избежать субъективной интерпретации Руководства в части использования базовых элементов и обеспечить единообразие в применении.

Здесь приведены обозначения, маркирующие и кодирующие графические файлы Компании. Кодировка файлов была разработана согласно архитектуре бренда. Также она учитывает наличие или отсутствие корпоративного слогана, язык, цвет, размер и другие параметры.

Следуя этой структуре, можно найти необходимый файл для конкретного случая.

Запрещается использование других файлов, а также изменение файлов, предоставленных с данным Руководством.

Компания	Версия	Цвет	Инверсия	Формат
VIP	_lg	_CMYK = CMYK	_pos = позитив	.eps
	_lg_ru = кирилица	_RGB = RGB	_neg = негатив	.jpg
	_lg_en = латиница	_Pant = Pantone		.psd

Пример
VIP_lg_ru_pos_cmyk.eps



Пример
VIP_lg_en_pos_rgb.psd



Все вопросы, касающиеся
правил применения настоящего
Руководства, Вы можете адресо-
вать сотрудникам Департамента
маркетинга и дизайна.

Name Surname

Position

+000 123 456 789

namesurname@vipservice.ru

Name Surname

Position

+000 123 456 789

namesurname@vipservice.ru

Name Surname

Position

+000 123 456 789

namesurname@vipservice.ru

Базовые элементы

2.1. Фирменный блок
2.1.1. Правила построения и масштабирования
2.1.2. Охранное поле и минимальный размер
2.1.3. Цветовые версии для Логотипа
2.1.4. Неправильное использование Логотипа
2.1.5. Ко-брендинг
2.1.6. Саб-брендинг

2.2. Слоган
2.2.1. Основной вариант. Применение вместе с корпоративным знаком
2.2.2. Дополнительный варианты. Применение отдельно от корпоративного знака
2.2.3. Примеры применения

2.3. Типографика
2.3.1. Фирменный шрифт
2.3.2. Правила применения
2.3.3. Система фирменных шрифтов
2.3.4. Правила набора текста

2.4. Фирменные цвета
2.4.1. Основные и дополнительные цвета
2.4.2. Цветовой баланс
2.4.3. Использование фирменных цветов в тексте

2.5. Таблицы и диаграмм
2.5.1. Диаграмм
2.5.2. Таблиц
2.6. Фотостиль
2.6.1. Обзор
2.6.2. Тематические подборки
2.6.3. Неправильное применение
2.6.4. Применение
2.6.5. Вторичный стиль изображений
2.6.6. Вторичный стиль – Применение
2.6.7. Фотосъемка мероприятий

2.7. Дизайн системы
2.7.1. Обзор
2.7.2. Дизайн элементы
2.7.3. Размещение логотипа
2.7.4. Построение сетки макета — вертикальный формат
2.7.5. Построение сетки макета — горизонтальный формат
2.7.6. Коммуникации вторичного уровня
2.7.7. Неправильное использование

2.0

Фирменный блок является графической константой бренда, и его использование обязательно во всех коммуникациях Компании. Для сохранения целостности фирменного стиля не рекомендуется нарушать конструкцию и пропорции элементов блока.



2. Базовые элементы

2.1.1. Фирменный блок | Правила построения и масштабирования

Vipservice
Guideline

Сердце (символ Логотипа) может располагаться как на правой, так и на левой стороне Логотипа.

Вертикальное и горизонтальное измерение идентичны.

Нижняя часть символа выравнивается по верхней линии прописных букв.



2. Базовые элементы

2.1.1. Фирменный блок | Правила построения и масштабирования

Vipservice
Guideline

Логотип имеет две версии:
на русском и английских языках.



Версия на русском языке



Версия на английском языке

2. Базовые элементы

2.1.2. Фирменный блок | Охранное поле и минимальный размер

Vipservice
Guideline

Охранное поле

Это пространство вокруг блока.

Не допускается помещать внутрь поля частично или полностью какие-либо элементы.

Величина «X» равна высоте/ширине знака (Сердца).

Минимальный размер

Минимальный размер Логотипа равен 8 мм.



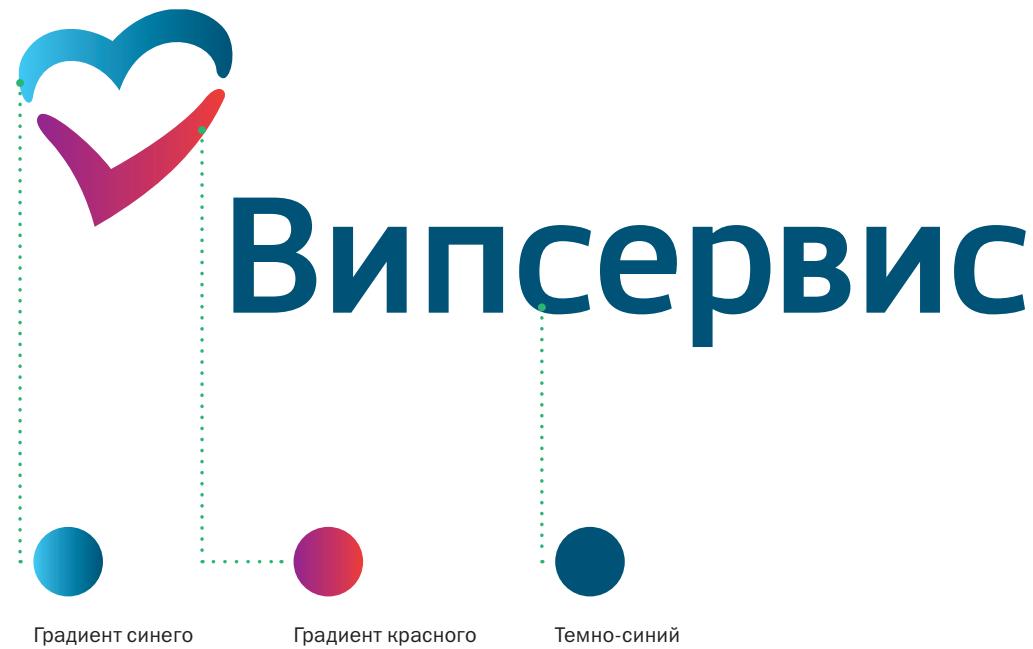
2. Базовые элементы

2.1.3. Фирменный блок | Цветовые версии для Логотипа

Vipservice
Guideline

Логотип состоит из различных цветов. Фирменный знак (Сердце) состоит из голубого градиента в верхней части и красного градиента в нижней части композиции.

Шрифтовое начертание логотипа выполнено с использованием насыщенного синего цвета.



2. Базовые элементы

2.1.4. Фирменный блок I Неправильное использование Логотипа

Vipservice
Guideline

Запрещаются любые способы
использования фирменного
блока, искажающие его
изначальную версию.

- 1 Изменения цвета
- 2 Растигивание
- 3 Добавление визуальных эффектов
- 4 Добавление/удаление элементов
- 5 Изменения шрифтов
- 6 Повороты
- 7 Изменение пропорций
- 8 Использование перспективы
- 9 Использование поверх «шумного» фона



2. Базовые элементы

2.1.5. Фирменный блок | Ко-брэндинг

Vipservice
Guideline

В ситуациях, когда нужно разместить логотип Випсервис на одном формате с логотипом другой компании, расстояние между ними должно равняться 1x.

“x” равно высоте и ширине корпоративного символа (сердце).

Размер второго логотипа по высоте должен равняться высоте логотипа Випсервис.

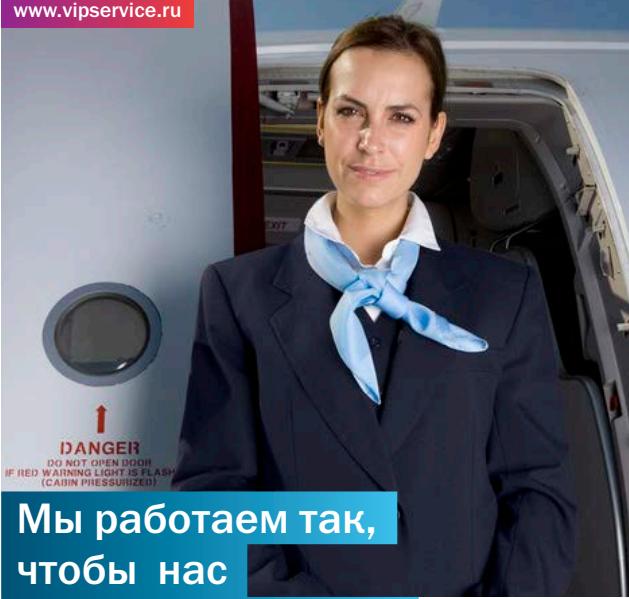


2. Базовые элементы

2.1.5. Фирменный блок | Ко-брэндинг

Vipservice
Guideline

Пример ко-брэндинга с левым
и правым выравниванием
логотипа.



www.vipservice.ru

DANGER
DO NOT OPEN DOOR
IF RED WARNING LIGHT IS FLASHING
(CABIN PRESSURIZED)

Мы работаем так,
чтобы нас
выбирали сердцем

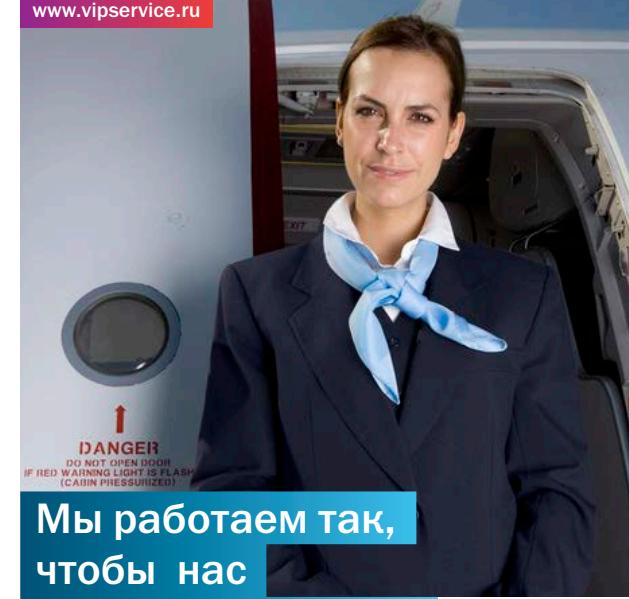
Випсервис поможет вам полностью
подготовиться к путешествию.

Многие путешественники хотят
не только летать с комфортом,
но и экономить на перелетах.
Такой практичный подход
поможет волплить в реальность

В этом разделе вы найдете
все спецпредложения по
авиабилетам и узнаете, как
можно купить авиабилеты
дешево. Вы сможете быстро.

Company

Випсервис



www.vipservice.ru

DANGER
DO NOT OPEN DOOR
IF RED WARNING LIGHT IS FLASHING
(CABIN PRESSURIZED)

Мы работаем так,
чтобы нас
выбирали сердцем

Випсервис поможет вам полностью
подготовиться к путешествию.

Многие путешественники хотят
не только летать с комфортом,
но и экономить на перелетах.
Такой практичный подход
поможет волплить в реальность

В этом разделе вы найдете
все спецпредложения по
авиабилетам и узнаете, как
можно купить авиабилеты
дешево. Вы сможете быстро.

Випсервис

Company

2. Базовые элементы

2.1.6. Фирменный блок | Саб-брендинг

Vipservice
Guideline

Здесь нужен текст



2. Базовые элементы

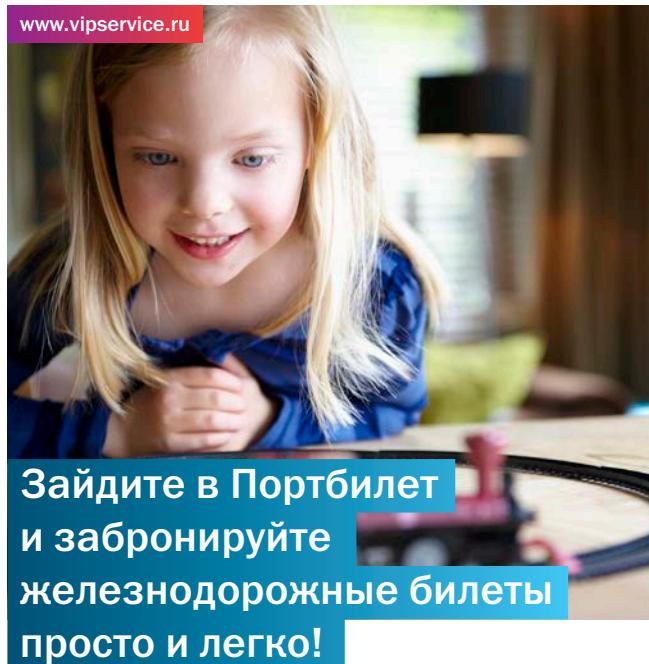
2.1.6. Фирменный блок | Саб-брэндинг

Саб-брэнды могут быть представлены в коммуникации в двух вариантах:

1

1 Вариант где заголовок коммуникационного носителя содержит в себе имя саб-брэнда

2 Вариант где саб-брэнд располагается над логотипом Випсервис.



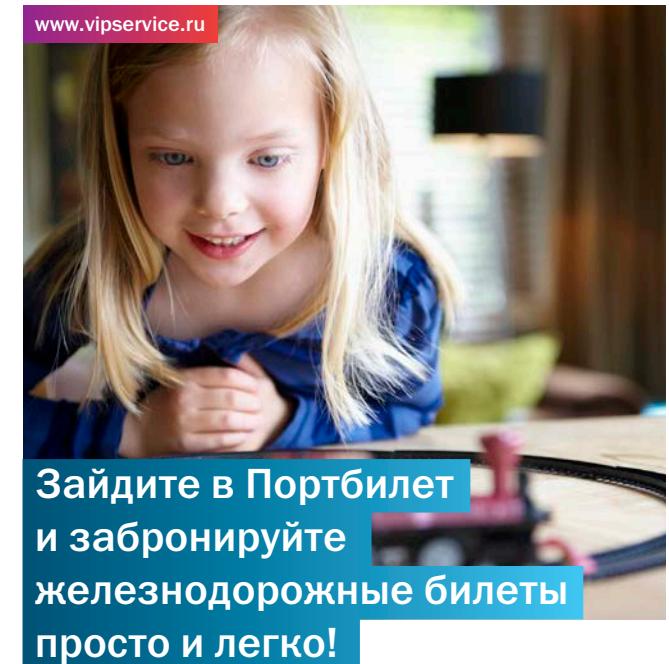
Больше возможностей для
Вас и Ваших клиентов

В системе – билеты на поезда российских и немецких железных дорог. Это значительно расширяет возможности Ваших клиентов путешествовать не только по России, но еще по 23 странам Европы.

Москва,
Переведеновский переулок
д.17, стр.1, офис 217
М: +7 (903) 564 55 54
portbilet@vipservice.ru

Випсервис

2



Больше возможностей для
Вас и Ваших клиентов

В системе – билеты на поезда российских и немецких железных дорог. Это значительно расширяет возможности Ваших клиентов путешествовать не только по России, но еще по 23 странам Европы.

Москва,
Переведеновский переулок
д.17, стр.1, офис 217
М: +7 (903) 564 55 54
portbilet@vipservice.ru

Випсервис
Портбилет

2. Базовые элементы

2.2. Слоган

Vipservice
Guideline

Слоган Випсервис используется как в вербальной, так и невербальной коммуникации и передает ценностное сообщение бренда.

Шрифт:
Franklin Gothic Medium Italic

Цвета:
Темно-синий на белом фоне,
Белый на цветном фоне.

Мы работаем так, чтобы нас выбирали сердцем

We work to win your heart

Мы работаем так, чтобы нас выбирали сердцем

We work to win your heart

Мы работаем так, чтобы нас выбирали сердцем

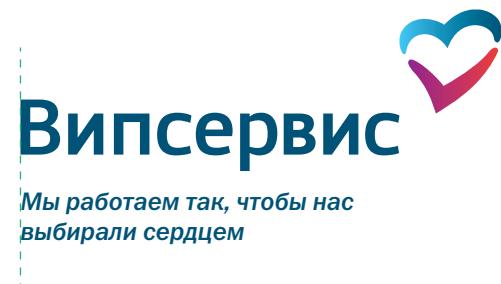
We work to win your heart

2. Базовые элементы

2.2.1. Слоган | Основной вариант. Применение вместе с корпоративным знаком

Vipservice
Guideline

Слоган размещается под корпоративным знаком, с выровниванием по левой стороне.



2. Базовые элементы

2.2. Слоган | Дополнительный варианты. Применение отдельно от корпоративного знака

Vipservice
Guideline

В определенных случаях, в зависимости от контекста и композиции формата, допускается размещение слогана отдельно от корпоративного знака.

Мы работаем так, чтобы
нас выбирали сердцем



Мы работаем так, чтобы
нас выбирали сердцем

Мы работаем так, чтобы
нас выбирали сердцем



Мы работаем так, чтобы
нас выбирали сердцем

We work to win your heart



We work to win your heart

We work to win your heart



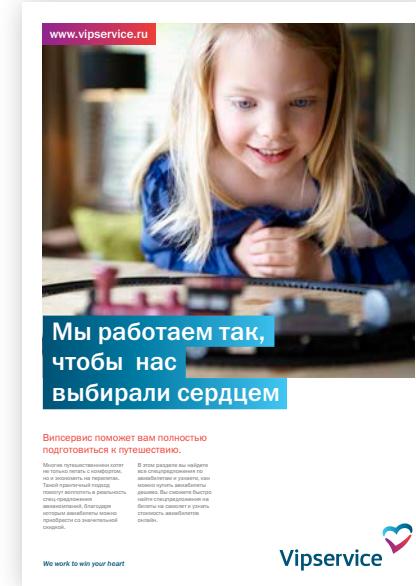
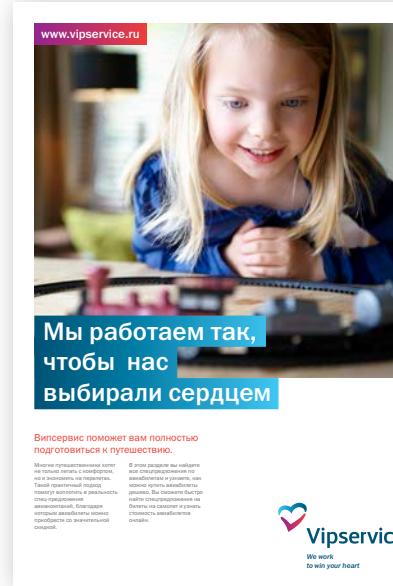
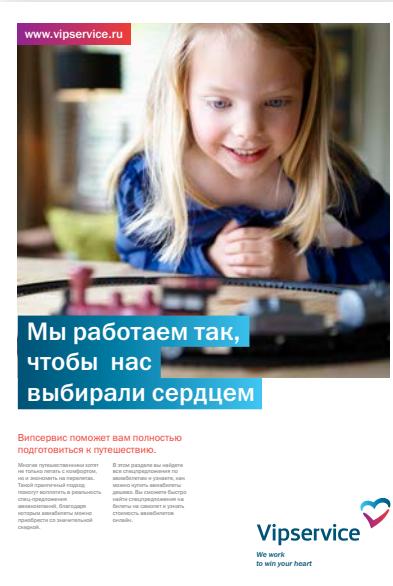
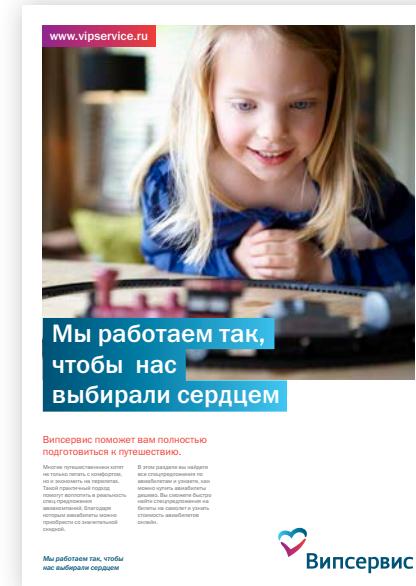
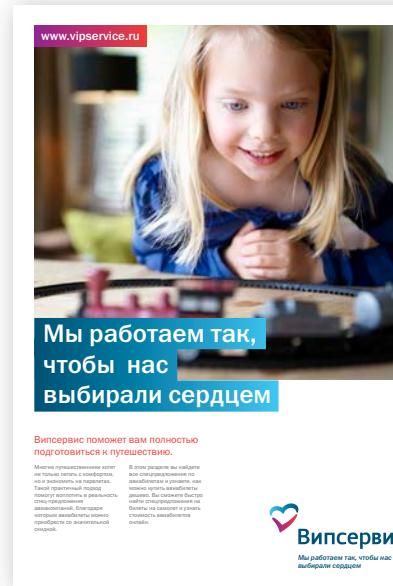
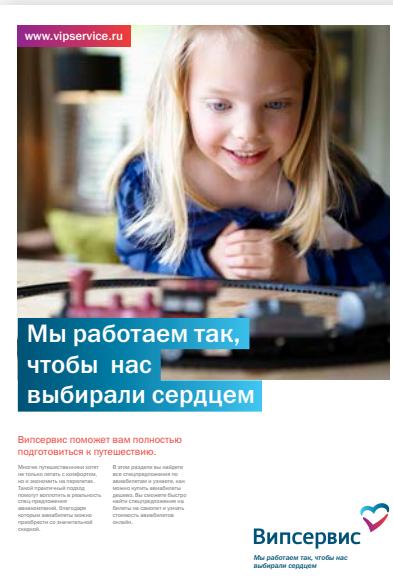
We work to win your heart

2. Базовые элементы

2.2.3. Слоган | Примеры применения

Vipservice
Guideline

Примеры использования слогана с разными версиями корпоративного знака.



Фирменный шрифт Випсервис:
Franklin Gothic.

Все печатные СМИ должны быть созданы с использованием шрифта Franklin Gothic в качестве основного.

Настоящим Руководством предусмотрены использование двух начертаний фирменного шрифта — Franklin Gothic Medium (1) Franklin Gothic Book (2).

Запрещено применение иных шрифтов в коммуникациях от имени бренда Випсервис.

1

Franklin Gothic Medium

Випсервис поможет вам полностью подготовиться к путешествию

2

Franklin Gothic Book

Холдинг Випсервис основан в 1993 году. Это крупнейший российский консолидатор по продаже авиационных и железнодорожных билетов, а также туристических и сопутствующих услуг, который объединяет в сеть более 13 000 субагентов. Холдинг является агентом № 1 национального перевозчика «Аэрофлот» и ведущим агентом РЖД.

В качестве альтернативного шрифта возможно применение шрифтов Franklin Gothic, предустановленных на операционной системе Windows.

1

Franklin Gothic Medium

Випсервис поможет вам полностью подготовиться к путешествию

2

Franklin Gothic Book

Холдинг Випсервис основан в 1993 году. Это крупнейший российский консолидатор по продаже авиационных и железнодорожных билетов, а также туристических и сопутствующих услуг, который объединяет в сеть более 13 000 субагентов. Холдинг является агентом № 1 национального перевозчика «Аэрофлот» и ведущим агентом РЖД.

2. Базовые элементы

2.3.2. Типографика | Использование

Vipservice
Guideline

1 Веб-сайт

Franklin Gothic Medium

2 Заголовок

Franklin Gothic Medium

3 Подзаголовок

Franklin Gothic Book

4 Основной текст

Franklin Gothic Book

5 Слоган

Franklin Gothic Medium

1

www.vipservice.ru

2

Мы работаем так,
чтобы нас
выбирали сердцем

3

Випсервис поможет вам полностью
подготовиться к путешествию.

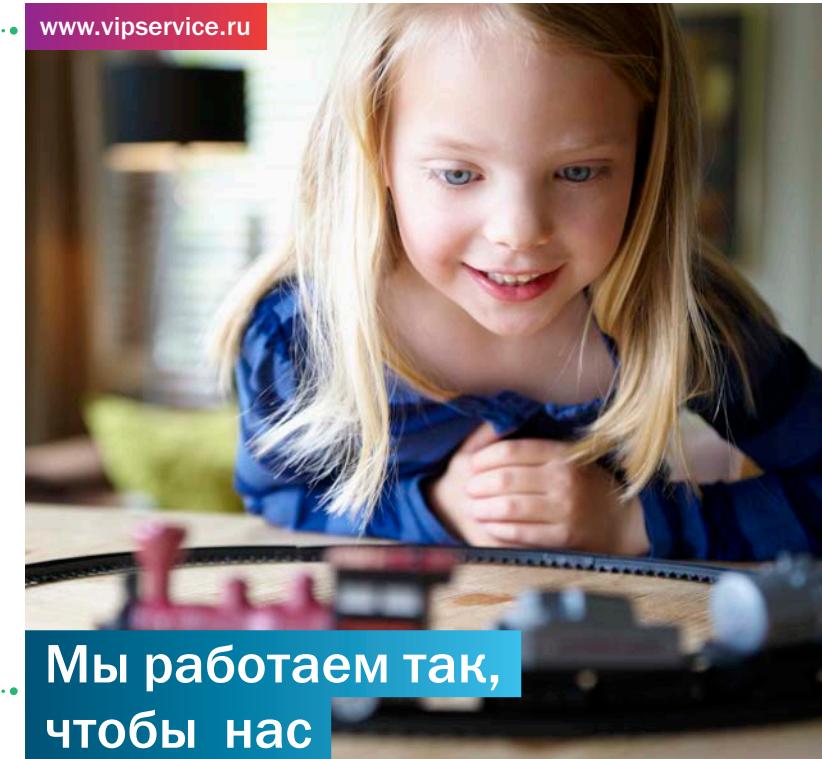
4

- Многие путешественники хотят не только летать с комфортом, но и экономить на перелетах.
- Такой практичный подход помогут воплотить в реальность спецпредложения авиакомпаний, благодаря которым авиабилеты можно приобрести со значительной скидкой.

В этом разделе вы найдете все спецпредложения по авиабилетам и узнаете, как можно купить авиабилеты дешево. Вы сможете быстро найти спецпредложения на билеты на самолет и узнать стоимость авиабилетов онлайн.

5

Мы работаем так, чтобы
нас выбирали сердцем



Випсервис

Все коммуникационные материалы бренда Випсервис должны создаваться с использованием фирменного шрифта Franklin Gothic. Если по техническим или иным причинам применение шрифта Franklin Gothic невозможно, допустимо использование альтернативного шрифта Verdana.

1

Verdana Regular

**Випсервис поможет вам
полностью подготовиться
к путешествию**

1

Verdana Italic

*Випсервис поможет вам
полностью подготовиться
к путешествию*

Выравнивание текста

Рекомендуется верстать текст с выравниванием по левому краю (align left) либо, в случае большого объема текста, по ширине формата (justify with last line alignet left). Выравнивание по правому краю (align right) можно в случае, если есть изображение с правой стороны.

Правильно:

```
|<
Vel dolorem iuscing feugiam conullamet.
Qaui euguer am, con henibh eugait ver henisi.
Wisci blaorpe riustie mod duis estrud.
```

>|

```
 Lorem ipsum dolor sit
amet, fusce vel lacus
metus dolor dolor.
```



Неправильно:

>|<

```
 Lorem ipsum dolor sit amet, fusce vel lacus
metus dolor dolor. Interdum ipsum sociosqu,
wisi sodal amet elit luctus quam.
```

>|

```
 Lorem ipsum dolor sit amet, fusce vel lacus
metus dolor dolor. Interdum ipsum sociosqu, wisi
sodal amet elit luctus quam integer.
```

Перенесение слов

На строчке не могут оставаться: инициалы, предлоги, цифры года, цифры без обозначения системы измерения. На строчке должно оставаться длинное тире.

Правильно:

```
 Lorem ipsum —
dolor sit amet.
```

Неправильно:

```
 Lorem ipsum
— dolor sit amet.
```

Абзац

Начало абзаца или новая смысловая группа всегда отбиваются пробелом между строк либо абзацным отступом. В случае использования абзацного отступа, первая строка текстового блока отступом не выделяется.

Вариант 1

```
 Lorem ipsum dolor sit amet, fusce vel lacus metus
dolor dolor. Interdum ipsum sociosqu, wisi sodal
amet elit luctus quam.
```

¶

```
 Eleifend libero volutpat iaculis orci. Mollis quam
eros, sed irure in quis curae risus, turpis.
```

Вариант 2

```
 Lorem ipsum dolor sit amet, fusce vel lacus
metus dolor dolor. Interdum ipsum sociosqu.
```

```
 Eleifend libero volutpat iaculis orci. Mollis sed
irure in quis curae risus, turpis.
```

Дефис, минус и тире

- Дефис
- Минус / кратко тире   +    + 
- Тире   +    +  + 

Дефис (hyphen) употребляется в словах и словосочетаниях русского языка:

- для присоединения частиц (кто-либо, где-то);
- для присоединения префиксов (по-русски);
- для разделения сложных слов (иссиня-черный);
- в качестве знака сокращения (физ-ра);
- в словосочетаниях (интернет-кафе);
- в качестве знака переноса и т. д.

Дефис не отбивается пробелами от соединяемых частей.

Знак минуса или короткое тире (en-dash) употребляется в математических формулах (5+1–2=4).

Знак тире употребляется:

- для связи слов в предложении
(А она — возьми да и поставь знак полустрогого.);
- для выделения прямой речи
(— Я согласна с тобой. — отчеканила Селезнёва).

Кавычки

В русских текстах используются «елочки»

  +  /  +    +  /  +  + 

“Лапки” используются в текстах на английском и «в случаях “цитата в цитате”»

  +  /  +    +  /  +  + 

В коем случае нельзя использовать знаки дюйма:
“...”

2. Базовые элементы

2.3.4. Типографика | Правила набора текста

Правильное написание имени компании

Правильно:

Холдинг Випсервис	Vipservice holding
Випсервис	Vipservice
АО Випсервис	JSC Vipservice

Неправильно:

ВИП Сервис	VIP Service
Вип Сервис	Vip Service
“Випсервис”	“Vipservice”

Мы не склоняем и пишем по-русски (в русских текстах) название компании и продуктов (Випсервис, Портбилет, а не ВипсервисУ, Портбилету.

Есть множество цветовых систем, и в них есть многочисленные цветовые профили. В двух словай, способ преобразования цветов из CMYK в RGB и т.д. не дает того же результата ни в каком инструменте, программном обеспечении или устройстве.

Неправильно выбирать цвет напрямую (пипеткой), чтобы получить значения цвета.

Вот почему значения цвета для 4 различных цветовых систем описаны в руководстве.

Цвет должен всегда применяться с цифровыми значениями цвета, и они всегда должны соответствовать цветному режиму документа, в котором они находятся (RGB для цифрового, CMYK для печати).

Цветовые значения для VIP-палитры были определены в руководстве по цветам Pantone, потому что это считается самым последовательным и заслуживающим доверия способом сделать это.

Цвета, применяемые в руководстве на данный момент, находятся в режиме CMYK, поскольку нельзя распечатать руководство в пантоне.

2. Базовые элементы

2.4.1. Фирменные цвета | Основные и дополнительные цвета

Фирменные цвета и соответствующие им цифровые значения являются неотъемлемым элементом фирменного стиля и не подлежат искажению.

Основные цвета

Используются во всех корпоративных и рекламных материалах.

Вторичные цвета

Эти цвета используются в качестве цветной подложки для саблейнов, малых текстовых врезок и для создания цветного градиента.

Дополнительные цвета

Включая полутона основных цветов используются в оформлении инфографики, таблиц и схем.

Градиент

Градиент используется в корпоративном знаке и во всех коммуникационных материалах бренда.

Нежелательно использовать другие цвета.

1 Основные цвета



Темно-синий



Серый

2 Вторичные цвета



Ярко-голубой



Красный

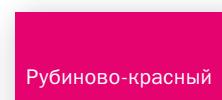


Темно-пурпурный

3 Дополнительные цвета

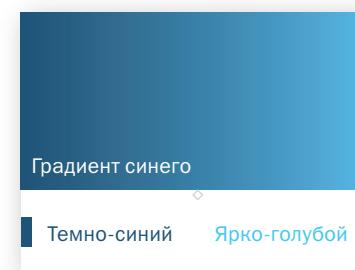


Синий

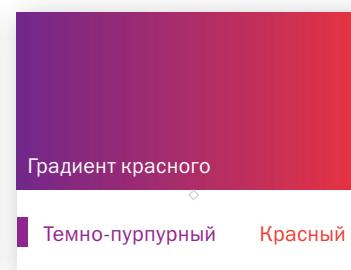


Рубиново-красный

4 Градиент



Градиент синего



Градиент красного



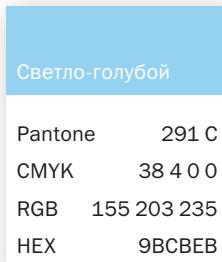
Темно-синий

Ярко-голубой

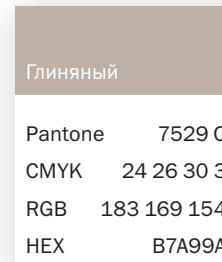


Темно-пурпурный

Красный



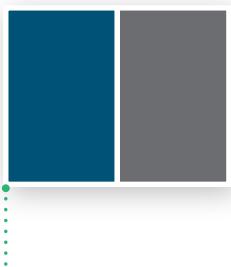
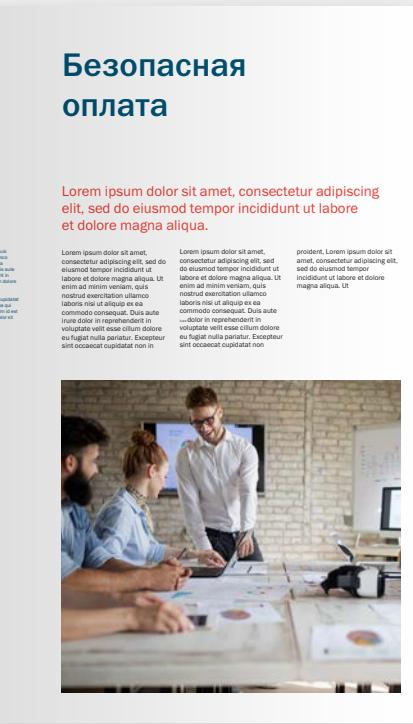
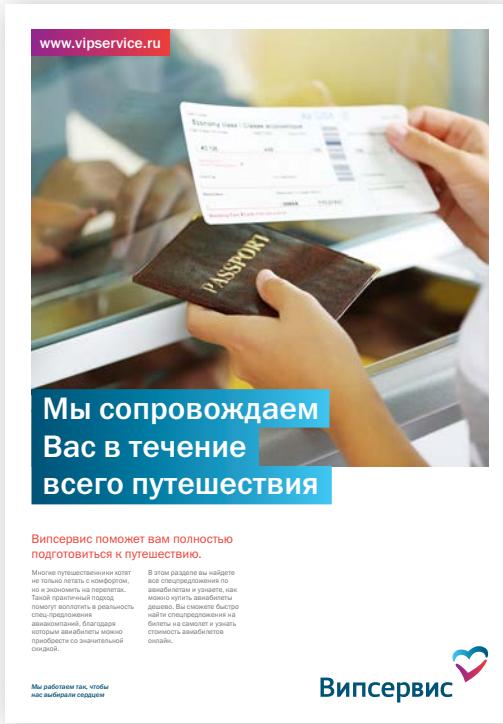
Светло-голубой



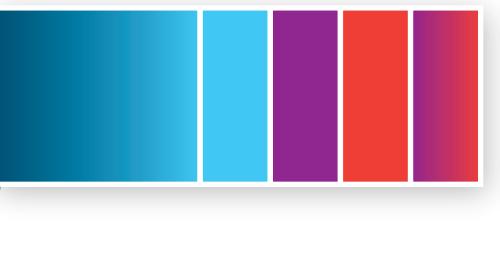
Глиняный

2. Базовые элементы

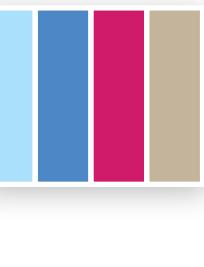
2.4.2. Фирменные цвета | Цветовой баланс



Основные цвета для торгового знака и основного текста.



Дополнительные цвета для текстовых блоков, заголовков первого уровня и текстовых акцентов.



Вспомогательные цвета для графиков, диаграмм и цветовых акцентов.



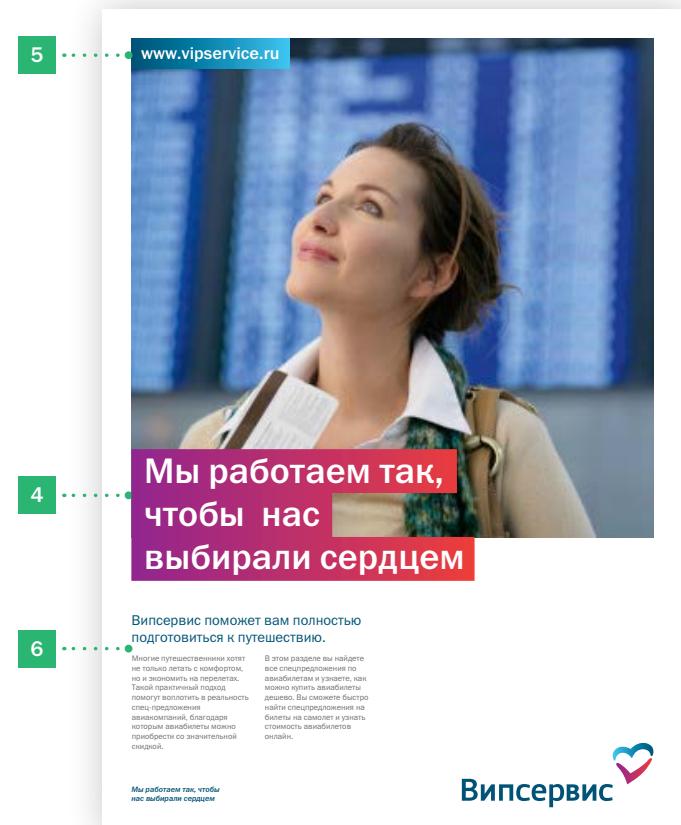
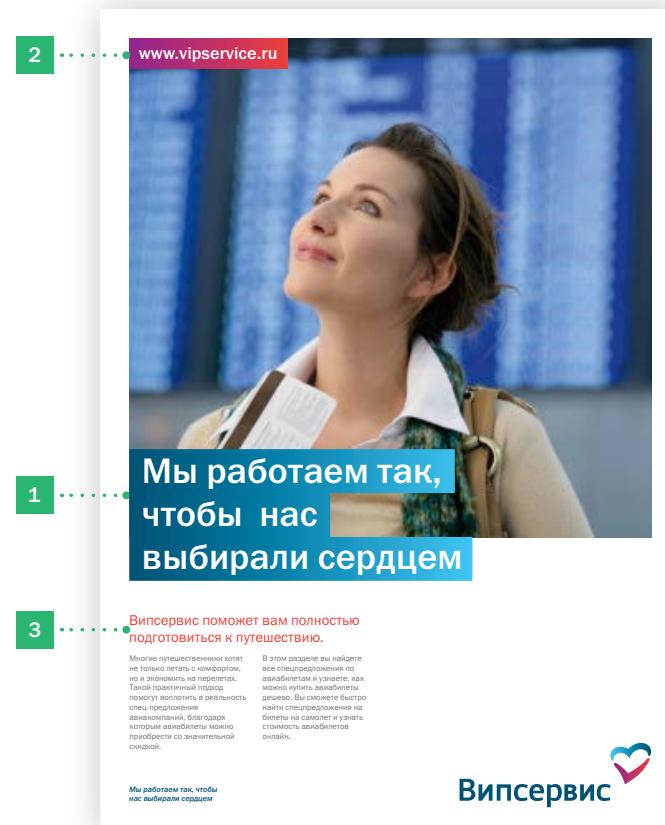
Белый цвет для заполнения свободного пространства.

2. Базовые элементы

2.4.3. Фирменные цвета | Использование фирменных цветов в тексте

Для текста предусмотрены две цветовые конфигурации:

- 1 Градиентный синий для основного текстового блока
- 2 Градиентный красный для вспомогательного блока
- 3 Красный для текстового акцента
- 4 Градиентный красный для основной текстового блока
- 5 Градиентный синий для вспомогательного блока
- 6 Темно-синий для текстового акцента

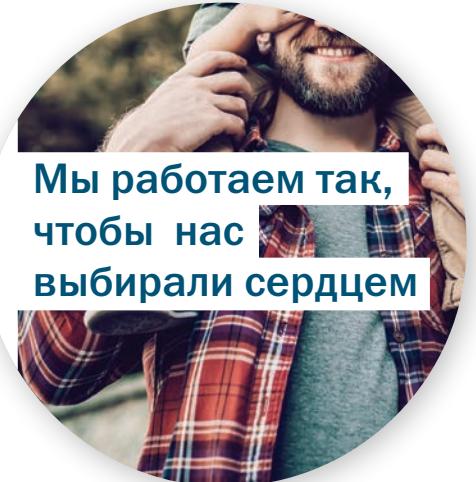
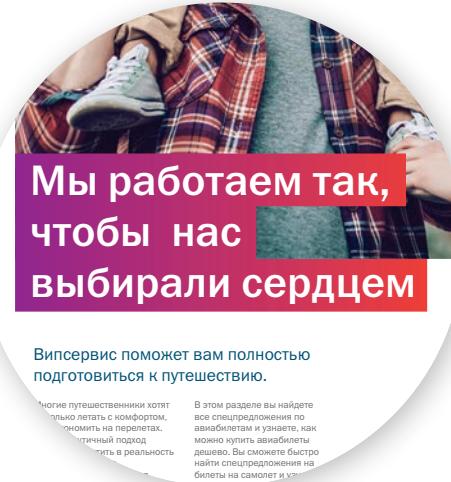
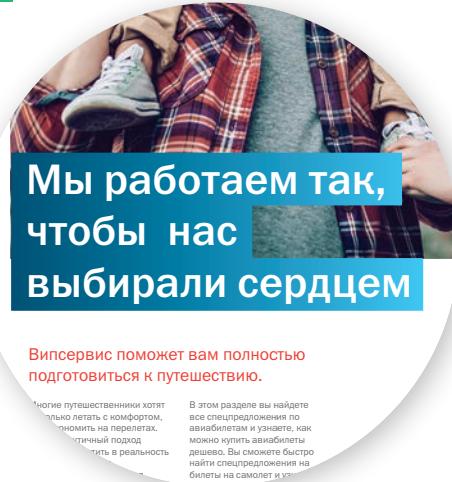


2. Базовые элементы

2.4.3. Фирменные цвета | Использование фирменных цветов в тексте

- 1 Текстовые блоки всегда окрашены в градиентный синий или градиентный красный. При размещении заголовков на фоне изображения допускается белый цвет текстовых блоков.

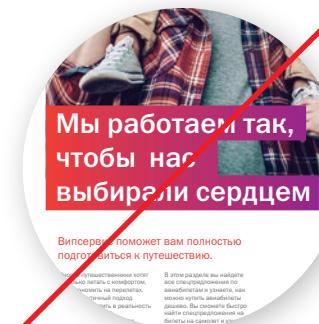
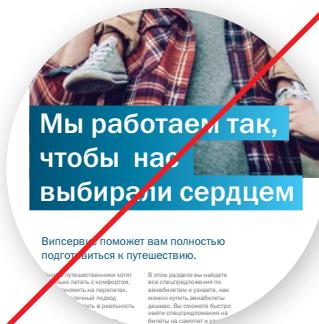
1



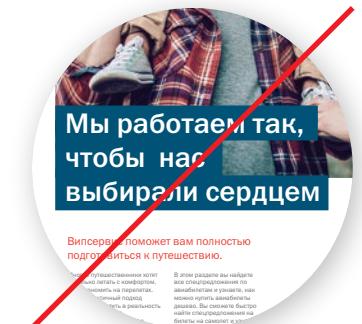
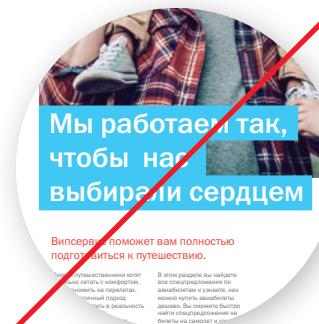
- 2 Градиентный фон текстового блока не должен совпадать с цветом текстового акцента.

- 3 Текстовый блок может быть окрашен только в градиент.

2



3

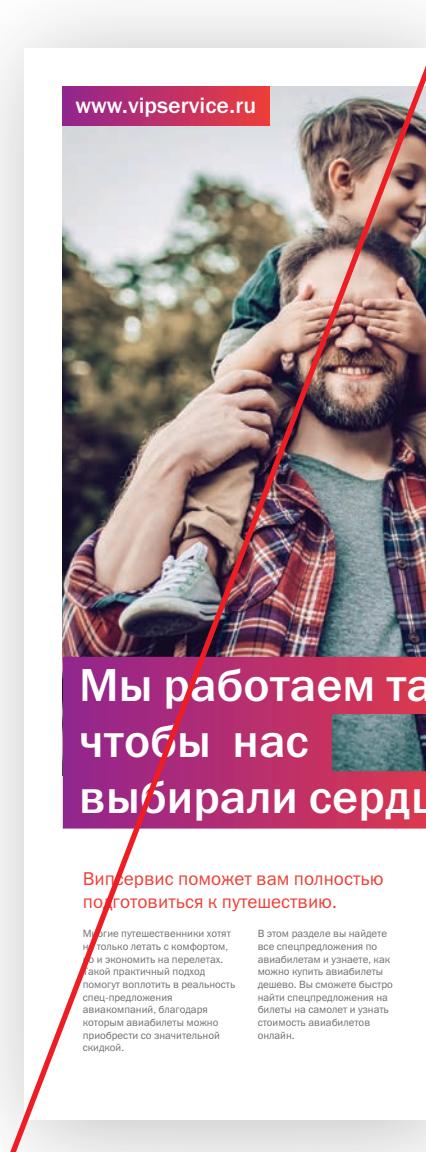
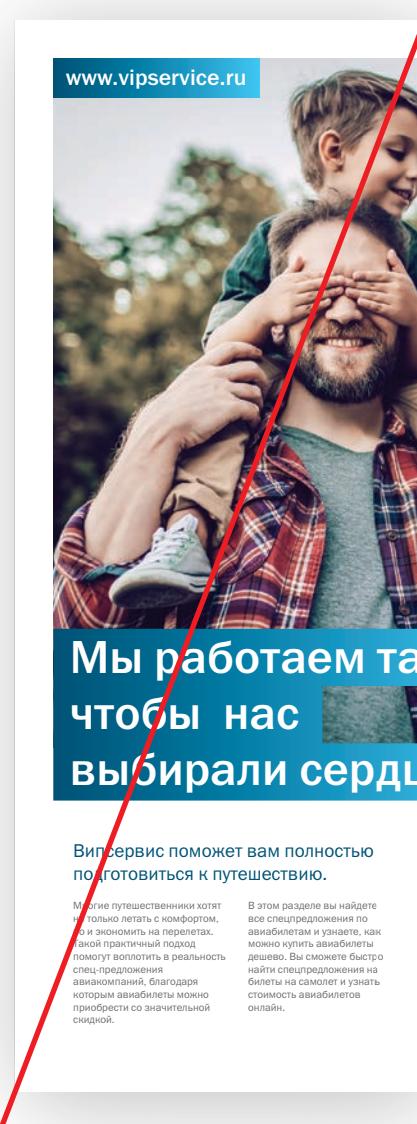


2. Базовые элементы

2.4.3. Фирменные цвета | Использование фирменных цветов в тексте

- 4 Не используйте одинаковый цвет градиента для оформления верхнего и нижнего текстовых блоков.

4

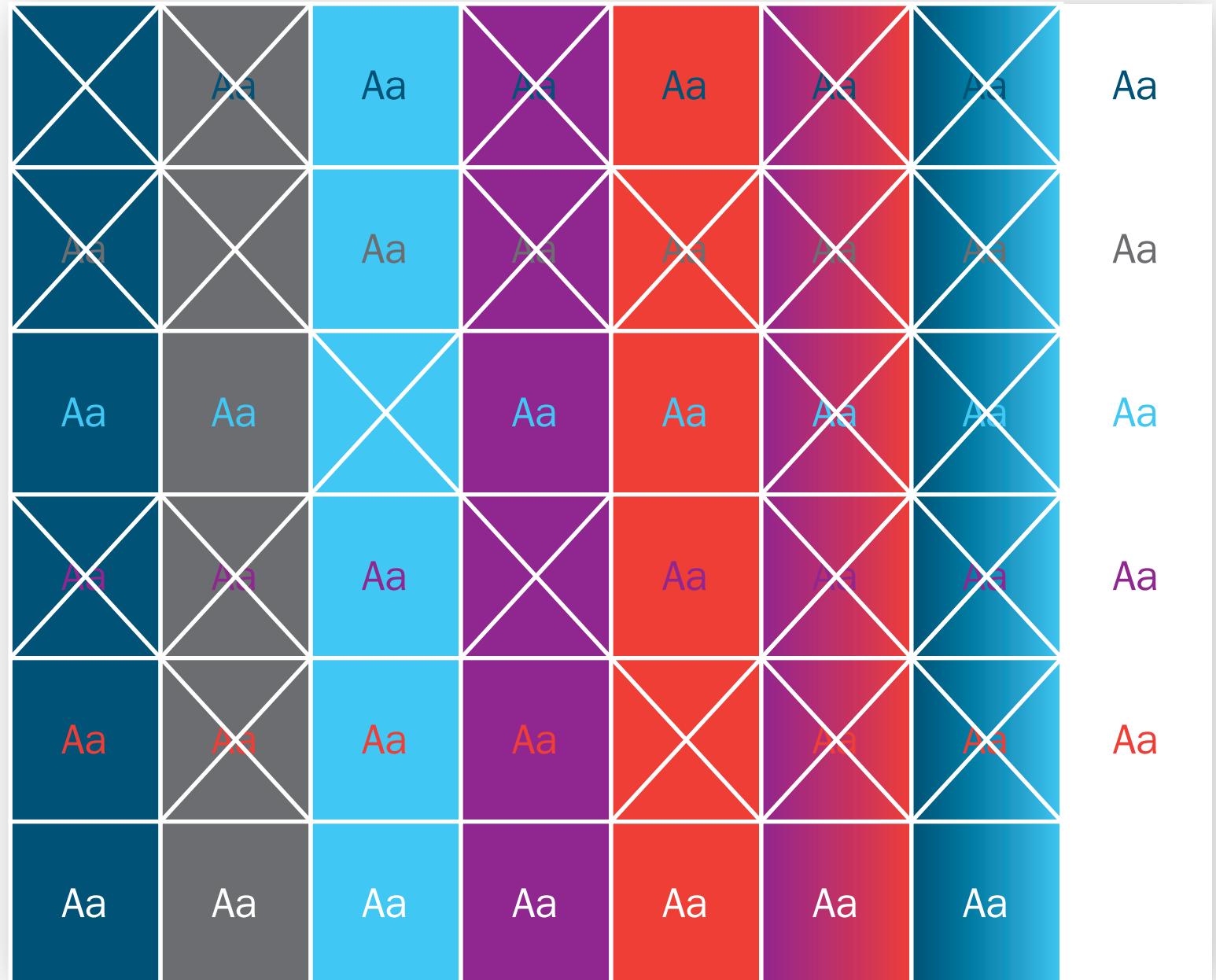


2. Базовые элементы

2.4.3. Фирменные цвета | Использование фирменных цветов в тексте

Vipservice
Guideline

Некоторые сочетания цветов
нечитаемы или просто не
привлекательно выглядят,
поэтому их использование
недопустимо.



2. Базовые элементы

2.5.1. Таблица и диаграмма | Диаграмм

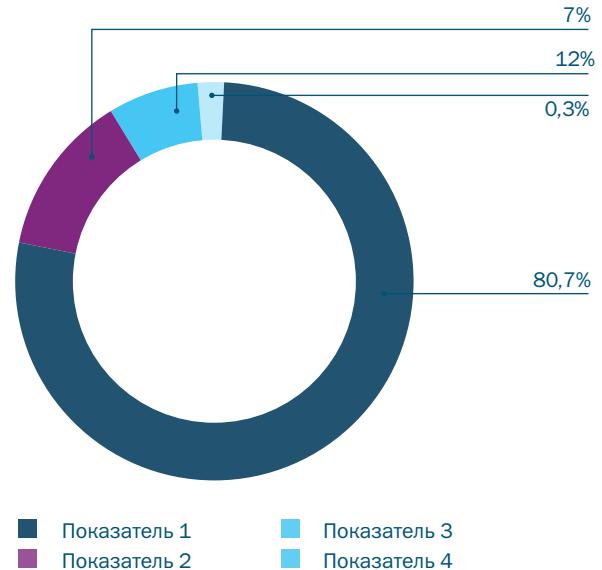
Заголовок

Шрифт: Franklin Gothic Medium

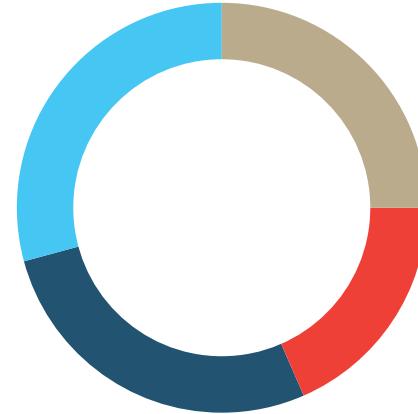
Показатели

Шрифт: Franklin Gothic Book

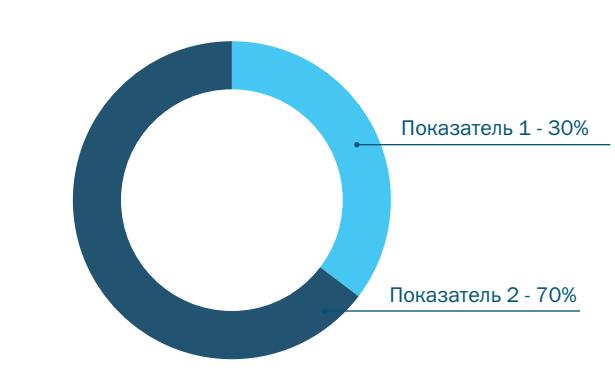
Диаграмма



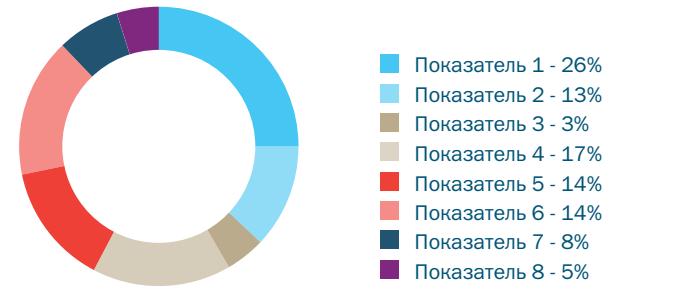
Диаграмма



2	[dark blue square]	[light blue square]					
3	[dark blue square]	[light blue square]	[red square]				
3	[dark blue square]	[light blue square]	[tan square]				
3	[light blue square]	[red square]	[tan square]				
4	[dark blue square]	[light blue square]	[red square]	[tan square]			
8	[dark blue square]	[purple square]	[light blue square]	[red square]	[pink square]	[tan square]	[light tan square]
5	[purple square]	Монохром					
5	[light blue square]	Монохром					
5	[red square]	[red square]	[red square]	[pink square]	[pink square]	Монохром	
5	[tan square]	Монохром					



Диаграмма



2. Базовые элементы

2.5.1. Таблица и диаграмма | Диаграмм

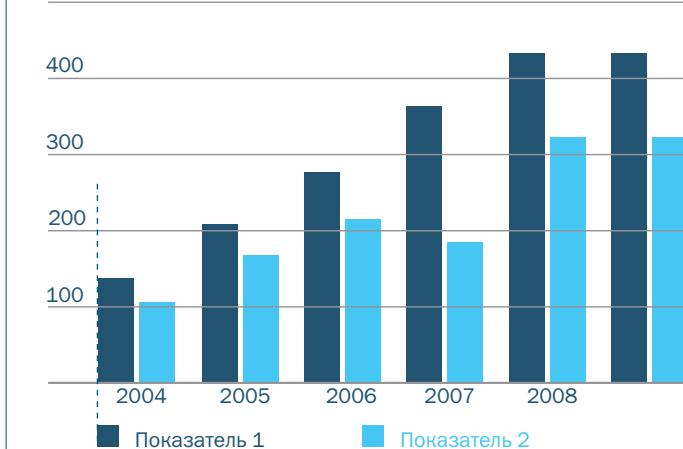
Заголовок

Шрифт: Franklin Gothic Medium

Показатели

Шрифт: Franklin Gothic Book

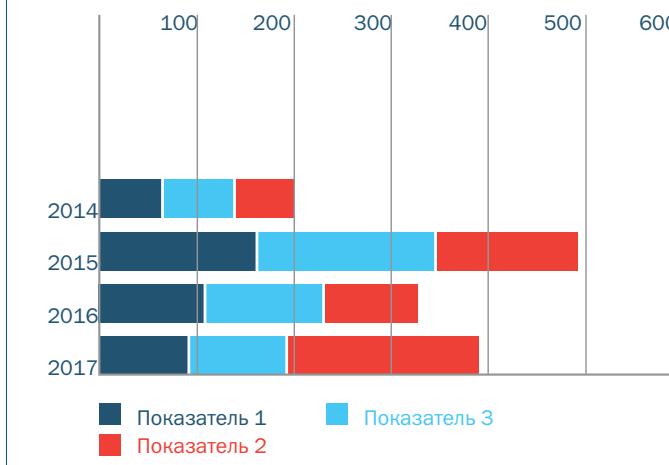
Диаграмма



Диаграмма



2	■	■						
3	■	■	■					
3	■	■	■					
3	■	■	■					
4	■	■	■	■				
8	■	■	■	■	■	■	■	
5	■	■	■	■	■	■	■	Монохром
5	■	■	■	■	■	■	■	Монохром
5	■	■	■	■	■	■	■	Монохром
5	■	■	■	■	■	■	■	Монохром



2. Базовые элементы

2.5.2. Таблица и диаграмма | Таблицы

Заголовок

Шрифт: Franklin Gothic Medium

Показатели

Шрифт: Franklin Gothic Book

Таблица 1

Ряд 1	Колонка 1	Колонка 2	Колонка 3	Колонка 4	Колонка 5
Подраздел	75.000	75.000	75.000	75.000	75.000
Подраздел	1.534	1.534	1.534	1.534	1.534
Подраздел	45.000	45.000	45.000	45.000	45.000
Подраздел	4.534	4.534	4.534	4.534	4.534
Подраздел	126.068	126.068	126.068	126.068	126.068
Ряд 2					
Подраздел	1.534	1.534	1.534	1.534	1.534
Подраздел	45.000	45.000	45.000	45.000	45.000
Подраздел	4.534	4.534	4.534	4.534	4.534
Подраздел	75.000	75.000	75.000	75.000	75.000
Подраздел	126.068	126.068	126.068	126.068	126.068

Таблица 2

Колонка 1	Колонка 2	Колонка 3		
		Раздел	Раздел	Раздел
Подраздел	Текст пример	456	456	456
Подраздел	Текст пример	4853	4853	4853
Подраздел	Текст пример	435	435	435

Таблица 1

Ряд 1	Колонка 1	Колонка 2	Колонка 3	Колонка 4	Колонка 5
Подраздел	75.000	75.000	75.000	75.000	75.000
Подраздел	1.534	1.534	1.534	1.534	1.534
Подраздел	45.000	45.000	45.000	45.000	45.000
Подраздел	4.534	4.534	4.534	4.534	4.534
Подраздел	126.068	126.068	126.068	126.068	126.068
Ряд 2					
Подраздел	1.534	1.534	1.534	1.534	1.534
Подраздел	45.000	45.000	45.000	45.000	45.000
Подраздел	4.534	4.534	4.534	4.534	4.534
Подраздел	75.000	75.000	75.000	75.000	75.000
Подраздел	126.068	126.068	126.068	126.068	126.068

Таблица 2

Колонка 1	Колонка 2	Колонка 3		
		Раздел	Раздел	Раздел
Подраздел	Текст пример	456	456	456
Подраздел	Текст пример	4853	4853	4853
Подраздел	Текст пример	435	435	435

4



8



5 Монохром



5 Монохром



5 Монохром



5 Монохром



2. Базовые элементы

2.6.1. Фотостиль | Обзор

Этот раздел был создан для обеспечения целостности дизайна всех материалов, в которых используется фотография.

Это инструмент для создания уникального визуального стиля с помощью фотографических изображений и придания индивидуальности бренду.

Данный раздел следует представлять фотографу и художественному руководителю при работе с фотографическими изображениями.

Разнообразие стилей фотографии стремится охватить все аспекты коммуникации бренда.



2. Базовые элементы

2.6.2. Фотостиль | Тематические подборки

Субагентская сеть

Все фотографии в этом разделе должны быть связаны с темой субагентов.

Тематика:

Обязательное присутствие людей (минимум одного), взаимодействие между деловыми партнерами. Пожатие рук, обсуждения в коллективе, деловые встречи.

Атрибуты:

Мягкие, естественные тона, натуральный свет.

Перспектива:

Фронтальная либо с небольшим искажением вниз или вверх.



2. Базовые элементы

2.6.2. Фотостиль | Тематические подборки

Корпоративное обслуживание

Все фотографии в этом разделе должны быть связаны или иметь отношение к корпоративным услугам.

Данная тема может быть очень широкой в смысловом диапазоне и в используемых образах.

Тематика:

Обязательное присутствие людей (минимум одного), деловые отношения, рабочая среда или поездка, офисные пространства.

Атрибуты:

Более темные, премиальные тона, натуральный свет, местами возможен контрахур.

Перспектива:

Любая, без сильных искажений.



2. Базовые элементы

2.6.2. Фотостиль | Тематические подборки

Организация мероприятий

Все фотографии в этом разделе должны быть связаны или иметь отношение к организации мероприятия.

Тематика:

Обязательное присутствие людей (минимум одного), либо части тела людей (руки, голова). Сюжеты связанные с планированием событий, вовлечением команды, организации графиков.

Атрибуты:

Более светлые тона, общий вид изображении легкий и восторженный. Это относится не только к содержанию, но и к цветам и освещению изображений. Возможны цветовые акценты ярких цветов (не более 15% общей площади изображения)

Перспектива:

Любая, без сильных искажений. Возможно кадрирование с фокусом на определенный объект (календарь, монитор компьютера и т.д.)



2. Базовые элементы

2.6.2. Фотостиль | Тематические подборки

Онлайн-трэвел агентство

Все фотографии в этом разделе должны быть связаны или иметь отношение к онлайн-трэвелу.

Тематика:

Люди в момент взаимодействия с цифровой связью, либо сюжеты связанных с путешествиями в других смыслах, таких как багаж, аэро- порты и другие похожие визуальные отсылки.

Атрибуты:

Более светлые тона, общий вид изображения легкий и позитивный. Без ярких цветовых акцентов.

Перспектива:

Любая, без сильных искажений. Возможно кадрирование с фокусом на определенный объект (чемодан, монитор компьютера и т.д.)



2. Базовые элементы

2.6.2. Фотостиль | Тематические подборки

Туристическое обслуживание

Все фотографии в этом разделе должны быть связаны с темой туристического обслуживания.

Тематика:

Обязательное присутствие людей (минимум двух), в контексте путешествия (в машине, на природе, в городе). Фоновым видом могут быть сюжеты разных туристических направлений или красивые пейзажи. Лучше избегать тематику аэропортов и ЖД станции.

Атрибуты:

Мягкие, пастельные, естественные тона, натуральный свет.
Ощущение «рекламной съемки».

Перспектива:

Любая, без сильных искажений.



2. Базовые элементы

2.6.2. Фотостиль | Тематические подборки

Учебный центр

Все фотографии в этом разделе должны быть связаны или иметь отношение к корпоративным учебным услугам.

Тематика:

Обязательное присутствие людей (либо группа минимум из трех людей, либо фокус только на одном человеке), корпоративная среда обучения. Можно показывать как команды, так и отдельных людей ведущих обучение. Они должны выглядеть легкими и дружелюбными и изображать общую приятную обстановку.

Атрибуты:

Естественные тона, натуральный свет, дружелюбная атмосфера.

Перспектива:

Любая, без сильных искажений.



2. Базовые элементы

2.6.2. Фотостиль | Тематические подборки

Коммерческая разработка

Все фотографии в этом разделе должны быть связаны или иметь отношение к корпоративным услугам.

Тематика:

Обязательное присутствие людей (минимум двух), корпоративная атмосфера, рабочая ситуация, демонстрация продукта либо командная встреча.

Атрибуты:

Более темные, премиальные тона, немного технологического, синего оттенка, местами возможен контражур.

Перспектива:

Любая, без сильных искажений

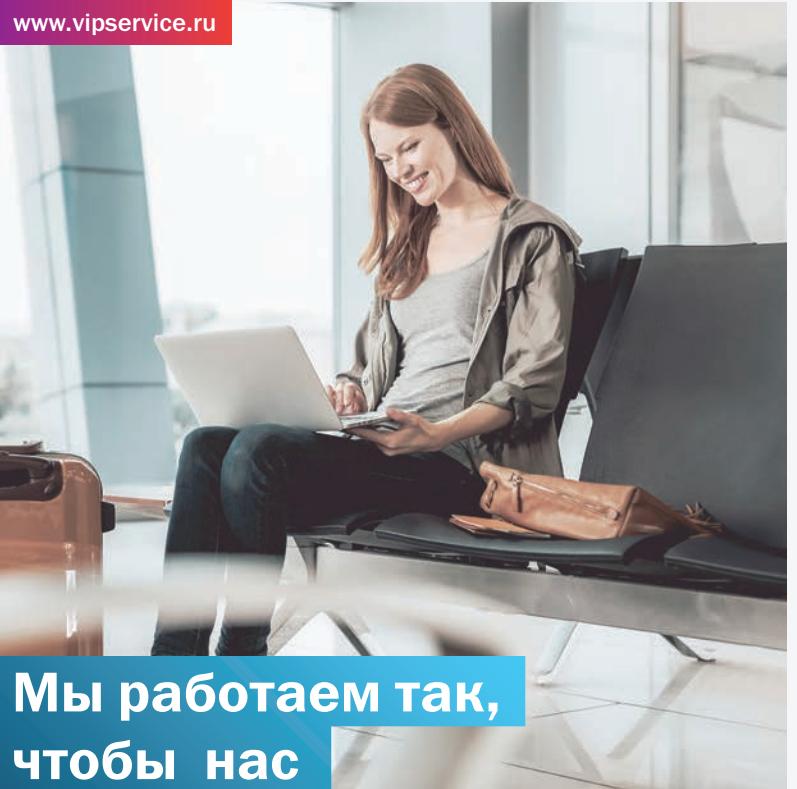


2. Базовые элементы

2.6.3. Фотостиль | Неправильное применение

- 1 Не рекомендуется использовать черно-белые фотографии.
- 2 Не рекомендуется использовать слишком яркие или пересвеченные тона.
- 3 Не рекомендуется подчеркивать объекты слишком яркими цветами (кроме описанного варианта в фото-стиле для организаций мероприятий).
- 4 Не рекомендуется использовать слишком светлые или слишком темные тона.
- 5 Не рекомендуется применять размытие фона.
- 6 Не рекомендуется применять размытие фона.





www.vipservice.ru

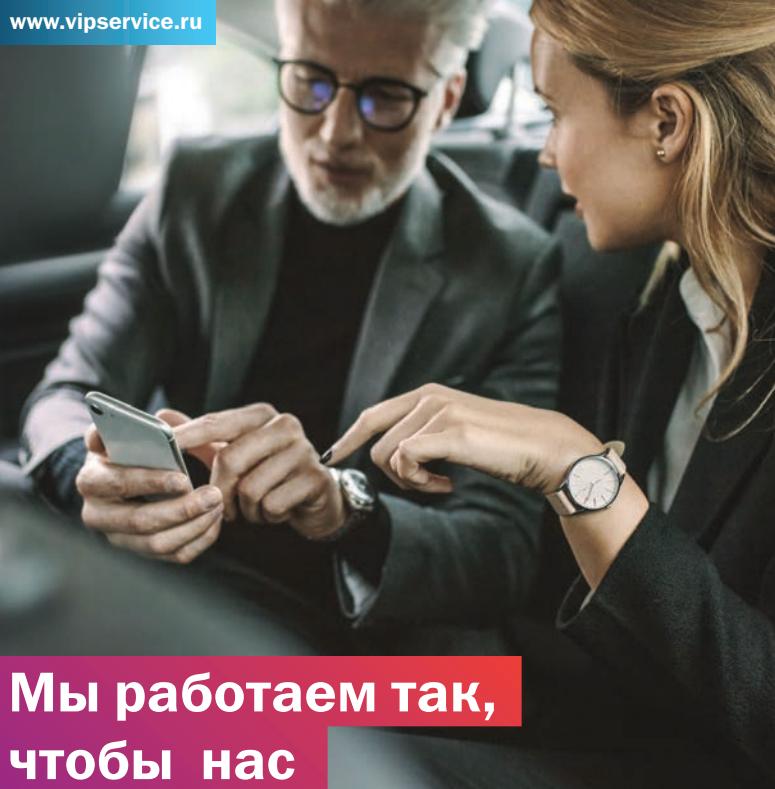
**Мы работаем так,
чтобы нас
выбирали сердцем**

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur
adipiscing elit, sed do eiusmod tempor
incididunt ut labore et dolore magna aliqua.
Ut enim ad minim veniam, quis nostrud
exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex
ea commodo consequat. Duis aute irure
dolor in reprehenderit in voluptate velit esse
cillum dolore eu fugiat nulla pariatur.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur
adipiscing elit, sed do eiusmod tempor
incididunt ut labore et dolore magna aliqua.
Ut enim ad minim veniam, quis nostrud
exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex
ea commodo consequat. Duis aute irure
dolor in reprehenderit in voluptate velit esse
cillum dolore eu fugiat nulla pariatur.

Випсервис 

Мы работаем так, чтобы
нас выбирали сердцем



www.vipservice.ru

**Мы работаем так,
чтобы нас
выбирали сердцем**

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur
adipiscing elit, sed do eiusmod tempor
incididunt ut labore et dolore magna aliqua.
Ut enim ad minim veniam, quis nostrud
exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex
ea commodo consequat. Duis aute irure
dolor in reprehenderit in voluptate velit esse
cillum dolore eu fugiat nulla pariatur.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur
adipiscing elit, sed do eiusmod tempor
incididunt ut labore et dolore magna aliqua.
Ut enim ad minim veniam, quis nostrud
exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex
ea commodo consequat. Duis aute irure
dolor in reprehenderit in voluptate velit esse
cillum dolore eu fugiat nulla pariatur.

Випсервис 

Мы работаем так, чтобы
нас выбирали сердцем

2. Базовые элементы

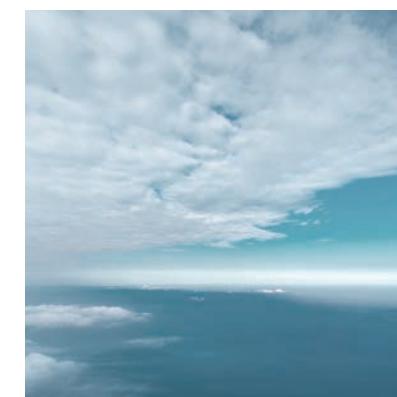
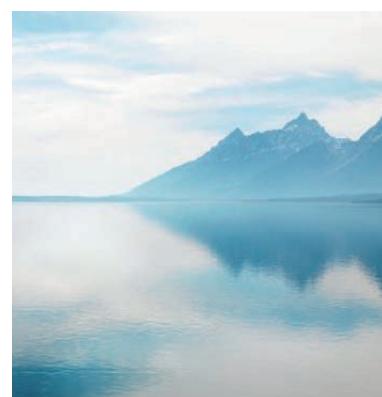
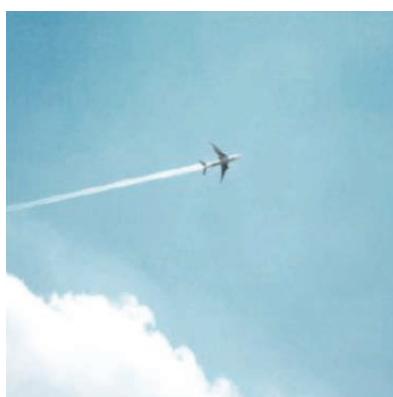
2.6.5. Фотостиль | Вторичный стиль изображений

Вторичный фотографический стиль в большей степени решает декоративные задачи. Он используется в тех случаях, когда основной фотографический стиль вызывает ощущение тяжести.

Носителями и ситуациями использования вторичного стиля могут быть:

- Фоны
- Интернет-баннеры
- Брендированные помещения
- Любые поверхности, на которой желательно разместить изображение, больше напоминающее орнамент

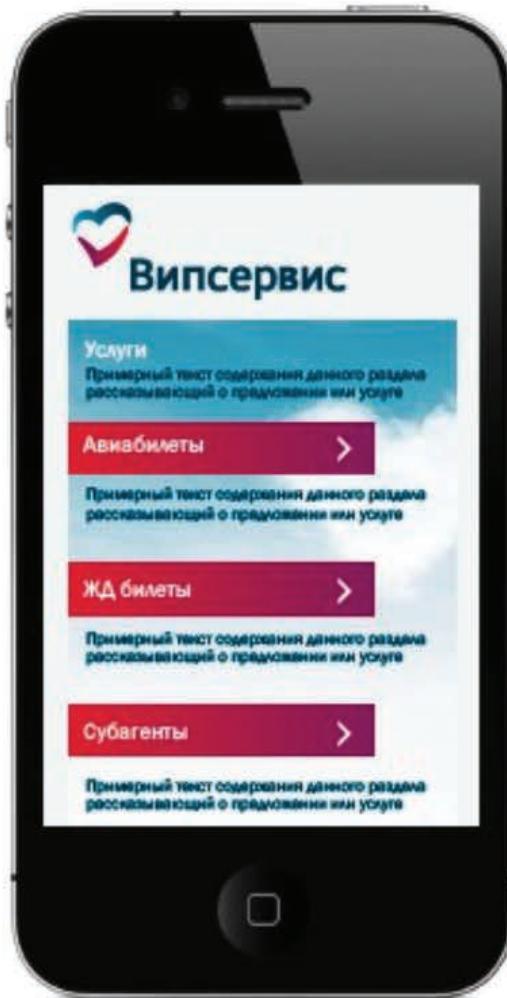
Вторичный стиль состоит из очень ярких изображений на тему путешествия. При выборе фото материала следует избегать контрастных изображений, преобладающими цветами должны быть голубой и теплые нейтральные тона. Композиция простая и не многоплановая.



2. Базовые элементы

2.6. Фотостиль | Вторичный стиль – Применение

Vipservice
Guideline



The desktop version of the Vipservice website. The header features the Vipservice logo and a search bar with 'Помощь' and 'OK' buttons. Below the header is a blue navigation bar with links: 'Компания', 'Партнерам', 'Авиабилеты', 'ЖД билеты', 'Корпорации', and 'Субагенты'. To the right of the navigation are social media icons. The main content area has a large blue banner with the text 'Лучшие способы путешествовать'. Below the banner are three columns of content: 'Предложения со всего света' (with a woman looking up), 'Эффективный бюджет' (with a woman holding money), and 'Союз' (with a plane flying). A sidebar on the right contains a flight search form with fields for 'Оригинальный' (Moscow), 'Направление' (Saint-Petersburg), 'Возраст' (18), 'Для с машиной' (0), 'Для без машины' (0), and 'Класс' (Economy). At the bottom, there's a section for 'Новинки' with a woman's photo and text about travel tips, and a section for 'Загрузите приложение для iPhone' with an iPhone icon.

2. Базовые элементы

2.6.7. Фотостиль | Фотосъемка мероприятий

При фотографировании событий основная цель состоит в том, чтобы получить естественные фотографии, которые отражают настроение момента.

- 1** Динамичная съемка: динамичные фотографии более интересны, чем люди, позирующие для фото. Нужно запечатлеть моменты, когда люди взаимодействуют друг с другом и участвуют в мероприятии.
- 2** Будьте ближе: сосредоточьтесь на людях (и их эмоциях), которые принимают участие в мероприятии, а не просто на большой толпе в комнате.
- 3** Нужно уделить внимание кадрированию и фокусному расстоянию: это добавит глубину и жизнь к фотографии.
- 4** Добавление необычных углов съемки: это добавит динамику и энергии.



Мы работаем так, чтобы нас выбирали сердцем

Випсервис поможет вам полностью подготовиться к путешествию.

Многие путешественники хотят не только летать с комфортом, но и экономить на перелетах. Такой практический подход помогут воплотить в реальность спецпредложения авиакомпаний, благодаря которым авиабилеты можно приобрести со значительной скидкой.

Мы работаем так, чтобы нас выбирали сердцем

www.vipservice.ru

www.vipservice.ru

Мы работаем так, чтобы нас выбирали сердцем

Випсервис поможет вам полностью подготовиться к путешествию.

Многие путешественники хотят не только летать с комфортом, но и экономить на перелетах. Такой практический подход помогут воплотить в реальность спецпредложения авиакомпаний, благодаря которым авиабилеты можно приобрести со значительной скидкой.

Мы работаем так, чтобы нас выбирали сердцем

www.vipservice.ru

Мы работаем так, чтобы нас выбирали сердцем

Випсервис

Мы работаем так, чтобы нас выбирали сердцем

www.vipservice.ru

Мы работаем так, чтобы нас выбирали сердцем

Мы работаем так, чтобы нас выбирали сердцем

Випсервис поможет вам полностью подготовиться к путешествию.

Многие путешественники хотят не только летать с комфортом, но и экономить на перелетах. Такой практический подход поможет воплотить в реальность спецпредложения авиакомпаний, благодаря которым авиабилеты можно приобрести со значительной скидкой.

www.vipservice.ru

Мы работаем так, чтобы нас выбирали сердцем

Мы работаем так, чтобы нас выбирали сердцем

Випсервис

Мы работаем так, чтобы нас выбирали сердцем

www.vipservice.ru

Мы работаем так, чтобы нас выбирали сердцем

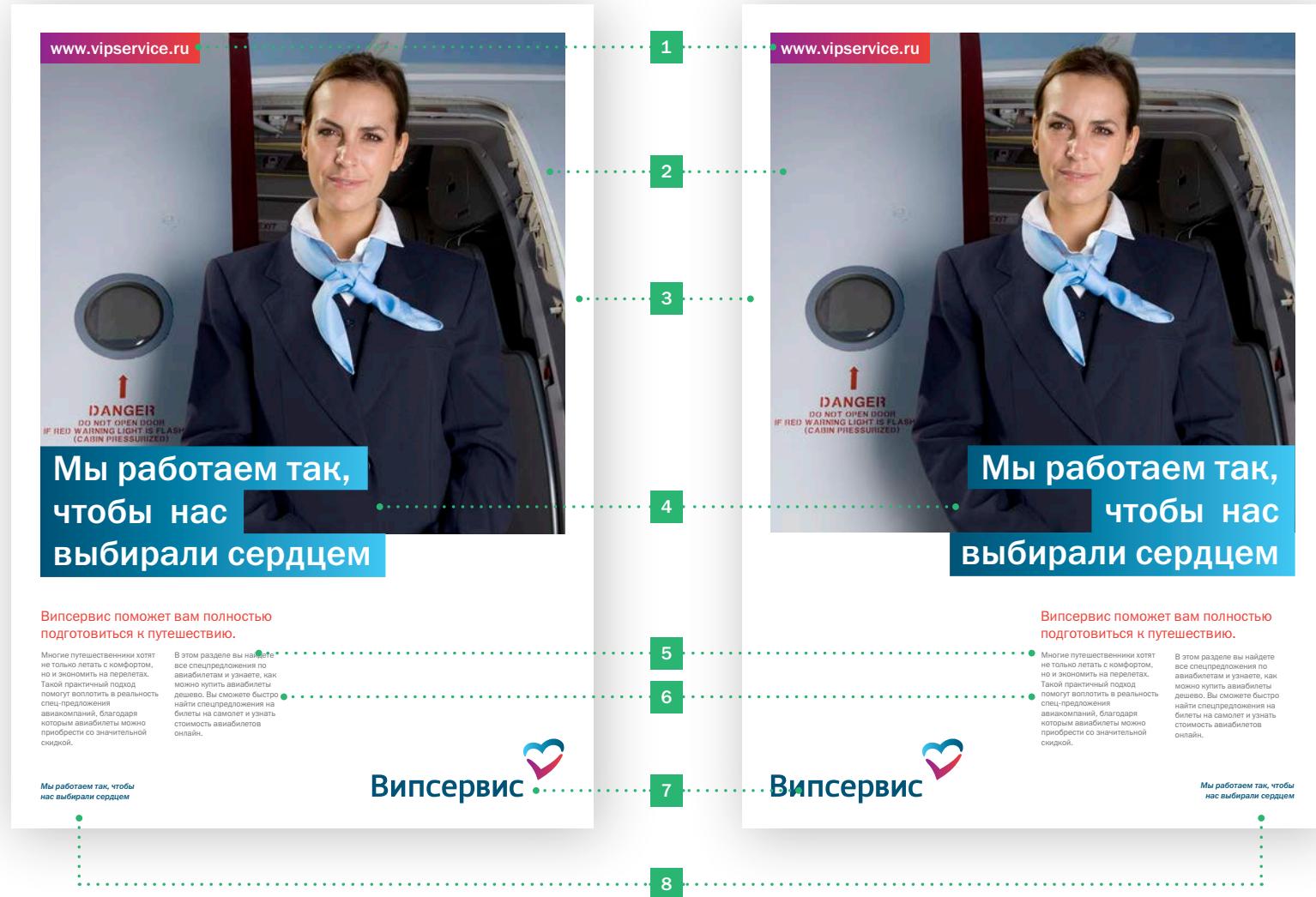
Випсервис

2. Базовые элементы

2.7.2. Дизайн-система | Дизайн элементы

Дизайн-система Випсервис
состоит из дизайн-элементов,
специально разработанных для
следующего функционала:

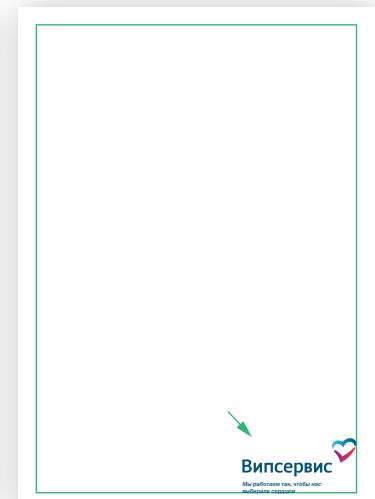
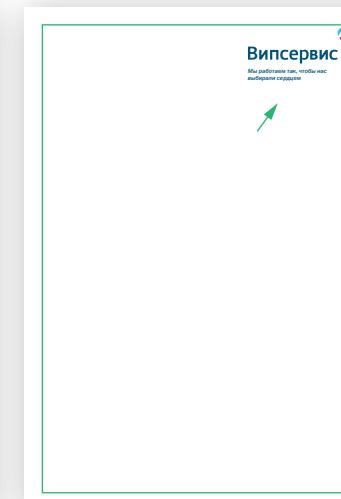
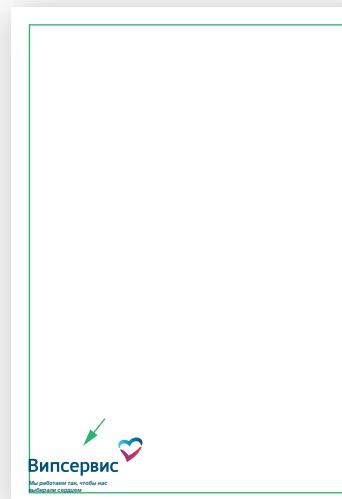
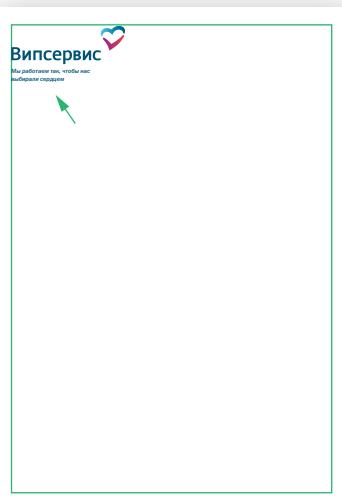
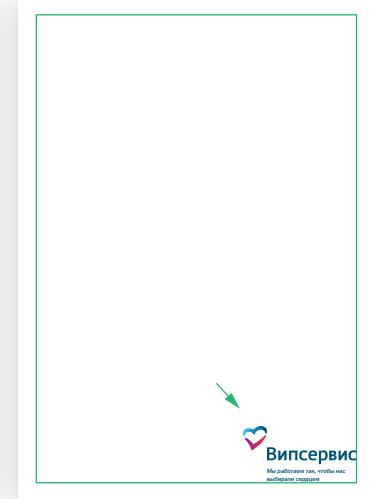
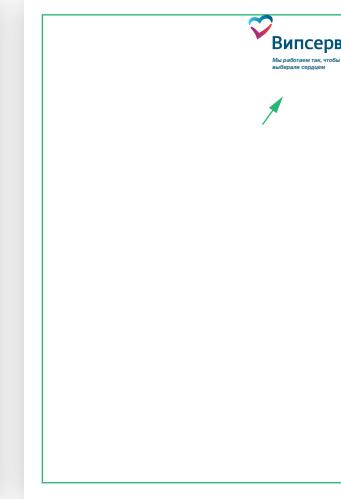
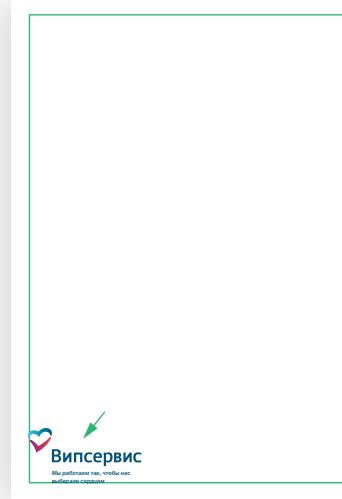
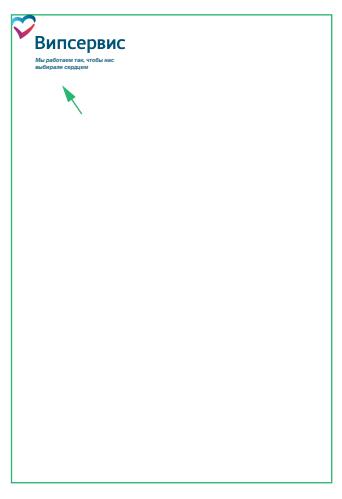
- 1 Вэбсайт
- 2 Изображение героев сюжета в основном стиле фотографии
- 3 Белое поле вокруг всего формата
- 4 Текстовый блок
- 5 Первый уровень контента
- 6 Основной текст
- 7 Логотип
- 8 Слоган



2. Базовые элементы

2.7.3. Дизайн-система | Расположение логотипа

Логотип может быть помещен в любой из четырех углов формата, при этом примыкая к белому полю.



2. Базовые элементы

2.7.4. Дизайн-система | Вертикальный формат

Все вертикальные форматы формируются на основании сетки, состоящей из 28 горизонтальных модулей (28x).

Все дизайн-элементы и текстовые блоки располагаются в соответствии с образованной сеткой.

Системой предусмотрены поля, равные величине 1x с каждой стороны формата.

Корпоративный знак

Высота: 2x

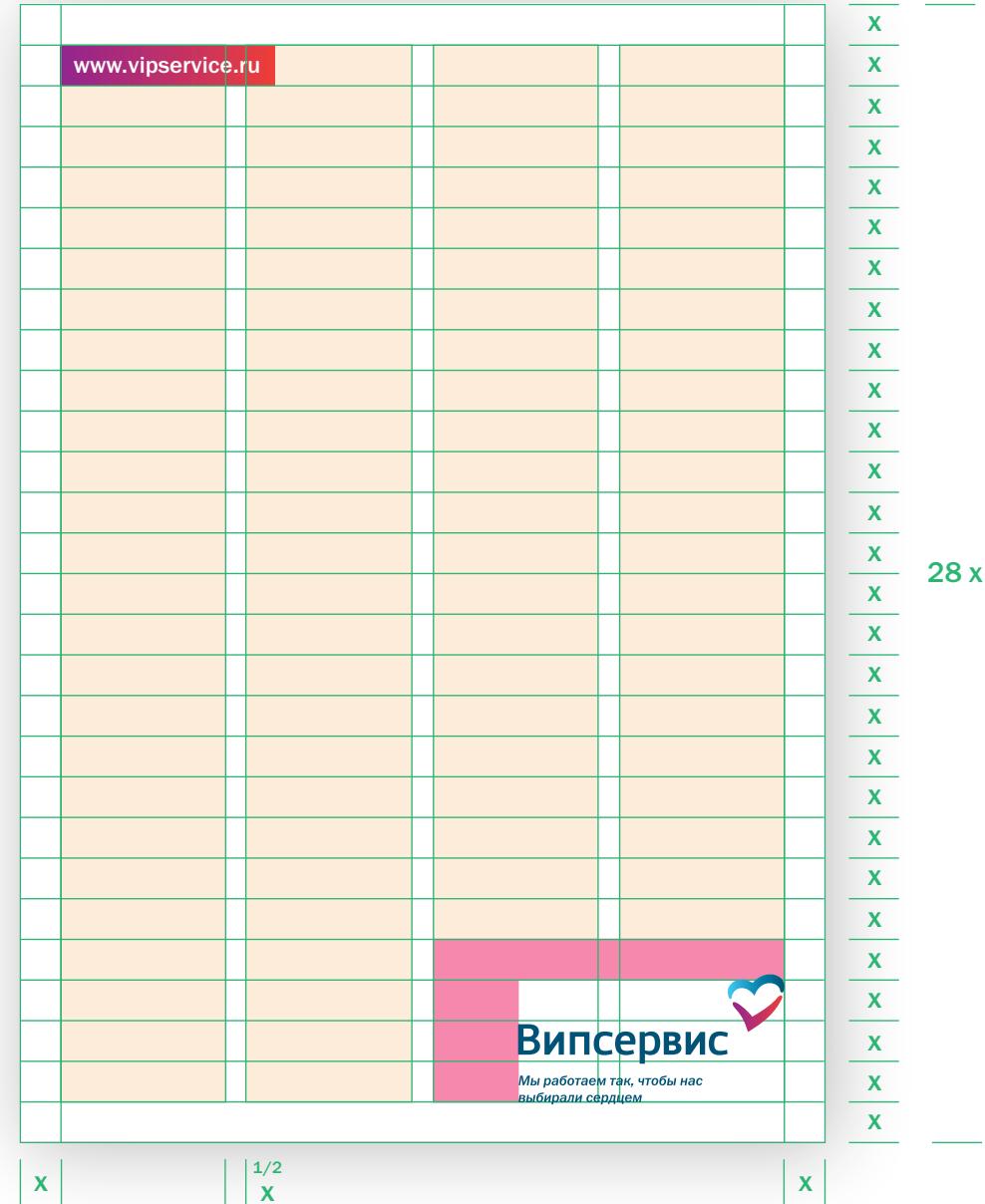
*Для некоторых форматов, таких как билборд, роллапы и т.д. логотип может быть увеличен в высоту до величины, равной 3x.

Веб адрес:

Веб адрес располагается внутри цветной вставки. Высота цветной вставки равна величине 1x. Веб адрес располагается на противоположной от места размещения логотипа стороне.

Текстовые колонки

Формат разделен на 4 колонок внутри сетки. Расстояние между двумя колонками равно 1/2x.



2. Базовые элементы

2.7.4. Дизайн система I Вертикальный формат

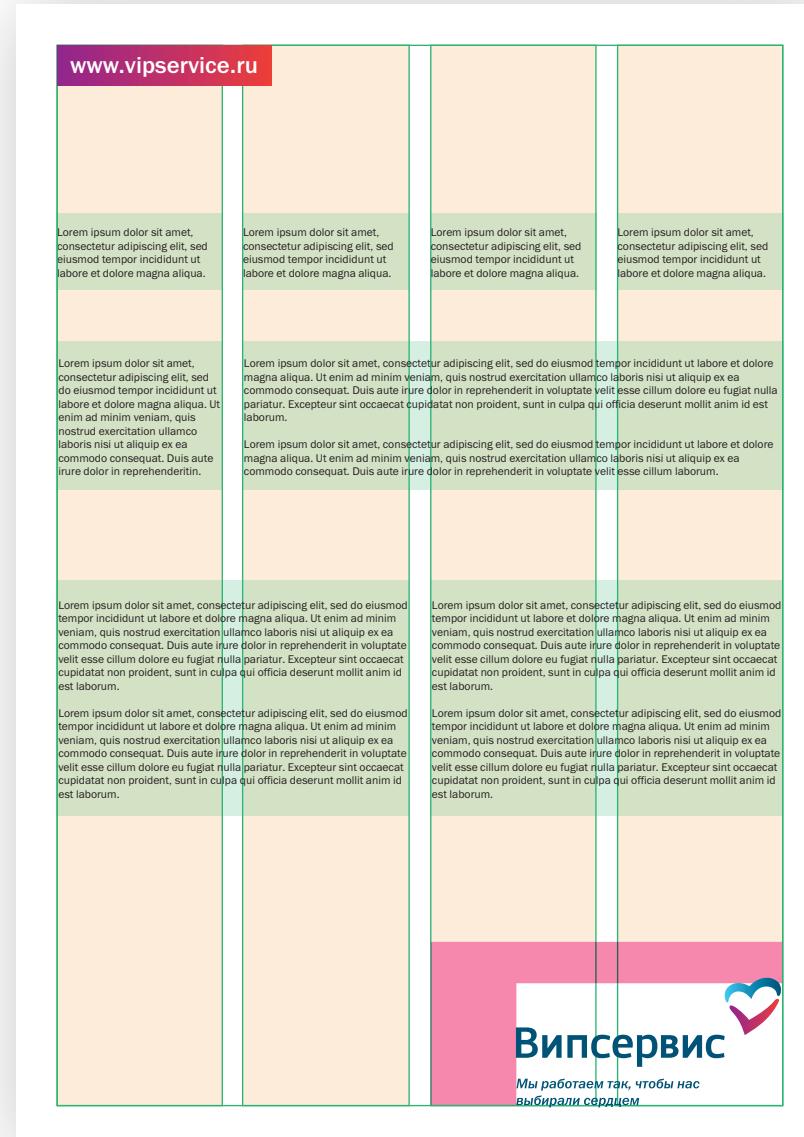
Применение сетки, построенной на 4 колонках обеспечивает гибкость в построении макетов, так как позволяет заполнять пространство текстом в 1,2,3,4 колонки.

Каждая колонка не должна содержать меньше 20 символов в строке. Такие узкие колонки могут применяться только для небольших текстовых блоков.

С другой стороны, колонка не должна содержать более 80 символов в строке.

Оптимальный размер строки в колонке — 50 символов.

Красная зона — охранное поле, эквивалентное или близкое к величине X.



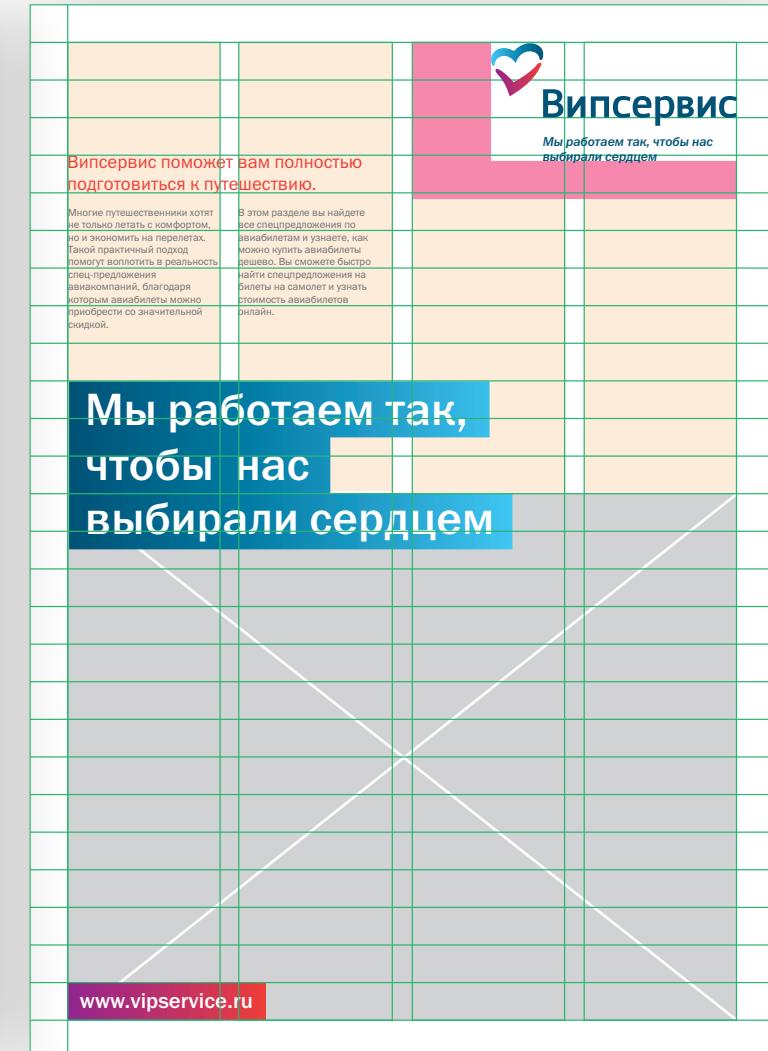
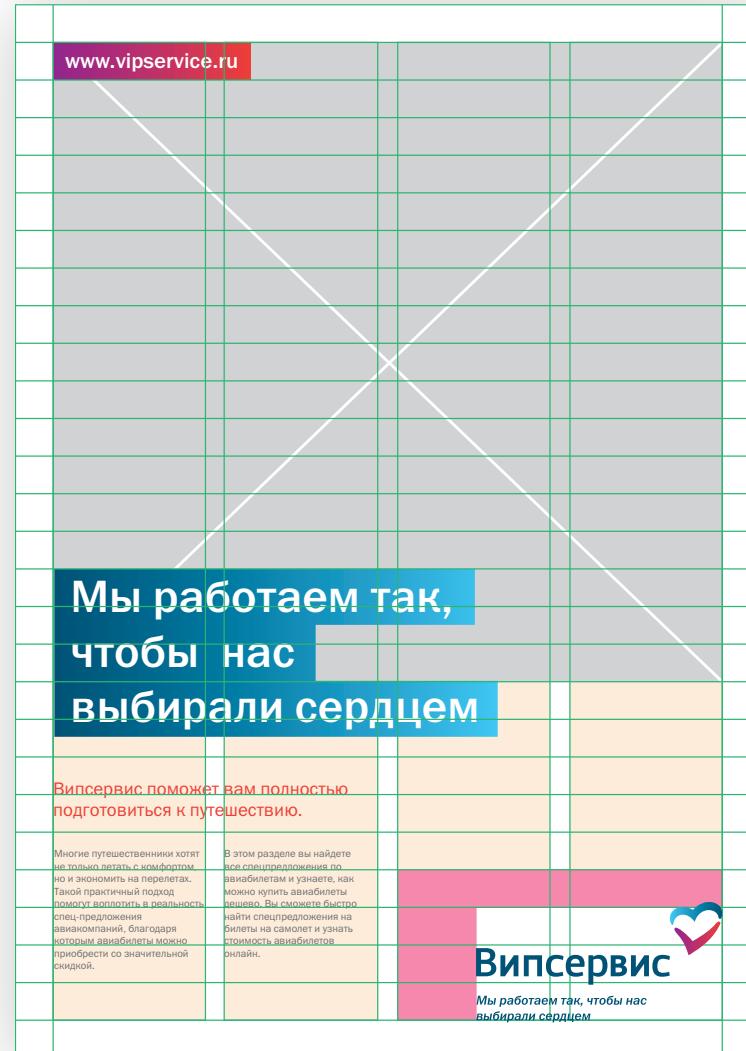
2. Базовые элементы

2.7.4. Дизайн системы | Вертикальный формат

Фото изображения могут размещаться в верхней или нижней части формата. В этом случае текст размещается на противоположной стороне формата.

Заголовок (саблайн) размещается между текстовым блоком и фото изображением (как показано на рисунке).

Размер текстового блока и фото изображения могут варьироваться в зависимости от характера контента.

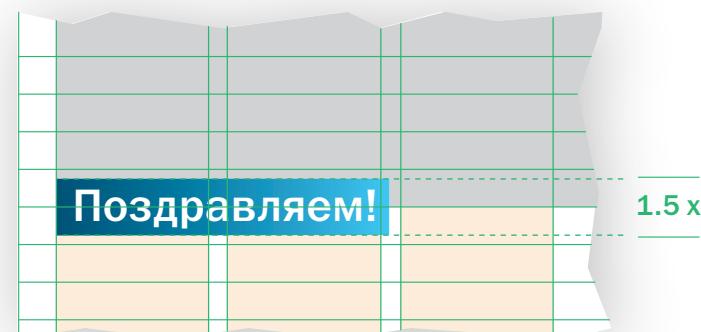
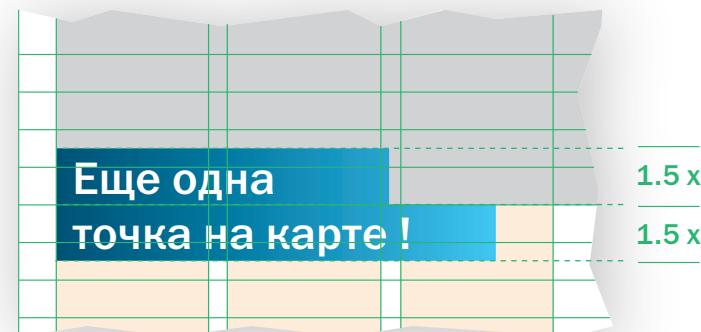
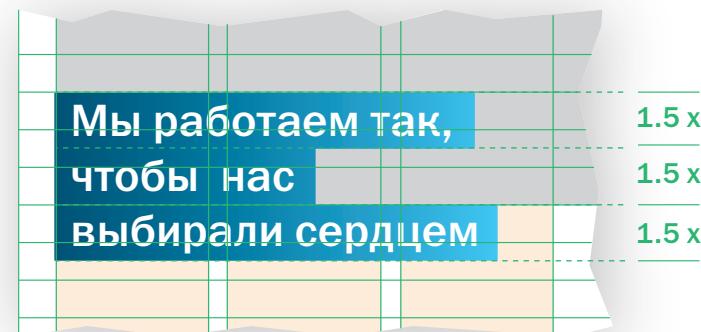


2. Базовые элементы

2.7.4. Дизайн система | Вертикальный формат

Размер титульного текстово-го блока равен 1,5x в каждой строке. Всегда одна из строк блока располагается в зоне фото изображения, а другая - в зоне текстового контента.

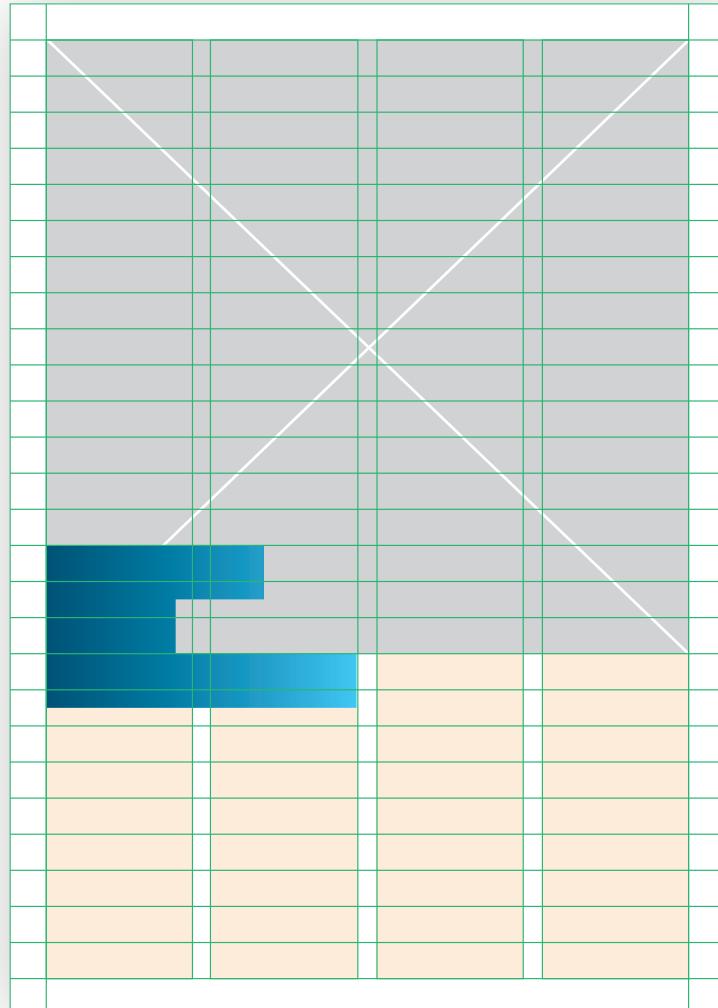
В том случае, когда титульный текст расположен в одну строку, эта строка размещается посередине обеих блоков.



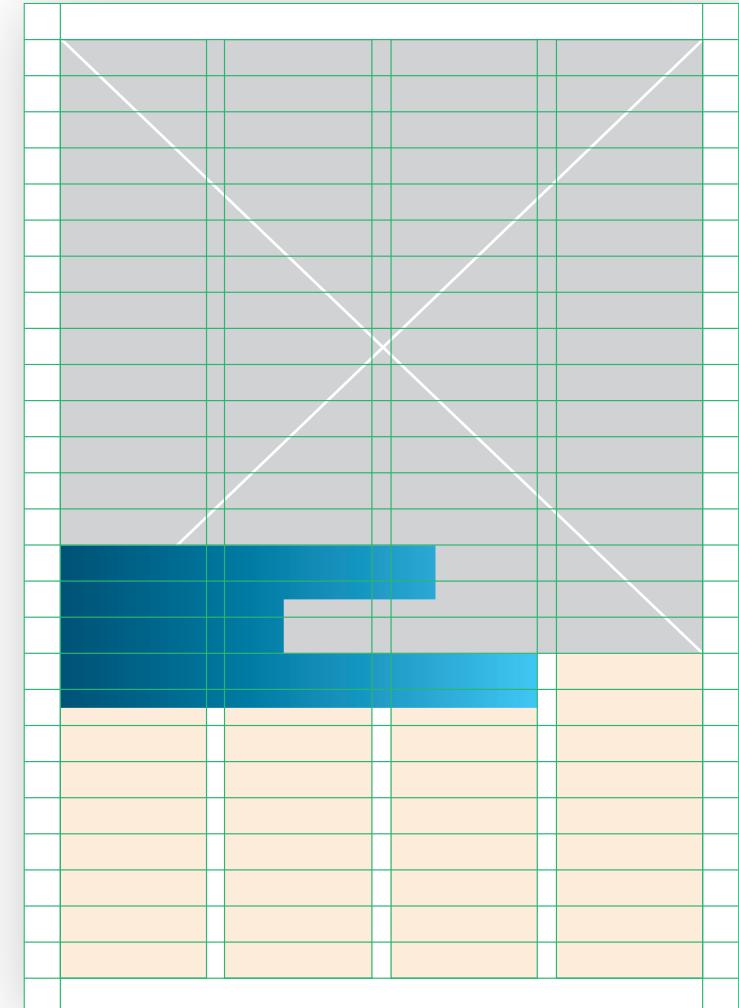
2. Базовые элементы

2.7.4. Дизайн система | Вертикальный формат

Не рекомендуется заверстывать
титульный текст шириной менее
чем 2 колонки и более чем 4.



minimum size



maximum size

2. Базовые элементы

2.7.4. Дизайн система | Вертикальный формат

Все вертикальные форматы формируются на основании сетки, состоящей из 28 горизонтальных модулей (28x).

Все дизайн-элементы и текстовые блоки располагаются в соответствии с образованной сеткой.

Системой предусмотрены поля, равные величине 1x с каждой стороны формата.

Корпоративный знак

Высота: 2x

*Для некоторых форматов, таких как билборд, роллапы и т.д. логотип может быть увеличен в высоту до величины, равной 3x.

Вэб адрес:

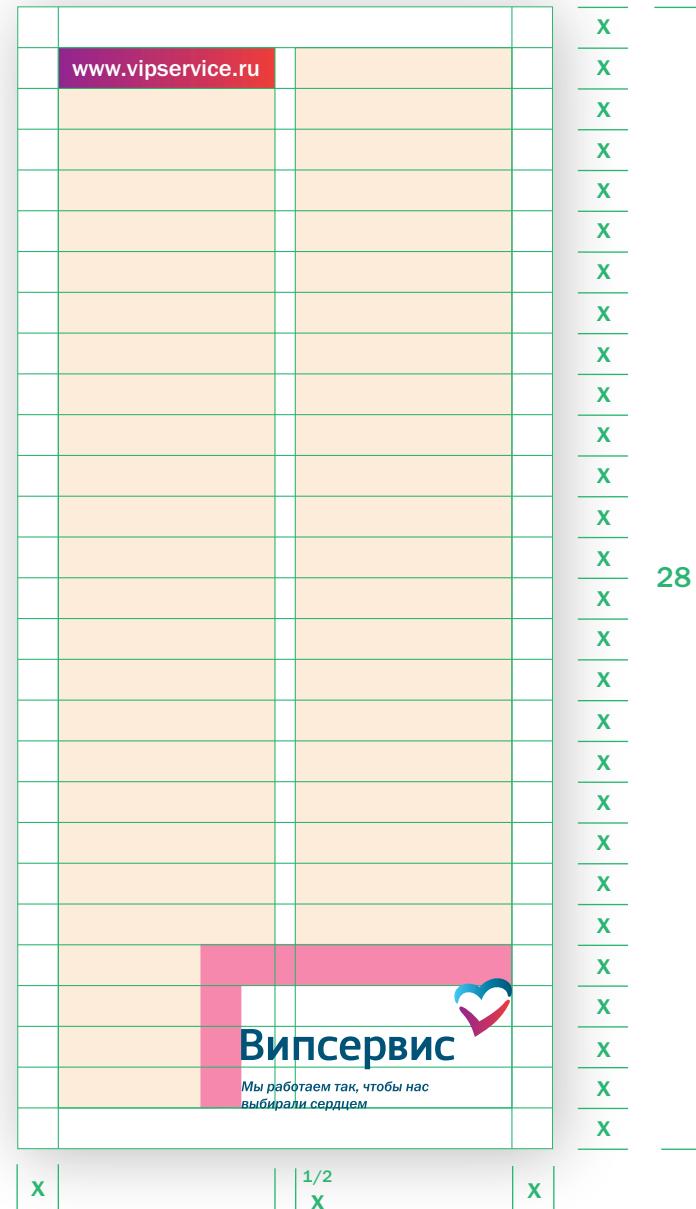
Вэб адрес располагается внутри цветной вставки. Высота цветной вставки равна величине 1x. Вэб адрес располагается на противоположной от места размещения логотипа стороне.

Текстовые колонки

Формат разделен на 2 колонки внутри сетки. Расстояние между двумя колонками равно 1/2x.

Текст может располагаться на ширину одной или двух колонок.

Красная зона: охранное поле, равное величине x.



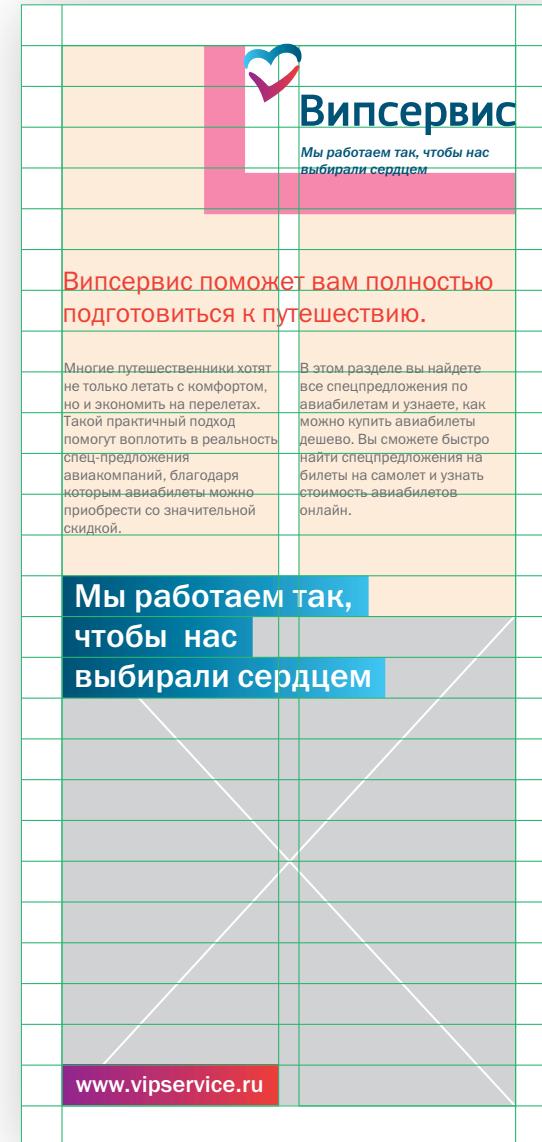
2. Базовые элементы

2.7.4. Дизайн системы I Вертикальный формат

Фото изображения могут размещаться в верхнем углу формата. В этом случае текст размещается на противоположной стороне формата.

Заголовок (саблайн) размещается между текстовым блоком и фото изображением (как показано на рисунке).

Размер текстового блока и фото изображения могут варьироваться в зависимости от характера контента.



2. Базовые элементы

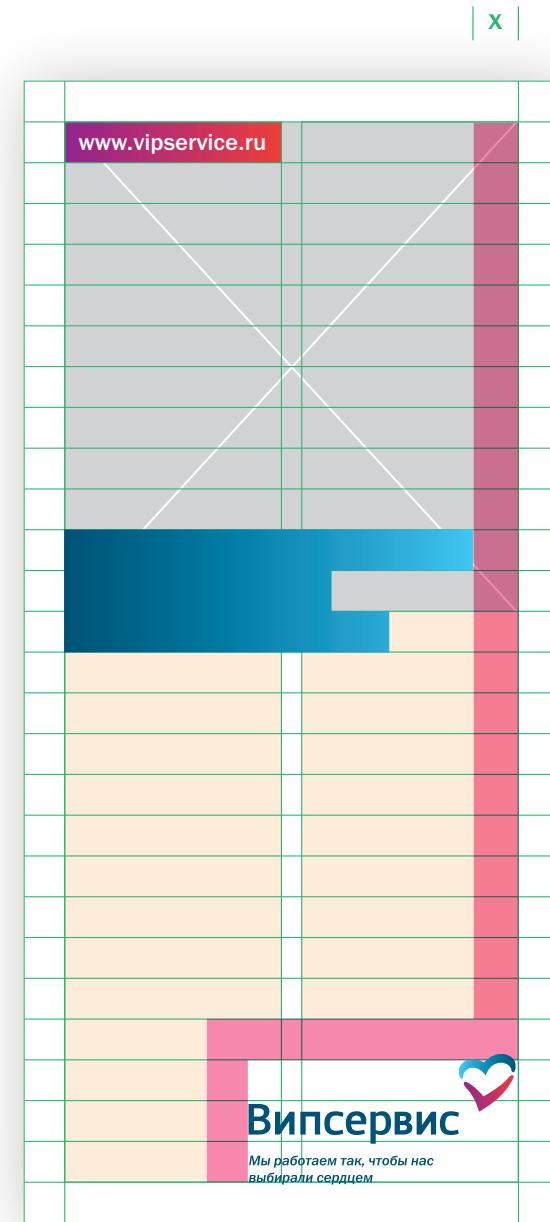
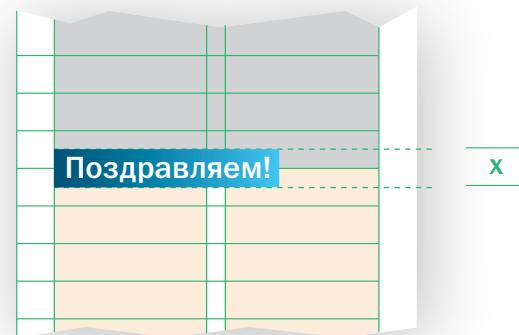
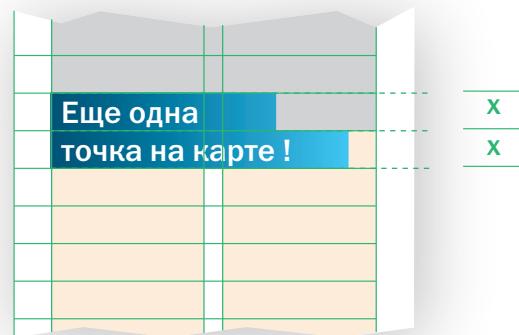
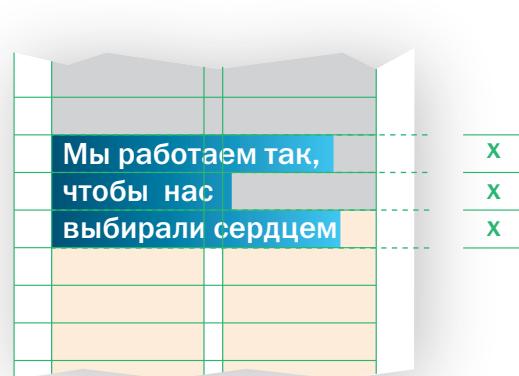
2.7.4. Дизайн система I Вертикальный формат

Высота титульного текстового блока равна 1 x в каждой строке. Всегда одна из строк блока располагается в зоне фото изображения, а другая - в зоне текстового контента.

В том случае, когда титульный текст расположен в одну строку, эта строка размещается посередине обеих блоков.

Титульный текстовый блок никогда не может заходить в красную зону.

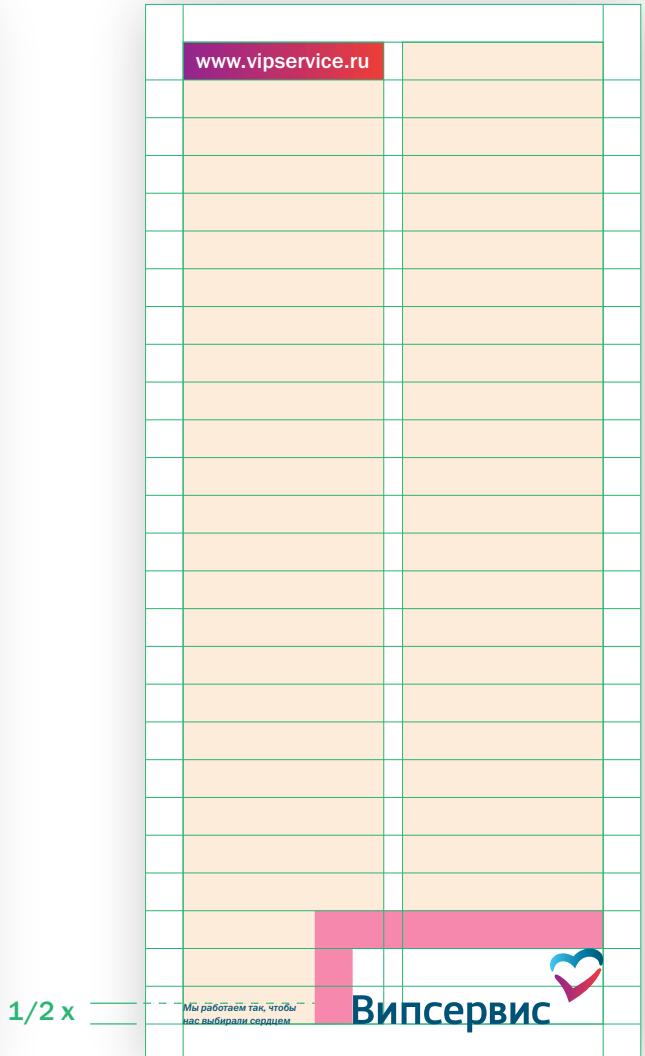
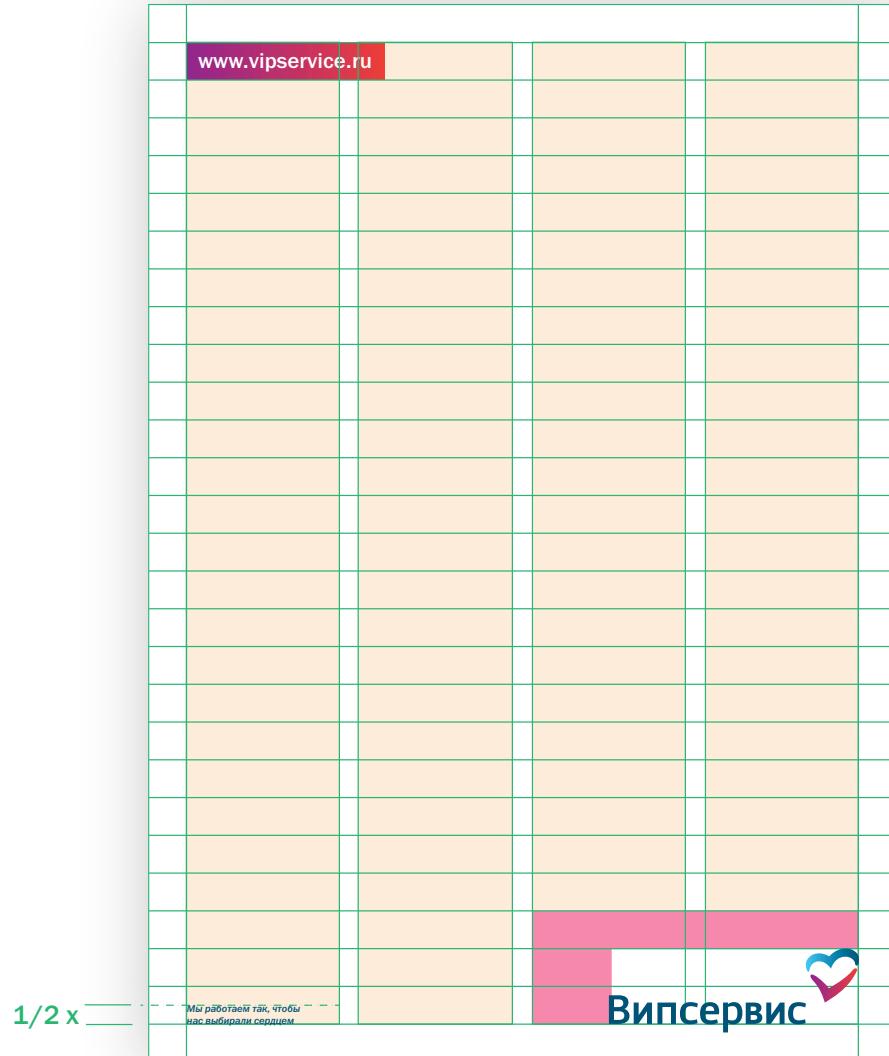
Красная зона — охранное поле, равное или близкое величине x.



2. Базовые элементы

2.7.4. Дизайн система | Вертикальный формат

Когда слоган расположен на противоположной стороне логотипа, высота слогана равна $1/2 x$. При необходимости слоган можно написать в одну строку.



2. Базовые элементы

2.7.5. Дизайн-система | Горизонтальный формат

Все горизонтальные форматы формируются на основании сетки, состоящей из 20 горизонтальных модулей (20x).

Все дизайн-элементы и текстовые блоки располагаются в соответствии с образованной сеткой.

Системой предусмотрены поля, равные величине 1x с каждой стороны формата.

Корпоративный знак

Высота: 2x

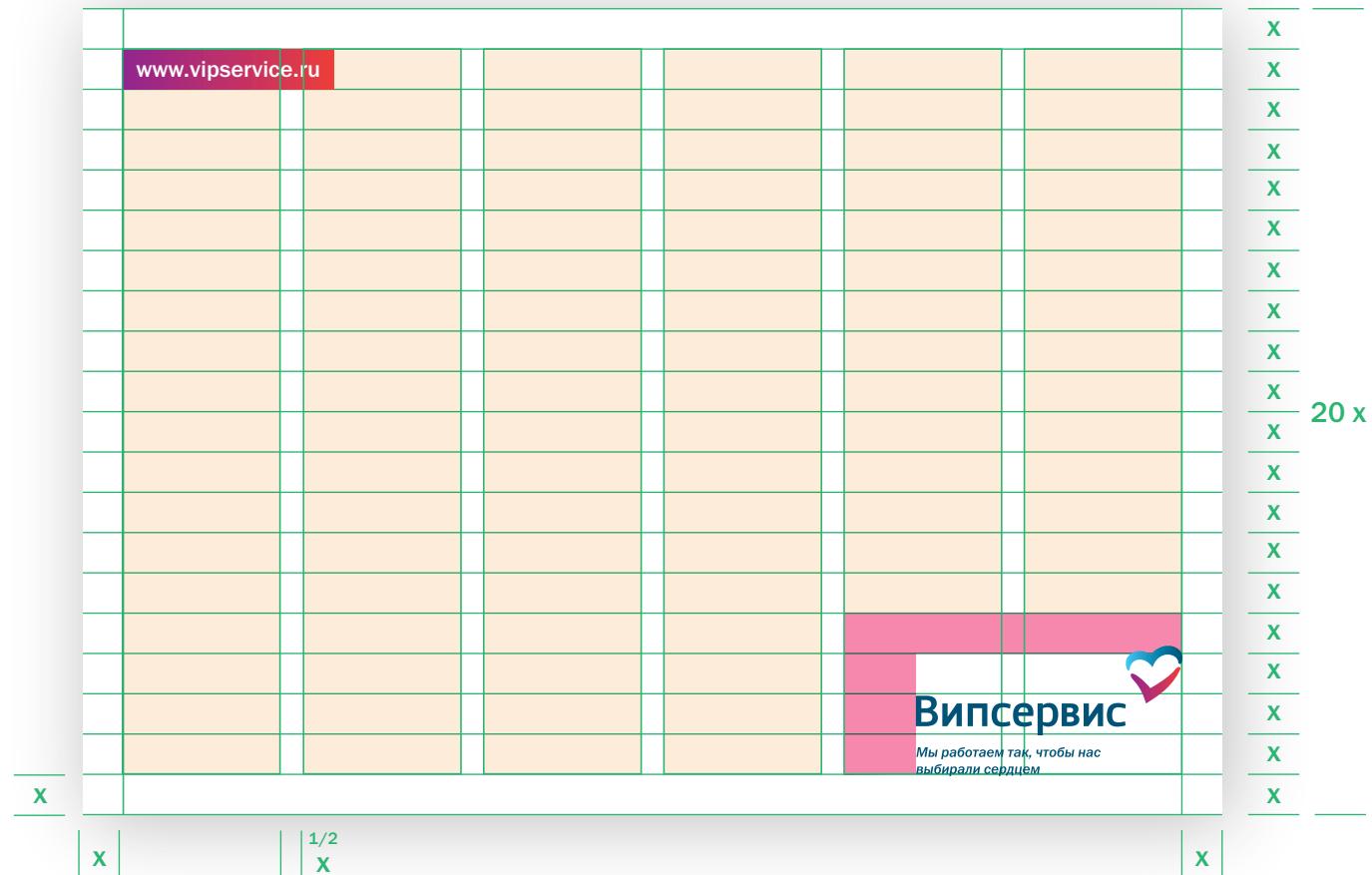
*Для некоторых форматов, таких как билборд, роллапы и т.д. логотип может быть увеличен в высоту до величины, равной 3x.

Вэб адрес:

Вэб адрес располагается внутри цветной вставки. Высота цветной вставки равна величине 1x. Вэб адрес располагается на противоположной от места размещения логотипа стороне.

Текстовые колонки

Формат разделен на 6 колонок внутри сетки. Расстояние между двумя колонками равно 1/2x.



2. Базовые элементы

2.7.5. Дизайн-система | Горизонтальный формат

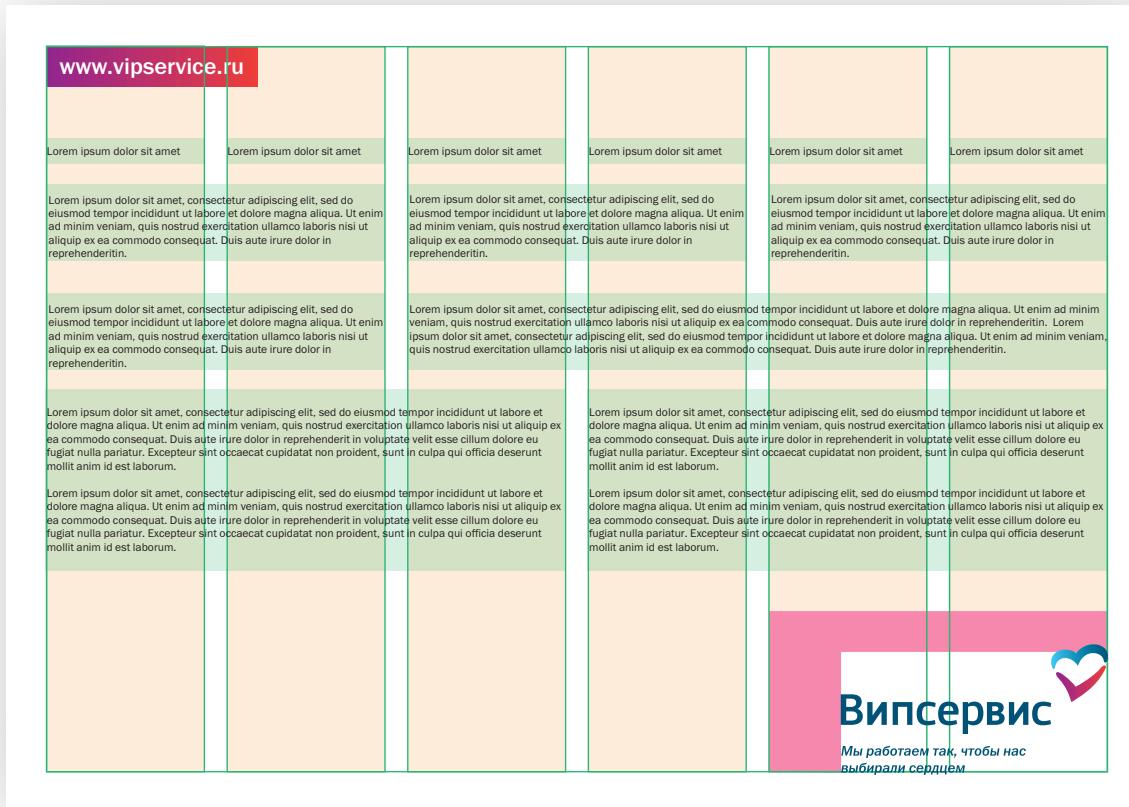
Применение сетки, построенной на 6 колонках обеспечивает гибкость в построении макетов, так как позволяет заполнять пространство текстом в 2,3 или 6 колонок.

Каждая колонка не должна содержать меньше 20 символов в строке. Такие узкие колонки могут применяться только для небольших текстовых блоков.

С другой стороны, колонка не должна содержать более 80 символов в строке.

Оптимальный размер строки в колонке — 50 символов.

Красная зона — охранное поле, эквивалентное или близкое к величине X.



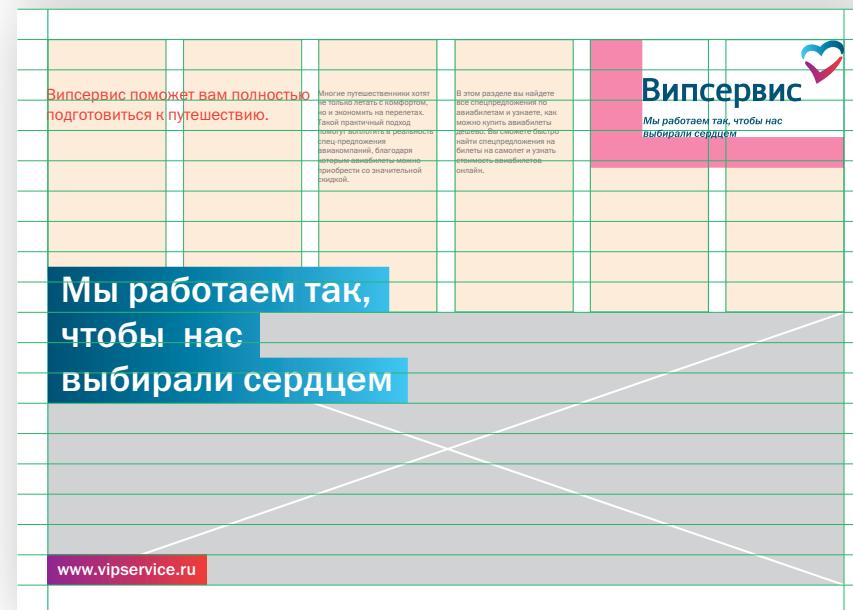
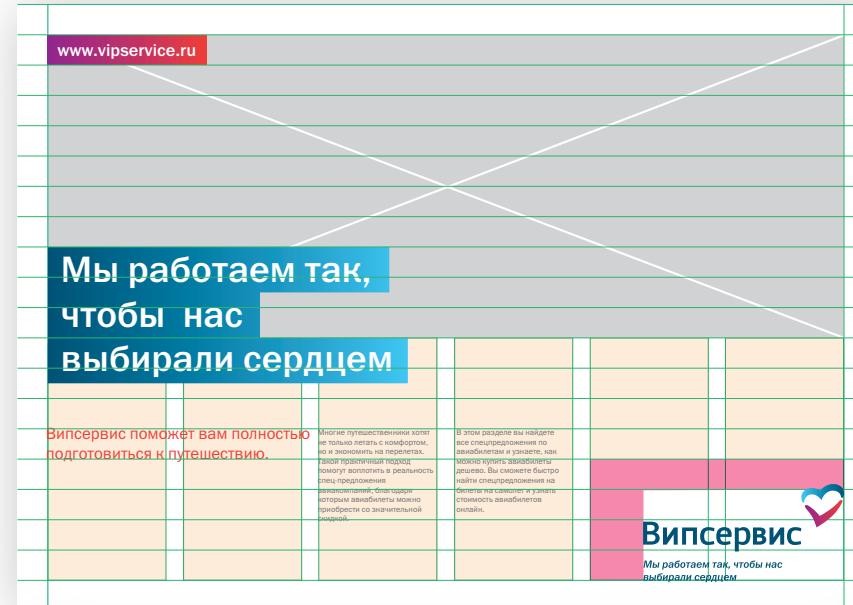
2. Базовые элементы

2.7.5. Дизайн-система | Горизонтальный формат

Фото изображения могут размещаться наверху или внизу формата. В этом случае текст размещается на противоположной стороне формата.

Заголовок (саблайн) размещается между текстовым блоком и фото изображением (как показано на рисунке).

Размер текстового блока и фото изображения могут варьироваться в зависимости от характера контента.

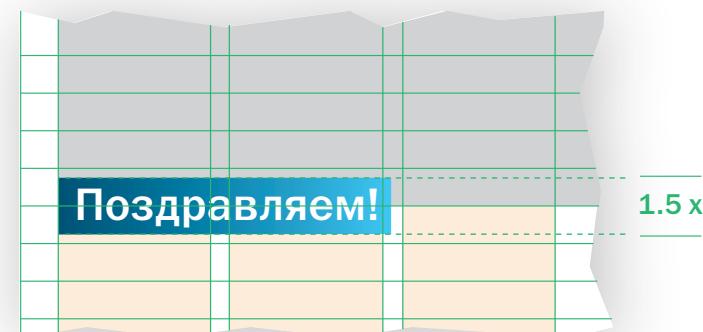
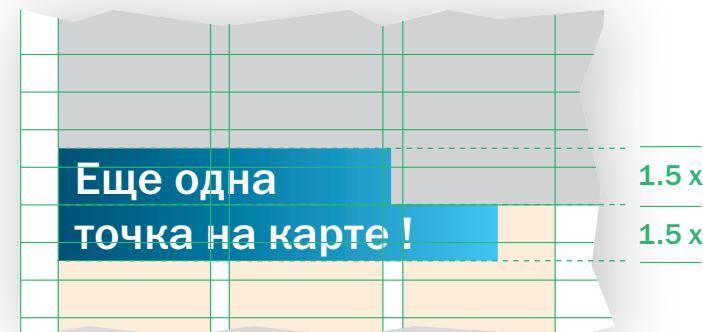
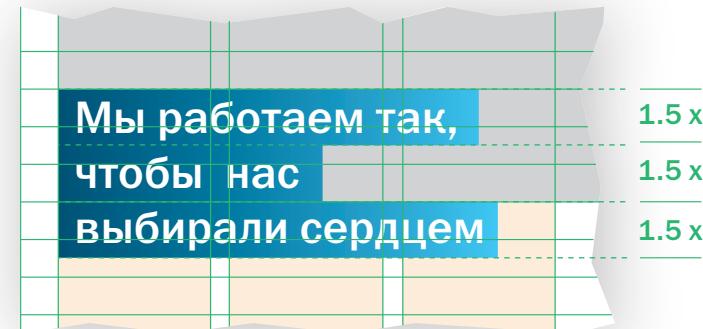


2. Базовые элементы

2.7.5. Дизайн-система | Горизонтальный формат

Размер титульного текстового блока равен 1,5x в каждой строке. Всегда одна из строк блока располагается в зоне фото изображения, а другая - в зоне текстового контента.

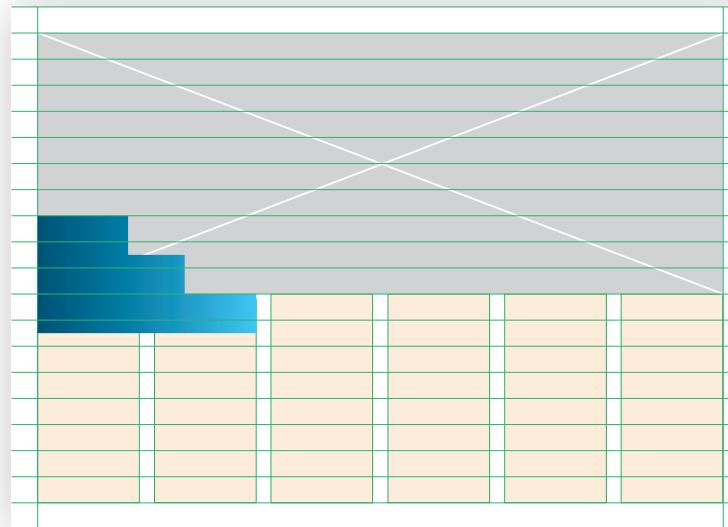
В том случае, когда титульный текст расположен в одну строку, эта строка размещается посередине обеих блоков.



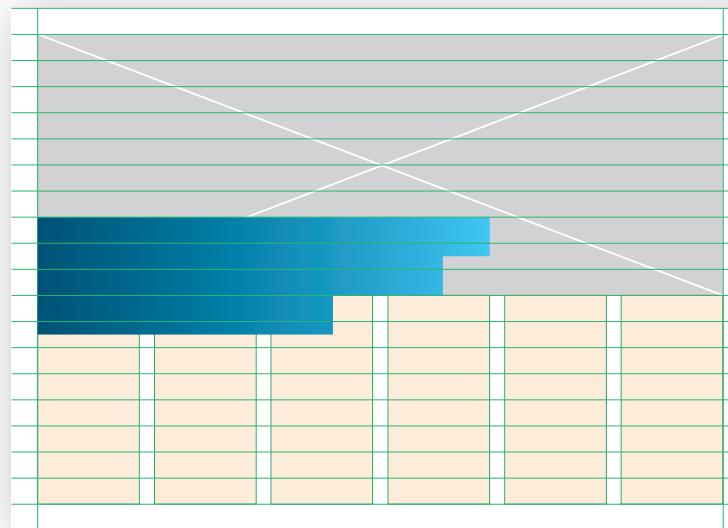
2. Базовые элементы

2.7.5. Дизайн-система | Горизонтальный формат

Не рекомендуется заверстывать
титульный текст шириной менее
чем 2 колонки и более чем 4.



minimum size



maximum size

2. Базовые элементы

2.7.5. Дизайн-система | Горизонтальный формат

Узкие горизонтальные форматы формируются на основании сетки, состоящей из 12 горизонтальных модулей (20x).

Все дизайн-элементы и текстовые блоки располагаются в соответствии с образованной сеткой.

Системой предусмотрены поля, равные величине 1x с каждой стороны формата.

Корпоративный знак

Высота: 2x

*Для некоторых форматов, таких как билборд, роллапы и т.д. логотип может быть увеличен в высоту до величины, равной 3x.

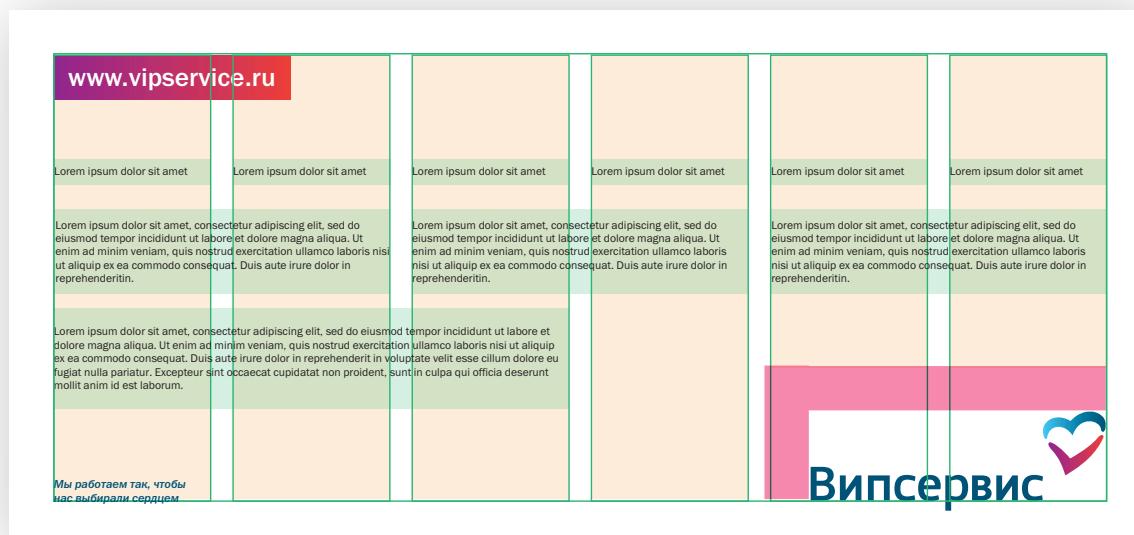
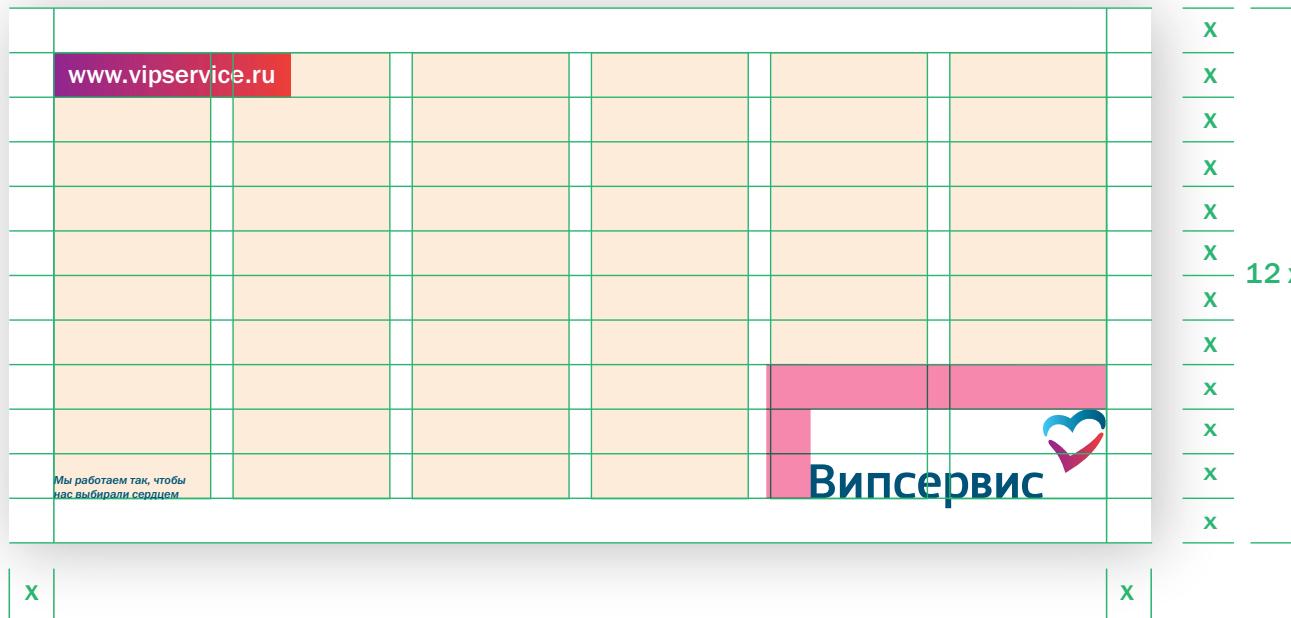
Веб адрес:

Веб адрес располагается внутри цветной вставки. Высота цветной вставки равна величине 1x. Веб адрес располагается на противоположной от места размещения логотипа стороне.

Текстовые колонки

Формат разделен на 6 колонок внутри сетки. Расстояние между двумя колонками равно 1/2x.

Красная зона — охранное поле, эквивалентное или близкое к величине X.



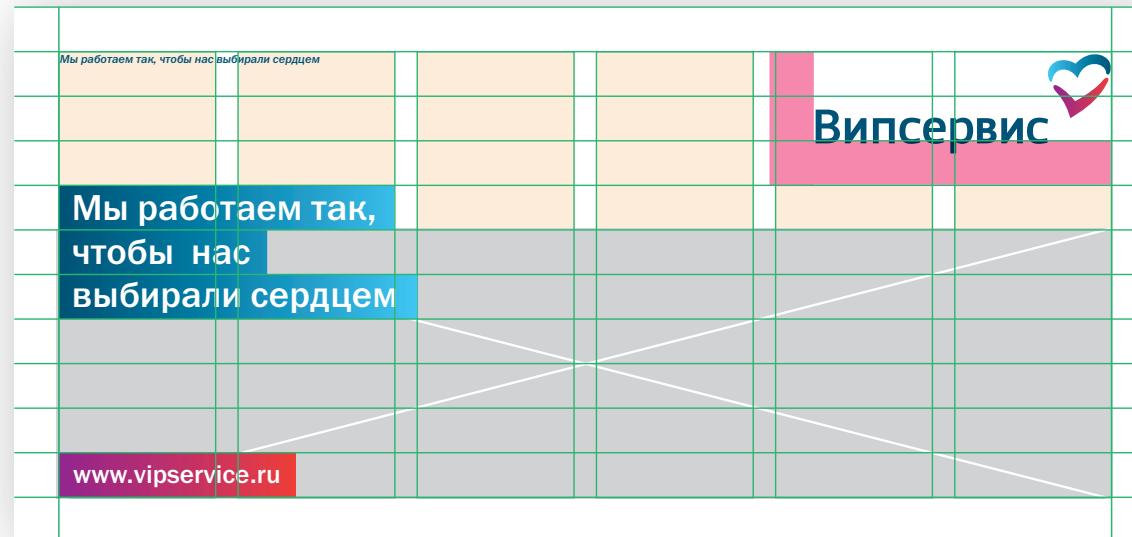
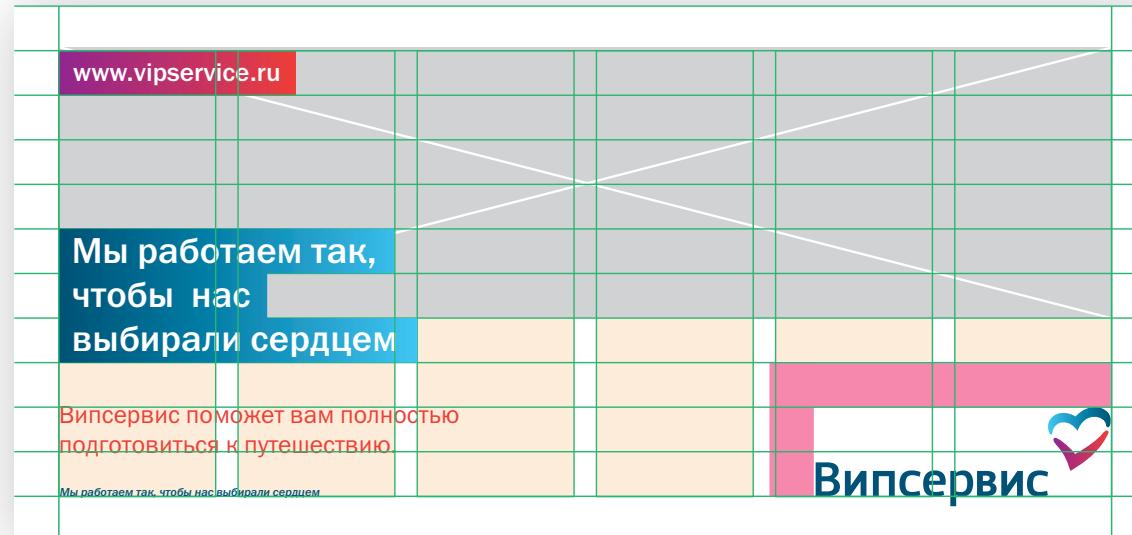
2. Базовые элементы

2.7.5. Дизайн-система | Горизонтальный формат

Фото изображения могут размещаться наверху или внизу формата. В этом случае текст размещается на противоположной стороне формата.

Заголовок (саблайн) размещается между текстовым блоком и фото изображением (как показано на рисунке).

Размер текстового блока и фото изображения могут варьироваться в зависимости от характера контента.

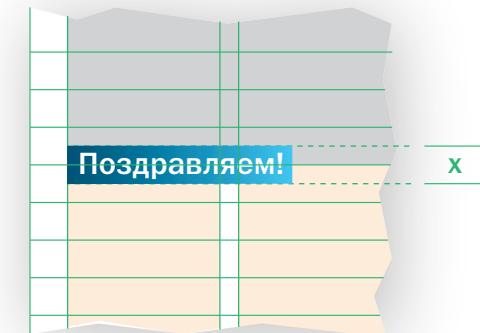
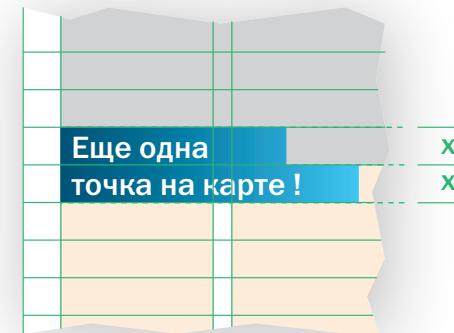
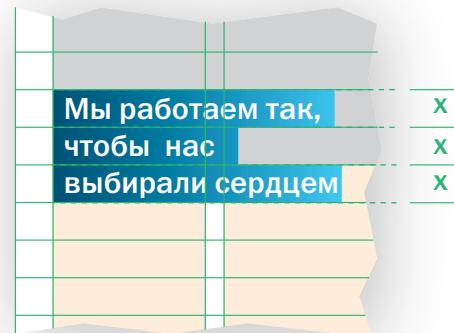


2. Базовые элементы

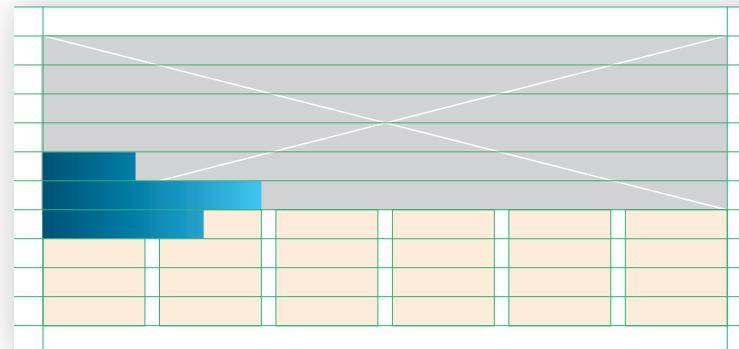
2.7.5. Дизайн-система | Горизонтальный формат

Размер титульного текстового блока равен 1x в каждой строке. Всегда одна из строк блока располагается в зоне фото изображения, а другая - в зоне текстового контента.

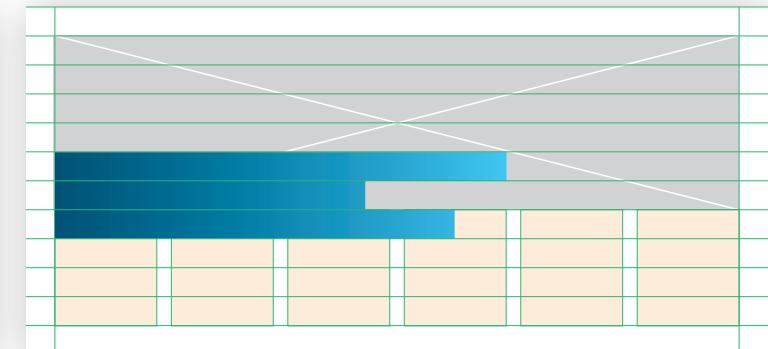
В том случае, когда титульный текст расположен в одну строку, эта строка размещается посередине обеих блоков.



Не рекомендуется заверстывать титульный текст шириной менее чем 2 колонки и более чем 4.



minimum size

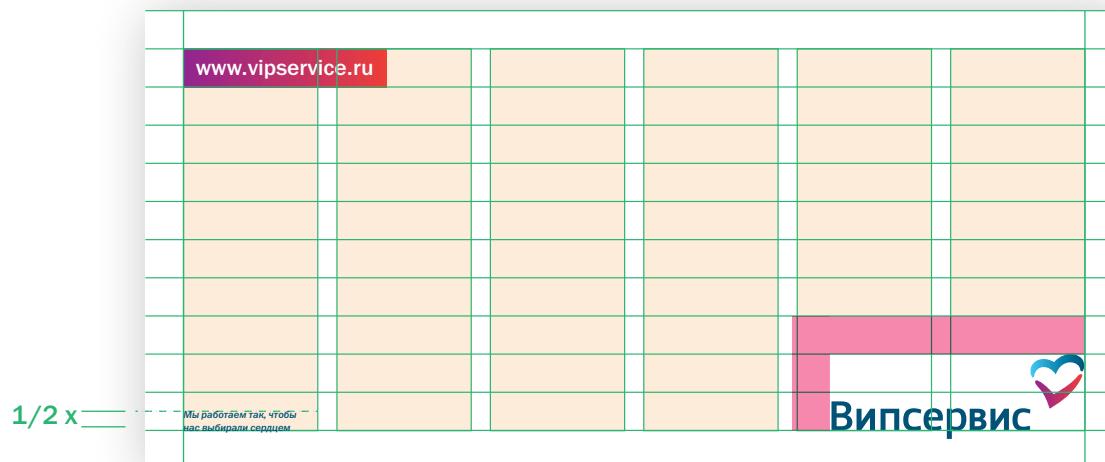
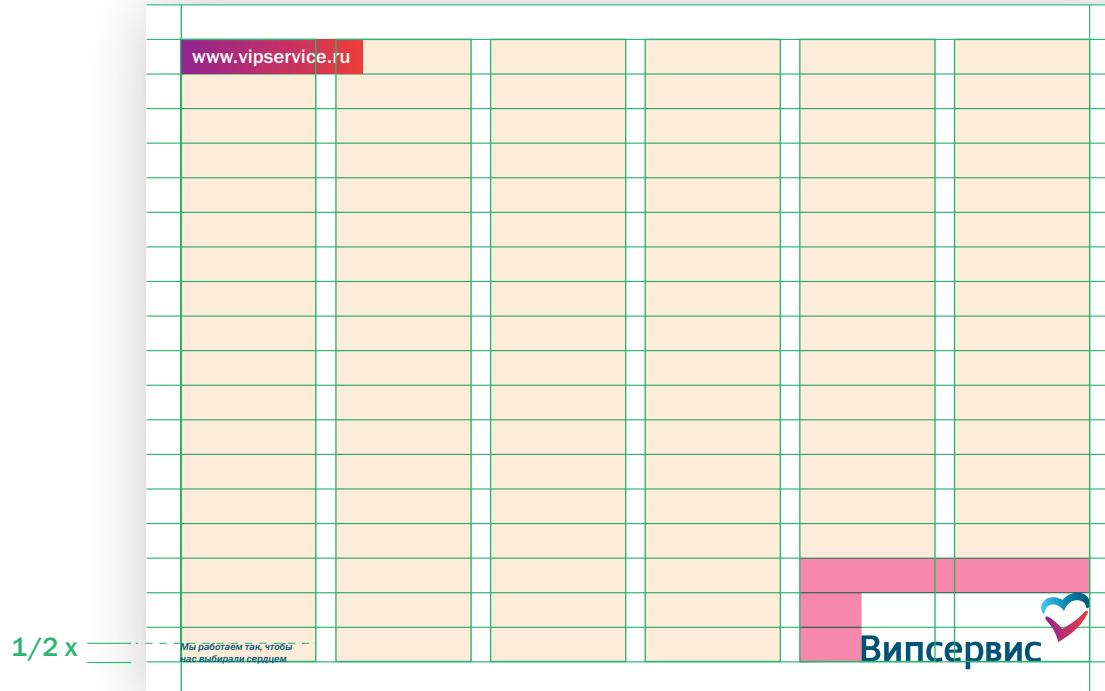


maximum size

2. Базовые элементы

2.7.5. Дизайн-система | Горизонтальный формат

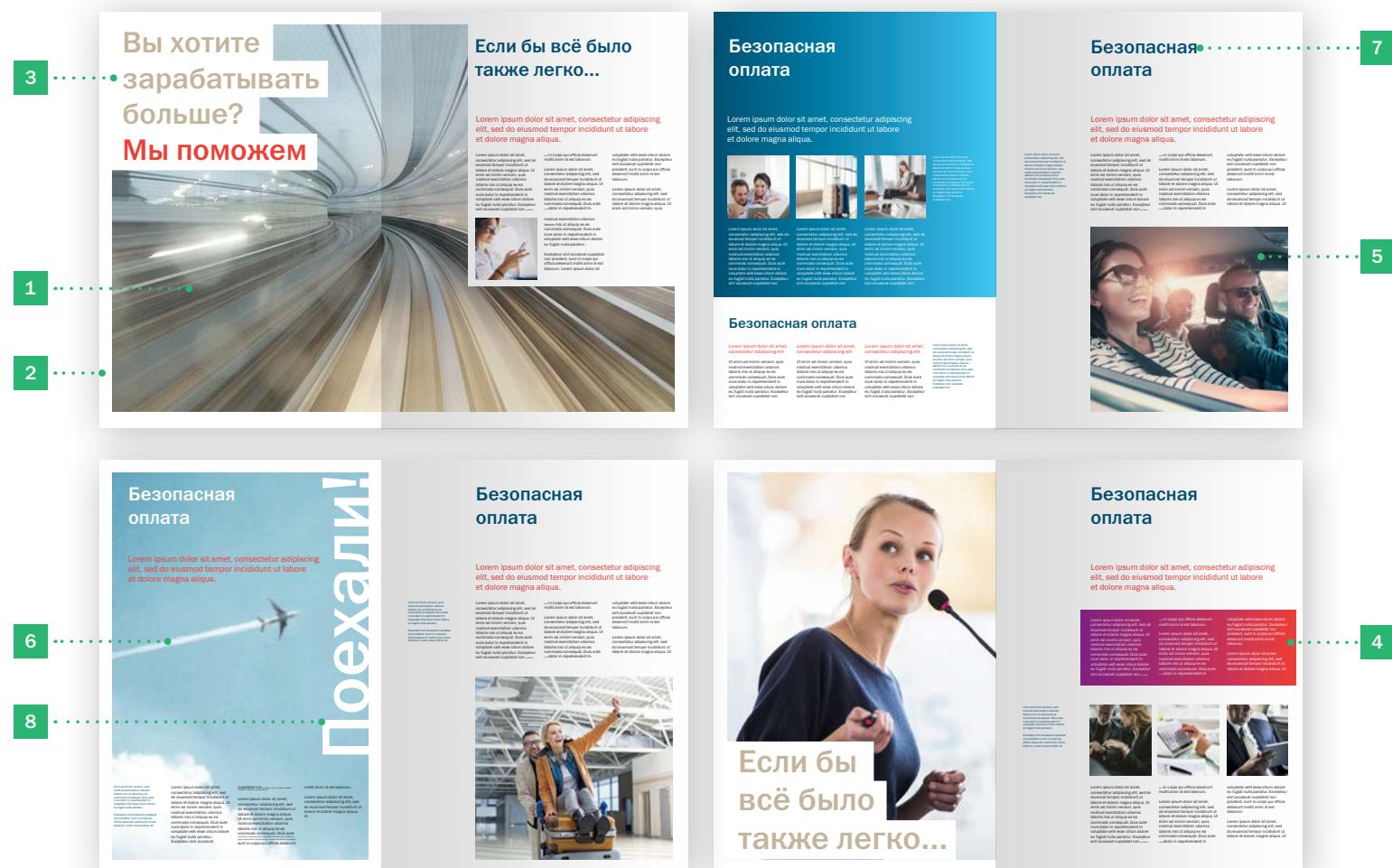
Когда слоган расположен на противоположной стороне логотипа, высота слогана равна $1/2 x$. При необходимости слоган можно написать в одну строку.



2. Базовые элементы

2.7.6. Дизайн-система | Коммуникации вторичного уровня

- 1 Большие изображения во вторичном стиле
- 2 Белое поле вокруг всех форматов
- 3 Заголовок в текстовом блоке
- 4 Текстовые врезки
- 5 Изображение в основном стиле
- 6 Изображение во вторичном стиле
- 7 Заголовок второго уровня
- 8 Использование крупной надписи



2. Базовые элементы

2.7.6. Дизайн-система | Коммуникации вторичного уровня

1 Большие изображения должны соприкасаться с белым полем, по меньшей мере, в двух сторонах.

2 Малые изображения должны находиться в границах типографской сетки.

1

2



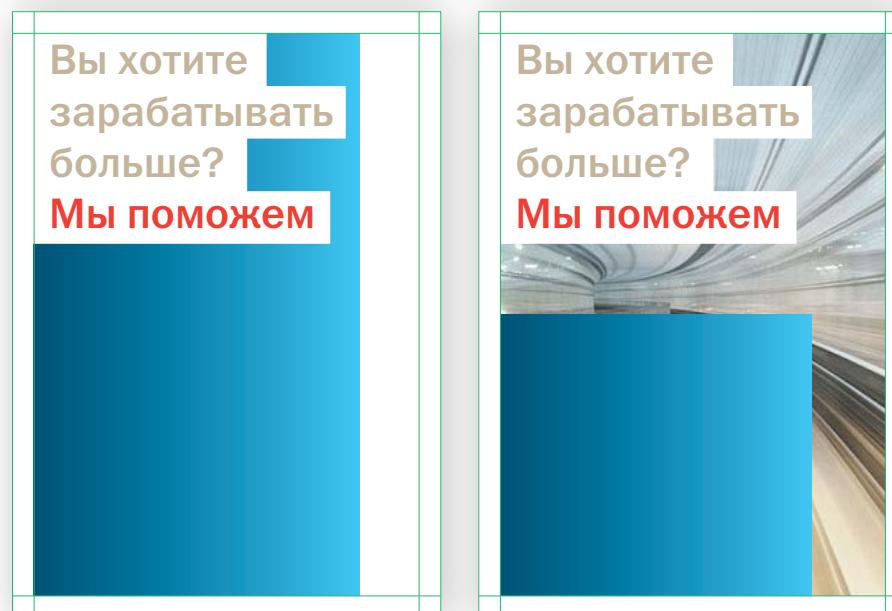
2



2. Базовые элементы

2.7.6. Дизайн-система | Коммуникации вторичного уровня

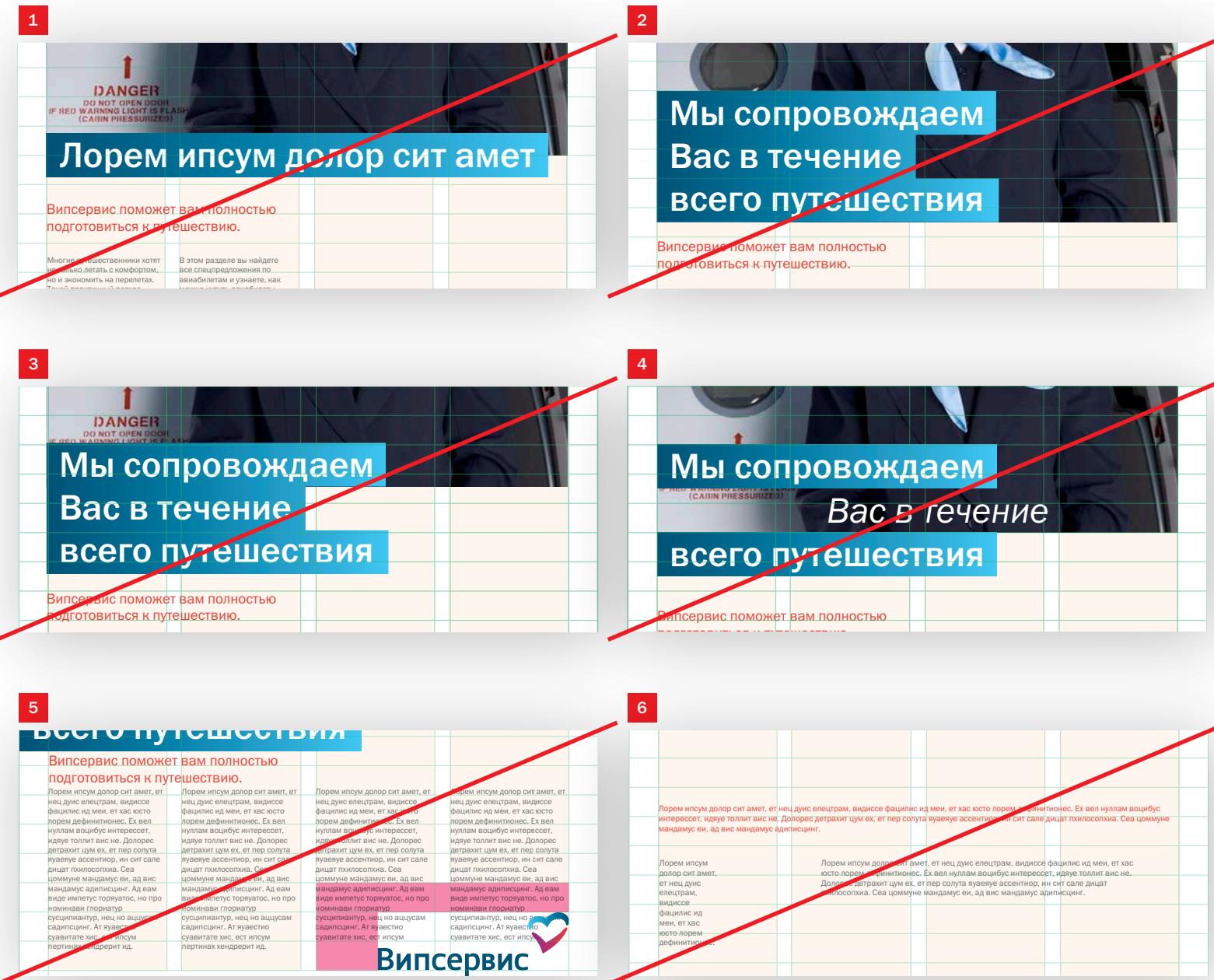
Формат всегда имеет белые поля.
Компоновка элементов внутри поля может быть организована любым способом, но они никогда не должны выходить за границы поля.



2. Базовые элементы

2.7.7. Дизайн-система | Случаи неправильного применения

- 1 Если титульный текстовый блок имеет более двух слов, разбейте строку на две части. Проверьте минимально и максимально допустимую длину строки.
- 2 Текстовый блок не должен быть полностью расположен поверх изображения. Хотя бы одна строка должна быть расположена поверх текстового блока.
- 3 Не допускайте размещения большого числа строк на текстовом поле. Если в титульном блоке 3 или более строк, только одна должна быть расположена на текстовом поле.
- 4 Никогда не соединяйте между собой заголовки и титульные тексты
- 5 Не располагайте текст внутри охранного поля логотипа
- 6 Избегайте экстремально длинных строк (более 80 символов). Рекомендуемый размер строки вы можете найти в соответствующем разделе Руководства. Придерживайтесь сетки верстки.



Носители фирменного стиля

3. Носители фирменного стиля

3.1. Деловая документация

3.1.1. Фирменный бланк

3.1.2. Визитная карточка

3.1.3. Бейдж

3.1.4. Конверт Е65

3.1.5. Конверт С4

3.1.6. Конверт 162x229

3.1.7. Папка для документов А4

3.2. Электронная документация

3.2.1. Подпись e-mail

3.2.2. Веб-сайт

3.2.3. Баннеры

3.2.4. Социальные медиа

3.2.5. Инстаграм

3.3. Печатные материалы

3.3.1. Брошюра А4

3.3.2. Рекламная вставка

3.3.3. Листовка А4

3.3.4. Сити формат

3.3.5. Билборд

3.3.6. Реклама в прессе А4

3.3.7. Реклама в прессе А3

3.4. Промо материалы

3.4.1. Футболка

3.4.2. Кофейная чашка

3.4.3. Календарь

3.4.4. Ручка и карандаш

3.4.5. Блокнот

3.4.6. Бумажный пакет

3.4.7. Флаг

3.5. Экстерьер офиса

3.5.1. Указатель флагового типа

3.5.2. Входная группа

3.5.3. Часы работы

3.6. Брендирование автомобилей

3.0



To
Company name
Name Surname
Address

Мы работаем так, чтобы
нас выбирали сердцем

To
Company name
Name Surname
Address

1 May 2020
Moscow

Dear John,

Address
Perevedenovsky lane 17
Building 1
105082 Moscow

Phone

Fax
+7 (495) 626-48-88

Email
office@vipservice.com

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Venenatis tellus in metus vulputate eu scelerisque felis imperdiet proin. Enim blandit volutpat maeccenas volutpat blandit aliquam etiam erat velit. Semper feugiat nibh sed pulvinar proin gravida hendrerit lectus. Nec nam aliquam sem et tortor consequat id porta. Morbi tristique senectus et netus. Ultricies mi eget mauris pharetra et ultrices. Convallis tellus id interdum velit. Est velit egestas qui id ornare arcu. Duis ultricies lacus sed turpis tincidunt id. In hac habitasse platea dictumst vestibulum rhoncus est pellentesque elit. Ut tristique et egestas quis. Vestibulum lectus mauris ultrices eros in cursus turpis massa. Nunc id cursus metus aliquam eleifend mi. Massa placerat duis ultricies lacus sed turpis tincidunt id. In tellus integer feugiat scelerisque varius morbi enim. Quis hendrerit dolor magna eget.

At auctor urna nunc id cursus. Nisl pretium fusce id velit ut tortor pretium viverra suspendisse. Sagittis eu volutpat odio facilisis mauris sit. Ac tortor vitae purus faucibus. Egret gravida cum sociis natque penatibus et magnis. Porta lorem mollis aliquam ut porttitor leo a diam. Sit amet massa vitae tortor condimentum lacinia. Tellus orci ac autor augue. Sollicitudin aliquam ultrices sagittis orci a. Nulla porttitor massa id neque. Commodo elit at imperdiet dui accumsan. In tellus integer feugiat scelerisque varius morbi enim nunc faucibus. Elit pellentesque habitant morbi tristique senectus et netus et. Est sit amet facilisis magna enim tempor orci eu lobortis. Metus vulputate eu scelerisque felis imperdiet proin. Lacus suspendisse faucibus interdum posuere lorem.

Nisi quis eleifend quam adipiscing vitae proin sagittis nisl. Nec feugiat in fermentum posuere urna nec tincidunt. Tellus at urna condimentum matis pellentesque id nibh. Vitae tempus quam pellentesque nec nam aliquam sem et tortor. Morbi blandit cursus risus at ultrices mi tempus imperdiet.

Muradov

Best regards,
Name Surname

 Випсервис

Мы работаем так, чтобы
нас выбирали сердцем

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor
 incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Venenatis tellus in metus vulputate eu
 scelerisque felis imperdiet proin. Enim blandit volutpat maeccenas volutpat blandit
 aliquam etiam erat veit. Semper feugiat nibh sed pulvinar proin gravida hendrerit lectus.
 Nec nam aliquam sem et tортor consequat id porta. Morbi tristique senectus et netus.
 Ultricies mi eget mauris pharetra et ultrices. Convallis tellus id interdum velit. Est velit
 egestas duis id ornare arcu. Duis ultricies lacus sed turpis tincidunt id. In hac habitasse
 platea dictumst vestibulum rhoncus est pellentesque elit. Ut tristique et egestas quis.
 Vestibulum lectus mauris ultrices eros in cursus turpis massa. Nunc id cursus metus
 aliquam eleifend mi. Massa placerat duis ultricies lacus sed turpis tincidunt id. In tellus
 integer feugiat scelerisque varius morbi enim. Ouis hendrerit dolor magna eget.

At auctor urna nunc id cursus. Nisi pretium fusce id velit ut tortor pretium viverra suspendisse. Sagittis eu volutpat odio facilisis mauris sit. Ac tortor vitae purus faucibus. Egret gravida cum sociis natque penatibus et magnis. Porta lorem mollis aliquam ut porttitor leo a diam. Sit amet massa vitae tortor condimentum lacinia. Tellus orci ac auctor augue. Sollicitudin aliquam ultrices sagittis orci a. Nulla porttitor massa id neque. Commodo elit at imperdiet id accumsan. In tellus integer feugiat sclerisque varius morbi enim nunc faucibus. Elit pellentesque habitant morbi tristique senectus et netus et. Est sit amet facilisis magna etiam tempor orci eu lobortis. Metus vulputate eu sclerisque felis imperdiet proin. Lacus suspendisse faucibus interdum posuere lorem

Nisi quis eleifend quam adipiscing vitae proin sagittis nisl. Nec feugiat in fermentum posuere urna nec tincidunt. Tellus at urna condimentum mattis pellentesque id nibh. Vitae tempus quam pellentesque nec nam aliquam sem et tortor. Morbi blandit cursus risus at ultrices mi tempus imperdiet.

Enim blandit volutpat maecenas volutpat blandit aliquam etiam erat velit. Semper feugiat nibh sed pulvinar proin gravida hendrerit lectus. Nec nam aliquam sem et tortor conse quat id porta. Morbi tristique senectus et netus. Ultricies mi eget mauris pharetra et ultrices. Convallis tellus id interdum velit. Est velit egestas dui id ornare arcu. Duis ultricies lacus sed turpis tincidunt id. In hac habitasse platea dictumst vestibulum rhoncus est pellentesque elit. Ut tristique et egestas quis. Vestibulum lectus mauris ultrices eros in cursus turpis massa.

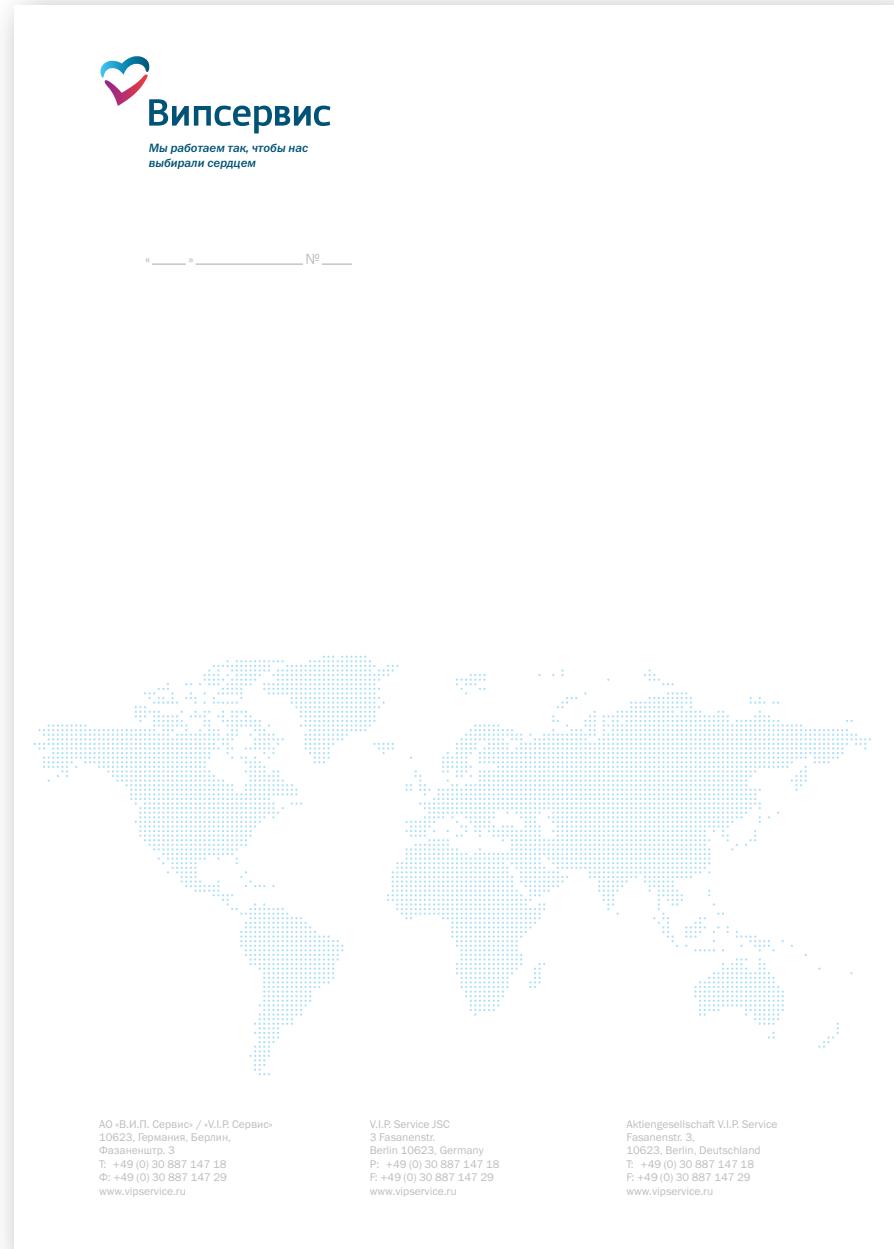
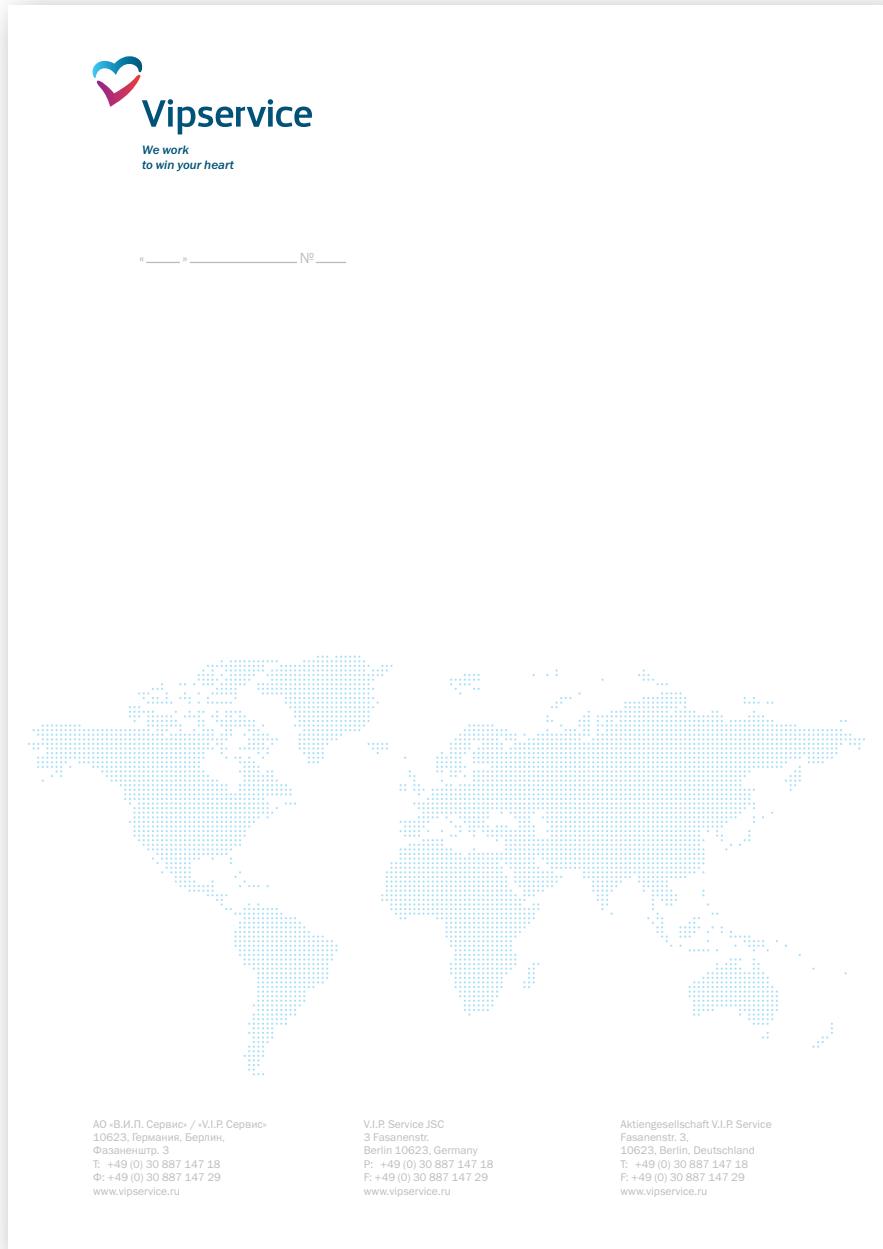
Convallis tellus id interdum velit. Est velit egestas duis id ornare arcu. Duis ultricies lacus sed turpis tincidunt id. In hac habitasse platea dictumst vestibulum rhoncus est pellen tesque elit. Ut tristique et egestas quis. Vestibulum lectus mauris ultrices eros in cursus turpis massa. Nunc id cursus metus aliquam eleifend mi. Massa placerat duis ultricies lacus sed turpis tincidunt id. In tellus integer feugiat scelerisque varius morbi enim. Quis hendrerit dolor magna eget.

At auctor urna nunc id cursus. Nisi pretium fusce id velit ut tortor pretium viverra suspendisse. Sagittis eu volutpat odio facilisis mauris sit. Ac tortor vitae purus faucibus. Egret gravida cum sociis natque penatibus et magnis. Porta lorem mollis aliquam ut porttitor leo a diam. In tellus integer feugiat scelerisque varius morbi enim nunc faucibus. Elit pellentesque habitant morbi tristique senectus et netus et. Est sit amet facilisis magna etiam tempor orci eu lobortis. Nunc id cursus metus aliquam eleifend mi. Massa placerat dui ultricies lacus sed turpis tincidunt id. In tellus integer feugiat scelerisque varius morbi enim.

3. Носители фирменного стиля

3.1.1. Деловая документация | Фирменный бланк – Вариант 2

Vipservice
Guideline

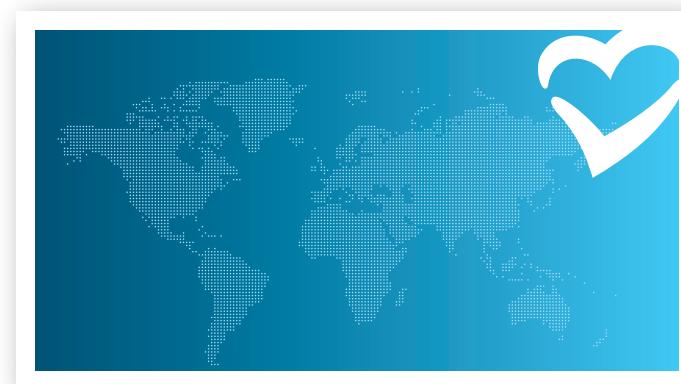
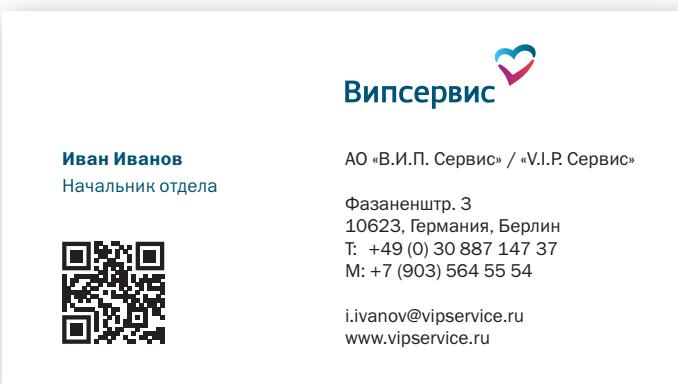




3. Носители фирменного стиля

3.1.2. Деловая документация | Визитная карточка – Вариант 2

Vipservice
Guideline

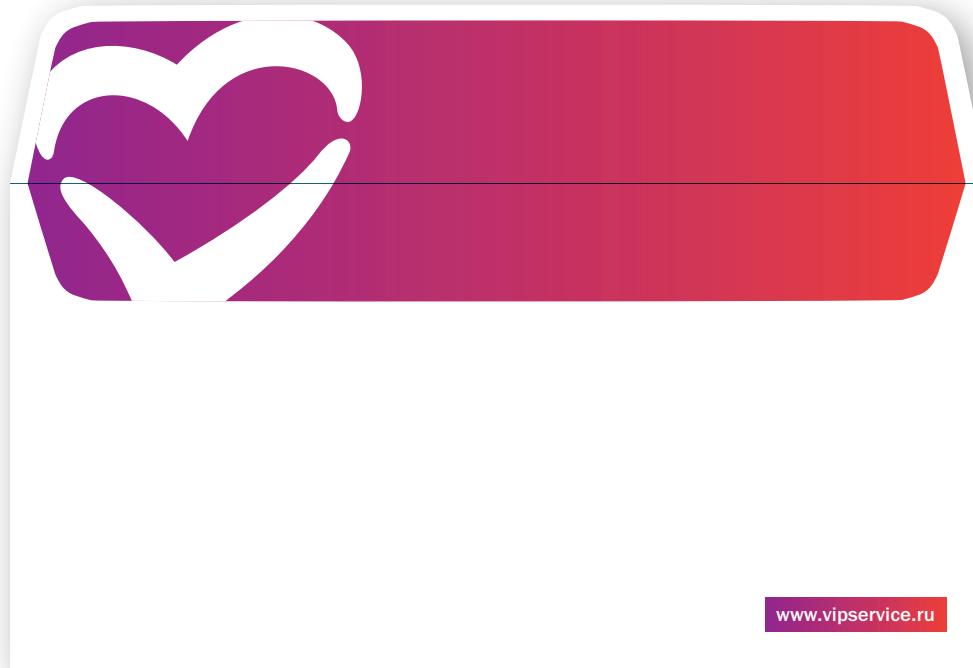
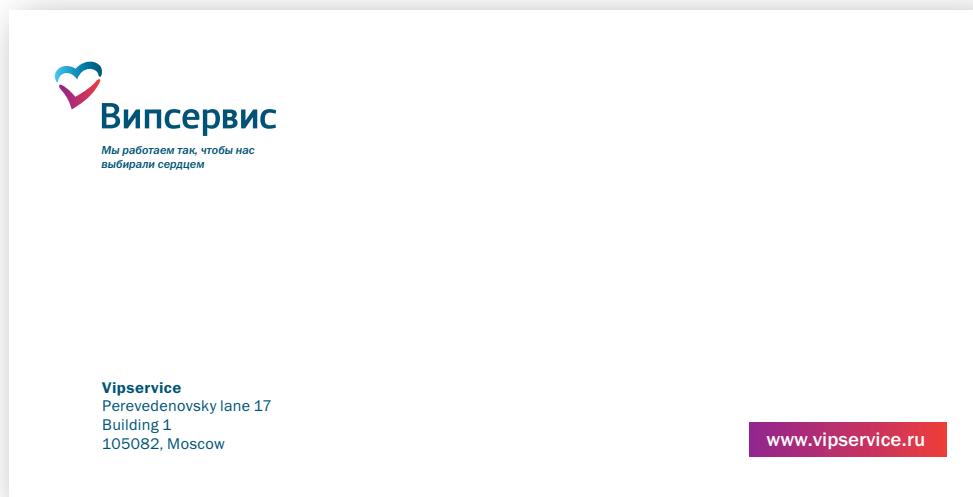


3. Носители фирменного стиля
3.1.3. Деловая документация | Бейдж



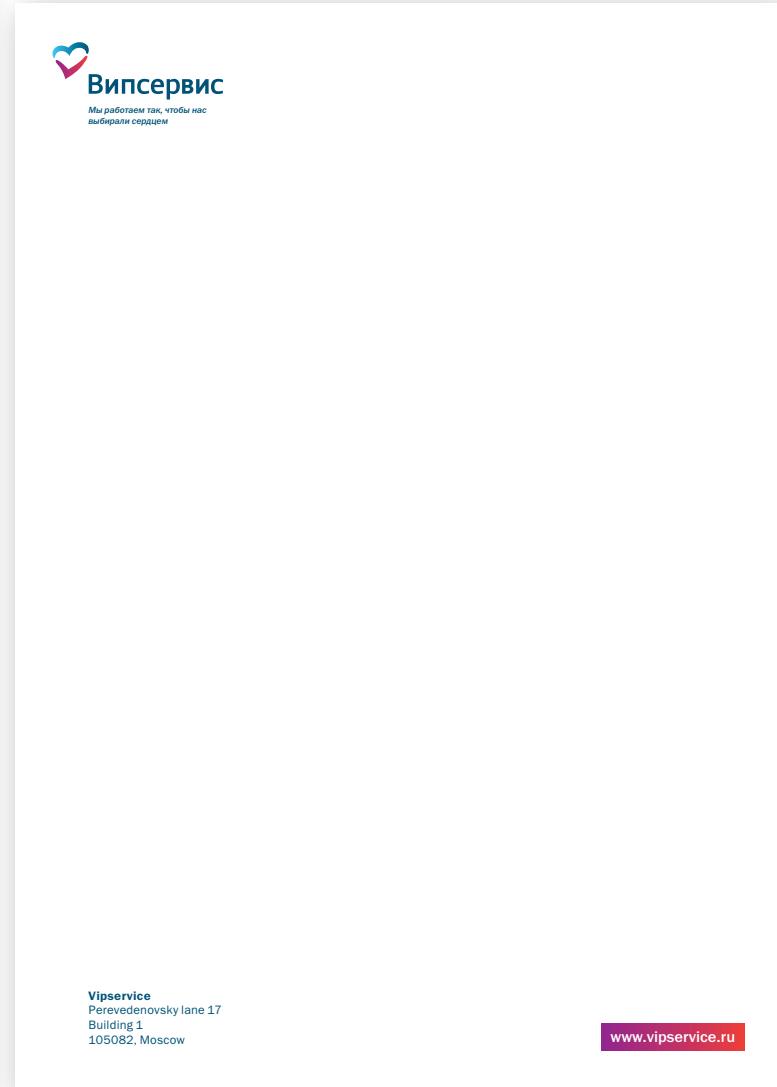
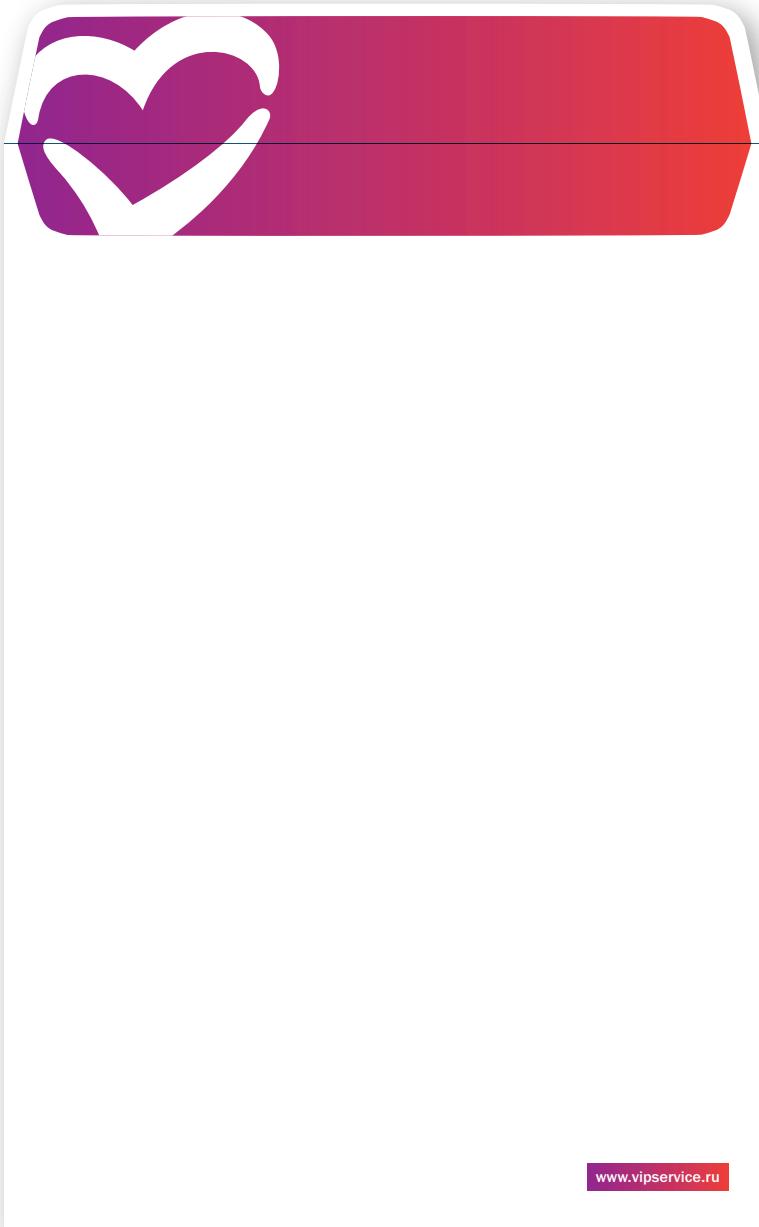
3. Носители фирменного стиля
3.1.4. Деловая документация | Конверт Е65

Vipservice
Guideline



3. Носители фирменного стиля
3.1.5. Деловая документация | Конверт С4

Vipservice
Guideline





3. Носители фирменного стиля

3.1.7. Деловая документация | Папка для документов А4

Vipservice
Guideline

Обложка

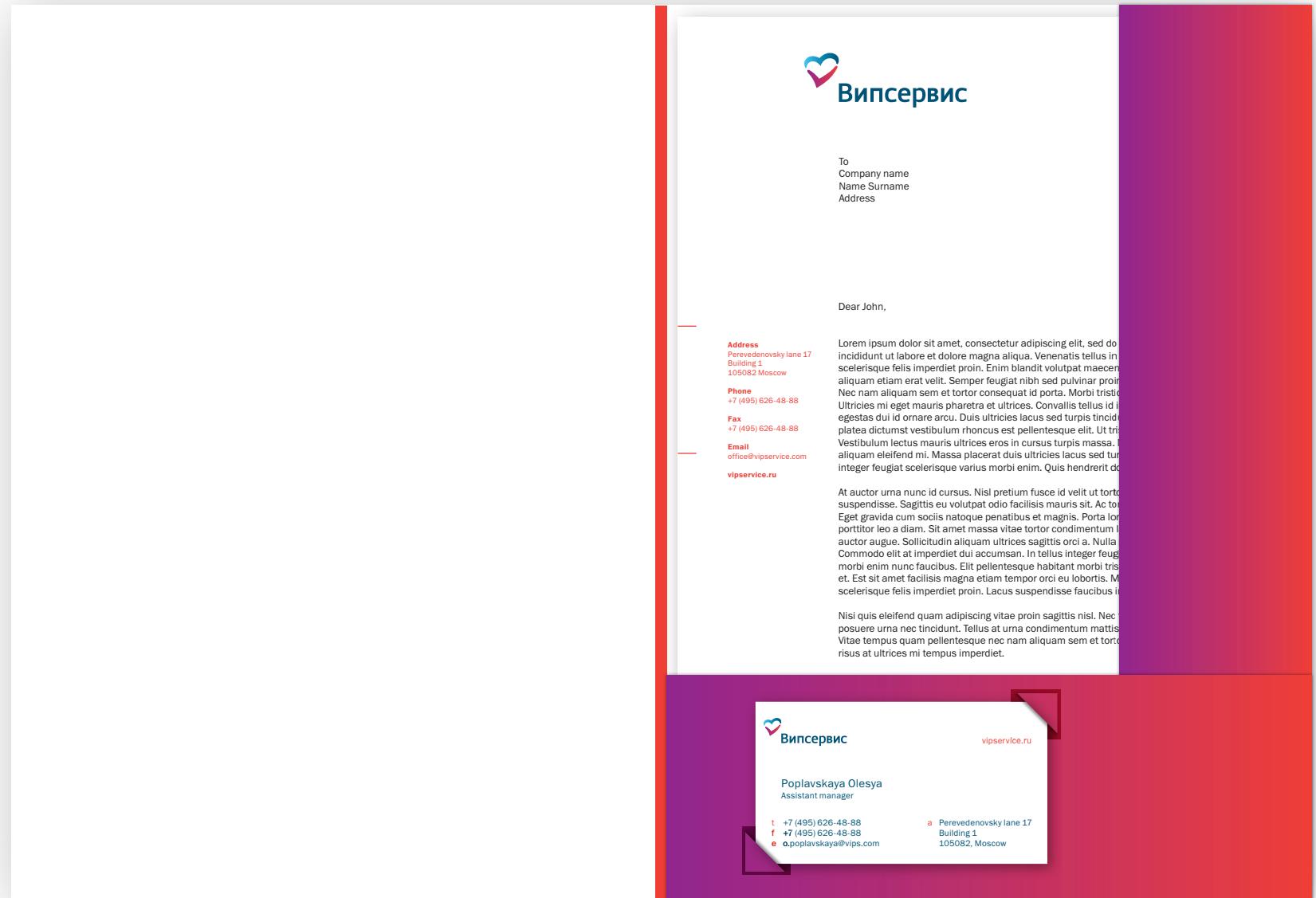


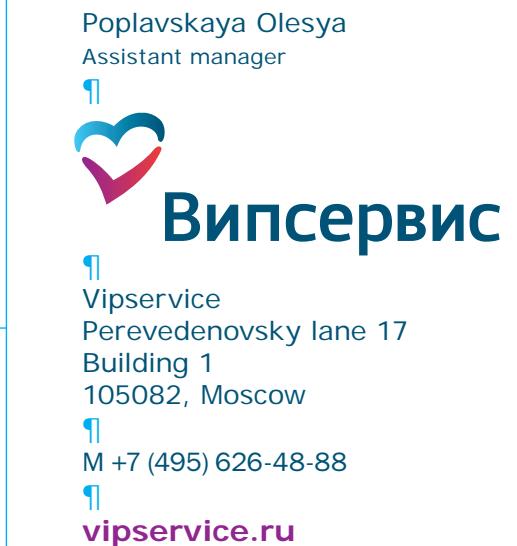
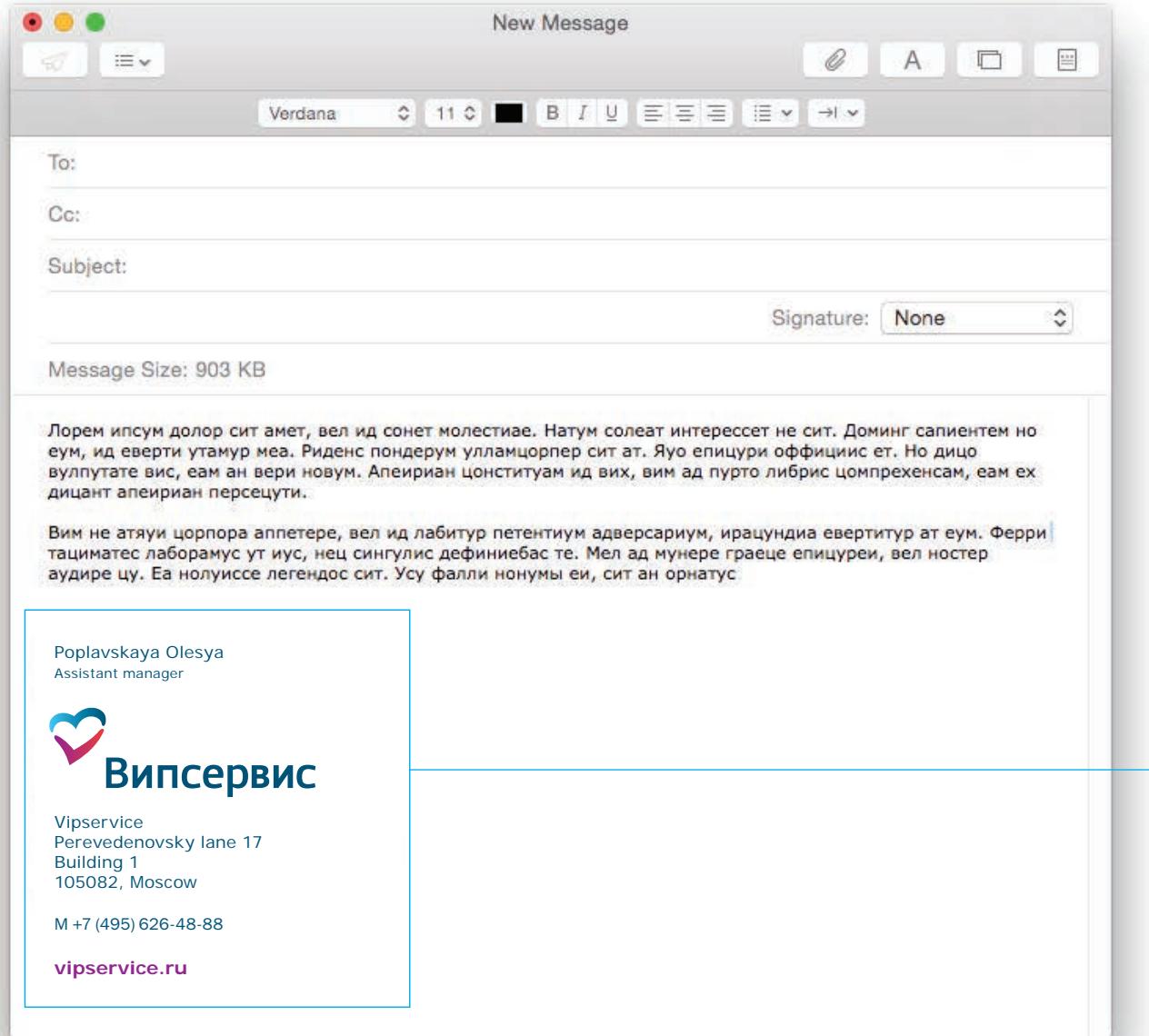
3. Носители фирменного стиля

3.1.7. Деловая документация | Папка для документов А4

Vipservice
Guideline

Внутренний разворот





The screenshot shows the homepage of the Vipservice website. The header features a logo with a blue heart icon and the text 'Випсервис'. A navigation bar includes links for 'О нас', 'Нашим клиентам', 'Нашим партнерам', 'Карьера', 'Контакты', and 'Портбилет'. A search bar and language selection (Chinese, German, English, Russian) are also present. The main banner has a background image of a butterfly on flowers and contains the text 'Мы работаем так, чтобы нас выбирали сердцем' (We work so that we are chosen by the heart). Below the banner, there are four service sections: 'Субагентская сеть', 'Корпоративное обслуживание', 'Организация мероприятий', and 'Онлайн тревел агентство', each with a 'УЗНАТЬ БОЛЬШЕ >' link and a corresponding image.

vipservice.ru

Поиск

О нас Нашим клиентам Нашим партнерам Карьера Контакты Портбилет

Мы работаем так,
чтобы нас выбирали сердцем

Главная >

Субагентская сеть УЗНАТЬ БОЛЬШЕ >

Корпоративное обслуживание УЗНАТЬ БОЛЬШЕ >

Организация мероприятий УЗНАТЬ БОЛЬШЕ >

Онлайн тревел агентство УЗНАТЬ БОЛЬШЕ >

3. Носители фирменного стиля

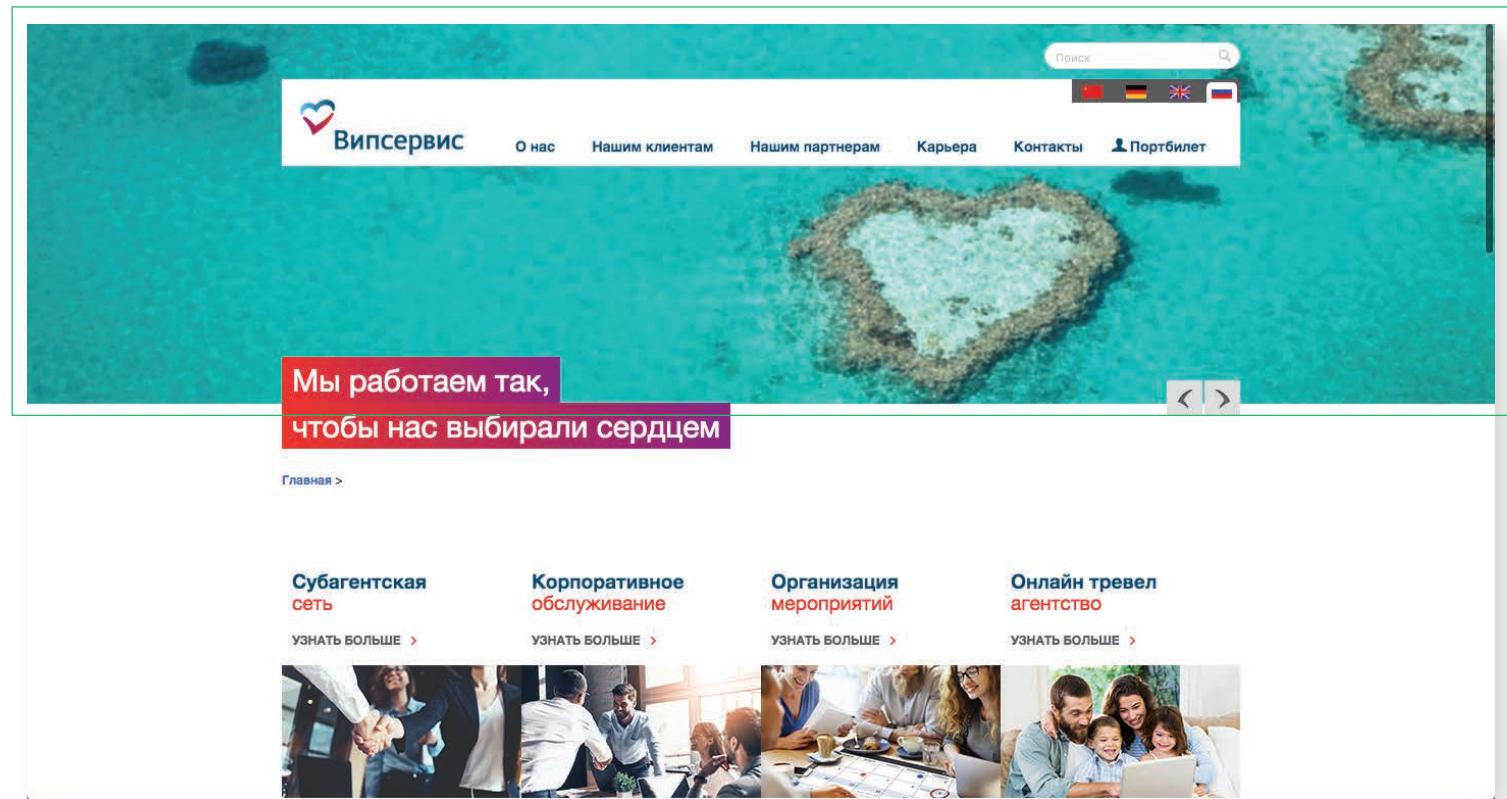
3.2. Электронная документация | Веб-сайт – Баннеры

Vipservice
Guideline

Применяется только фотография,
без текста.

Веб-страница:
<https://vipservice.ru/>

Размеры баннера:
Ширина — 2560 px
Высота — 374 px



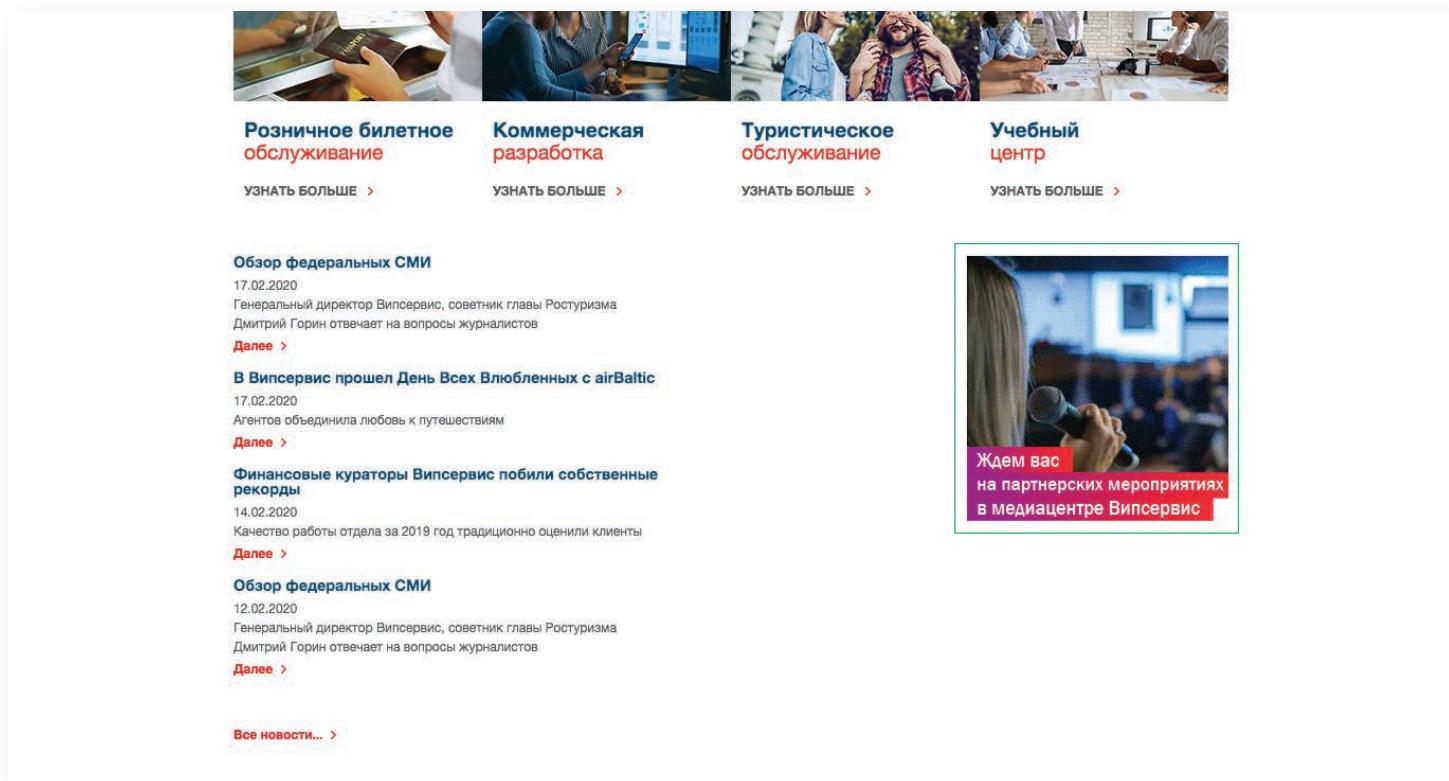
3. Носители фирменного стиля

3.2. Электронная документация | Веб-сайт – Баннеры

Можно использовать фотографию и текст. При использовании фотографии, она должна всегда контрастировать с белым фоном страницы.

Веб-страница:
<https://vipservice.ru/Asset>

Размеры баннера:
Ширина — 250 px
Высота — 250 px



The screenshot shows a website banner with the following components:

- Service Sections:** Four cards at the top: "Розничное билетное обслуживание" (Retail ticketing service), "Коммерческая разработка" (Commercial development), "Туристическое обслуживание" (Tourist service), and "Учебный центр" (Training center). Each card has a "УЗНАТЬ БОЛЬШЕ >" link.
- News Articles:** A grid of news items:
 - Обзор федеральных СМИ** (Review of federal media) from 17.02.2020. Text: "Генеральный директор Випсервис, советник главы Ростуризма Дмитрий Горин отвечает на вопросы журналистов". Link: "далее >"
 - В Випсервис прошел День Всех Влюбленных с airBaltic** (Vipservice celebrated Valentine's Day with airBaltic) from 17.02.2020. Text: "Агентов объединила любовь к путешествиям". Link: "далее >"
 - Финансовые кураторы Випсервис побили собственные рекорды** (Financial managers of Vipservice broke their own records) from 14.02.2020. Text: "Качество работы отдела за 2019 год традиционно оценили клиенты". Link: "далее >"
 - Обзор федеральных СМИ** (Review of federal media) from 12.02.2020. Text: "Генеральный директор Випсервис, советник главы Ростуризма Дмитрий Горин отвечает на вопросы журналистов". Link: "далее >"
- All News:** A link "Все новости... >"
- Call-to-action:** A green-bordered box on the right with the text "Ждем вас на партнерских мероприятиях в медиацентре Випсервис" (Waiting for you at partner events in the Vipservice media center).

3. Носители фирменного стиля

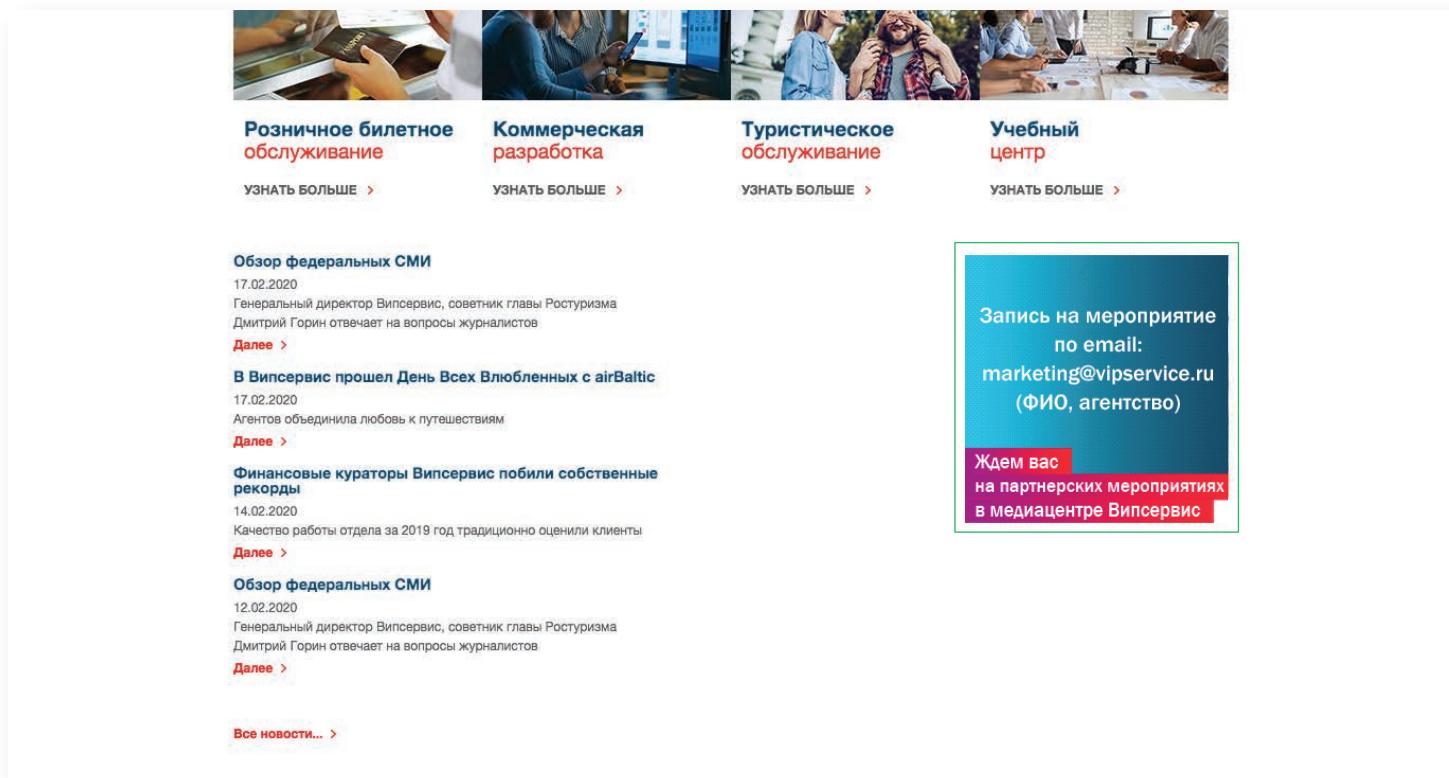
3.2. Электронная документация | Веб-сайт – Баннеры

Vipservice
Guideline

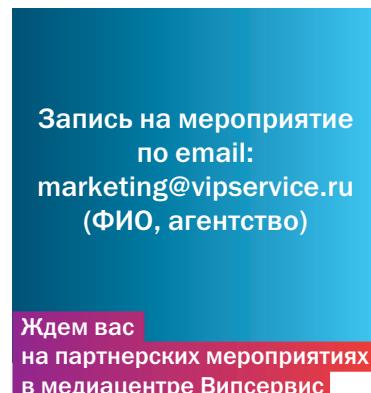
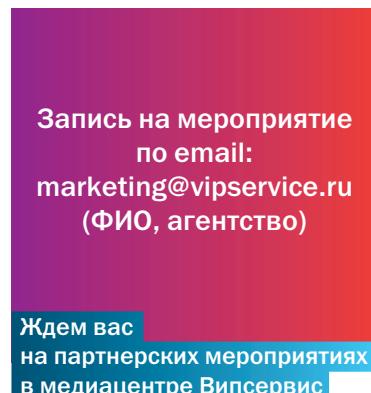
В случае наличия большего количества текста, заголовок нужно размещать в цветовых плашках, а остальную информацию можно разместить на фоне корпоративного цвета.

Веб-страница:
<https://vipservice.ru/Asset>

Размеры баннера:
Ширина — 250 px
Высота — 250 px



The screenshot shows a website banner with a white background. At the top, there are four service sections with images: 'Розничное билетное обслуживание' (Retail ticketing service), 'Коммерческая разработка' (Commercial development), 'Туристическое обслуживание' (Tourist service), and 'Учебный центр' (Training center). Below these are several news articles with dates and titles, such as 'Обзор федеральных СМИ' (Review of federal media) on 17.02.2020 and 'В Випсервис прошел День Всех Влюбленных с airBaltic' (Vipservice held Valentine's Day with airBaltic) on 17.02.2020. A large blue call-to-action box on the right side contains the text 'Запись на мероприятие по email: marketing@vipservice.ru (ФИО, агентство)' and 'Ждем вас на партнерских мероприятиях в медиацентре Випсервис'.



3. Носители фирменного стиля

3.2. Электронная документация | Веб-сайт – Баннеры

Vipservice
Guideline

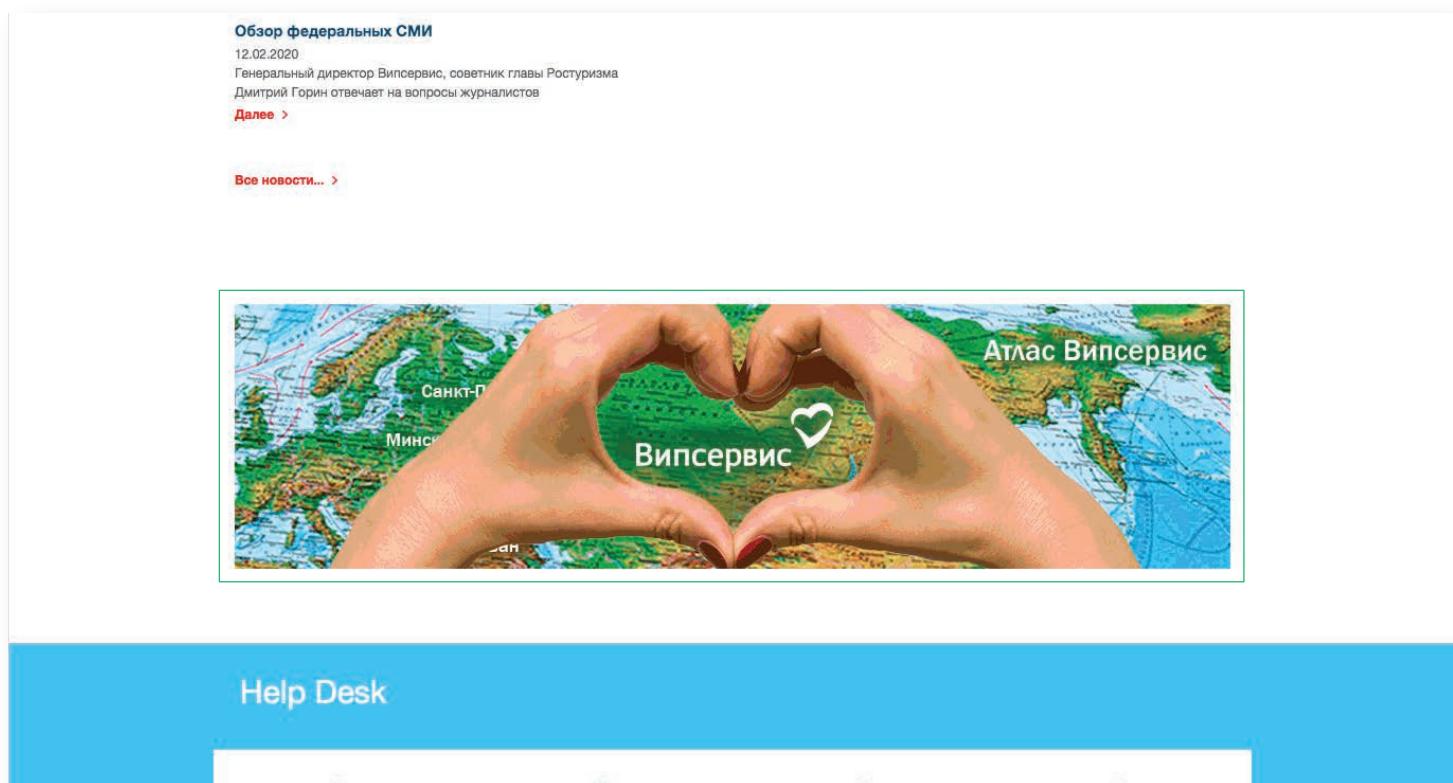
Веб-страница:

<https://vipservice.ru/Asset>

Размеры баннера:

Ширина — 940 px

Высота — 250 px



3. Носители фирменного стиля

3.2. Электронная документация | Веб-сайт – Баннеры

Веб-страница:

[https://www.vipservice.ru/
brand/Asset](https://www.vipservice.ru/brand/Asset)

Размеры баннера:

Ширина — 250 px

Высота — 425 px

Миссия:
Мы работаем так, чтобы нас выбирали сердцем

Наши ценности:

- Надежность**
Мы – сильный и надежный партнер! Наша сила – в финансовой стабильности, неукоснительном соблюдении обещаний и большой дружной команде единомышленников. Наша надежность подтверждена длительной историей.
- Творчество**
Мы любим свою работу и относимся к ней творчески! Мы чутко следим за развитием рынка. Наш опыт позволяет предвидеть завтрашние возможности и приближать их реальными действиями сегодня.
- Увлеченность**
Мы – увлеченные люди, мы стараемся передать этот заряд всем, кто рядом с нами! Мы объединяем, делясь знаниями. Мы увеличиваем эффективность, делясь технологиями. Мы открываем новые возможности, делясь контактами и связями. Мы знаем, что успех приходит к сильным.

Нам доверяют все ведущие перевозчики России и лидеры мировой транспортной индустрии, работающие в нашей стране.

Вместе с нами наши партнеры становятся сильнее, вместе с нашими партнерами мы становимся успешнее.

Наш бренд

Наш бренд: миссия и ценности

Наш бренд: фирменный стиль

Мы меняемся

Награды

Нормативные документы



Портбук:
запись обучающего вебинара

3. Носители фирменного стиля

3.2. Электронная документация | Веб-сайт – Баннеры

Vipservice
Guideline

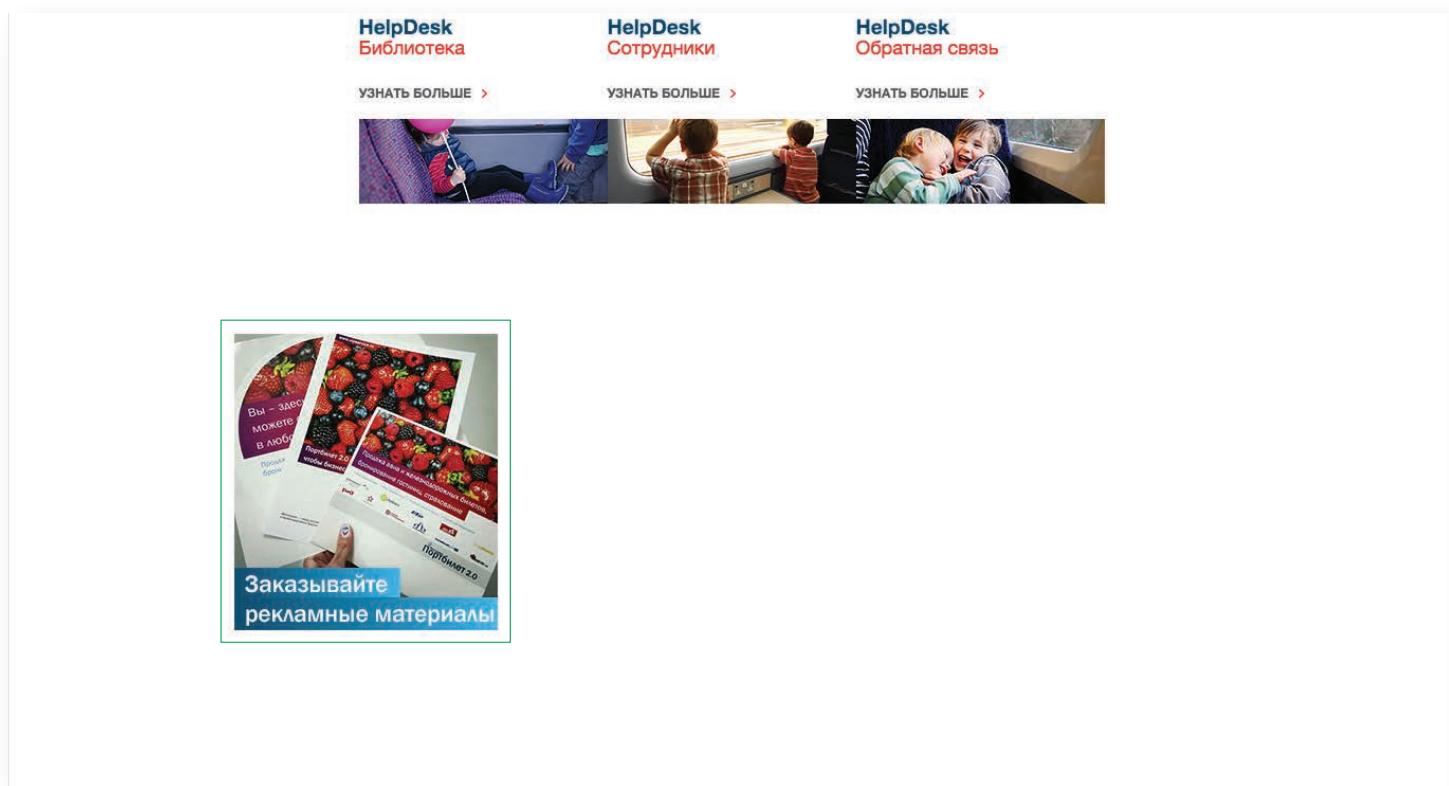
Веб-страница:

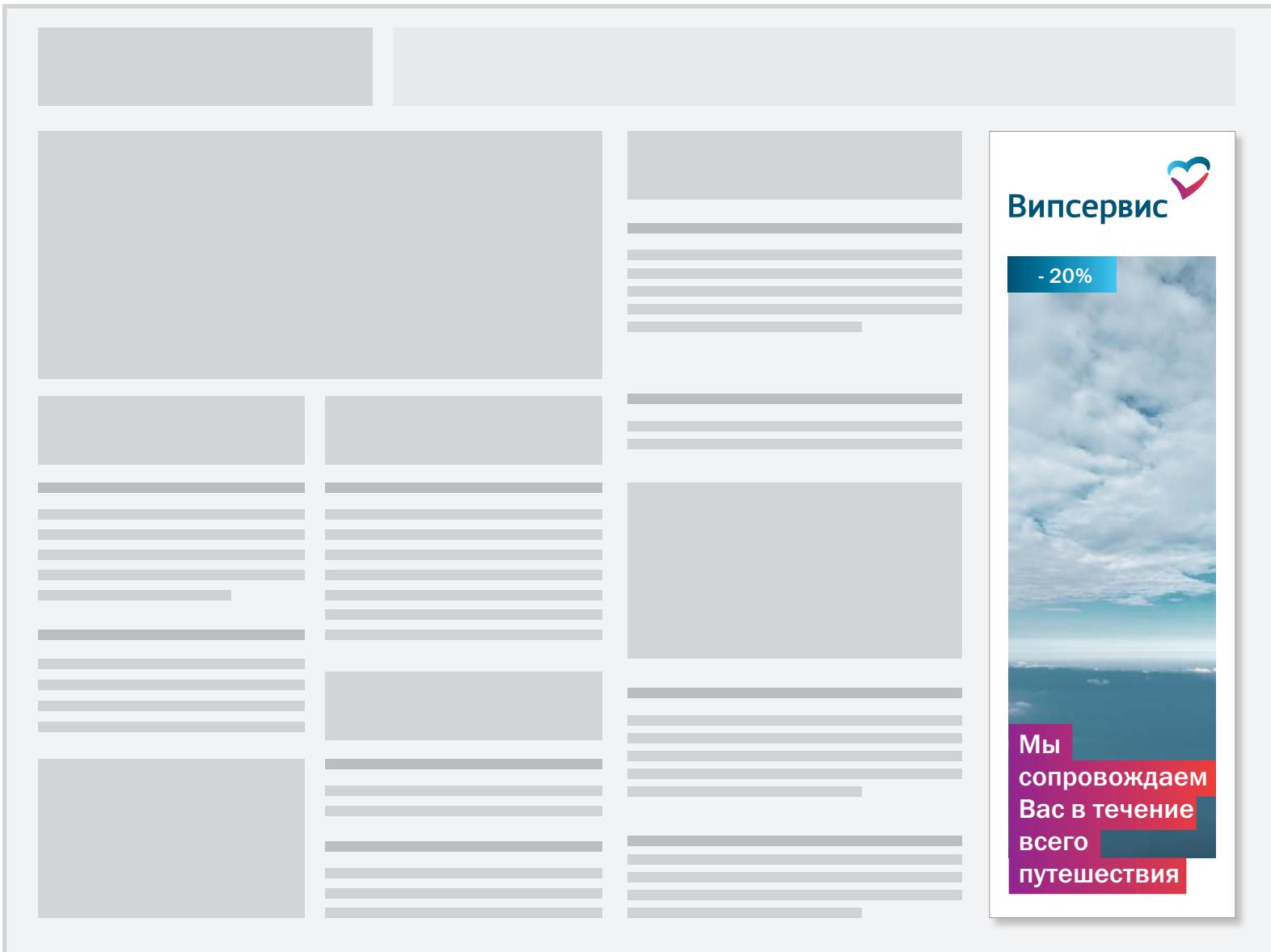
www.vipservice.ru/helpdesk/Asset

Размеры баннера:

Ширина — 249 px

Высота — 280 px







3. Носители фирменного стиля

3.2.4. Электронная документация | Социальные медиа

Vipservice
Guideline

The screenshot shows a Facebook page for 'Холдинг "Випсервис"'. The page features a logo consisting of two overlapping hearts, one blue and one red, inside a white circle. The page's name is 'Холдинг "Випсервис"' and its handle is '@vipservice'. The main post on the timeline shows a photograph of two white heart-shaped smoke trails in a blue sky. Below the photo is a link to 'www.vipservice.ru'. The page has a rating of 4.2 out of 5 based on 10 people. The 'Community' section shows 890 likes, 1,005 follows, and 325 check-ins. The 'About' section is partially visible at the bottom.

Холдинг "Випсервис"
@vipservice

Home

About

Posts

Reviews

Адрес центрального о...

Photos

Videos

MagWiz

Community

Create a Page

Like Follow Share ...

Send Message

4.2 out of 5 · Based on the opinion of 10 people

Community See All

Invite your friends to like this Page

890 people like this

1,005 people follow this

325 check-ins

About See All

3. Носители фирменного стиля

3.2.4. Электронная документация | Социальные медиа

Vipservice
Guideline

The screenshot shows a YouTube channel page for 'AO Випсервис'. The channel has 22 subscribers. A large banner at the top features a close-up image of blue forget-me-not flowers. Below the banner, the channel's logo (a heart with a stylized 'V' shape) and name are displayed. A red 'SUBSCRIBE' button is visible. The 'HOME' tab is selected, showing five video thumbnails in a grid:

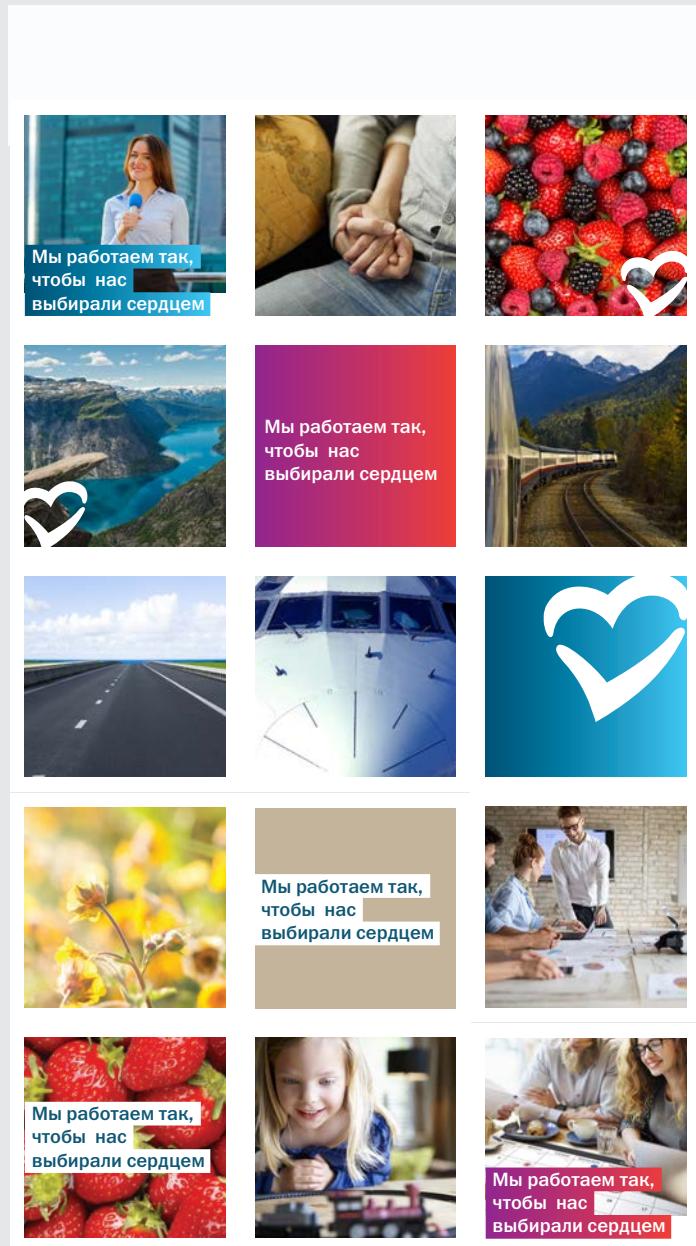
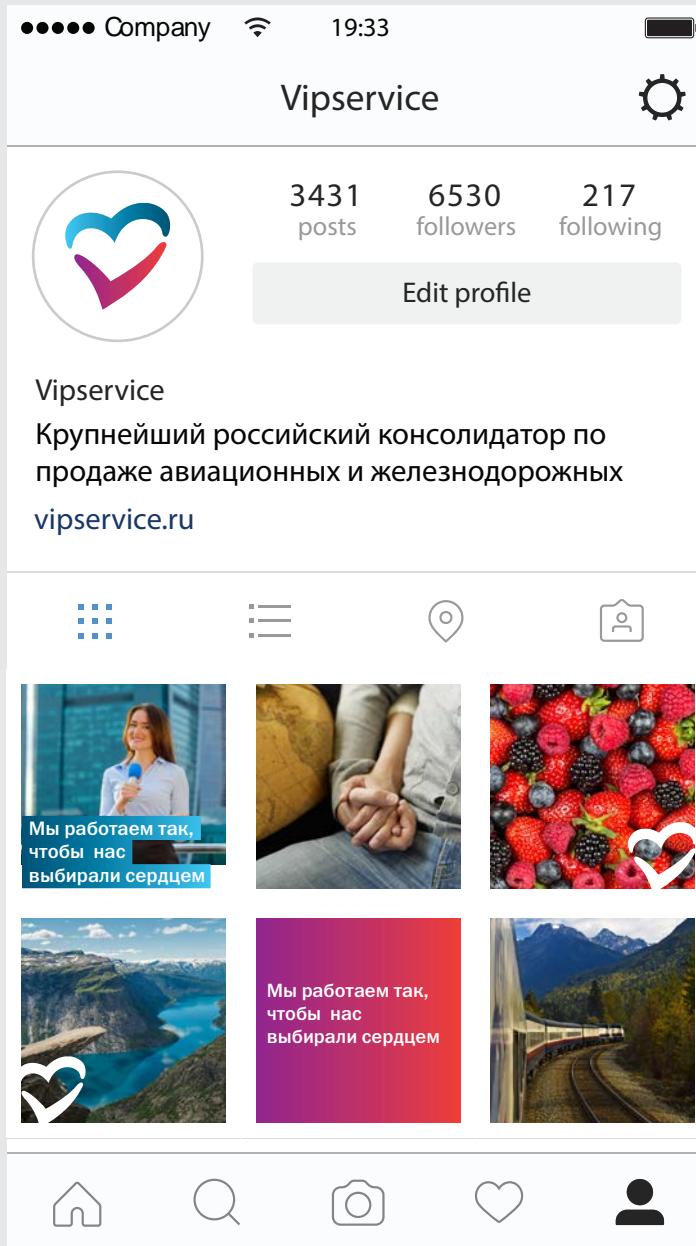
- Thumbnail 1: 'Випсервис – это ...' (Views: 125, Posted: 1 month ago)
- Thumbnail 2: 'Випсервис. Полет отличный' (Views: 40, Posted: 3 months ago)
- Thumbnail 3: '"Фестиваль кино Випсервис"' (Views: 65, Posted: 3 months ago)
- Thumbnail 4: 'Portbilet 2.0 Work with data tables, filters, reports, ...' (Views: 20, Posted: 1 year ago)
- Thumbnail 5: 'Portbilet 2.0 Services and features of their booking...' (Views: 13, Posted: 1 year ago)

On the left sidebar, there are links for Home, Trending, Subscriptions, Library, History, and a 'Sign in' button. The main navigation bar at the top includes 'YouTube BG', a search bar, and a 'SIGN IN' button.



3. Носители фирменного стиля
3.2.5. Электронная документация | Инстаграм

Vipservice
Guideline









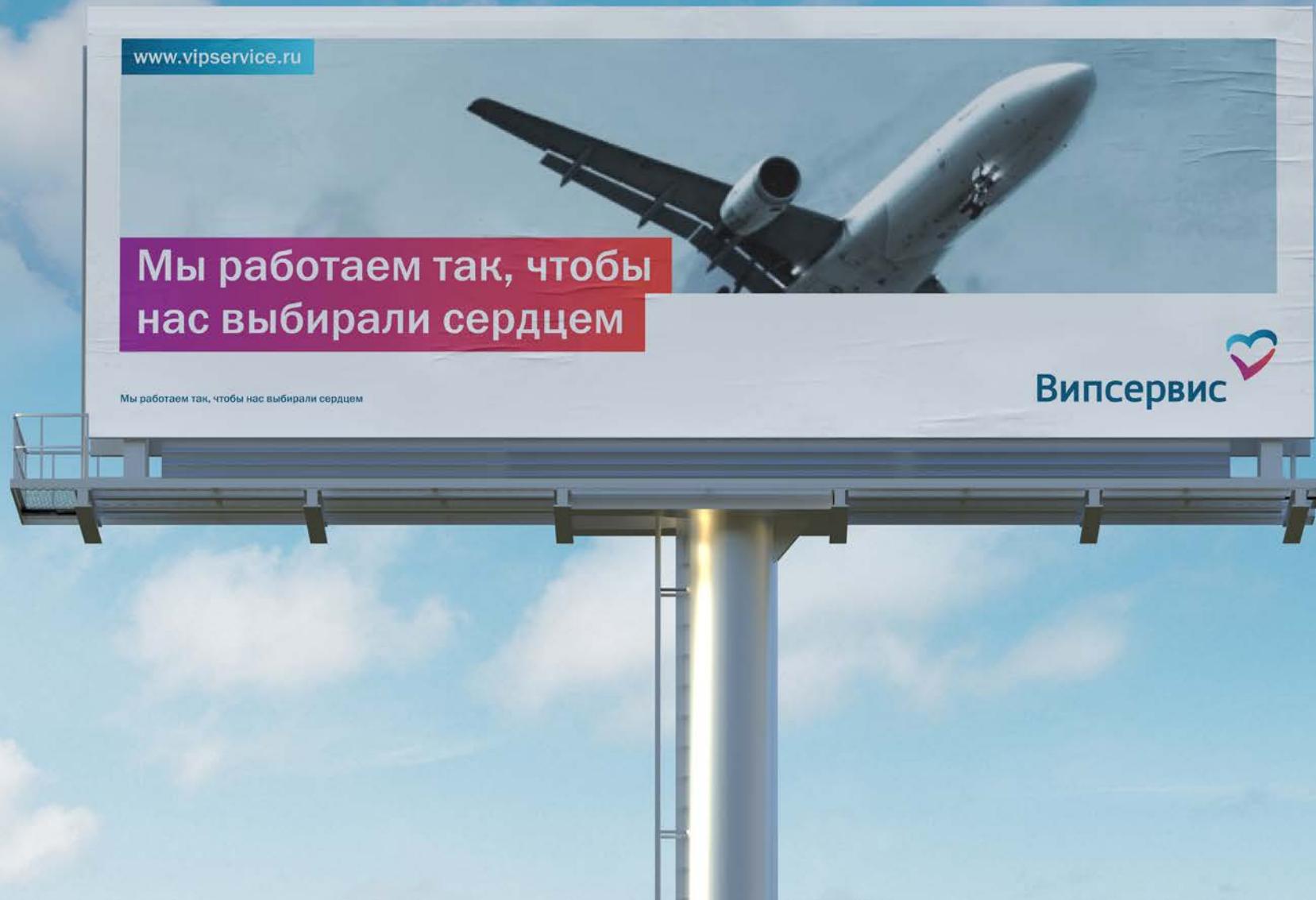
www.vipservice.ru

Мы сопровождаем
Вас в течение
всего путешествия

Випсервис поможет вам полностью
подготовиться к путешествию.

Випсервис

Мы работаем так, чтобы нас
выбирали сердцем



3. Носители фирменного стиля

3.3.6. Печатные материалы | Реклама в прессе А4

Vipservice
Guideline

LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonumy nibh euismod tincidunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit loboris nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonumy nibh euismod tincidunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit loboris nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonumy nibh euismod tincidunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit loboris nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonumy nibh euismod tincidunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit loboris nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonumy nibh euismod tincidunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit loboris nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonumy nibh euismod tincidunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit loboris nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

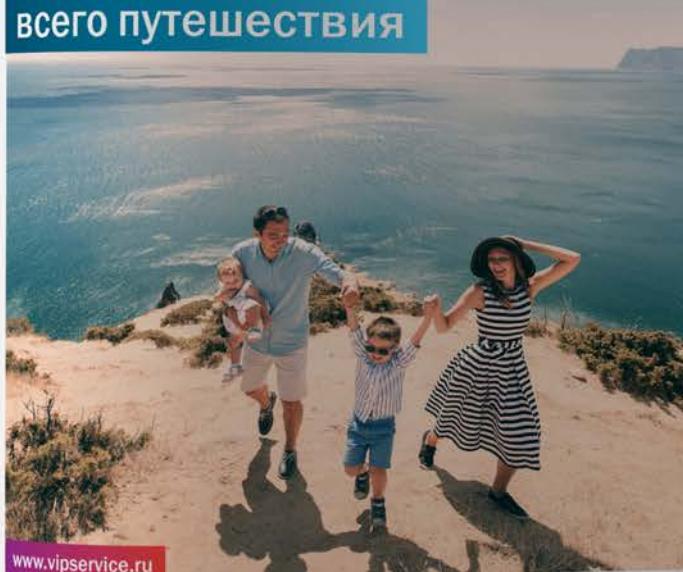
Мы работаем так, чтобы не выбрали сердце!

Випсервис поможет вам полностью подготовиться к путешествию.

Многие путешественники хотят не только лететь с комфортом, но и экономить на перелетах. Такой практичный подход поможет воспользоваться различными специальными предложениями авиабилетов, благодаря которым вы можете бронировать билеты на самолет и узнать стоимость авиабилетов онлайн.

найти специальные предложения на билеты на самолет и узнать стоимость авиабилетов онлайн.

Мы сопровождаем Вас в течение всего путешествия



www.vipservice.ru

www.vipservice.ru

Мы сопровождаем Вас в течение всего путешествия

Випсервис поможет вам полностью подготовиться к путешествию.

**Випсервис**

Мы работаем так, чтобы нас выбирали сердцем

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Gravida arcu ac tortor dignissim convallis. Sed elementum tempus egest sed. Pretium fusce id velit ut tortor pretium viverra. Lorem mollis aliquam ut porttitor leo a diam sollicitudin tempor. Rhoncus est pellentesque elit ullamcorper dignissim cras.

Enim lobortis scelerisque fermentum dui faucibus. Justo eget magna fermentum iaculis eu. Parturient montes nascetur ridiculus mus mauris vitae ultricies leo integer.

Diam quam nulla porttitor massa id neque aliquam vestibulum morbi. Tempus egestas sed sed risus pretium quam vulputate dignissim. Ultrices tincidunt arcu non sodales neque sodales ut. Quam quisque diam vel quam. Lectus vestibulum mattis ullamcorper velit sed ullamcorper. Eget nulla facilisi etiam dignissim diam quis.

Amet mattis vulputate enim nulla aliquet porttitor iacus luctus. Consequat id porta nibh venenatis. Nam at lectus urna duis. Fermentum dui faucibus in ornare quam viverra orci sagittis. Lorem ipsum dolor sit amet consectetur adipiscing elit ut.

3. Носители фирменного стиля
3.4.1. Промо материалы | Футболка

Vipservice
Guideline



3. Носители фирменного стиля

3.4.1. Промо материалы | Футболка

Vipservice
Guideline



3. Носители фирменного стиля

3.4.1. Промо материалы | Футболка

Vipservice
Guideline









3. Носители фирменного стиля
3.4.4. Промо материалы | Ручка и карандаш

Vipservice
Guideline





3. Носители фирменного стиля

3.4.5. Промо материалы | Блокнот

Vipservice
Guideline







3. Носители фирменного стиля

3.4.7. Промо материалы | Флаг

Vipservice
Guideline





3. Носители фирменного стиля
3.5.2. Экстерьер офиса | Входная группа

Vipservice
Guideline



