

БРЭНДБУК

BRANDBOOK

РУКОВОДСТВО ПО ПРИМЕНЕНИЮ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ |  
ПОСТРОЕНИЕ ЛОГОТИПА | КОНЦЕПЦИЯ



**COMFORT LAYOUT**  
CORPORATION

(ЛОГОТИП ГОЛОВНОЙ КОМПАНИИ)



**ПЛАН КОМФОРТА**  
КОРПОРАЦИЯ

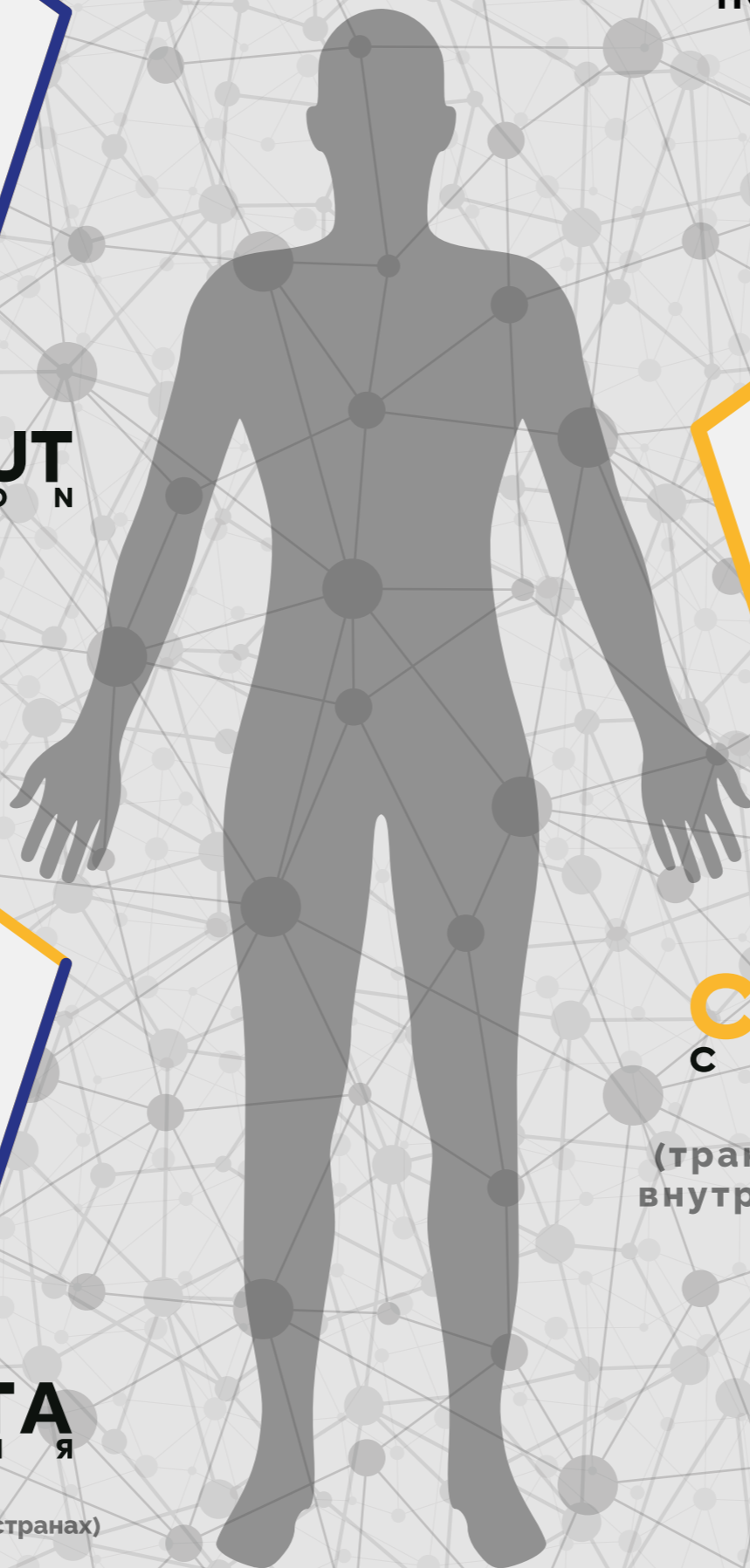
(пример логотипа филиалов компании в разных странах)



**COMFORT LAYOUT**  
CORPORATION

(транснациональная компания по созданию  
внутреннего и внешнего комфорта человека)

[comfortlayout.com](http://comfortlayout.com)



## Предисловие

Данный брендбук является частью презентации бизнес-идеи корпорации (группы компаний, объединённых одной компанией) по созданию внешнего и внутреннего комфорта человека.

Этот брендбук будет полезен тем, кто хочет более детально ознакомиться с проектом «План Комфорта», понять его миссию или тем, кто принимает решение о поддержке проекта.

Данный документ, как и идея описанных в нем компаний, разработаны студентом курса «Компьютерная графика и Дизайн» Гомельского филиала Компьютерной Академии ШАГ Бобровником Евгением Викторовичем (группа обучения СДД 021/022, года обучения – 2020/2022).

По сути, в данном брендбуке описывается 2 компании – «COMFORT LAYOUT» LLC и ООО «ПЛАН КОМФОРТА» где первая компания – головная, а вторая – ее филиал (филиалы). У них разные логотипы (а у одной компании не может быть 2 логотипа), но из-за их схожести (логотипов) в брендбуке представлены оба варианта.

Вся идея взаимодействия между компаниями юридически может быть реализована по примеру зонтичного бренда.

Логотип и другие элементы фирменного стиля, описанные в данном брендбуке, не могут быть использованы другими лицами в коммерческих проектах без письменного согласия автора.

Данный документ предназначен для широкого использования: может свободно копироваться и распространяться для ознакомительных целей (без перепечатки всего документа или его части).

## Содержание

1) Термины и определения .....	3
2) Концепция бренда .....	5
3) Суть бренда .....	6
- Целевая аудитория .....	7
- Чем полезен проект .....	8
- Перспективы развития проекта .....	9
4) Слоган .....	10
- Концепция слогана .....	10
5) Логотип .....	11
- Концепция логотипа .....	13
- Различия логотипов головной компании и филиалов .....	15
- Построение логотипа .....	16
- Допустимые и недопустимые варианты использования .....	19
6) Деловая документация .....	22
- Фирменный бланк и печать .....	22
- Конверт .....	25
- Визитка .....	27
7) Эскизы спецодежды .....	29
8) Реклама на грузовых автомобилях .....	36

## Термины и определения

**Брендбук** – описание основных элементов идентичности и атрибутов бренда (суть, позиция, миссия, философия, ценности, индивидуальность). Задачей этого документа является систематизация всех идеологических элементов бренда, создание комплексной сформированной картины бренда, а также подробных рекомендаций по его использованию с целью формирования целостного восприятия бренда потребителями.

**Бренд**, или иногда «брэнд» – комплекс представлений, мнений, ассоциаций, эмоций, ценностных характеристик о продукте либо услуге в сознании потребителя; ментальная оболочка продукта или услуги.

Физическими составляющими (носителями) бренда является весь комплекс элементов фирменного стиля: название бренда, логотип, палитра фирменных цветов, слоган и прочее.

Фирменный стиль является основой коммуникационной политики фирмы, поскольку обеспечивает визуальное и смысловое единство товаров и услуг, всей исходящей от фирмы информации. С одной стороны, фирменный стиль обеспечивает, единство всех изделий фирмы, а с другой стороны, фирменный стиль противопоставляет фирму и ее изделия конкурентам и их товарам.

**Логотип** – это индивидуальный графический знак (рисунок), шрифтовое написание марки или сочетание графического знака и шрифтового написания. Логотип используется для повышения узнаваемости и распознаваемости в социуме.

**Нейминг** – процесс разработки названия бренда для компании, товара или услуги, важнейшая часть маркетинговой стратегии компании, неотъемлемая часть позиционирования бренда.

**Слоган** – короткий и броский рекламный призыв или пропагандистский лозунг (девиз).

**Транснациональная компания (корпорация) (ТНК)** – компания (корпорация), владеющая производственными подразделениями в нескольких странах.

**Трассировка изображения (векторизация)** – преобразование изображения из растрового представления в векторное.

Проводится, как правило, в случае, если результат векторизации подлежит дальнейшей обработке исключительно в программах векторной графики; с целью повышения качества изображения (например, логотипа); для создания изображения, пригодного для масштабирования без потери качества.

**Гарнитура** в типографике – набор из одного или нескольких шрифтов в одном или нескольких размерах и начертаниях, имеющих стилевое единство рисунка и состоящих из определённого набора типографских знаков. Гарнитура обычно содержит алфавитно-цифровые и пунктуационные знаки и специальные символы. Также существуют гарнитуры, целиком состоящие из неалфавитных символов – например, содержащие математические или картографические знаки.

Термин «гарнитура» часто смешивают с термином «шрифт», значения этих слов были более различимы до появления настольных издательских систем. Различие между терминами состоит в том, что шрифт определяет свойства конкретного члена семейства шрифтов, например, полужирное или курсивное начертание, в то время как гарнитура определяет согласованный стиль семейства шрифтов.

**Текст-рыба** – заготовленный, скопированный или собственноручно написанный (и зачастую бессмысленный) текст, вставляемый в макет страницы или документа для демонстрации его условного наполнения.

## Концепция бренда

«План Комфорта» – это идея по повышению общего благосостояния людей путем предоставления как можно более качественных услуг за как можно меньшую оплату (с хорошо продуманной структурой).

Чтобы понятнее описать идею, я приведу определение слова «комфорт».

По данным Википедии, «комфорт» – уют, удобства (совокупность бытовых удобств). Но, если задуматься, то «комфорт» – все то, что нас окружает: все материальные блага и наше внутреннее состояние (в том числе от взаимодействия с окружающими). Если у нас болит зуб, защемило нерв в спине, у нас не хватает на что-либо денег, мы поссорились с кем-либо, у нас отключили отопление или свет, мы не реализованы социально (не чувствуем свою важность) и т.д. – нам не**КОМФОРТНО**.

Если разобрать предыдущее предложение (представить что с нами случилась какая-либо из перечисленных проблем, мешающая нашему комфорту), можно найти пути решения проблем (или выявить сферу деятельности специалистов, которые могут решить эту проблему). Сферы обеспечивающие комфорт: медицина, финансы, психология, энергетика / промышленность / технология. Специалисты: доктора, преподаватели по обучению, психологи, инженера, индивидуальные предприниматели.

«План Комфорта» – план выявить (начиная с наиболее необходимых) сферы комфорта человека (и вообще обозначить важность этих сфер), по каждой сфере комфорта найти компетентные решения.

---

В современном мире (сложном из-за технологий, правил, нехватки времени и т.д.) человек часто сталкиваясь с той или иной сферой комфорта, терпит неудачу («а, мелочь», «это не так важно», сделаю сам»). В итоге «мелочи» накапливаются, а общее качество жизни человека при общем росте технологического уровня цивилизации («вот парадокс») все сложнее назвать «комфортным» для среднестатистического человека (а самого этого человека – «счастливым»).

## Суть бренда

«Comfort Layout» LLC (ООО «План Комфорта») – группа компаний по созданию внутреннего и внешнего комфорта человека (комплексный подход).

Данная компания предусматривается как транснациональная (по широкому охвату целевой аудитории и схожести социальных проблем во многих странах), потому название бренда (нейминг) и логотип базируется на английском варианте (для других языков логотип и вариант генерации нейминга тоже предусмотрены).

Изначально для компании «Comfort Layout» LLC (ООО «План Комфорта») запланировано всего 5 основных направлений (проектов):

- 1) «Amour Secrets» ("Секреты Амура") – проект по гармонизации межличностных отношений.
  - а) Проект для самостоятельного ознакомления с информацией (информационный сайт).
  - б) Форум-соцсеть для поиска партнера для любовных отношений (с внедрением алгоритма для поиска партнера на основании данных совместимости гороскопа, психологической совместимости по характеру, ожиданиям человека и т.д.).
  - в) Для вариантов а) и б) предусмотрена возможность получить консультацию о личных отношениях (от проверенных специалистов своего дела) как платно так и бесплатно.
- 2) «Home Layout» ("Планировка Дома") – проект по постройке и обустройству частного дома.
  - а) Проект для самостоятельного ознакомления с информацией (информационный сайт с книгами, статьями, лайфхаками).
  - б) Платные услуги по постройке частного дома, подбору климатической техники (в том числе внедрение тепловых насосов, генераторов электрической энергии),

дизайну интерьера, ландшафтному дизайну, помощь в согласовании документов с госорганами для введения объекта в эксплуатацию и др.

3) «2nd stagE» ("Второй Этап") – проект второго этапа образования детей и взрослых.

a) Проект для бесплатного ознакомления – информационный сайт с методическим материалом по базовым предметам, для приобретения базовых знаний для работ по хозяйству и починке техники, книги для расширения кругозора и мышления.

b) Предоставление услуг репетиторства и обучения по различным предметам и направлениям.

4) «Family Farm» ("Семейная Ферма") – проект по развитию сельского хозяйства приусадебного участка (по аналогии с другими проектами – 1я часть для бесплатного ознакомления, 2я часть для предоставления платных услуг).

5) «FriendsCL» ("Друзья проекта") – бизнес-партнерство с различными мастерами знаний и услуг, качество предоставляемых услуг и компетенция которых находится на высоком уровне.

На бесплатные информационные сайты планируется внедрение контекстной рекламы и ссылок по заказу литературы (и на другие проекты).

### Целевая аудитория

Главный акцент услуг (главный потребитель) делается на семейного человека 30-50 лет (в основном на мужчин) который старается построить или скорректировать свой комфорт и свою жизнь.

Однако можно сказать, что данные проекты охватывают почти все слои населения, и женщин и мужчин любых возрастов, а также детей (у которых есть родители, которые хотят развивать навыки своего ребенка через обучение).

1й проект («Amour Secrets» или "Секреты Амура") практически

целиком делает акцент на подрастающее поколение от 16 лет до 24 лет. Им неоткуда взять деньги, но им часто необходима правильная информация, которая сможет заложить их фундамент жизни. Это скорее не коммерческий проект, а просто социальный. Хотя продажа контекстной рекламы в социальной сети (с актуальной практически для всех людей темой личных отношений) очень перспективна в плане дохода. К тому же, мужчинам и женщинам за 30 лет (наиболее платежеспособной части населения), у которых проблемы в личных отношениях более сложны (строить правильно легче, чем потом перестраивать, найдя еще до этого что не так) вполне подойдут платные (более углубленные и длительные) консультации.

### Чем полезен проект

В целом проект «План Комфорта» направлен на построение здоровых крепких семейных взаимоотношений и предоставления всего необходимого, чтобы сделать семейные отношения еще крепче (именно это – главная цель проекта).

Чтобы пояснить суть проекта я приведу свою формулу успеха:

Отношения+Блага=Благополучие

«Семья» – с неё все начинается и всё заканчивается. Когда в семье нарушены ценности, детьми никто не занимается – дети вырастают если не озлобленные, то с большими комплексами, к тому же часто некомпетентные во многих жизненных вопросах. И потом эту некомпетентность, озлобленность, комплексы несут в мир и определяют жизнь миллионов людей (пытаясь что-то доказать миру). И что в итоге? Ничего хорошего. В нашу действительность нормальные отношения между людьми редкость.

Сейчас много чего делается только ради денег. Деньги нужны всем, они у всех на устах. Но если разобраться, большинству людей нужны ни деньги, а комфорт созданный деньгами. Жилье, электричество, отопление, еда. И цены на все это регулируют так, чтоб мы постоянно работали (не прекращали «крысиные бега»).

Потому мой «План Комфорта» прост:

План Комфорта = наладить взаимоотношения и свой внутренний комфорт в целом ("Секреты Амура" и "Второй Этап") + построить дом и его обустроить ("Планировка Дома") + обеспечить себя едой и дополнительным доходом ("Семейная Ферма")!

Планируется, что данный проект сможет решить много социальных проблем:

- 1) Трудолюбивое и добросовестное население сможет обеспечить себя всем необходимым (и быть при деле).
- 2) Препятствий для повышения демографического роста не будет.
- 3) Зависимость от кризисов и установленных цен будет намного меньше (как и возможность диктовать свои условия, малой группой лиц, большому количеству людей).
- 4) Чтобы заинтересовать людей работой придется повысить привлекательность условий труда и заработной платы.
- 5) Конкуренция будет добросовестнее (качество товаров и услуг – лучше).
- 6) Для ленивых и ни к чему не стремящихся людей ничего не поменяется в лучшую сторону (им придется развиваться или они просто не смогут сидеть у других на шее).
- 7) Не будет необходимости заниматься нелюбимым делом, будет возможность посвятить себя чему-то более интересному и важному.
- 8) В целом люди станут добрее и добросовестнее.
- 9) Повысится качество жизни большого количества людей!

### Перспективы развития проекта

Перспективы развития проекта огромны, так как почти всё окружающее нас в современном мире относится к комфорту и имеет возможность (и необходимость) улучшения. Это может быть и всевозможное обучение, это и пошив одежды, приготовление и доставка еды, искусство (например создание картин) и др.

Кроме того можно просто взаимодействовать с другим бизнесом, который уже есть (а не строить что-то своё, если ниша явно занята – находить исполнителя и потребителя, а себе – %).

## Слоган

Для привлечения внимания к своему бренду, часто компании создают слоганы. Иногда этим они ещё пытаются донести какую-либо важную мысль или обозначить свою миссию. Это очень простой и действенный прием, потому и для «Comfort Layout» LLC (ООО «План Комфорта») слоган тоже был создан.

На русском языке слоган такой: **Доверь создание своего комфорта профессионалам!**

На английском языке слоган такой: **Entrust the creation of your comfort to professionals!**

### Концепция слогана

Не все люди умеют организовать свой комфорт. Даже свой рабочий кабинет или рабочий стол для многих организовать проблема. Многие просто не заморачиваются. А между тем это может быть очень важным.

Как пишет ручка – корябает или мягко ложится на бумагу, каков цвет стержня. Как обставлен кабинет начальника. Какие в кабинете стулья – строго фиксированные или на них можно «покрутиться», каков уровень визуального контакта при разговоре начальника и подчиненного. Слепит ли солнце глаза или нет, мешают ли близко расположенная батарея или нет. Какие занавески использовать на окна. Какие окна поставить, чтобы в жару не было слишком жарко, а зимой было потеплее. Какую климатическую технику выбрать. Как правильно рассчитать нагрузку электроприборов и сечения проводов...

Иногда на всё просто нет времени. Иногда не хватает знаний (даже какие знания нужны). Можно раздражаться по мелочам, а можно доверить создание своего комфорта профессионалам.

Приведу самый простой пример. В 2020г я участвовал в сборе подписей на выдвижение кандидата в президенты. Посмотрев, как организован сбор подписей на одной из точек сбора подписей, я сказал: «если вы приобретете шариковые ручки, которые не корябают бумагу, а пишут мягко и разложите подписные листы по участкам на несколько стопок сразу, а не будете каждый раз лопатить одну стопку – вы сможете собрать во много раз больше подписей».

## Логотип

Логотип «План Комфорта» представляет собой контур пятигранника с векторной фигурой человека, сидящим в позе «лотоса», в центре этого пятигранника.

Текстовая часть логотипа, набранная заглавными буквами, располагается под графической частью логотипа (с небольшим отступом), занимая такую же ширину.

Под надписью «План Комфорта» располагается надпись «корпорация» заглавными буквами, но меньшим размером чем «План Комфорта». Расстояние между буквами слова «корпорация» организовывается таким образом, чтобы всё слово было равно по ширине графической части логотипа и фразе «План Комфорта».



(логотип головной компании)

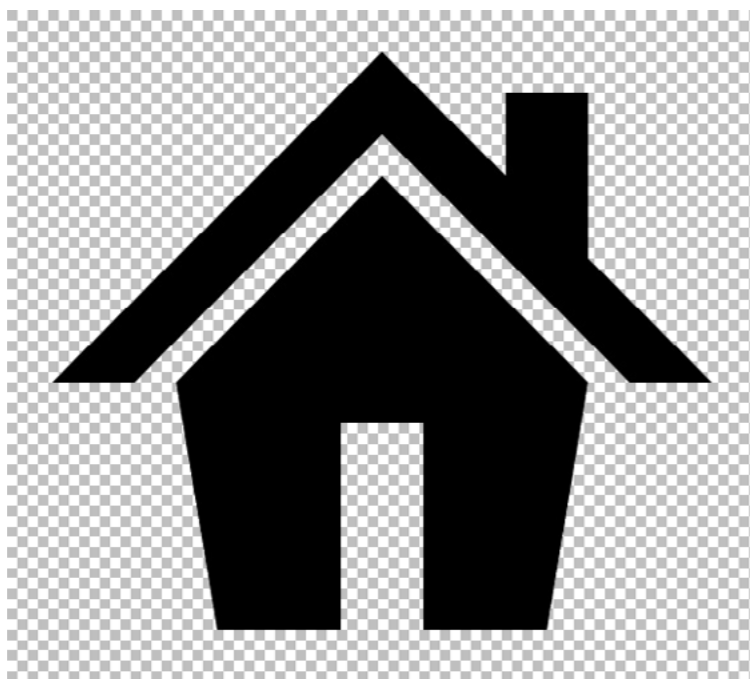


(пример логотипа филиалов компании в разных странах)

## Концепция логотипа

Идея логотипа состоит в отображении внешнего и внутреннего комфорта человека.

Форма контура логотипа (пятигранник) была выбрана из-за сходства с схематическим изображением частного дома (символизирующего внешний комфорт – материальные блага).



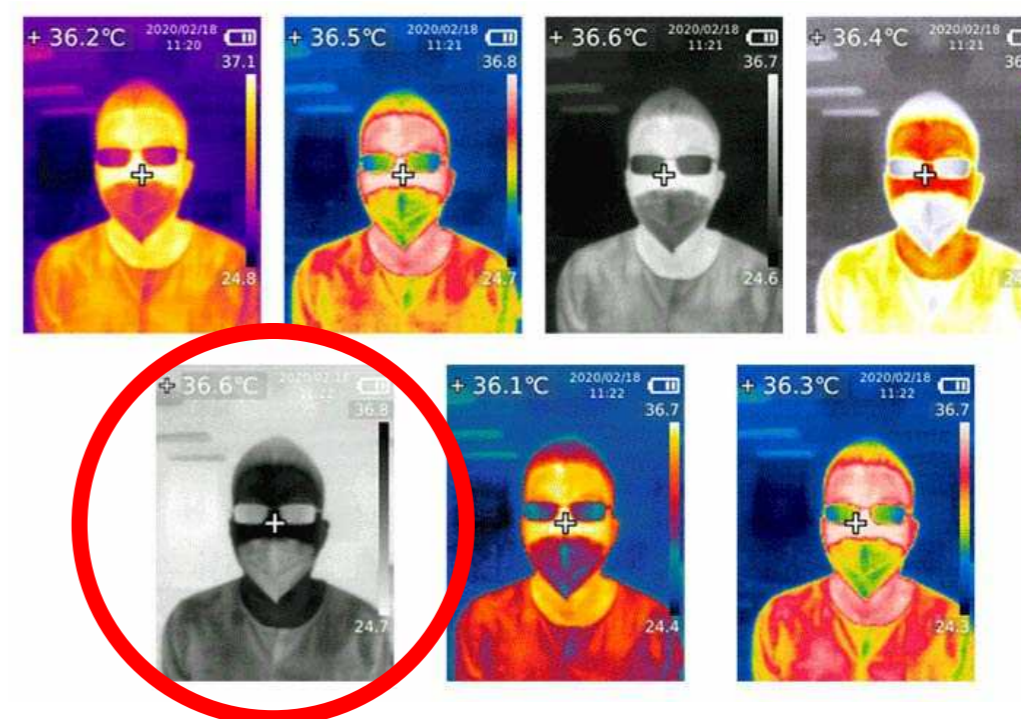
Внутренний комфорт было решено представить векторным изображением человека, сидящим в позе «лотоса» (медитирующим). Хотелось подчеркнуть не только внутреннее умиротворение, но и хорошую физическую форму. Вдобавок задумывалось изображением сделать таким, чтобы не было очевидно гендерная принадлежность человека и его возраст (для подчеркивания универсальности услуг компании).

На основе таких вышеописанных установок была подобрана картинка в интернете и в дальнейшем векторизована.

(Фон был покрашен одним цветом. Картинка человека была поделена пополам и обведена аккуратно кривой отличным от фона цветом, после чего внутренний контур человека был полностью покрашен. После копирования одной части покрашенной половины человека, ее отображения и ровной склейки со второй частью, специальной программой была сделана трассировка изображения с сглаживанием неровностей).



Подбор цвета осуществлялся через сайт <https://colorhunt.co> на основе двух цветов: бело-серого (цвета фона) и почти черного (цвета векторного изображения человека), по ассоциации с картинками изображения человека на тепловизоре (подразумевая атмосферу дома изобразить комфортной – примерно комнатной температуры). В данном случае был выбран один из вариантов спектрального изображения (цвета логотипа могли бы быть совсем другие).





## Различия логотипов головной компании и его основных филиалов

Ассоциации логотипов на английском и русском языках различны (см. «Предисловие»). Так как компания «План Комфорта» задумывалась как транснациональная, то ассоциация логотипа и нейминга максимально продумывалась под английский вариант.

В английском варианте контур пятигранника в логотипе будто состоит из двух частей, символизирующие буквы «С» и «L» что отражено «раскраской» текстовой части логотипа.



В русском варианте общий контур пятигранника в логотипе символизирует что-то вроде конструкции свитка, где синяя черта – жесткая часть (на которую наматывается бумажная часть свитка), а оранжевая – бумажная часть свитка (что-то вроде плана, схемы, чертежа).

Жесткая часть имеет возможность удлинения по образу антенны.

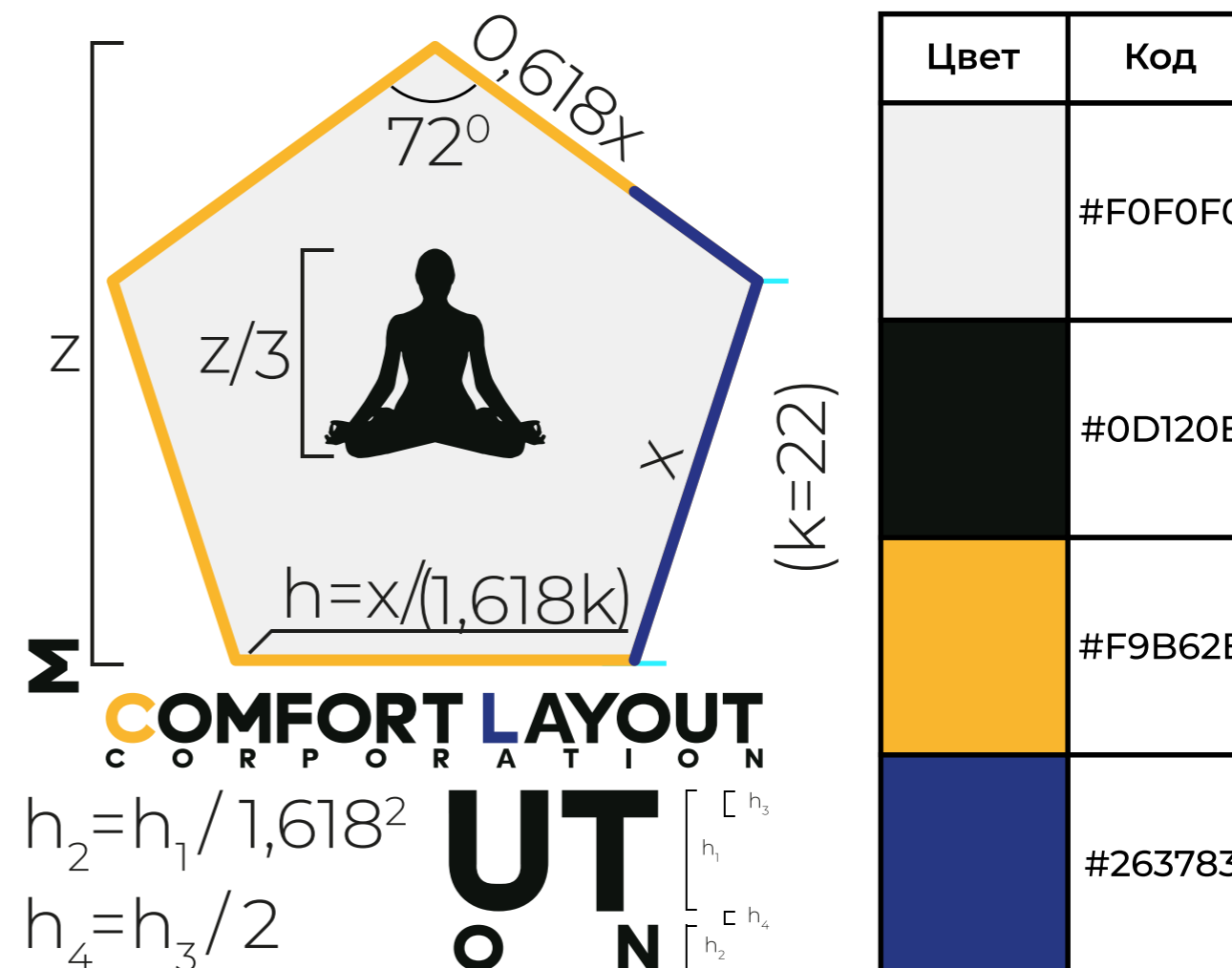


Для других языков логотип и нейминг аналогичны варианту на русском языке.

## Построение логотипа (основные константы, цвета и шрифт)

В большинстве соотношений элементов логотипа применена пропорция «золотого сечения» ( $\approx 1,618$ ).

Соотношения всех элементов логотипа «План Комфорта», на английском языке, можно представить следующей схемой:



Соотношение элементов логотипа, на русском языке, аналогично варианту на английском языке.

Текстовая часть логотипа была реализована при небольшом изменении изображения заглавных букв шрифта (гарнитуры) Montserrat (начертание ExtraBold). Также был изменен кернинг (оригинальное горизонтальное расстояние между буквами) шрифта.

Данная гарнитура Montserrat других различных начертаний, без изменений изображений букв, применена при написания текста данного брендбука, а также текста деловой документации, рекламной продукции, эскизах спецодежды компании «План Комфорта» (образцы изображений которых будут представлены в данном документе в дальнейшем).

COMFORT LAYOUT

COMFORT LAYOUT

C C O O R R P P O O R R A A T T I I O O N N

ПЛАН КОМФОРТА

ПЛАН КОМФОРТА

К К О О Р Р П П О О Р Р А А Ц Ц И И Я Я

(красным цветом отмечено оригинальное изображение букв, «полосами» показано как буквы ровнялись)

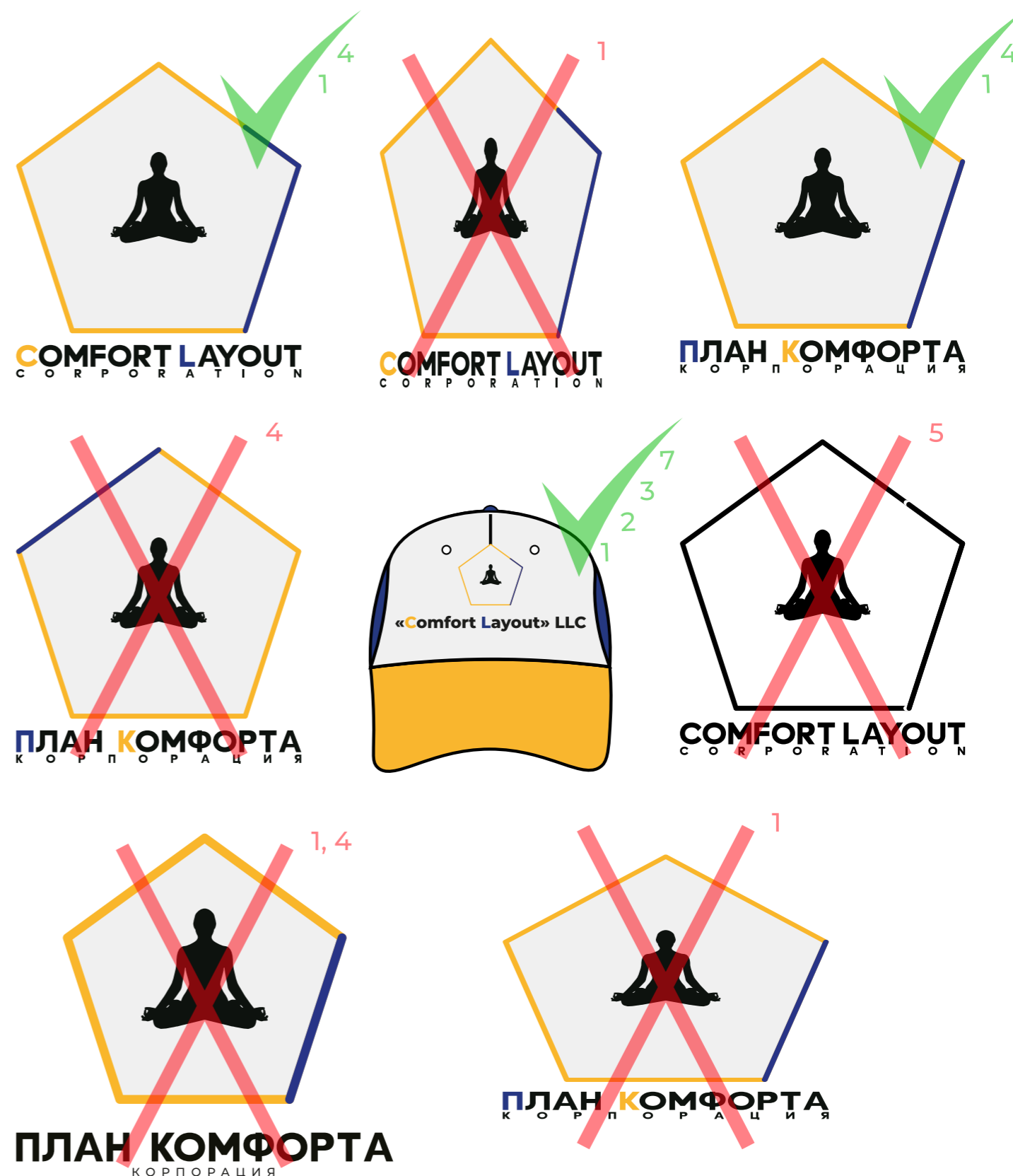
При разработке текстовой части логотипа, выбор пал на шрифт Montserrat начертание ExtraBold (так как он привлекает своим деловым стилем и сравнительной «мощью»), дабы подчеркнуть авторитетность и основательность компании «План Комфорта» (качество предоставляемых услуг, продуманную структуру, компетентность сотрудников). Начертание Black было бы перебором (к авторитаризму). Однако некоторым буквам всё же хотелось добавить легкости (как «ловкости» для компании в решении жизненных задач, но без потери авторитетности), потому они были подправлены дополнительно (С, О, R, А, Р – в английской версии; А, Н, К, О, Ф, Р, Я – в русской версии).

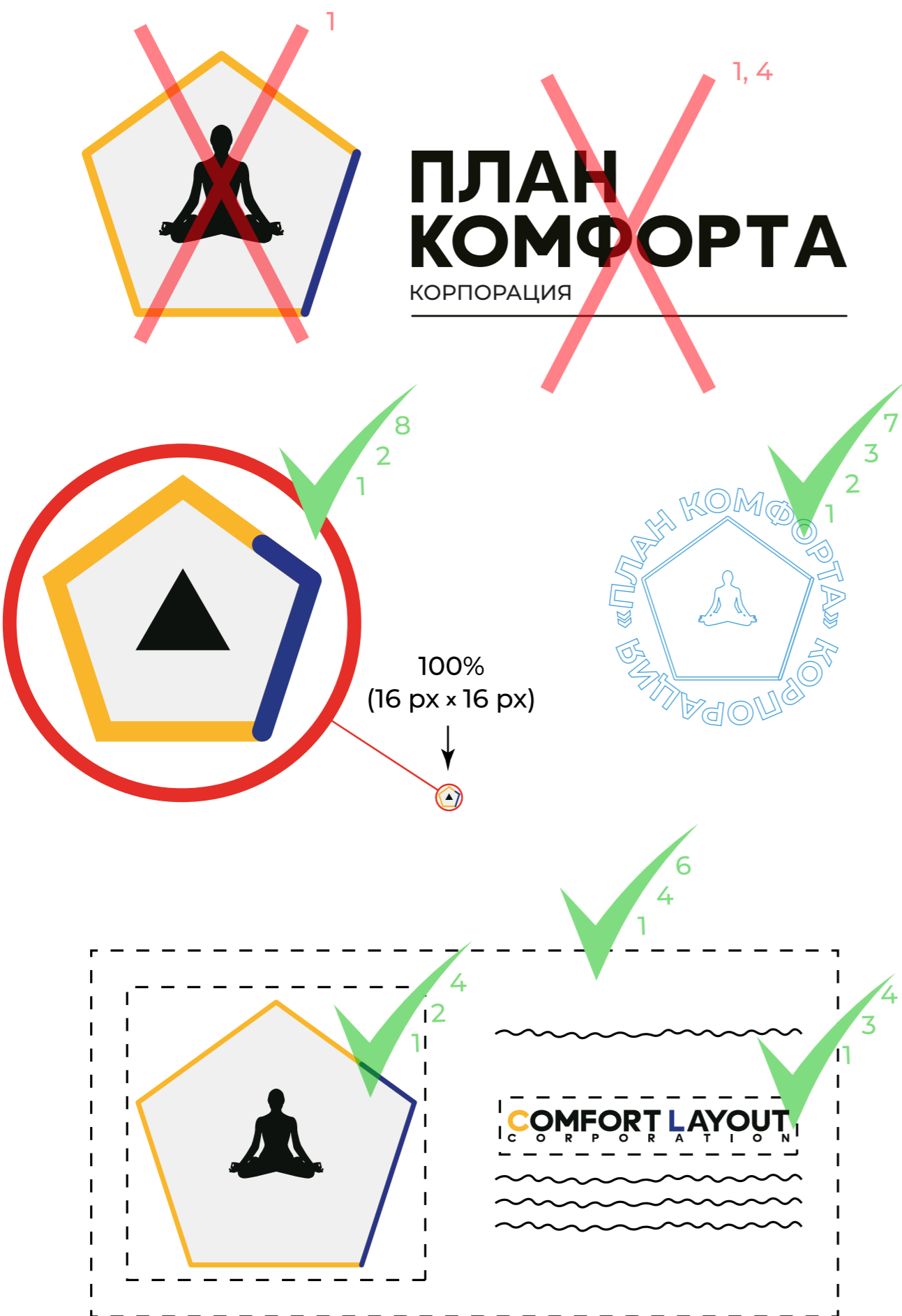
### Допустимые и недопустимые варианты использования

- 1) Не допускается изменять константы длины и ширины логотипа, константы высоты пятигранника и векторного изображения человека, константы шрифта и начертание текстовой части логотипа.
- 2) Графическая часть логотипа может использоваться отдельно.
- 3) Текстовая часть логотипа может использоваться отдельно.
- 4) Не допускается изменять расположение частей логотипа (но если между текстовой и графической частью логотипа есть расстояние большее чем двойная высота текстовой части – такой вариант использования допустим).
- 5) При использовании монохромной версии логотипа (изображения) не допустимо выделять части контура пятигранника утоньшением или прерыванием общей линии контура. Всё изображение графической и текстовой части логотипа должна быть выполнено в единой стилистике.
- 6) На одном рисунке (например на одном баннере, кепке, куртке и т.д.) графическая и текстовая часть логотипа должны в оригинальной пропорции.
- 7) Допускается вместо текстовой части логотипа писать название компании с аббревиатурой (кавычки, ООО, LLC) любым размером (и разной пропорцией с графической частью логотипа) гарнитуры Montserrat любым начертанием. Расцветка при этом текстовой части может быть аналогичной оригинальной текстовой части логотипа или должна иметь один цвет.  
*Важное уточнение:* в этом варианте не допускается приписка «корпорация» на любом из языков (кроме фирменной печати).
- 8) Для иконки сайта в интернет-браузере (favicon) допускается использовать в графической части логотипа вместо фигуры человека треугольник (аналогичных пропорций). Толщина контура пятигранника должна быть увеличена (в соответствии с изменением коэффициента «к», указанным в «построение логотипа»), с 22 до 6. При этом логотип должен сохранять ориги-

нальность цветов.

Размер иконки является минимально допустимым изображением логотипа.





## Деловая документация

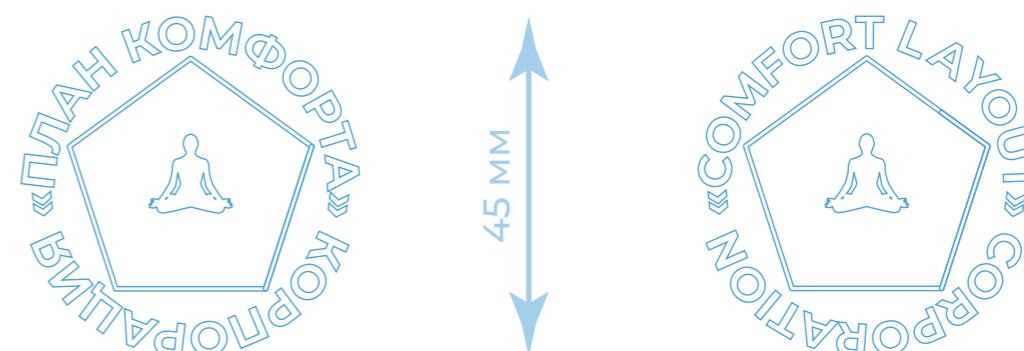
Одним из важнейших нюансов фирменного стиля является дизайн деловой документации. Как минимум, каждой компании, (независимо от ее размера) необходим фирменный бланк и печать. Но деловая документация является не только необходимостью, это один из самых легких вариантов подчеркнуть престиж компании, создать и поддерживать ее имидж на высоком уровне, повысить узнаваемость компании. Потому на дизайн деловой документации не стоит жалеть ресурсы (тем более тут не нужно тратить ресурсы постоянно – это, по большей части, разовое вложение).

Базовыми элементами деловой документации компании «План Комфорта» (из соображений основы коммуникативности) являются: фирменный бланк, печать, конверт, визитка. Все перечисленные элементы деловой документации компании, составлены в двух вариантах (английском и русском).

### Фирменный бланк и печать

Для максимальной наглядности представлены отдельно печать (для двух компаний), и заполненные рыбой-текстом, бланки компаний с печатью и подписью.

Печать (образец печати) генерировалась по стандартным правилам: она должна быть круглой, а ее размеры по длине и ширине – быть в пределах 45 мм.



«COMFORT LAYOUT»  
Limited Liability  
Company  
(«COMFORT LAYOUT» LLC)

724 6th Ave, New York, NY 10022, USA;

phone: +1 718 879 5024;  
e-mail: email@comfortlayout.com;  
https: www.comfortlayout.com;

JP Morgan Chase Bank, N.A.  
New York, NY 10082, USA  
Account: 132 516 000 884 (for USD)  
SWIFT Code: CHASUS33.

«COMFORT LAYOUT»  
Limited Liability  
Company  
(«COMFORT LAYOUT» LLC)

724 6th Ave, New York, NY 10022, USA;

phone: +1 718 879 5024;  
e-mail: email@comfortlayout.com;  
https: www.comfortlayout.com;

COMMERZBANK AG  
Frankfurt am Main, Germany  
Account: 400 919 886 000 (for EUR)  
SWIFT Code: COBADEFF.

«COMFORT LAYOUT»  
Limited Liability  
Company  
(«COMFORT LAYOUT» LLC)

724 6th Ave, New York, NY 10022, USA;

phone: +1 718 879 5024;  
e-mail: email@comfortlayout.com;  
https: www.comfortlayout.com;

JP Morgan Chase Bank, N.A.  
New York, NY 10082, USA  
Account: 132 516 000 884 (for USD)  
SWIFT Code: CHASUS33.

ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ  
ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ  
«ПЛАН КОМФОРТА»  
(ООО «ПЛАН КОМФОРТА»)

ул. Пушкина, 2, г. Гомель, 220005, Республика Беларусь;

тел.: +375 29 234 56 78;  
э/п: email@comfortlayout.by;  
сайт: www.comfortlayout.by;

р/сч BY32BLBB30120980114411001001 (для BYN)  
в Дирекции ОАО «Белинвестбанк»  
по Гомельской области, г. Гомель, ул. Советская, 7;  
УНН: 413019886;  
ОКПО: 289876543210.

Our ref. 35/JS/AB date Jan. 6 20 21  
Your ref. \_\_\_\_\_ date \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_\_

LOREM «Ipsum Dolor»  
Sit amet  
Consectetur A. E.

Fusce Eget, Aapien et neque  
682495, i. Lacinia, id. Tellus 8, 24

Fusce Adipiscing Elit!

Eget sapien et neque imperdiet lacinia id a tellus. Fusce porttitor, libero non bibendum congue, nisl urna ullamcorper arcu, vel interdum turpis erat at nunc. Vestibulum lobortis laoreet libero, sed feugiat lorem consectetur vitae. Duis consequat dui sit amet convallis dapibus. Duis accumsan lorem vel pellentesque dictum. Integer ut varius mi. Nullam accumsan eu urna sed consequat. Ut eu venenatis ex, sed congue eros. Maecenas et sem pretium, suscipit nisi et, volutpat purus. Aliquam a rutrum turpis.

Curabitur ut lectus ultricies, sagittis ante quis, mollis nunc. Phasellus lacus tellus, tincidunt nec velit ac, condimentum pellentesque ante. Quisque luctus nisl ac accumsan, non fermentum mauris interdum. In hac habitasse platea dictumst. Pellentesque auctor justo neque, in commodo turpis imperdiet ac. Etiam ullamcorper erat id dolor euismod venenatis eget id diam. Interdum et malesuada fames ac ante ipsum primis in faucibus. Pellentesque tincidunt.

Erat eget aliquam mollis, ex tellus ullamcorper diam, id scelerisque ante nibh eget lorem. Pellentesque habitant morbi tristique senectus et netus et malesuada fames ac turpis egestas. Duis pulvinar lacinia purus, vel congue ipsum placerat et. Etiam purus nunc, dictum vitae elit in, elementum tempus enim. Maecenas mattis est vitae ex semper convallis. Nunc fringilla purus dui, sit amet tincidunt enim lacinia ut.

Quisque quis mi vitae est ornare egestas non vel metus.

Donec at nisl mauris,

General Director of LLC "Comfort Layout"



John Spireng

исх. № 35/07 от 01.06.2021 г.  
вх. № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_\_ г.

О поставках продукции

Уважаемый Сергей Ефимович!

Значимость этих проблем настолько очевидна, что реализация намеченных плановых заданий влечет за собой процесс внедрения и модернизации существенных финансовых и административных условий. Повседневная практика показывает, что консультация с широким активом требуют определения и уточнения позиций, занимаемых участниками в отношении поставленных задач. Задача организации, в особенности же начало повседневной работы по формированию позиции требуют определения и уточнения новых предложений. Равным образом постоянное информационно-пропагандистское обеспечение нашей деятельности способствует подготовки и реализации модели развития. Идеиные соображения высшего порядка, а также консультация с широким активом способствует подготовки и реализации новых предложений.

С другой стороны дальнейшее развитие различных форм деятельности способствует подготовки и реализации существенных финансовых и административных условий.

О Вашем решении прошу сообщить.

С надеждой на скорый ответ,

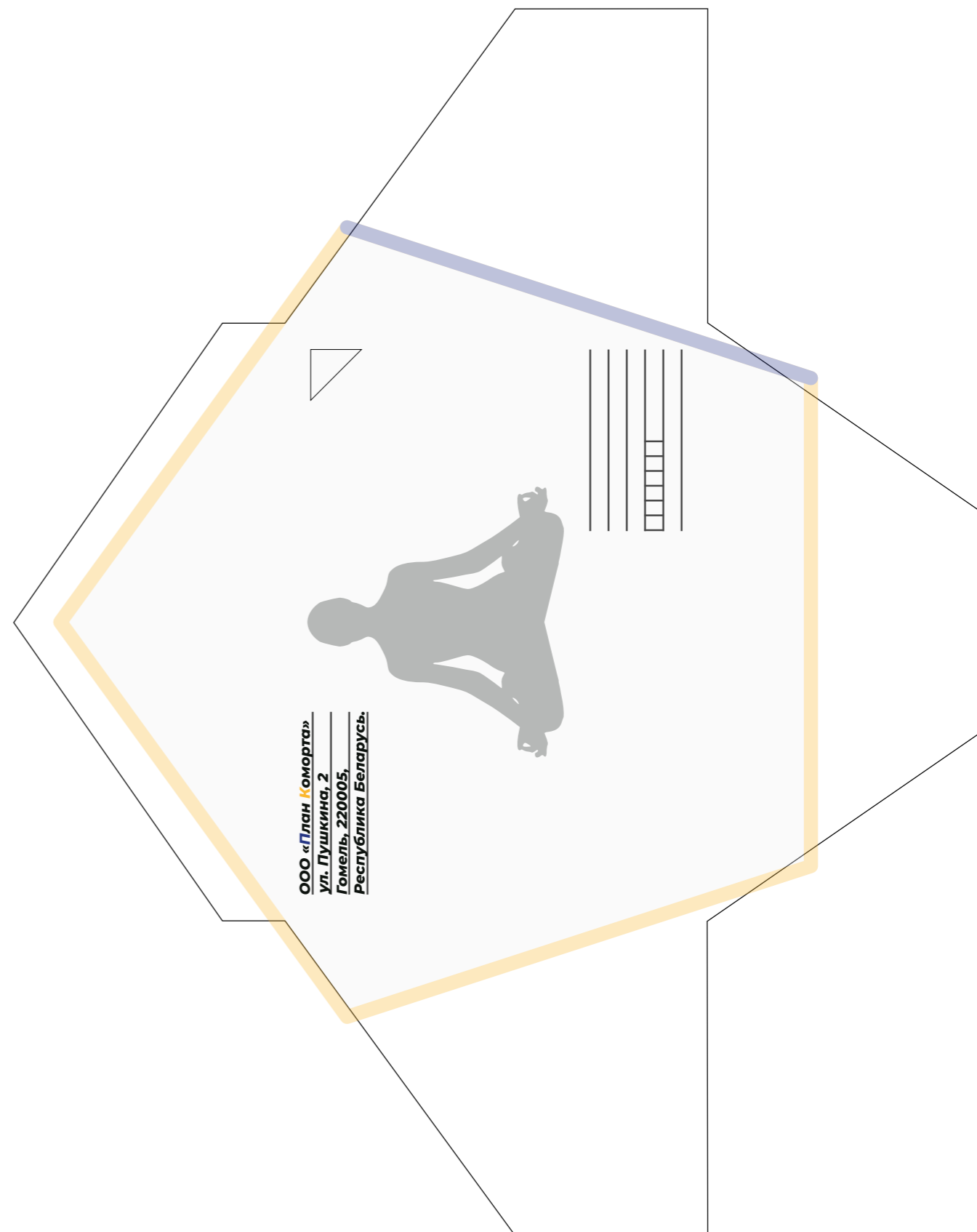
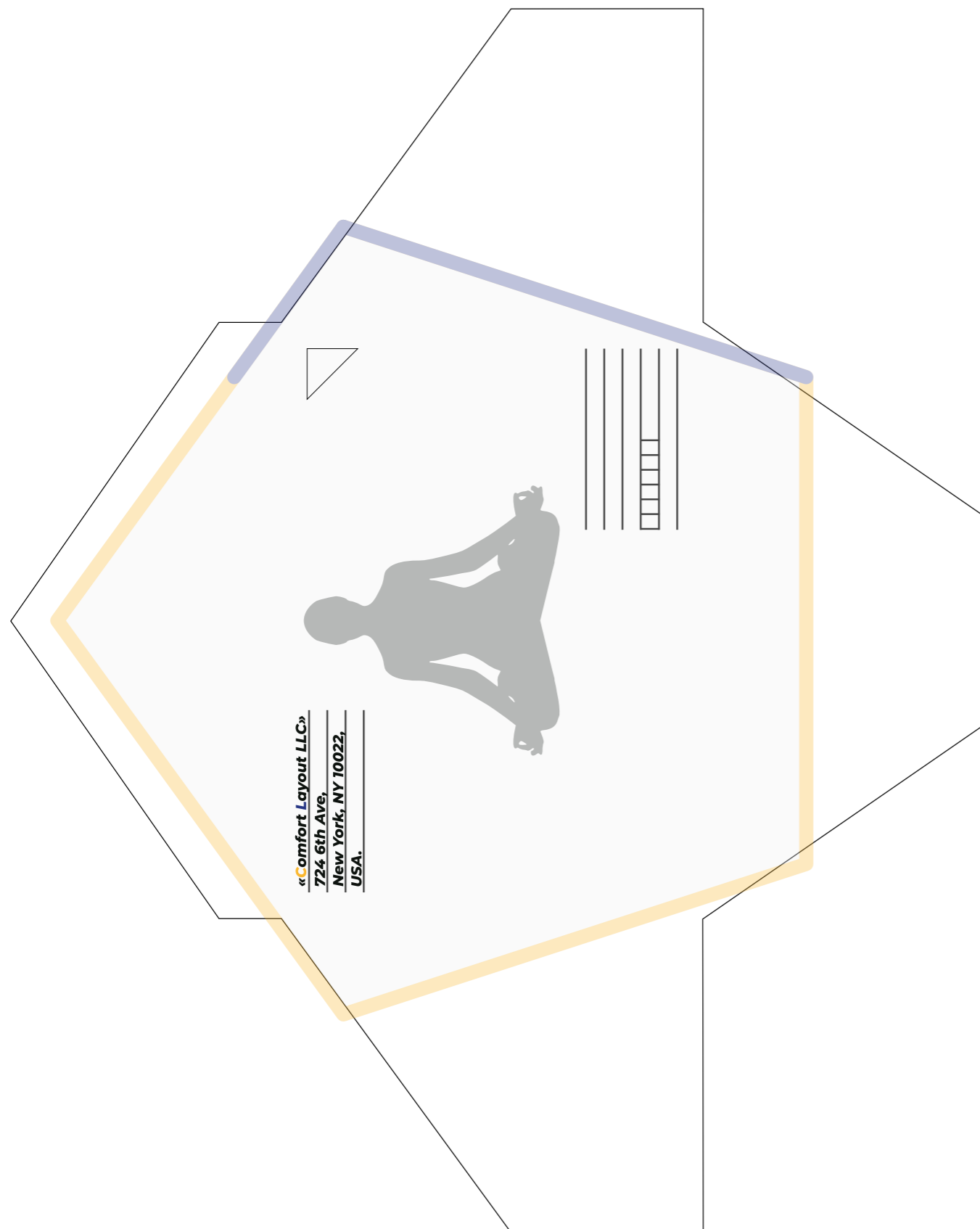
Начальник Гомельского Отделения  
ООО «План Комфорта»



Бобровник Е.В.

## Конверт

Пример дизайна конверта компании «План Комфорта» представлен на примере конверта формата C5 KG (реальный размер выкройки такого конверта 470 мм x 374 мм, в сложенном виде – 229 мм x 162 мм). В конверт формата C5 помещается лист A4 сложенный вдвое.



## Визитка

Визитка сотрудников компании «План Комфорта» задумана как дополнительный и очень действенный способ рекламы. Размер визитки стандартный – 90 мм x 50 мм.

На лицевой стороне над чертой располагается текстовая и графическая часть логотипа для первоначального акцентирования внимания именно на компании. Сразу же под текстовой частью логотипа располагается слоган «Доверь создание своего комфорта профессионалам!» (чтобы максимально привязать ассоциацию профессионализма и комфорта к компании).

Для того, чтобы такая реклама не казалась вызывающей (но все равно прочно засела в подсознании), имя сотрудника написано большим размером шрифта чем основная информация, как бы подчеркивая авторитетность сотрудника компании (и переводя внимание в другую сторону).

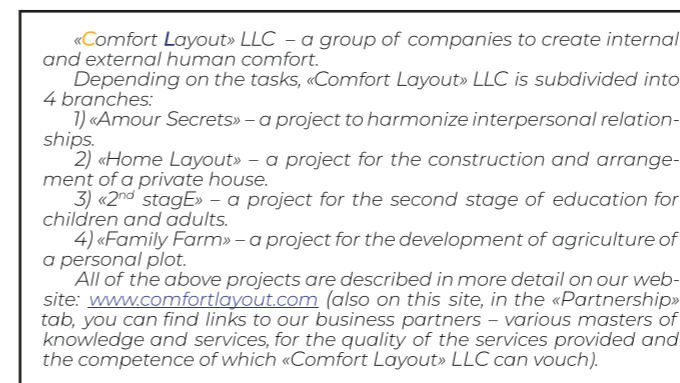
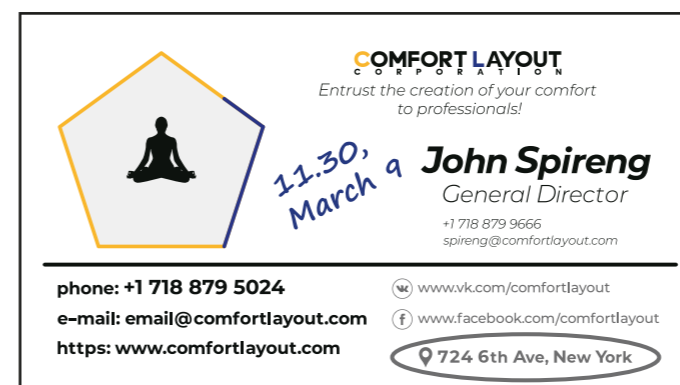
Под чертой слева располагается основная информация компании более жирным начертанием, чем данные сотрудника (дабы подчеркнуть, что сотрудник занимается узким спектром вопросов, а общую информацию можно почерпнуть по телефону или другим контактам, где клиента проконсультируют по всем направлениям деятельности компании, выявят его потребности, посоветуют конкретных специалистов, или он сможет ознакомиться с информацией самостоятельно на сайте и понять, что ему нужно).

Под чертой справа располагается второстепенная информация на которую стоит обращать внимание в последнюю очередь (ссылка на группы компании в социальных сетях и адрес), потому цвет более тусклый (как более прозрачный). Сделано это для того, чтобы побудить потенциального клиента к более активным действиям (зайти на сайт компании или позвонить, а не просто добавиться в группу в соцсетях, чтобы не потерять компанию из вида). Вместе с тем, что цвет данного блока информации более тусклый, адрес офиса компании выделен эллипсисом, чтобы обозначить что при нахождении потенциального клиента недалеко от здания, он может зайти и

ознакомиться с услугами компании через живое общение, посмотреть на компанию изнутри, сформировать свое мнение о качестве предоставляемых услуг и компетенции сотрудников.

На обратной стороне визитки описана базовая информация о услугах и направлениях деятельности компании, дабы было более понятно, что компания из себя представляет, даже если визитка попадет к человеку вообще не знакомому с услугами компании, по рекомендации.

Трудно жестко запрограммировать человека на определенные действия одной лишь визиткой, но при добавлении нужных фраз в разговор, интонации, пояснениях (как бы вскользь), можно повысить «нужный» эффект во много раз.



## (вариант визитки на английском и русском языках)

Для технических работников, например для установки климатической техники и строительных работ по постройке частного дома, на спецодежде (эскизы которой будут представлены в дальнейшем) предусмотрено место под бейдж, который по размеру, специально, соответствует визитке. Под таким бейджем предусмотрено хранение нескольких визиток сотрудника, чтобы он мог дать свою визитку не только заказчику, но и другим возможным заинтересованным лицам (например соседям заказчика) и визитки всегда были у него под рукой.

## Эскизы спецодежды

Компания «План Комфорта» (головные офисы) является управляющей компанией, потому по большей части там должны находиться офисные работники, которым не нужна спецодежда. Однако в филиалах компании, например «Home Layout» ("Планировка Дома") предусмотрено большое количество технических специалистов (например, для строительных работ или для установки сложной климатической техники). С другой стороны для каждого филиала могут пригодиться грузчики, водители, уборщики (но если их мало, то специально для них разрабатывать дизайн спецодежды не целесообразно).

Для лучшей узнаваемости головной компании (и бренда в целом) и целях экономии (снижения необоснованных затрат), для всех филиалов, принято решение о разработке спецодежды только под головные компании «План Комфорта».

Для лучшей наглядности спецодежда представлена эскизами варианта «сзади» и «спереди». Предусмотрено 3 комплекта спецодежды: на лето, на весну-осень, на зиму. Предусмотрен дизайн головного убора (летней кепки и зимней шапки). Эскизы варианта «спереди» головного убора слегка наклонены вперед для лучшей видимости дизайна.

Вариант спецодежды на лето, более всего подойдет техническим работникам (при работе с заказчиком) и грузчикам – более удобен для выполнения физической работы (легкий верх снижает вероятность повышенного потоотделения), предусмотрено место под бейдж (приятнее для работника, когда его называют по имени, заказчику видны его контакты).

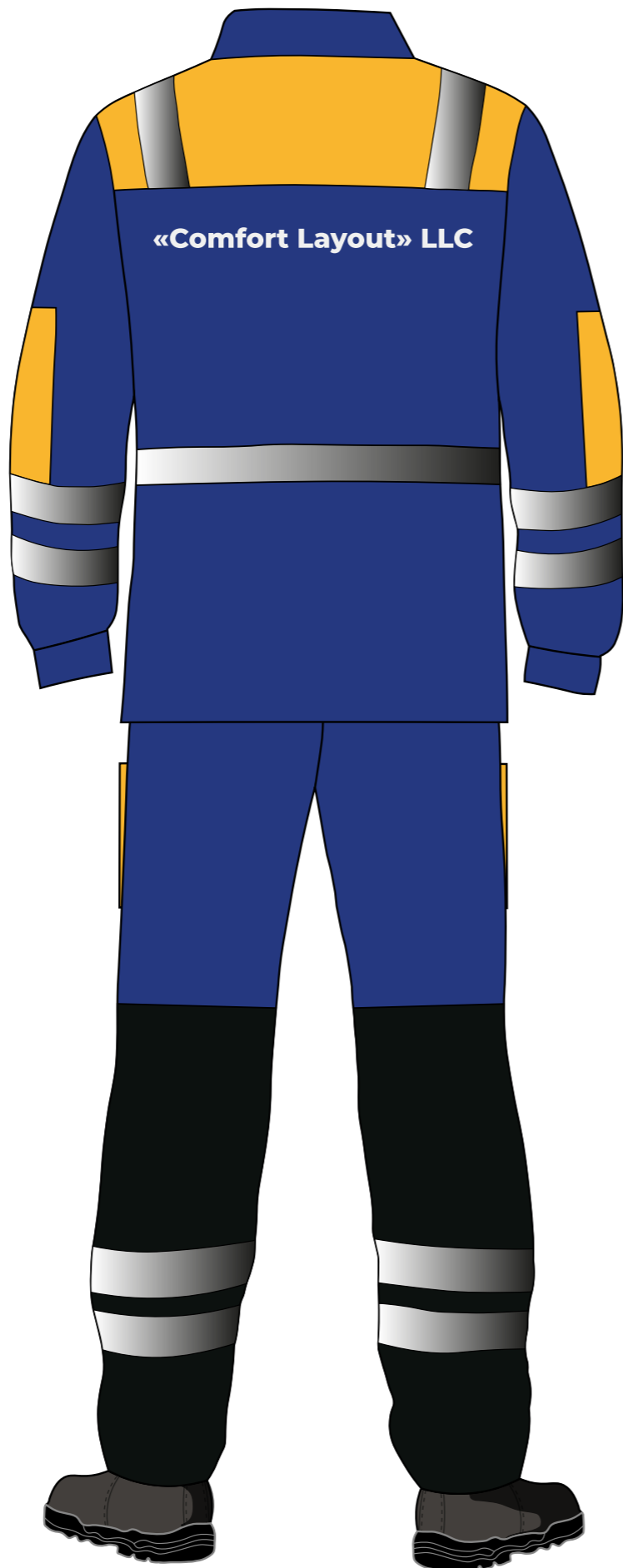
Для водителей и уборщиков больше подойдет весенне-осенний вариант со спецовкой, так как их работа не так тяжела физически, как грузчиков и например строителей.

С другой стороны, каждому работнику можно выдать и все 3 комплекта спецодежды (и в зависимости от выполняемых работ спецодежду можно комбинировать).

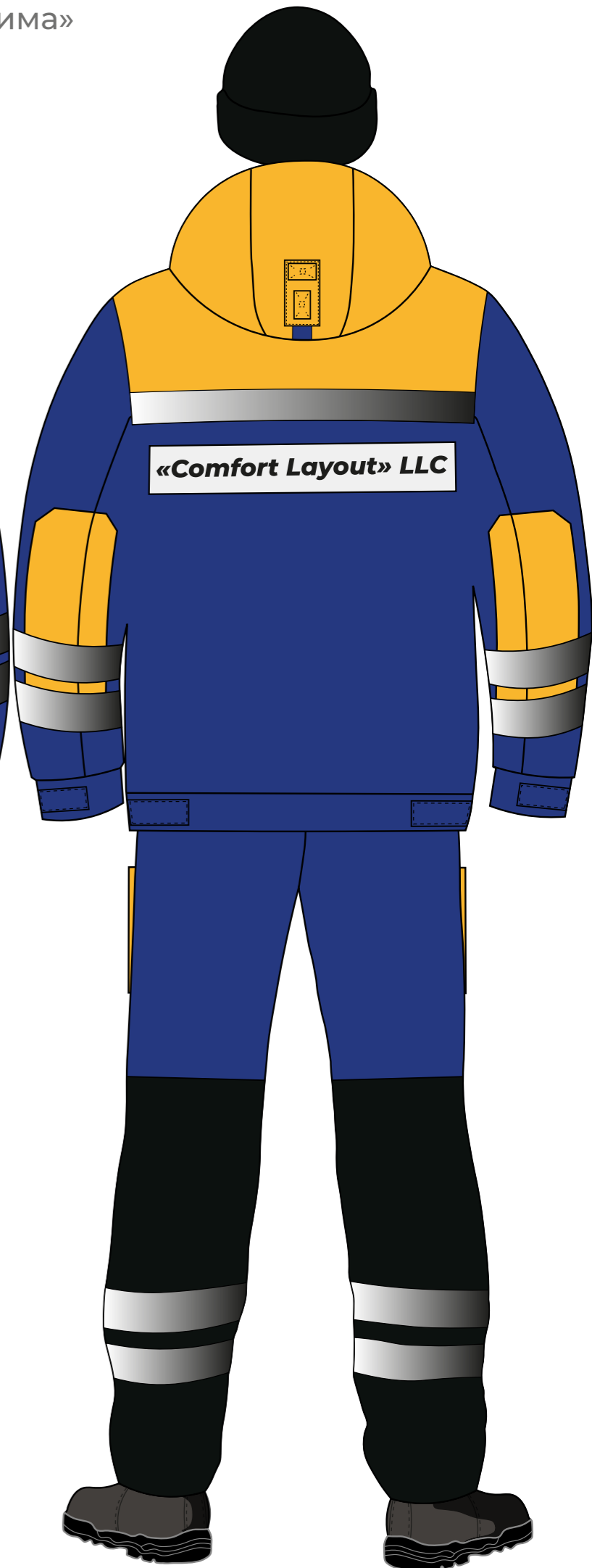




«Весна-Осень»



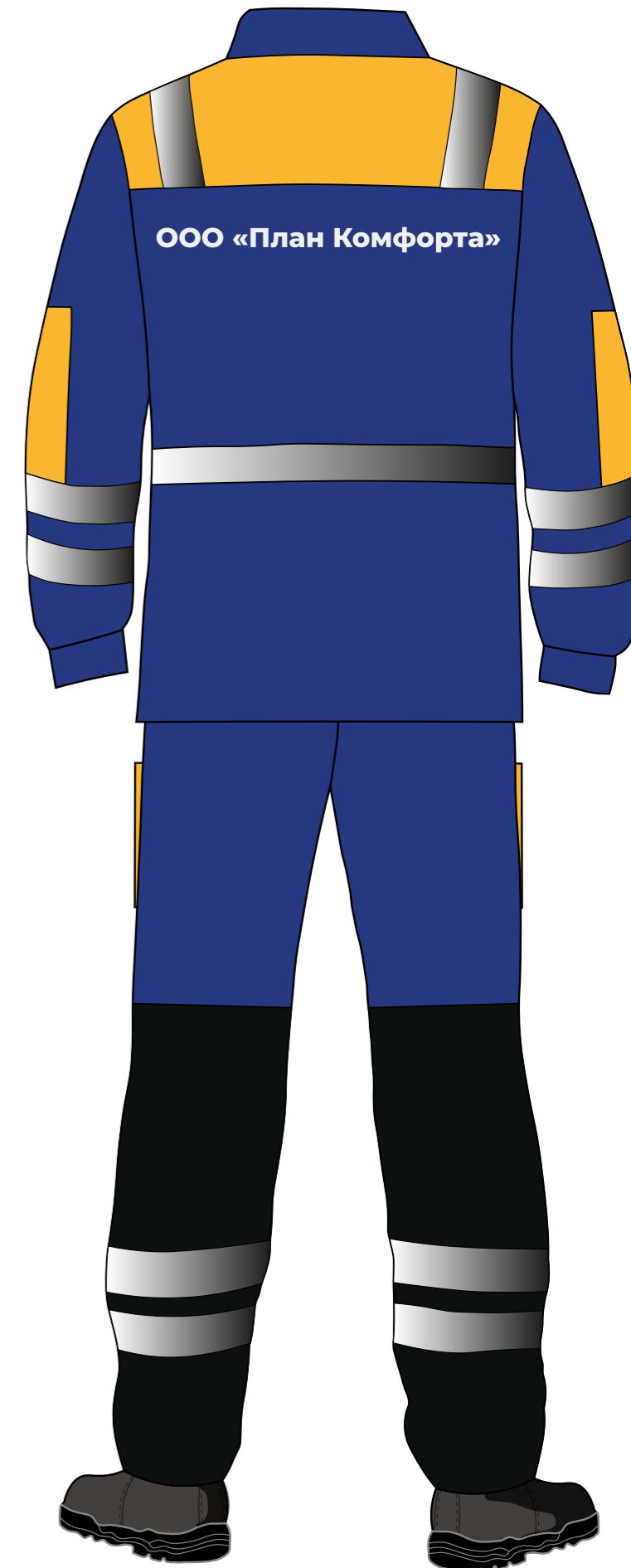
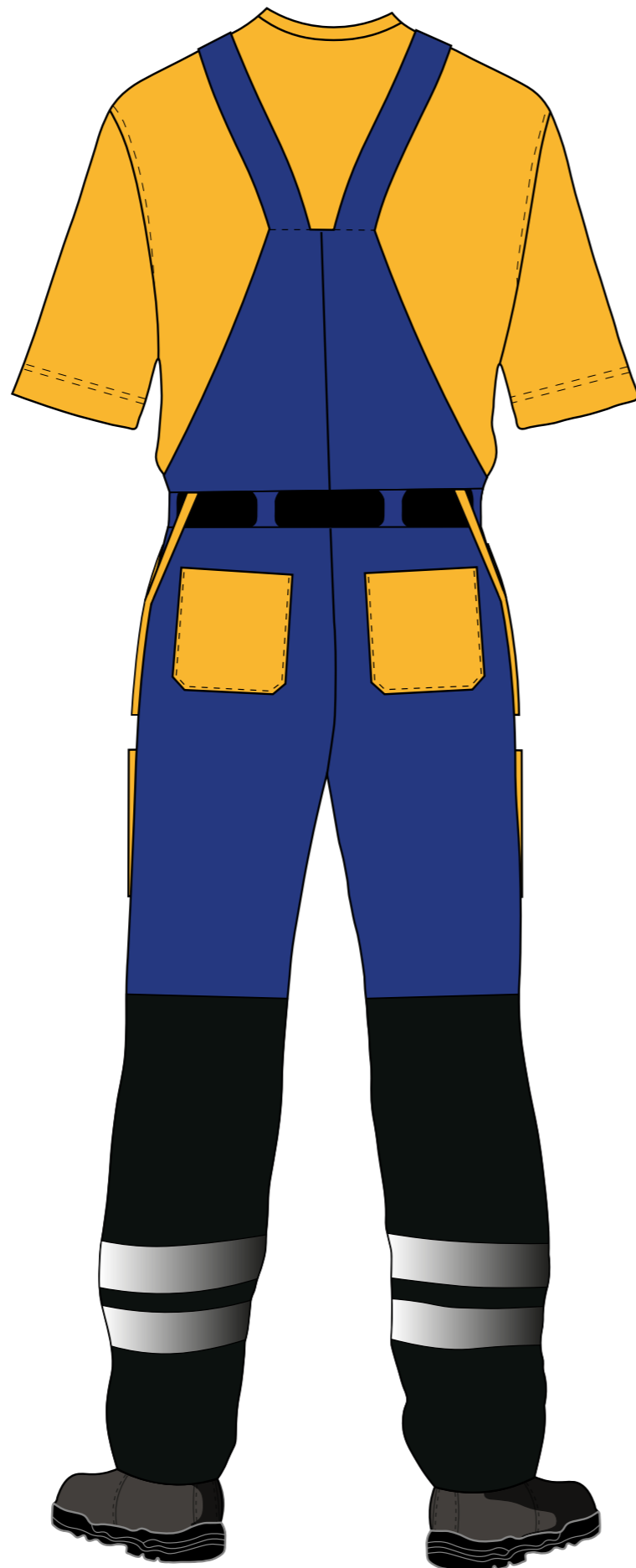
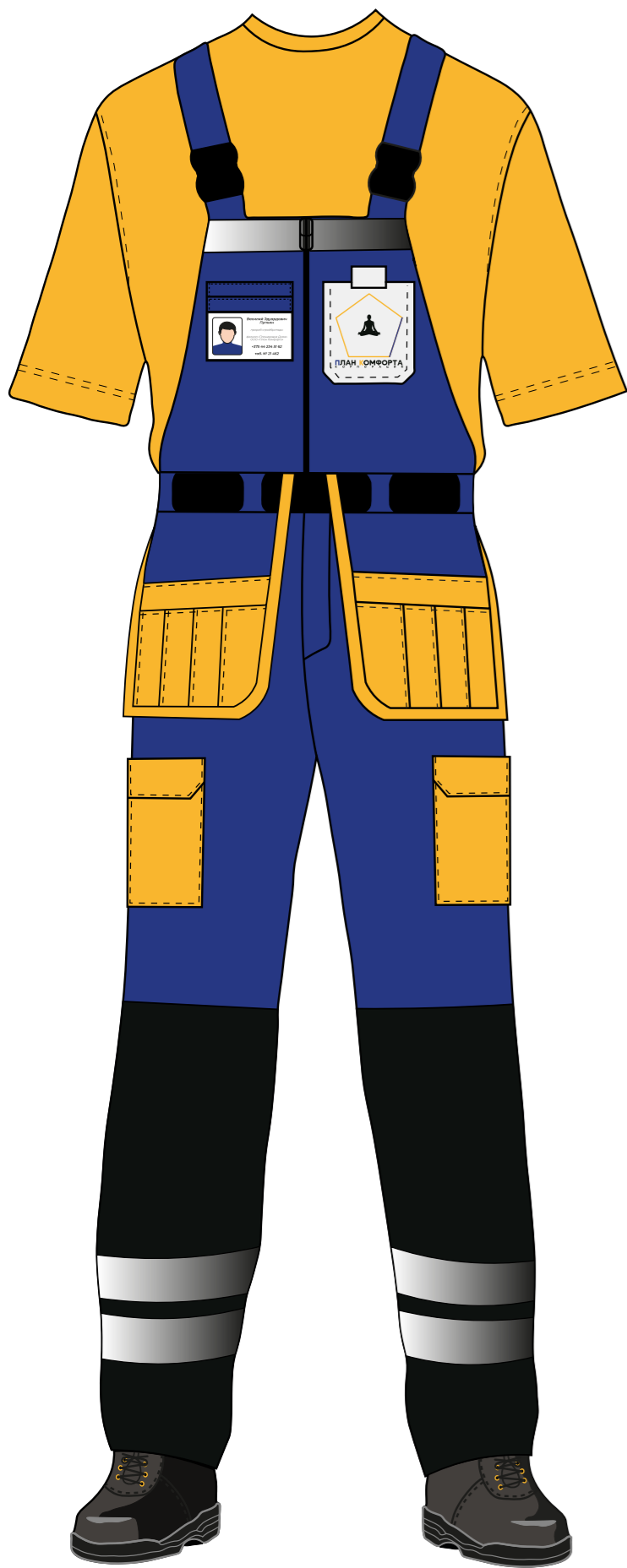
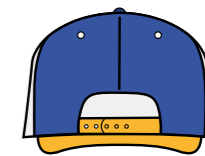
«Зима»



«Лето»



«Весна-Осень»





## Реклама на грузовых авто

Для нормального функционирования компании, ей необходима закупка материалов и ее доставка. Самые габаритные и тяжелые – под проект «Home Layout» ("Планировка Дома"). Потому без грузового авто компании «План Комфорта» не обойтись.

Как обычно, дизайн грузового авто выполнен на русском и английском языках. В данном случае, для более наглядного представления дизайна, выбор пал не в сторону эскизов, а в сторону мокапов (изображений, которые используют, чтобы показать дизайн фирменного стиля на объектах реального мира: обычно, это готовые файлы в формате psd со слоями, позволяющие дизайнеру наложить элементы дизайна на фотографию объекта).

Образец баннера таков (сами мокапы будут представлены ниже):



Серым цветом (почти прозрачным) надпись «работаем с физическими и юридическими лицами», нужна чтобы у любого человека, который увидит данный баннер, не возникало сомнений может ли он воспользоваться услугами компании (дабы подтолкнуть его к действию), хотя это должно быть очевидным (потому надпись почти прозрачная).

Синяя стрелка в дизайне баннера – для акцентирования внимания на надписях мелким шрифтом внизу и вверху баннера.



GROUP OF COMPANIES FOR THE CREATION OF EXTERNAL AND INTERNAL NUMBER CONCEPTS

**COMFORT LAYOUT**

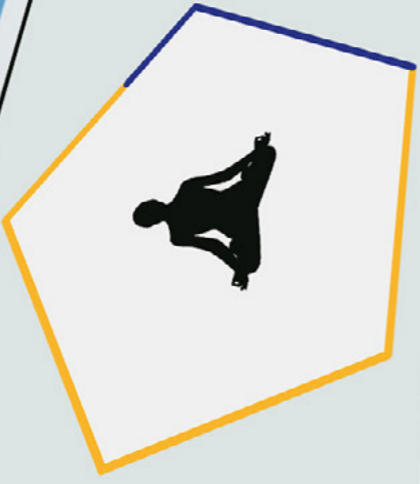
Entrust the creation of your comfort to professionals!

WE WORK WITH INDIVIDUALS AND LEGAL ENTITIES

[www.comfortlayout.com](http://www.comfortlayout.com)

+1 718 879 5024

THE SERVICES OF THE COMPANY CAN BE FOUND ON OUR WEBSITE AND BY PHONE



ГРУППА КОМПАНИЙ ПО СОЗДАНИЮ ВНЕШНЕГО И ВНУТРЕННЕГО КОМФОРТА ЧИСТОТОВА

**ПЛАН КОМФОРТА**

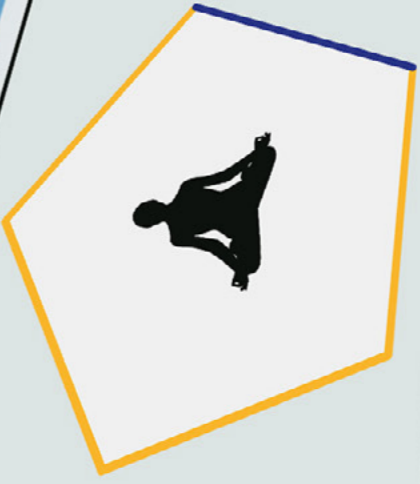
Доверь создание своего комфорта профессионалам!

РАБОТАЕМ С ФИЗИЧЕСКИМИ И СУЩЕСТВУЮЩИМИ

[www.comfortlayout.by](http://www.comfortlayout.by)

+375 29 234 56 78

С УСЛУГАМИ КОМПАНИИ МОЖНО ОЗНАКОМИТЬСЯ НА НАШЕМ САЙТЕ И ПО ТЕЛЕФОНУ



## Об авторе проекта



Зачем нужна информация об авторе проекта?

Часто чтобы детальнее понять проект, его перспективность (и серьёзность), или принять решение о поддержке проекта, необходимо ближе «познакомиться» с автором этого проекта – понять его мотивы и качества, что он за человек, его склад ума и т.д.

Одно дело, когда идея проекта – просто абстрактная идея без вовлеченности автора. Другое дело, когда при создании идеи, автор думает только о деньгах. Третье – когда автор идеи вообще не думает о деньгах (и своем благосостоянии). Четвертое – когда есть лишь нездоровая «одержимость» проектом. Пятое – когда всё сочетается гармонично.

Потому я решил рассказать о себе более подробно.

Итак, начинаю.

Ф.И.О.: Бобровник Евгений Викторович. Псевдоним: John Spireng.

Дата рождения: 09.03.1988г (думаю написать дату рождения более правильно, ведь возраст год от года меняется).

Статус личных отношений: не женат, есть девушка.

Образование высшее: ГГТУ им. П.О. Сухого (инженер-энергетик).

Опыт работы: Весь мой опыт работы на 2022г – в сфере энергетики, начинается с 2011г. Обычные должности: «мастер энергоучастка» на крупном предприятии, «главный энергетик» на мелком предприятии (до 200 человек). Руководство количеством подчиненных: от 4 до 13 человек (но обычно – до шести человек). Иногда – просто «инженер» с функциями: анализ информации,

мониторинг, составление документов (однако должности «мастер участка» и «главный энергетик» включают в себя и эти функции).

С основной частью (и самой легкой) – всё.

... Как я пришел к идее данного проекта..

В целом – это всё цепь событий, которую не спрогнозируешь и специально не подстроишь. Началось всё с 2000г (с моего возраста 12 лет) когда я стал о многом задумываться и увлекся психологией, а возможно еще и раньше – когда развелись мои родители. В общем, по жизни я столкнулся с рядом проблем (как и большинство людей) в личных отношениях, в финансовой сфере, иногда не хватало каких-то базовых жизненных знаний (в том числе по починке техники) и мне приходилось находить знания самому (или «кое-как» выходить из ситуации). Думаю, многим не помешает помощь в подобных вопросах.

Я долго не мог понять свою склонность к какой-либо профессии. У меня постоянно генерируется много идей, я постоянно что-либо подмечаю, но что с того. Рано проявились способности к психологии, но психологом быть не хотел (постоянно решать проблемы других людей, когда и у самого они есть – «да ну..» и прибыльно ли это?). Программистом? Склонность к этому есть, но в целом – «зачем?» (только ради денег?). Да и зрение до 22 лет, пока организм не сформировался, скакало туда-сюда. Потому в 2006м выбрал стабильную теплую профессию инженера-энергетика. Но в целом – картина не складывалась.

Где-то в 2007м, на 2м курсе университета, я увлекся веб-программированием (на любительском уровне – была «лабораторная» по созданию сайтов), чтобы кое-как сверстать для себя библиотеку информации о знакомстве с девушками в виде сайта – понравился сам способ предоставления информации (не надо открывать и закрывать кучу файлов, просто кликай по ссылкам, можно удобно составить структуру предоставления информации).

... Наконец в 2019м я записался на курс «Компьютерная графика и Дизайн» (таки решился), так как там (в программе обучения) я нашел блок базового курса веб-программирования. Мне не

хватало навыков программирования, чтобы грамотно сверстать сайт о личных отношениях для интернета (использовать по максимуму возможности веб-программирования), к этому времени я накопил колоссальное количество информации о личных отношениях (захотел поделиться накопленными знаниями с другими, и, возможно, заработать для себя какие-то деньги). Но, похоже, я чуть промахнулся в выборе курса (всё что не делается – к лучшему, мир дизайна для меня настоящее открытие и новые возможности). Проучившись год, я заметил курс «фронт-энд разработка», но скорее всего данного курса еще не было, когда я определялся с курсом – обычно я так не промахиваюсь (как я заметил этот курс описано в следующем абзаце).

Каким-то чудом я решил сходить на защиту дипломных проектов по курсу «Компьютерная графика и Дизайн», и там, в феврале 2021 года, полностью «сложилась» идея данного проекта («План Комфорта»). Хотя курсовой по фирменному стилю выдуманной компании был сдан еще в январе 2021г (в январе я просто придумал «каркас» идеи, в феврале я осознал перспективу идеи и додумал нюансы – появилась вовлеченность в идею). Уходя домой я и заметил буклет с вышеупомянутым курсом «фронт-энд разработка» – нашел весь путь воплощения идеи. После того вечера я узнал, что значит «фронт-энд разработка» и «бек-энд разработка». Понял, что у меня склонность именно к «фронт-энд» разработке. Все мои увлечения, мысли, склонности сложились как мозаика (клиентоориентированность, умение подмечать детали, стремление к максимальному комфорту, способность к упрощению работы, навыки полученные от работы в сфере энергетики, навыки курса «Компьютерная графика и Дизайн», мой проект о личных отношениях, другие интересные идеи, и многое другое) в данный проект и определили путь дальнейшего образования и сферы деятельности...

---

Моя краткая «история» показывает не просто мою вовлеченность в проект, но и то, что через этот проект я понял свою цель (и путь к ней), потому у меня и получается продумывать большое количество нюансов проекта. Если понятна цель (а особенно – если цель не одна), путь может корректироваться (и тогда нет «одержимости» проектом, «воздушных замков» или непонятных метаний) – такого человека не нужно пинать, он максимально понятен и подходит для сотрудничества.

## Послесловие

Закончить данный брендбук я хочу следующей мыслью. Возможно, кому-то вся идея покажется утопичной и сложной для реализации (или вообще – проект не нужным).

Однако, для аргумента, есть цитата и яркий пример из мировой практики:

*«да кому нужен гибрид пишущей машинки и телевизора!?»*

*«Когда вы растете, вам говорят, что мир таков, каков он есть. И вы должны жить в рамках этого мира и постараться поменьше биться лбом о стены. Но такая жизнь страшно ограничена. Жизнь может стать намного ярче и интересней, если вы поймете одну простую вещь. И заключается она в том, что все вокруг вас, все то, что вы называете жизнью, было создано людьми, которые были нисколько не умнее вас. И вы можете все изменить, можете на многое повлиять, можете создать что-то свое, и другие люди будут этим пользоваться. Главное отделаться от представления о том, что жизнь неизменна и ее нужно просто прожить. Жизнь нужно осознать: ее можно изменить, улучшить, оставить в ней свой след. И поняв это вы уже никогда не будете прежними.»*

© Стив Джобс

Вот и весь брендбук! .. Всем внешнего и внутреннего комфорта!  

## Контакты

Если вас заинтересовал проект «План Комфорта», вы хотели бы стать его частью, предложить сотрудничество или помощь, поделиться идеями для улучшения (комментариями, замечаниями и т.д.), то вы можете связаться со мной через

электронную почту: [spireng@mail.ru](mailto:spireng@mail.ru)

ВКонтакте, Telegram, Instagram: [@john\\_spireng](https://www.instagram.com/john_spireng)

## Тайный смысл иллюстрации на обложке и в константах логотипа

На обложке данного брендбука фоном изображена нейросеть мозга (на сером цвете – по ассоциации с «серым веществом»).

Фигуры человека и белки символизируют сравнение комфорта человека и белки: *Развитие человека превосходит развитие белки и потому человек может создать себе намного более комфортные условия, чем белка. Люди могут построить дома, магазины, предприятия. Белка может лишь найти дупло в дереве и его обустроить, запастись на зиму еды. Вроде как превосходство человека очевидно. Однако белка не платит ипотеку полжизни за дупло, не работает изо дня в день многие годы на износ, чтобы просто жить. Пока человек пожимает плечами и разводит руками в сторону, не понимая на что жить дальше, белка просто живет и наслаждается жизнью.*

Смысл иллюстрации в том, что неплохо бы задуматься о том, чтобы комфорт помогал людям, а не заставлял быть его рабом. Весь смысл идеи корпорации «План Комфорта» – дать людям больше независимости от денег и автономности от государства.

В константах логотипа тоже есть тайный смысл. Логотип смотрится неидеально с точки зрения дизайна. В идеале обводку логотипа (пятигранника) нужно сделать толще, а векторную фигуру человека – больше (по сравнению с пятигранником). Однако смысл в том, чтобы в пятигранник (дом) помещалось как минимум три человека – по ассоциации с минимальным составом семьи (муж, жена, ребенок), потому высота фигуры человека занимает третью часть высоты пятигранника, (а лучше пять человек для прироста населения – еще 2 места по обе стороны от фигуры человека). В пятиграннике лишь один человек, так как смысл компании – помочь построить комфорт человеку (в том числе помочь построить отношения – найти семью). В толщине обводки зашифрован коэффициент «к», символизирующий

возраст (разные года) за год до которого обычно у человека кардинально меняется жизнь и появляется новая ответственность (и он вынужден адаптироваться соответственно) – 6+1 и 22+1.

Тайный смысл в обводке максимально неочевиден. Но это скорее установка для сотрудников и руководителей компании и постоянное напоминание о ключевых принципах идеологии компании через дизайн логотипа. На комфорт и обучение школьников нужно обращать повышенное внимание (обводка толще – защита нужна больше). Но и выпускники нуждаются в помощи – и именно они будут определять в недалеком будущем комфорт всех людей. У филиалов компании много задач, но руководству компании не следует забывать о основах (о каркасе дома – каркасе комфорта), которые формируют будущее (как о исходных данных комфорта), и об этом нужно думать заранее – потому и +1, за год до 7ми и 23х.

Конечно, и детям дошкольного возраста нужен комфорт и забота (и такой возраст тоже очень важен в плане формирования будущей личности), но влиять на данный возраст напрямую получится только у родителей – потому в толщине обводки этот возраст «не зашифрован» (и он по большей части неосознанный – дети просто копируют с родителей не задумываясь или ведут себя в соответствии с отношением к ним, тут точно не про ответственность о которой я писал 2 абзаца назад).

## Зачем 2 логотипа на «одну» компанию

Мне часто задают вопросы о логотипах компании: «зачем нужно мудрить 2 логотипа, если можно сделать один – так намного проще!?».

Вот мой ответ:

- 1) Чтобы из всех компаний разных стран выделить главную.
- 2) Чтобы была возможность для каждого языка сделать максимально понятное название, отражающие миссию компании.