

*Арт Лайф*

**СТАНДАРТИЗАЦИЯ  
ОФОРМЛЕНИЯ  
СЕРВИСНЫХ ЦЕНТРОВ  
КОМПАНИИ АРТЛАЙФ**

В СООТВЕТСТВИИ С НОВЫМ  
фирменным стилем

июнь 2019



pmdesign



## **СТАНДАРТИЗАЦИЯ ОФОРМЛЕНИЯ СЕРВИСНЫХ ЦЕНТРОВ КОМПАНИИ ПОД БРЕНДОМ «АРТЛАЙФ – ТЕРРИТОРИЯ ЗДОРОВЬЯ»**

В СООТВЕТСТВИИ С НОВЫМ ФИРМЕННЫМ СТИЛЕМ

Это руководство определяет общие принципы, на которых строятся стандарты оформления Сервисных центров компании Артлайф. Оно задаёт основные направления и стиль оформления.

Учитывая разнообразие условий и возможностей наших партнеров, предлагаем руководствоваться существующими общими принципами, а также вкусом и здравым смыслом.



# СОДЕРЖАНИЕ

## **1. Форматы сервисного центра**

- 1.1. Street retail
- 1.2. Офис в Торгово-развлекательном центре
- 1.3. Офис в бизнес-центре
- 1.4. Открытая секция – «островок»

## **2. Экстерьер сервисного центра (Street Retail)**

- 2.1. Элементы входной группы
- 2.2. Общий вид фасада отдельно стоящего здания
- 2.3. Общий вид входной группы
- 2.4. Вывеска
- 2.5. Панель-кронштейн
- 2.6. Режим работы
- 2.7. Фрифреймы и лайтбоксы
- 2.8. Штендер

## **3. Интерьер сервисного центра**

- 3.1. Общие требования
- 3.2. Цветовые решения
- 3.3. Оформление интерьеров. Мебель. Зонирование
- 3.4. Размещение рекламных материалов

## **4. Навигация в формате бизнес-центра**

- 4.1. Общие требования

## **5. Оформление торговой точки формата открытая секция (островок)**

- 5.1. Варианты изготовления и брендинга

## **6. Внешний вид сотрудников Сервисного центра компании**

## **7. Рекомендации по подбору материалов, выбору подрядчика, размещению предзаказа**

- 7.1. Подбор материалов
- 7.2. Выбор подрядчика
- 7.3. Размещение предзаказа

## **8. Что не стоит делать при оформлении сервисного центра**



# **1** **ФОРМАТЫ СЕРВИСНОГО ЦЕНТРА**





# 1. ФОРМАТЫ СЕРВИСНОГО ЦЕНТРА



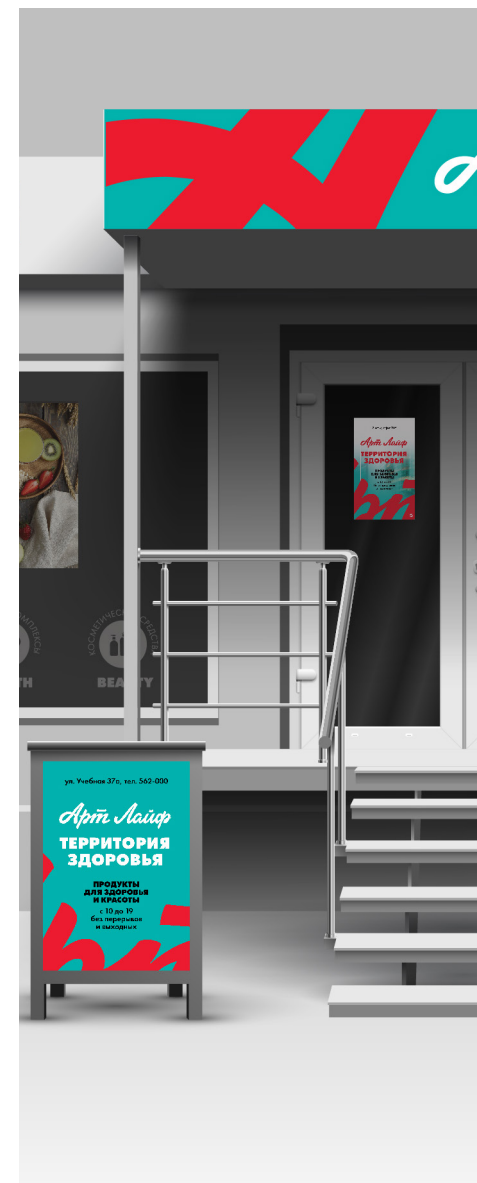
## 1.1. STREET RETAIL

Помещение торгового назначения (сферы услуг), представляющее собой часть здания (здание), имеющее вход с первой линии улицы (т. е. обращенное к проезжей и пешеходной части улицы с прямым видом на нее).

Ключевые критерии street retail: во-первых, это наличие отдельного или совмещенного (с «тамбуром») входа с улицы (необязательно с первой линии), во-вторых, видимость помещения (наличие витрины или вывески). Еще одним критерием должно быть расположение на первом этаже (иногда втором этаже).

### ПРИ РАСПОЛОЖЕНИИ ОФИСА В ФОРМАТЕ STREET RETAIL ВАЖНУЮ РОЛЬ ИГРАЕТ ОФОРМЛЕНИЕ ВХОДНОЙ ГРУППЫ:

- вывеска световая или имеющая выносные элементы освещения (в ночное время суток);
- рекламные щтендеры;
- различные рекламные конструкции вдоль движения пешеходного и автомобильного трафика.




# 1. ФОРМАТЫ СЕРВИСНОГО ЦЕНТРА



## 1.2. ОФИС В ТОРГОВО-РАЗВЛЕКАТЕЛЬНОМ ЦЕНТРЕ

Комплексы могут быть одно-, двух- и многоэтажными. Причем чем выше этаж, тем меньше вероятность, что покупатель туда поднимется. У посетителя должна быть цель, чтобы он захотел подняться выше первого этажа. Для одноэтажных ТЦ действует другой принцип ценообразования – удаленность от «якоря», так называют крупных арендаторов, которые служат магнитом для покупателей. Обычно это гипермаркеты, крупные магазины бытовой техники, известные бренды одежды. Мы рекомендуем выбирать помещения в непосредственной близости от входа, «якоря» или эскалатора.



**ВОЗМОЖНОСТЬ  
РАЗМЕЩЕНИЯ  
РЕКЛАМНОЙ  
КОНСТРУКЦИИ  
НА ФАСАДЕ  
ТЦ, ПОНЯТНАЯ  
НАВИГАЦИЯ  
ВНУТРИ ТЦ  
(ТАБЛИЧКИ,  
УКАЗАТЕЛИ)**




# 1. ФОРМАТЫ СЕРВИСНОГО ЦЕНТРА

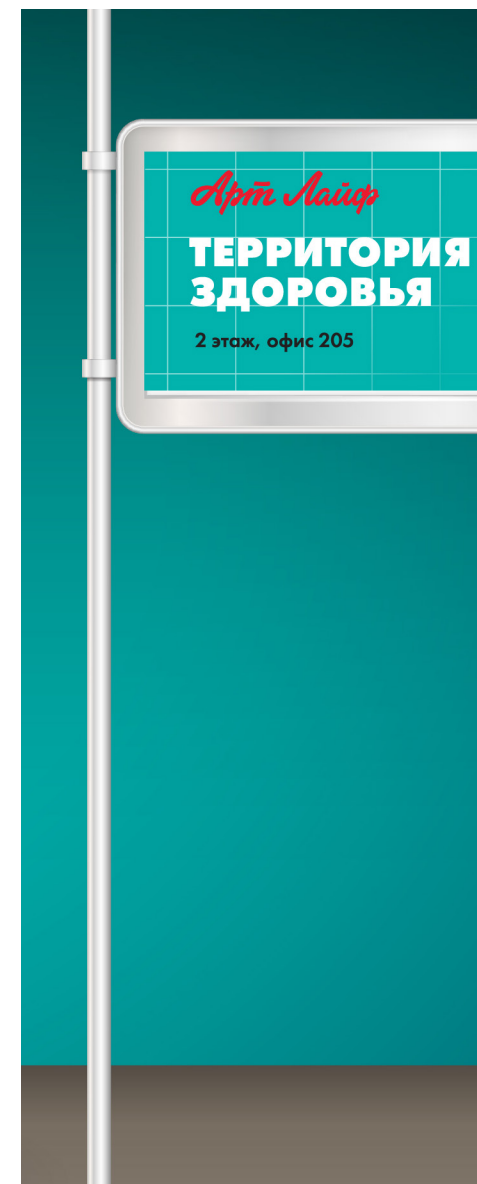


## 1.3. ОФИС В БИЗНЕС-ЦЕНТРЕ

Это среда, где есть потенциальные клиенты, но сложно стать заметным и высока вероятность конкуренции. Для поиска такого офиса не придется тратить много финансов и времени, поскольку все помещения бизнес-центров предназначены для компаний. Бизнес-центры – готовая инфраструктура и это не только экономно, но и очень удобно.



**ОСОБОЕ ВНИМАНИЕ  
СТОИТ ОБРАТИТЬ  
НА НАВИГАЦИЮ ВНУТРИ  
БЦ, ВОЗМОЖНОСТЬ  
РАЗМЕЩЕНИЯ  
РЕКЛАМНОЙ СТОЙКИ  
ИЛИ РАСПРОСТРАНЕНИЯ  
ИНФОРМАЦИИ ВНУТРИ  
БЦ (РЕКЛАМНЫЕ  
БУКЛЕТЫ, ВИЗИТКИ,  
СПЕЦПРЕДЛОЖЕНИЯ)**



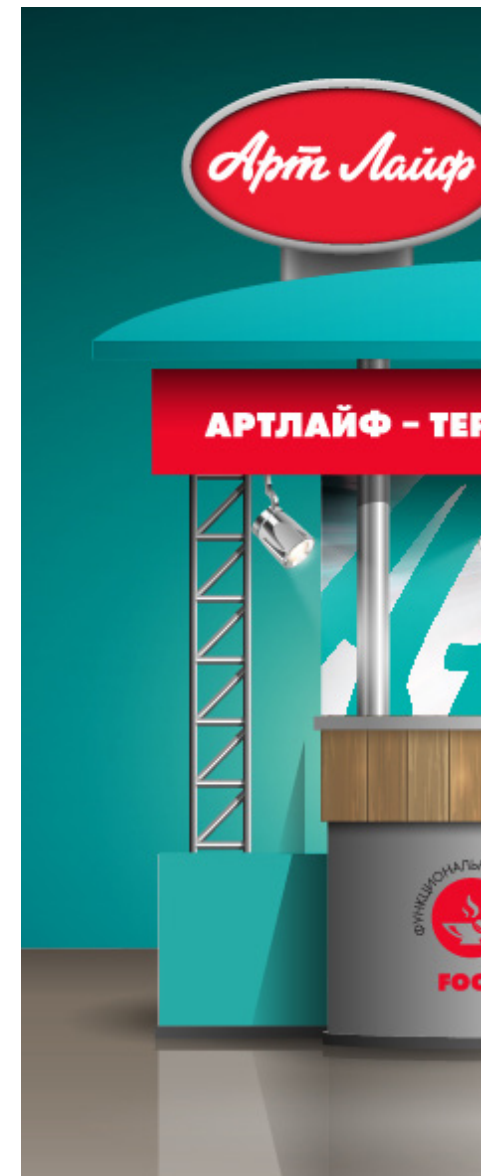
# 1. ФОРМАТЫ СЕРВИСНОГО ЦЕНТРА



## 1.4. ОТКРЫТАЯ СЕКЦИЯ - «ОСТРОВ»

Как правило, торговый «остров» — это 5-10 кв.м в коридоре или угловой зоне, на территории, прилегающей к колоннам, лестницам и эскалаторам. Основной плюс в том, что «островная точка» находится на основных пересечениях покупательского потока в ТЦ и тем самым обеспечивает высокую проходимость. Также преимуществом такого формата является прекрасное соотношение стоимости арендной платы к предоставляемым площадям. Среди недостатков можно назвать отсутствие помещений для персонала, достаточно маленькая площадь торговой зоны, на которой сложно работать с клиентом.

**ПРИ ВЫБОРЕ  
ТАКОГО ФОРМАТА  
НЕОБХОДИМА  
НАВИГАЦИЯ В ТЦ,  
ОСОБУЮ РОЛЬ ИГРАЕТ  
ПРИВЛЕКАТЕЛЬНЫЙ  
ВНЕШНИЙ ВИД С  
ТОРГОВОЙ ЗОНЫ**



# **2 ЭКСТЕРЬЕР СЕРВИСНОГО ЦЕНТРА КОМПАНИИ (ФОРМАТ STREET RETAIL)**



## 2. ЭКСТЕРЬЕР СЕРВИСНОГО ЦЕНТРА



### 2.1. ЭЛЕМЕНТЫ ВХОДНОЙ ГРУППЫ

#### **ОБЯЗАТЕЛЬНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ ВХОДНОЙ ГРУППЫ:**

- вывеска – ключевой элемент обозначения;
- режим работы.

#### **ПРИ ОТСУТСТВИИ ВОЗМОЖНОСТИ РАЗМЕСТИТЬ ВЫВЕСКУ НА ФАСАДЕ:**

- панель-кронштейн;
- указатели.

Данные элементы также могут быть размещены дополнительно к основной вывеске.

#### **ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ ДЛЯ БОЛЬШЕЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ СЕРВИСНОГО ЦЕНТРА**

- рекламный баннер или сетка на фасадном окне или лестнице;
- доска спецпредложений или рекламные карманы на стекле окна;
- лайтбоксы и фрифреймы в окнах.

## 2. ЭКСТЕРЬЕР СЕРВИСНОГО ЦЕНТРА



### 2.2. ОБЩИЙ ВИД ФАСАДА ОТДЕЛЬНО СТОЯЩЕГО ЗДАНИЯ



## 2. ЭКСТЕРЬЕР СЕРВИСНОГО ЦЕНТРА



### 2.3. ОБЩИЙ ВИД ВХОДНОЙ ГРУППЫ





## 2. ЭКСТЕРЬЕР СЕРВИСНОГО ЦЕНТРА



### 2.4. ВЫВЕСКА

На данной странице приведены рекомендуемые пропорции и соотношения элементов фасадного фриза. В случае необходимости они могут быть изменены в соответствии с конкретными требованиями архитектурного решения. Все элементы фасадной вывески могут быть оборудованы внутренней подсветкой, либо может быть использована подсветка софитами.

Основа вывески — композитная панель, объемные буквы изготовлены из пластика.

#### 2.4.1 ФРИЗ ФАСАДА



#### 2.4.2 ФРИЗ, СОСТОЯЩИЙ ИЗ ТРЕХ ЧАСТЕЙ С ВАРИАНТАМИ ЦВЕТОВОГО РЕШЕНИЯ



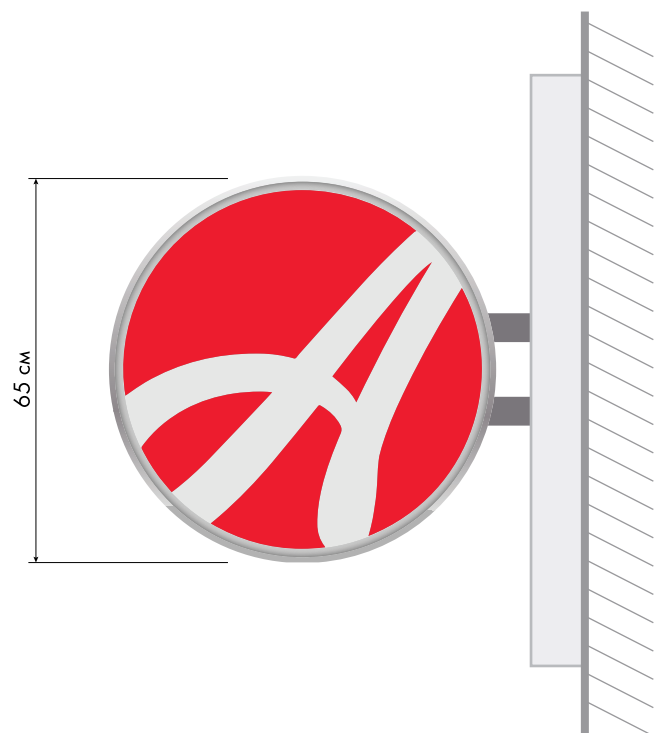
## 2. ЭКСТЕРЬЕР СЕРВИСНОГО ЦЕНТРА



### 2.5. ПАНЕЛЬ-КРОНШТЕЙН

На панель-кронштейнах круглой формы с обеих сторон размещается брендклайм фирменного красного цвета. Панель-кронштейн оборудуется внутренней подсветкой. Боковина панель-кронштейна окрашивается в серый цвет.

При невозможности согласования красного цвета предлагаем использовать оттенки серого. Предлагаем использовать два типоразмера панелей-кронштейнов – Ø65 см и Ø100 см. Размер панель-кронштейна выбирается в зависимости от высоты фасада.



## 2. ЭКСТЕРЬЕР СЕРВИСНОГО ЦЕНТРА



### 2.6. РЕЖИМ РАБОТЫ

Табличка с режимом работы размещается на входной двери или на стене рядом с ней. Может быть выполнена с помощью печати по белой самоклеющейся пленке, либо аппликацией цветной самоклеющейся пленкой. Размеры, соотношение сторон может меняться в зависимости от места и способа размещения.



## 2. ЭКСТЕРЬЕР СЕРВИСНОГО ЦЕНТРА



### 2.7. СВЕТОВЫЕ ПАНЕЛИ

Световые панели являются неотъемлемой частью современной рекламы. Эффективно применяются как на улице, так и в помещении, украшая своим видом и фасады и интерьеры. Их высокая технологичность и экономичность позволяет пренебречь ограничениями по потребляемой электроэнергии и принесёт реальную экономию средств.

**2.7.1. КРИСТАЛАЙТ** – прозрачные сверхтонкие световые панели с фотоизображением. Эти светодиодные панели (лайтиксы) украсят любой, даже самый изысканный интерьер. Они идеально подходят для оформления мест продаж, кафе, баров, торговых центров, офисов и т.п. Ваша привлекательная и яркая реклама в окружении светящегося ореола даст наибольший эффект.

**2.7.2. ФРЕЙМЛАЙТ - ФРЕЙМЛЕД** – тонкие световые панели в алюминиевой рамке. Эти панели тоньше обычных лайтбоксов, что значительно расширяет область их применения, улучшает их внешний вид и повышает удобство использования световой рекламы. Система торцевой подсветки позволяет световым панелям светиться ярко и равномерно, в то же время тратить до 10 раз меньше электроэнергии, чем световые короба других моделей такого же размера. Конструкция световых панелей дает возможность легко и быстро менять изображение, напечатанное на светоусиливающей плёнке.

**2.7.3. АКРИЛАЙТ** – тонкие гравированные световые панели. Это тонкие световые панели из акрилового стекла с выгравированным текстом, рисунком или логотипом. Контуры изображения наносятся на акрилайты с помощью гравировки, в качестве цветового наполнителя используется виниловая аппликация. Подсветка световых панелей осуществляется с торцевой стороны, в результате чего возникает эффект свечения выгравированного контура. Логотип компании – идеальное изображение для акрилайта.

## 2. ЭКСТЕРЬЕР СЕРВИСНОГО ЦЕНТРА



### 2.7.4. ПРИМЕРЫ СВЕТОВЫХ ПАНЕЛЕЙ





## 2. ЭКСТЕРЬЕР СЕРВИСНОГО ЦЕНТРА



### 2.7.4. ПРИМЕРЫ СВЕТОВЫХ ПАНЕЛЕЙ

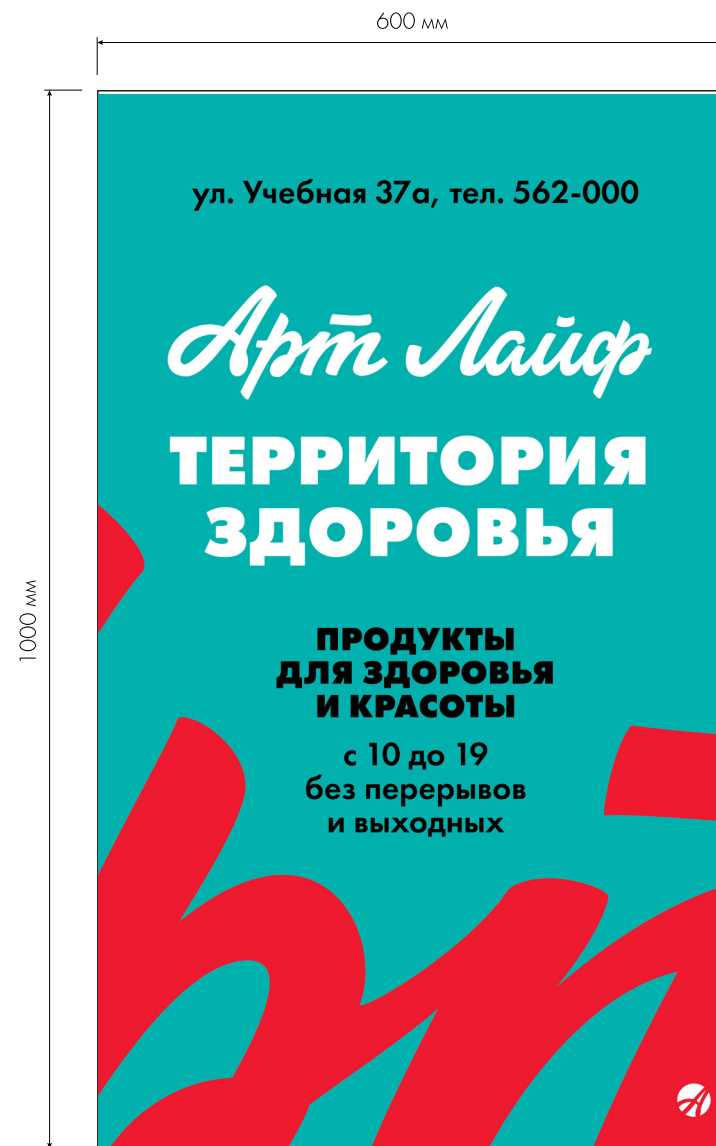


## 2. ЭКСТЕРЬЕР СЕРВИСНОГО ЦЕНТРА



### 2.8. ШТЕНДЕР

Рекламные и информационные штендеры выполняются в общем стиле информационных материалов компании: фирменные цвета и графика, в текстовом наборе используются только фирменные шрифты. Штендер может быть изготовлен с помощью печати по белой самоклеющейся пленке, либо аппликацией цветной самоклеющейся пленкой. Формат рекламного поля штендера – 600×1000 мм.



# **3** ИНТЕРЬЕР СЕРВИСНОГО ЦЕНТРА





# Арт Лайф

## ТЕРРИТОРИЯ ЗДОРОВЬЯ

ул. Учебная 37а, тел. 562-000

*Арт Лайф*  
**ТЕРРИТОРИЯ  
ЗДОРОВЬЯ**

ПРОДУКТЫ  
ДЛЯ ЗДОРОВЬЯ  
И КРАСОТЫ  
с 10 до 19  
без ограничений  
и выходных

ул. Учебная 37а, тел. 562-000

*Арт Лайф*  
**ТЕРРИТОРИЯ  
ЗДОРОВЬЯ**

ПРОДУКТЫ  
ДЛЯ ЗДОРОВЬЯ  
И КРАСОТЫ  
с 10 до 19  
без ограничений  
и выходных

Арт Лайф - ТЕРРИТОРИЯ ЗДОРОВЬЯ



## 3. ИНТЕРЬЕР СЕРВИСНОГО ЦЕНТРА



### 3.1. ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ

Сервисный центр должен быть оформлен в соответствии с фирменным стилем компании. Современный дизайн в каждом элементе сервисного центра отражает инновации, создает ощущение чистоты, надежности, гармонии и передает ритм современной жизни. Порядок, свет и пространство должны быть неотъемлемой частью интерьера.

#### РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ИНТЕРЬЕРУ:

- наличие крупного логотипа на хорошо просматриваемом месте;
- светлый однотонный цвет стен (фирменный цвет алоэ, либо нейтральный бежевый, светло-серый), фирменный баннер на одной из стен;
- возможно использование мебели следующих цветов: алоэ (бирюзовый), светлое дерево, небольшое включение черных элементов, металл матовый хром;
- хорошее освещение;
- обивка стульев ярких фирменных цветов (желательно), либо черного цвета;
- наличие рекламных носителей: стойка для полиграфии, лайтбоксы, фирменные ценники, фирменная полиграфия, воблеры, шелфтокеры и др.

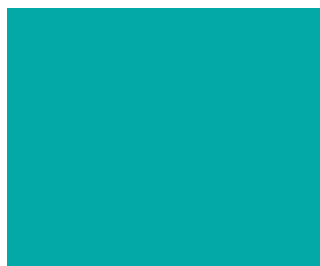
# 3. ИНТЕРЬЕР СЕРВИСНОГО ЦЕНТРА



## 3.2. ЦВЕТОВОЕ РЕШЕНИЕ

В интерьере сервисного центра основная стилеобразующая нагрузка ложится на фирменные цвета. При выборе цветового решения необходимо опираться на представленные ниже цветовые варианты. Из двух корпоративных цветов в качестве основного цвета лучше использовать оттенки фирменного цвета алоэ, а красный рассматривать как дополнительный, нюансный. В красном цвете стоит выполнить логотип на центральной стене помещения, возможно использование красного для обивки стульев, кресел.

### ЦВЕТА И ВОЗМОЖНЫЕ МАТЕРИАЛЫ:



Цвет алоэ  
Pantone 326C  
СМУК (75, 35, 0,10)  
Oracal 054



Цвет алый  
Pantone 185C  
СМУК (0, 100, 90, 0)  
Oracal 031



Цвет бежевый  
ЛДСП дуб сонома



Цвет черный  
ЛДСП венге



Цвет серый  
Oracal 090  
Матовый хром  
ЛДСП титан



## 3. ИНТЕРЬЕР СЕРВИСНОГО ЦЕНТРА



### 3.3. ОФОРМЛЕНИЕ ИНТЕРЬЕРОВ. МЕБЕЛЬ. ЗОНИРОВАНИЕ

Сервисный центр оформляется в соответствии с настоящим руководством. В интерьере предполагается зонирование: ресепшен, продуктовая зона, рабочее пространство, зона отдыха.

Мебель для интерьера подбирается в соответствии с потребностями и направленностью центра. Она может отличаться цветовой вариативностью. Например, цвет шкафов может быть как бежевым, так и бирюзовым или серым. Если выбираются шкафы яркого бирюзового цвета, то окраску стен лучше сделать нейтральной (беж или серый). Не стоит использовать много черных элементов интерьера, но включение этого цвета допустимо (например, стол, стулья, декор мебели).

Помимо стационарной мебели возможно наличие складных или штабелируемых стульев (если есть подсобные помещения) для проведения мероприятий, встреч.

Для демонстраций и презентаций стоит иметь телевизор, флипчат.

Для хранения некоторых видов продукции (Пробинорм) придется приобрести холодильник.





# 3. ИНТЕРЬЕР СЕРВИСНОГО ЦЕНТРА

## 3.3.1. РЕСЕПШЕН

Эта часть интерьера обеспечивает основную коммуникацию партнера компании с потенциальными клиентами, поэтому зона ресепшен должна быть эстетичной и красивой, и при этом многофункциональной. Она должна своим видом демонстрировать принадлежность к бренду.

В этой зоне можно разместить объемный логотип, либо заменить его фирменным баннером с логотипом.

В представленном варианте стена декорирована фотообоями, идентичными фирменному баннеру, а логотип выполнен из пластика с аппликацией красной пленкой Oracal 031 и закреплен на стационарных держателях. Предложенный вариант ресепшена может использоваться как рабочая зона (с внутренней стороны имеется дополнительный уровень высотой 750 мм для размещения ноутбука, принтера, телефона и др.), а также как стойка для проведения дегустаций.

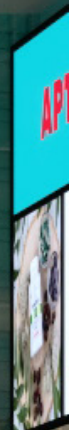
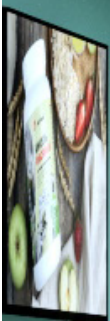
Габаритные размеры представленной стойки 2420x750, с высотой 1190 мм в самой высокой точке.





Арт Лайф

ТЕРРИТОРИЯ  
ЗДОРОВЬЯ









## 3. ИНТЕРЬЕР СЕРВИСНОГО ЦЕНТРА

### 3.3.2. СТЕЛЛАЖИ С ПРОДУКЦИЕЙ

Шкафы с продукцией могут быть разной конфигурации, исходя из ассортимента, высоты помещения и др. Основное требование: хороший обзор продукции, достаточная освещенность, наличие фирменных ценников, раскладка по товарным группам. Цветовое решение шкафов выбирается в соответствии с данным руководством. В предложенном варианте мебель выполнена из ЛДСП дуб сонома.



## 3. ИНТЕРЬЕР СЕРВИСНОГО ЦЕНТРА

### 3.3.3. ЗОНА ОТДЫХА

В интерьере сервисного центра стоит выделить площадь для зоны отдыха. В ней можно разместить модульные диваны с креслами, журнальные столик, телевизор, кулер. Мягкую мебель стоит выбирать, исходя из предлагаемых фирменных цветов. Также это место может быть использовано для ожидания или диагностики.



## 3. ИНТЕРЬЕР СЕРВИСНОГО ЦЕНТРА

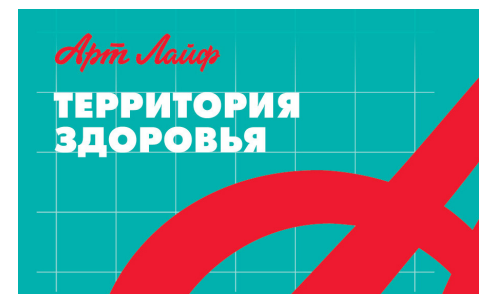
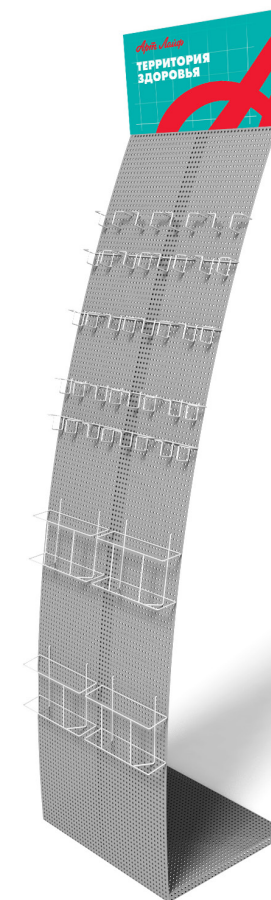


### 3.4. РАЗМЕЩЕНИЕ РЕКЛАМНЫХ МАТЕРИАЛОВ И ПОЛИГРАФИИ

В рамках сервисного центра лучше использовать простые в исполнении, но наиболее удобные варианты размещения рекламных материалов: буклетницы-парус, постеры в багете с самым лаконичным профилем из дерева и алюминия, постеры в безбагетных рамах (клип-рамки), лайтбоксы.

#### 3.4.1. БУКЛЕТНИЦА-ПАРУС

Для удобного размещения печатной продукции (листовок, каталогов и прайсов) широко используются буклетницы. На сегодняшний день они изготавливаются различные виды буклетниц: проволочные конструкции; перфобуклетницы; мобильные, складные или вращающиеся варианты; буклетницы напольные, а также навесные. Помимо функциональных качеств эти конструкции, будучи брендированы фирменной символикой, могут стать своеобразной визитной карточкой и стильным атрибутом сервисного центра.





## 3. ИНТЕРЬЕР СЕРВИСНОГО ЦЕНТРА



### 3.4.2. СТОЙКИ ДЛЯ ПРОДУКЦИИ ИЗ МЕТАЛЛА

Для размещения продукции, новинок и полиграфии могут использоваться стойки из металла, которые были изготовлены для партнеров компании несколько лет назад. В рамках нового фирменного стиля их необходимо перекрасить и брендировать новыми наклейками в верхней части.

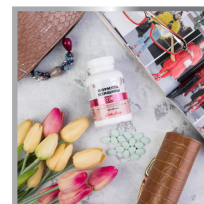
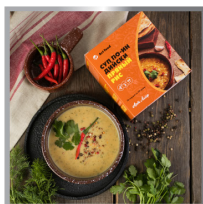


# 3. ИНТЕРЬЕР СЕРВИСНОГО ЦЕНТРА



## 3.4.3. ПОСТЕРЫ

Один из самых доступных вариантов оформления интерьера – постеры с фотоизображениями продукции и рекламные плакаты. Рекламные плакаты из медиаплана компании помогут обновлять интерьер офиса в соответствии с сезоном, актуальностью новинок и акций. Постеры могут быть оформлены в рамы из алюминиевого профиля, багета серебристого или серого цвета, а также клип-рамок.



## 3. ИНТЕРЬЕР СЕРВИСНОГО ЦЕНТРА



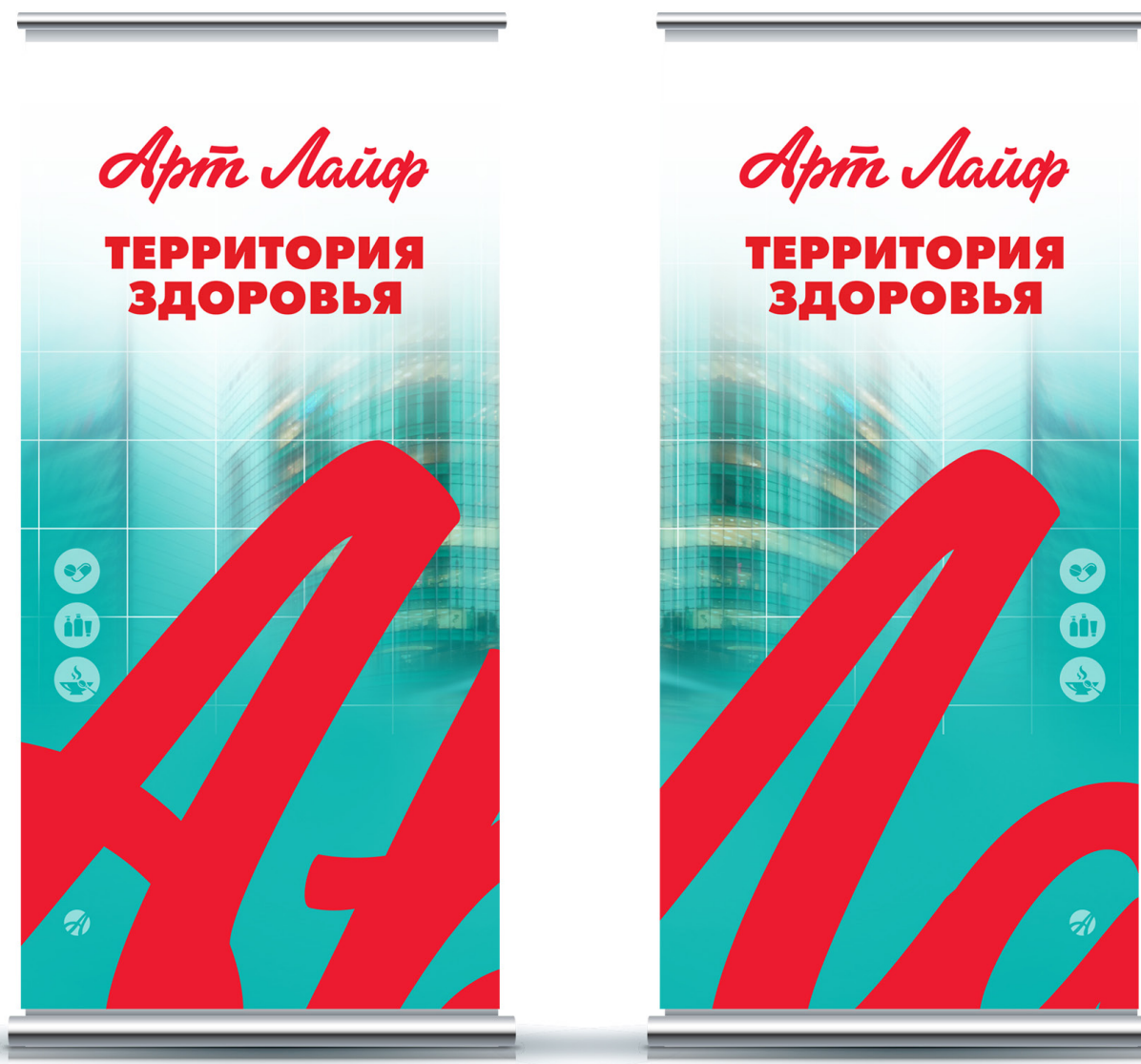
### 3.4.4. МОБИЛЬНЫЕ СТЕНДЫ

Для оформления сервисных центров могут использоваться мобильные стенды.

Х-стенды «пауки» или Х-баннеры оказываются самыми легкими, компактными и доступными по цене среди всех мобильных конструкций. Масса конструкции с баннером не превышает 2 кг. Стоимость готового Х-стенда с баннером - от 1 260 рублей! Х-стенды просты в эксплуатации, их установка занимает не более пяти минут. Х-стенд отлично смотрится в интерьере любого магазина или на выставочном стенде компании.

Х-стенд просто незаменим для оформления презентаций и работ с потребителями «в поле».

Среди мобильных конструкций широкое распространение получили складные стенды роллерного типа – ролл-апы (roll up). У роллерных стендов рекламное полотно в исходном состоянии смотано в специальный барабан-роллер.



# **4 НАВИГАЦИЯ В ФОРМАТЕ БИЗНЕС-ЦЕНТРА**



# 4. НАВИГАЦИЯ В ФОРМАТЕ БИЗНЕС-ЦЕНТРА



## 4.1. ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ

Внутреннее пространство сервисного центра в формате бизнес-центра оформляется по тем же принципам, что и в торговом центре. Особое внимание стоит обратить на навигацию внутри БЦ, возможность размещения рекламной стойки или распространения информации внутри БЦ (рекламные буклеты, визитки, спецпредложения).

### ВОЗМОЖНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ НАВИГАЦИИ:

- указатели;
- таблички;
- расписание;
- штендер;
- световые панели.



# 4. НАВИГАЦИЯ В ФОРМАТЕ БИЗНЕС-ЦЕНТРА



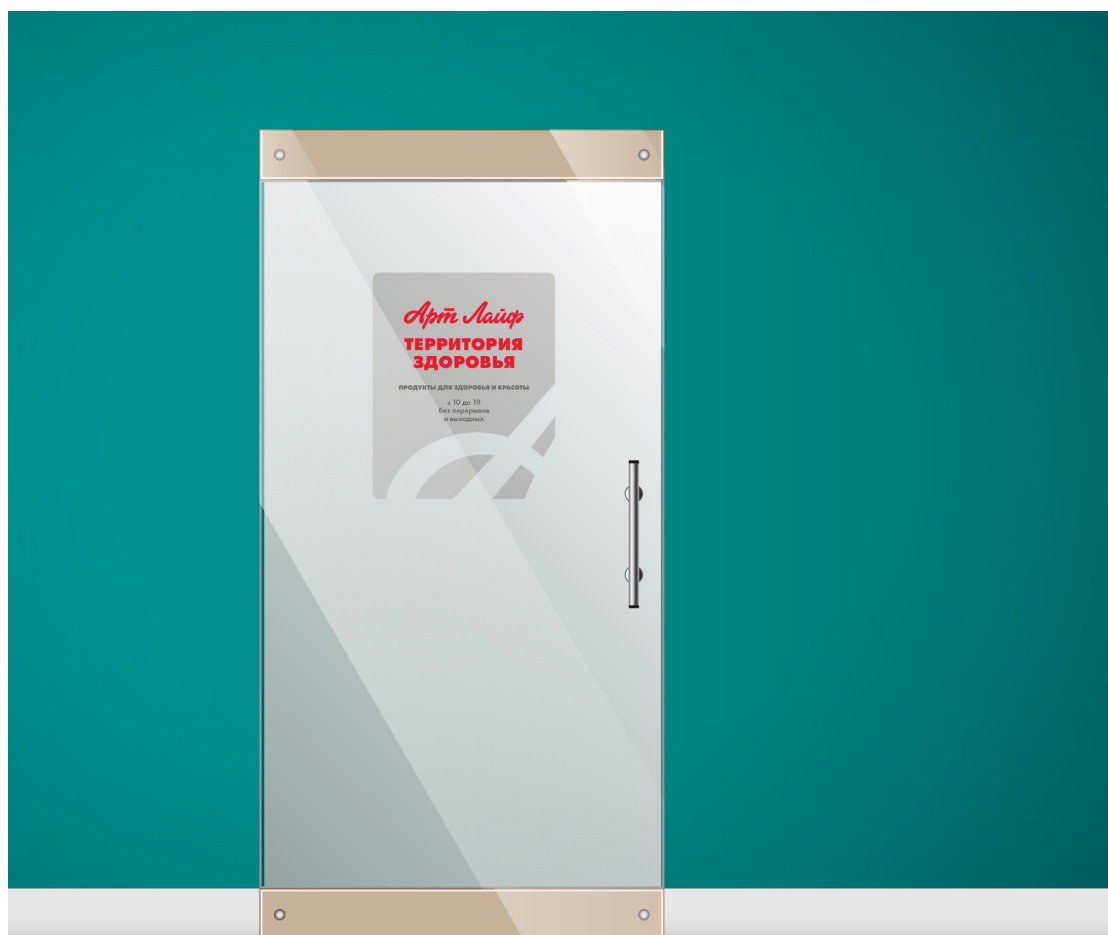
## 4.1.1. ЭЛЕМЕНТЫ НАВИГАЦИИ



## 4. НАВИГАЦИЯ В ФОРМАТЕ БИЗНЕС-ЦЕНТРА



### 4.1.2 ТАБЛИЧКА ДЛЯ РАЗМЕЩЕНИЯ НА СТЕКЛЯНОЙ ДВЕРИ



# **5 ОФОРМЛЕНИЕ ТОРГОВОЙ ТОЧКИ ФОРМАТА ОТКРЫТАЯ СЕКЦИЯ («ОСТРОВOK»)**



# 5. ОФОРМЛЕНИЕ ТОРГОВОЙ ТОЧКИ ФОРМАТА ОТКРЫТАЯ СЕКЦИЯ («ОСТРОВOK»)



## 5.1. ВАРИАНТЫ ИЗГОТОВЛЕНИЯ И БРЕНДИРОВАНИЯ

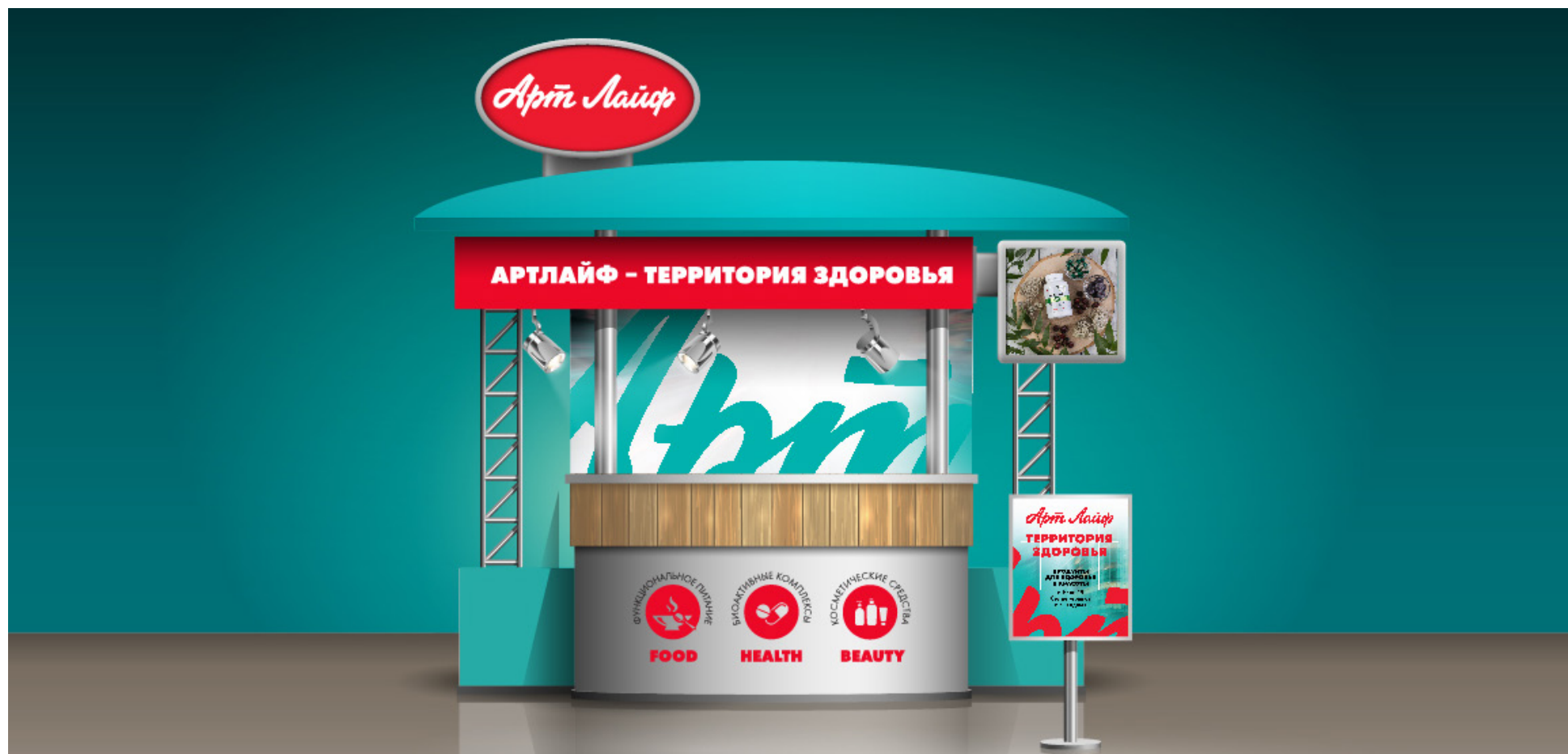
В поисках экономичного, но удобного и функционального места для продаж многие предприниматели обращают внимание на «островок» в торговом центре. Такой интерес вполне объясним: если недостаточно средств для открытия сервисного центра в отдельном помещении, то отличная возможность начать бизнес без значительных стартовых вложений – установка легкой модульной конструкции в центральной части зала, в галерее или проходе торгового центра, там, где больше всего посетителей.

При создании открытой секции можно воспользоваться имеющимся в ТЦ оборудованием, приобрести набор модулей у производителя, а также воспользоваться мобильными конструкциями. В любом случае, важно проработанное брендрование. Базовый брендинг подразумевает наличие логотипа, символики и фирменных цветов компании.

# 5. ОФОРМЛЕНИЕ ТОРГОВОЙ ТОЧКИ ФОРМАТА ОТКРЫТАЯ СЕКЦИЯ («ОСТРОВOK»)



## 5.1.1 БРЕНДИРОВАНИЕ СТАЦИОНАРНОЙ ТОРГОВОЙ ТОЧКИ




# 5. ОФОРМЛЕНИЕ ТОРГОВОЙ ТОЧКИ ФОРМАТА ОТКРЫТАЯ СЕКЦИЯ («ОСТРОВOK»)



## 5.1.2 БРЕНДИРОВАНИЕ МОБИЛЬНОЙ ТОРГОВОЙ ТОЧКИ





# **ВНЕШНИЙ ВИД СОТРУДНИКОВ СЕРВИСНОГО ЦЕНТРА КОМПАНИИ**





## 6. ВНЕШНИЙ ВИД СОТРУДНИКОВ СЕРВИСНОГО ЦЕНТРА КОМПАНИИ



Внешний вид сотрудника должен соответствовать общепринятому деловому стилю. Приветствуется использование в одежде фирменных цветов (например, бирюзовая юбка и белая блузка, фирменный платок), наличие бейджика. Возможен вариант в стиле casual (кэжуал) с использованием фирменных брендированных футболок, бейсболок.





# **7 РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПОДБОРУ МАТЕРИАЛОВ, ВЫБОРУ ПОДРЯДЧИКА, РАЗМЕЩЕНИЮ ПРЕДЗАКАЗА**



# 7. РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПОДБОРУ МАТЕРИАЛОВ, ВЫБОРУ ПОДРЯДЧИКА, РАЗМЕЩЕНИЮ ПРЕДЗАКАЗА



## 7.1. ПОДБОР МАТЕРИАЛОВ

При выборе материалов для оформления сервисного центра следует исходить из фирменного стиля компании и стандартов, представленных в данном руководстве.

Все разработки в рабочих форматах будут выложены на медиабанк компании в течение месяца.

## 7.2. ВЫБОР ПОДРЯДЧИКА

Будьте крайне внимательны с выбором подрядчика по производству мебели, рекламных конструкций, наружной рекламы и полиграфии. Изучите отзывы на форумах, получите «живые» рекомендации, заблаговременно прочтите договор, проектную документацию. Вы должны быть уверены, что сроки поставки и запуска готового проекта будут выдержаны и, что поставщик не потеряет к вам интереса, если вы заметите дефект конструкции и попросите его устранить.

Не бойтесь обращаться к крупным компаниям, работающим в сфере рекламных услуг, в частности в наружной рекламе и полиграфии. Реалии рынка таковы, что именно у них зачастую ниже цена, выше качество и шире возможности.

Мелкие рекламные фирмы тоже могут предоставить качественные услуги, но ждать приходится как правило дольше. Это связано чаще всего с тем, что мелкие игроки на рынке рекламы не имеют возможности держать склад материалов. Из-за чего и увеличиваются сроки исполнения заказа.

## 7.3. РАЗМЕЩЕНИЕ ПРЕДЗАКАЗА

Старайтесь не пропускать предложения компании Артлайф по сбору предзаказа на выпуск полиграфической и сувенирной продукции. Такой вариант всегда предполагает более низкую цену при высоком качестве.

**8**


**ЧТО НЕ СТОИТ ДЕЛАТЬ  
ПРИ ОФОРМЛЕНИИ  
СЕРВИСНОГО ЦЕНТРА**



## 8. ЧТО НЕ СТОИТ ДЕЛАТЬ ПРИ ОФОРМЛЕНИИ СЕРВИСНОГО ЦЕНТРА



### **ПРИ ОФОРМЛЕНИИ СЕРВИСНОГО ЦЕНТРА НЕ СТОИТ:**

- использовать цвета, не указанные в этом руководстве;
  - нельзя использовать скотч, скрепки при размещении постеров, объявлений;
  - нельзя использовать нефирменные шрифты при оформлении офиса и полиграфических материалов;
  - желательно избегать большого количества комнатных растений;
  - стараться не захламлять офис посторонними предметами, сувенирами, фотографиями.
- 



# СТАНДАРТИЗАЦИЯ ОФОРМЛЕНИЯ СЕРВИСНЫХ ЦЕНТРОВ КОМПАНИИ АРТЛАЙФ

В СООТВЕТСТВИИ С НОВЫМ  
фирменным стилем

июнь 2019



pmdesign



# АРТЛАЙФ – ТЕРРИТОРИЯ ЗДОРОВЬЯ



УСАЖИВАННЫЕ КОМПЛЕКСЫ  
HEALTH



ФУНКЦИОНАЛЬНОЕ ПИТАНИЕ  
FOOD



КОСМЕТИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА  
BEAUTY

