

русгранит



Брендбук

2022

# содержание

## платформа бренда

Предпосылки .....	4
Целевая аудитория .....	4
Инсайт.....	5
Ответ бренда.....	5
Brand essence .....	6
Миссия .....	7
Видение .....	7
Обещание бренда .....	8
Позиционирующий слоган .....	9
Характер бренда.....	10
Ценности и атрибуты.....	11
Преимущества .....	11
Культура камня.....	12

## визуальные константы

Логотип.....	14
Охранное поле.....	15
Масштабирование .....	16
Цветовые версии и размещение на фоне ..	17
Размещение на фотоизображениях .....	18
Фирменные цвета .....	19
Шрифт .....	20
Фирменный блок.....	21
Суперзнак.....	22
Пропорции логотипа и суперзнака, размещение на макете .....	23
Масштабирование .....	23

## деловая документация

Визитка .....	25
Бланк.....	26
Прейскурант .....	28
Папка.....	30
Конверт .....	31

## сувенирная продукция

Клейкая лента .....	33
Ручки .....	34
Пакет полиэтиленовый.....	35
Пакет бумажный.....	36
Бумажный стаканчик.....	37
Худи.....	38
Термокружка.....	41
Ежедневник .....	42

# платформа бренда

Платформа бренда — это набор ключевых смыслов, которые образуют идеологический каркас бренда и формируют его смысловую уникальность.

3—12

## предпосылки

Работа с камнем, хочешь ты того или нет, — это всегда работа на будущее. Конечный потребитель выбирает камень как материал, который в первую очередь устойчив ко времени.

А та ситуация, которая сегодня складывается на рынке, отчасти противоречит самой сути камня. Мало кто из игроков хочет вкладываться «вдолгую».

Доминирует философия «победил тот, у кого ниже цена» и приоритет сиюминутного над будущим.

Подобная ситуация мешает развиваться всем — и поставщикам, и заказчикам.

**Этому рынку нужна новая культура бизнеса.**

## целевая аудитория

### 1 группа

«Старая школа». Привыкли к устоям рынка и принимают их. Ориентированы на личный контакт. Стремятся к долгосрочным отношениям, основанным на личном знакомстве.

### 2 группа (приоритет)

Новые игроки на рынке. Часто принадлежат к новому поколению. Ориентированы на современные стандарты ведения бизнеса. Стремятся менять устои рынка, а не просто приспосабливаться к ним. Ориентированы на качество и сервис.

### 3 группа

Ориентированы на сиюминутный результат. Не настроены на долгосрочные отношения. В приоритете цена. Нет четких планов развития.

Приоритетная ЦА ориентирована на современные стандарты ведения бизнеса, качественный продукт и сервис. Они уже потенциально готовы следовать за нами. Именно у них наш подход в первую очередь способен найти отклик. При этом мы не отбрасываем две другие ЦА. Но эти группы значительно сильнее связаны с рынком в целом. «Ведя» за собой отрасль, вдохновляя на перемены других поставщиков, мы будем тем самым постепенно менять и отношение этих ЦА к новой культуре бизнеса. А значит, и усиливать свое влияние на них.

## инсайт

Я работаю на этом рынке не так давно, но уже вижу, что здесь существуют определенные архаичные устои. Однако считаю, что это не оправдание. Мой конечный потребитель все равно должен получать продукт высокого качества, а я — профессионализм и ответственность поставщика. Сервис, соответствующий времени. К сожалению, найти поставщика, разделяющего мои ценности, сложно, ведь рынок в целом к такому подходу еще не привык.

Также я отдаю себе отчет в том, что не до конца разбираюсь во всех тонкостях и специфике камня. Поэтому, помимо разделяемых ценностей, мне важно, чтобы поставщик разбирался в вопросе даже лучше меня.

---

## ответ бренда

Мы не стремимся изменить рынок и трансформировать его изнутри. Не оглядываясь ни на кого, мы берем и строим нечто совершенно новое: уникальный продукт, единственный смысл существования которого — быть лучшим.

Наш продукт — больше, чем просто камень. Это сплав опыта, знаний и новой культуры ведения бизнеса. Мы предлагаем аудитории качественно новый подход с опорой на сервис, технологичность и экспертизу.

Мы будем развиваться и не сойдем со своего пути. Открывая своим примером двери в будущее для всех, кто захочет измениться и пересоздать себя в этой отрасли.

brand essence

# Создатели НОВОЙ культуры

Бескомпромиссно следуя своим принципам и поставленным целям, бренд создает новую культуру бизнеса. То, что Русгранит делает, — то и становится новой нормой.

Бренд не пытается бороться с архаичными устоями и стандартами. Он создает новое и ведет за собой тех, кто сам готов к переменам.



## МИССИЯ

Мы не посланники перемен в отрасли. Нам некогда думать о других — мы заняты тем, что строим новую культуру бизнеса на рынке натурального камня. И если мы не свернем с пути, то за нами пойдут. А кто не пойдет... ну что ж, значит, вместо них будут другие.

В нас живет дух новаторства, это наш внутренний стержень. Поэтому мы не спрашиваем, как надо делать. А делаем. И точно знаем: как мы построим сегодня — так всё и будет завтра. Будущее зависит только от нас.

Наши достижения — это достижения качественно нового порядка. Новый уровень сервиса, новое понимание качества, технологичность. Новая культура взаимодействия с партнерами. Все это делает нас актуальными и соответствующими месту в авангарде рынка.

Мы не смотрим на других свысока, но мы должны работать так, чтобы на нас смотрели снизу вверх.

---

## ВИДЕНИЕ

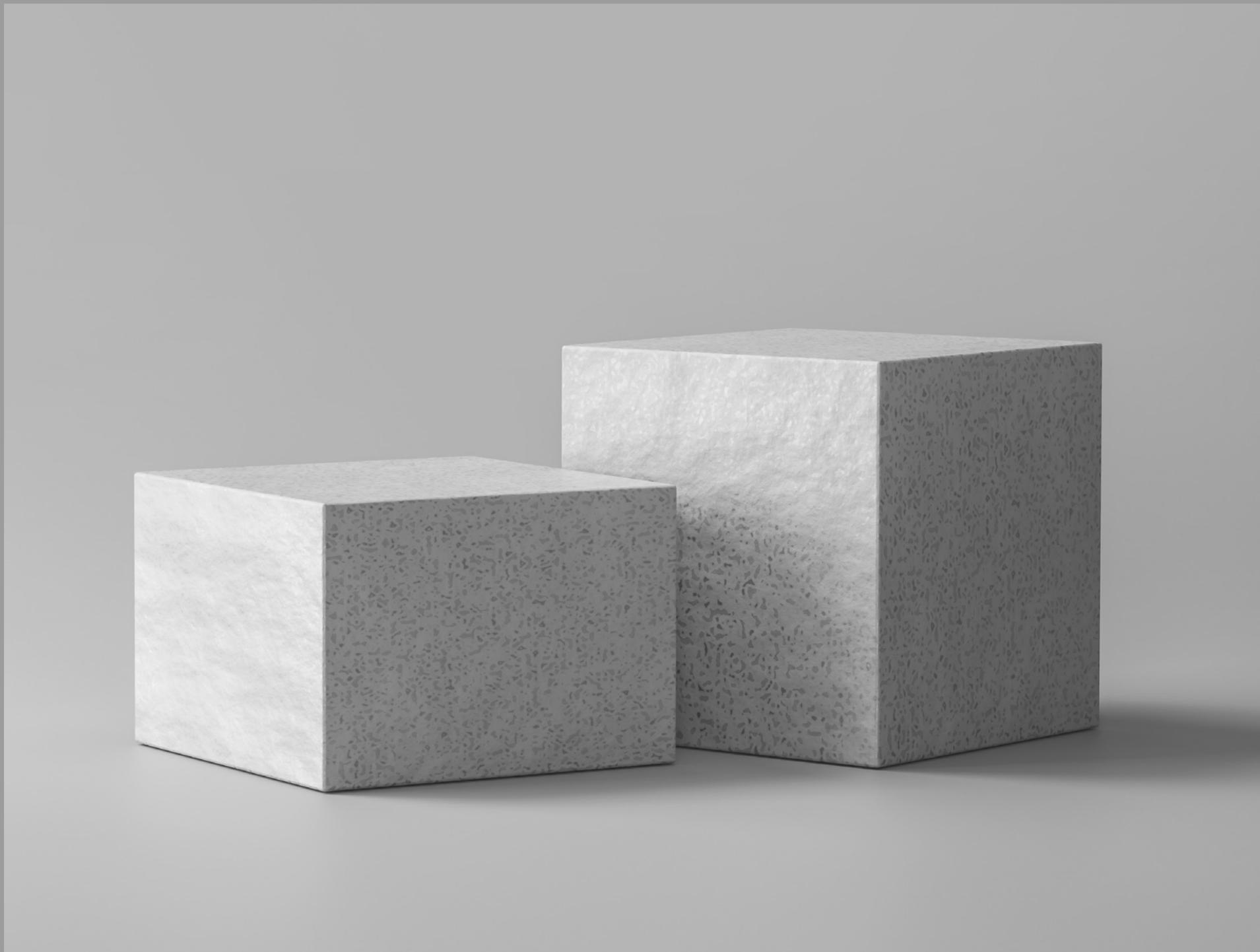
Как сделаем, так всё и будет. Русгранит сегодня — это то, каким весь наш рынок станет завтра. Но не потому, что мы его трансформируем. А потому, что рынок сам последует за нами, за тем порядком и той культурой бизнеса, которые мы делаем новой нормой. Мы не будем что-то менять или исправлять. Мы будем вдохновлять и подавать пример.

Новые подходы и стандарты не приживутся, если не показать, что их внедрение способно быстро приносить заметные результаты. Поэтому мы обязаны удерживать лидерские позиции и с точки зрения продукта, и с точки зрения сервиса, технологий, экспертизы в камне.

обещание бренда

# Принципы НОВОГО порядка

Работа на рынке натурального камня по новым стандартам: с акцентом на долгосрочное сотрудничество, с пониманием принципов ценообразования и трендов, постоянным развитием новых сервисов и технологий, соблюдением заранее достигнутых договоренностей и опорой на экспертизу бренда.



позиционирующий  
слоган

культура  
натурального  
камня

## характер бренда

### Творец

Желание создавать ценное, уникальное и долговечное.

### Амбициозный

Ставит перед собой амбициозную задачу — создать для рынка натурального камня новую реальность, в которой следование заложенным Русгранитом подходам и стандартам будет единственной возможностью для качественного роста.

### Вдохновляющий

На собственном примере показывает, какой должна быть современная компания, вдохновляет своим примером заказчиков и партнеров-единомышленников. И как итог — ведет за собой тех, кто готов к переменам.

### Экспертный

Максимальная концентрация знаний о камне, обеспеченная опытом как производственной, так и торговой компании. Знание специфики в обработке камня.

### Прогрессивный

Ориентация на внедрение продвинутых цифровых сервисов, повышение уровня автоматизации.

### Харизматичный

Обладает несгибаемым внутренним стержнем, уверенностью в себе, излучает заряженность и азарт.

## ценности и атрибуты

### Транслируемые ценности

- Уверенность клиента в результате.
- Прозрачность.
- Соответствие запросу покупателя.
- Единый высокий стандарт для клиентов любого масштаба.
- Постоянное повышение экспертизы .
- Ориентация на стратегию win-win.

### Атрибуты настоящего

- Опыт как торговой, так и производственной компании: знание технологических процессов, рисков и т. д.
- Открытость: гостеприимное оформление документов, экскурсии по складу.
- Наличие сервисов для клиентов и их постоянное совершенствование.

### Атрибуты будущего

- Модернизация процессов путем разработки новых эффективных сервисов и способов работы. Создание комплексного отраслевого решения на их основе.
- Цифровизация рынка путем масштабирования своих разработок и технологических решений.
- Создание нового отраслевого стандарта ведения бизнеса. Трансляция своих ценностей и уровня экспертизы через работу с камнем.

## преимущества

### Рациональные

- Заказчик не останется без продукции: постоянная работа по поддержанию наличия на складе + благодаря экспертизе возможность предлагать заказчику подходящие альтернативы.
- Высокое качество продукции, которое контролируется нами лично на всех этапах.
- Гарантии и понятные зоны ответственности конкретных лиц.
- Взаимная лояльность: особые условия, поддержка стратегии win-win.
- Связь с клиентами: информирование о предстоящих изменениях, возможностях, предложениях, новинках и т. д.

### Эмоциональные

- Уверенность клиента: в качестве, сроках, в соблюдении договоренностей.
- Комфорт клиента: комфортные сервисы, комфортное решение любых возникающих сложных ситуаций.
- Гибкость: реагируем на рыночные изменения не только ценой. Максимально сбалансированные предложения по готовой продукции из актуальных и конкурентных камней различных месторождений.
- Открытость: информированность обо всех проблемах и дефектах с обязательным согласованием вплоть до замены.
- Полная отдача: погружаемся в свое дело полностью и показываем лучший результат из возможных. Не готовы соглашаться на меньшее.

## культура камня: ЧТО МЫ ВКЛАДЫВАЕМ В ЭТО ПОНЯТИЕ

### Культура ведения бизнеса

- Строгое выполнение обязательств.
- Соблюдение сроков, размерности.
- Гарантия качества и готовность принимать ответственность.
- Прозрачность.
- Соответствие запросу потребителя: способность на изменения условий рынка реагировать не только повышением цен.
- Нравнодушное отношение к клиентам любого масштаба.

### Экспертиза

- Опыт производственной и торговой компании.
- Экспертиза в обработке камня.
- Доскональное знание всех этапов производства.
- Знание рынка сырья.
- Профессионализм сотрудников.
- Умение поддерживать наличие товара на складе для клиентов.
- Открытость: информированность обо всех проблемах и дефектах с обязательным согласованием вплоть до замены.
- Полная отдача: погружаемся в свое дело полностью и показываем лучший результат из возможных. Не готовы соглашаться на меньшее.

# ВИЗУАЛЬНЫЕ КОНСТАНТЫ

Визуальные константы представляют собой элементы, которые являются постоянными и не меняются ни при каких обстоятельствах. К ним относятся: логотип, цвета, шрифты, стилеобразующие элементы.

13—23

## Логотип

Русгранит уверен в себе и своих силах — как мы сегодня сделаем, так всё и будет. Бренд обладает неуемным духом лидерства, который и является его внутренним стержнем. Этот стержень помогает не сворачивать со своего пути, менять правила, не изменяя себе. В основу логотипа положен этот образ внутреннего стержня, которым становится буква Г, вписанная внутрь буквы Р. Firmenный стиль отражает пробивной характер, силу, амбициозное стремление к расширению и созданию новой реальности на таком, казалось бы, устоявшемся рынке.

Логотип является главной константой фирменного стиля и состоит из двух элементов: знака и фирменного начертания.

ⓘ **Запрещены  
любые изменения  
логотипа**



русгранит

Существуют горизонтальная и вертикальная версии логотипа. Основной и часто используемой версией является вертикальная версия; горизонтальная версия логотипа является дополнительной и используется только в тех случаях, когда невозможно разместить вертикальную версию — например, на узких длинных поверхностях (ручка, вывеска на фризе и т. п.)

### Охранное поле

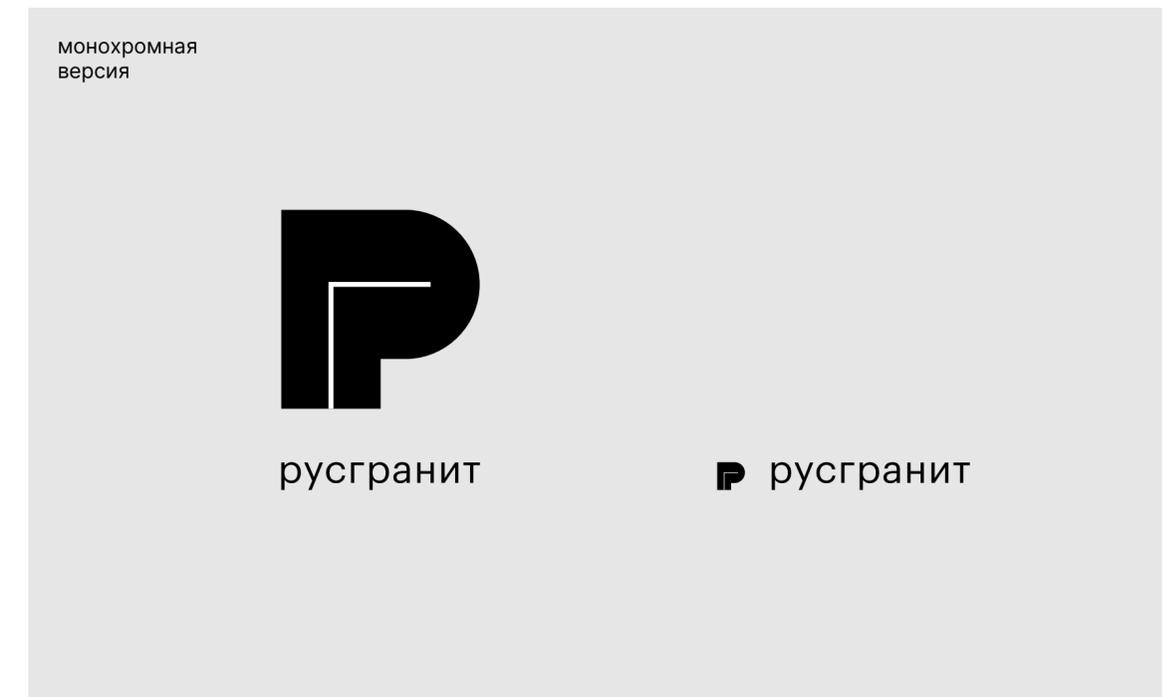
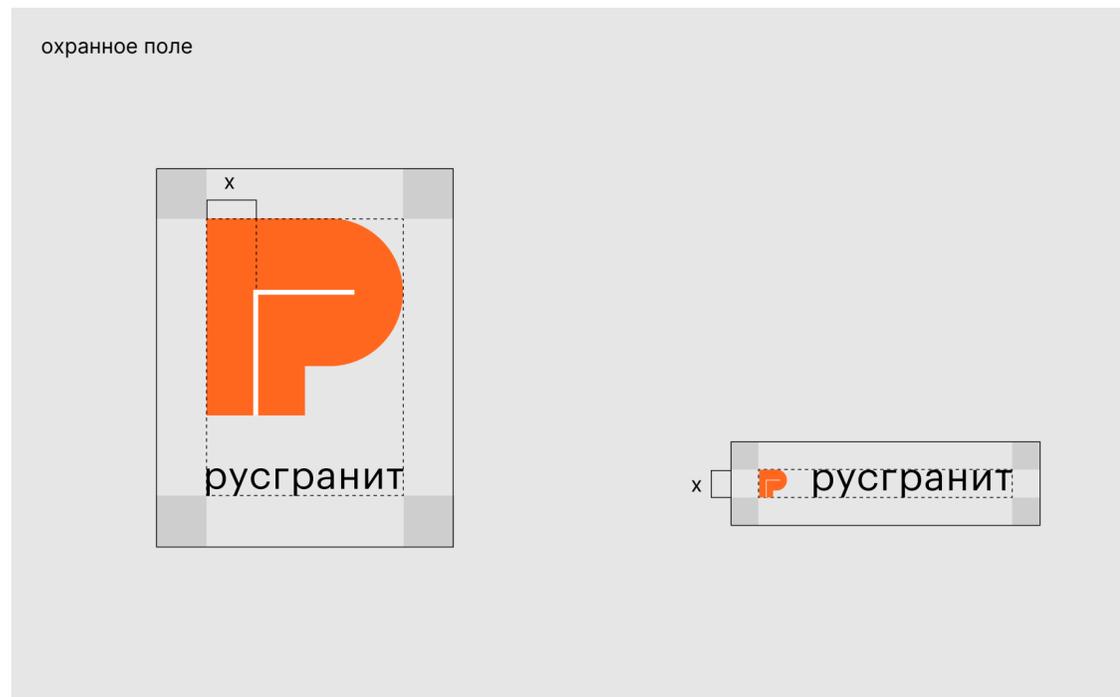
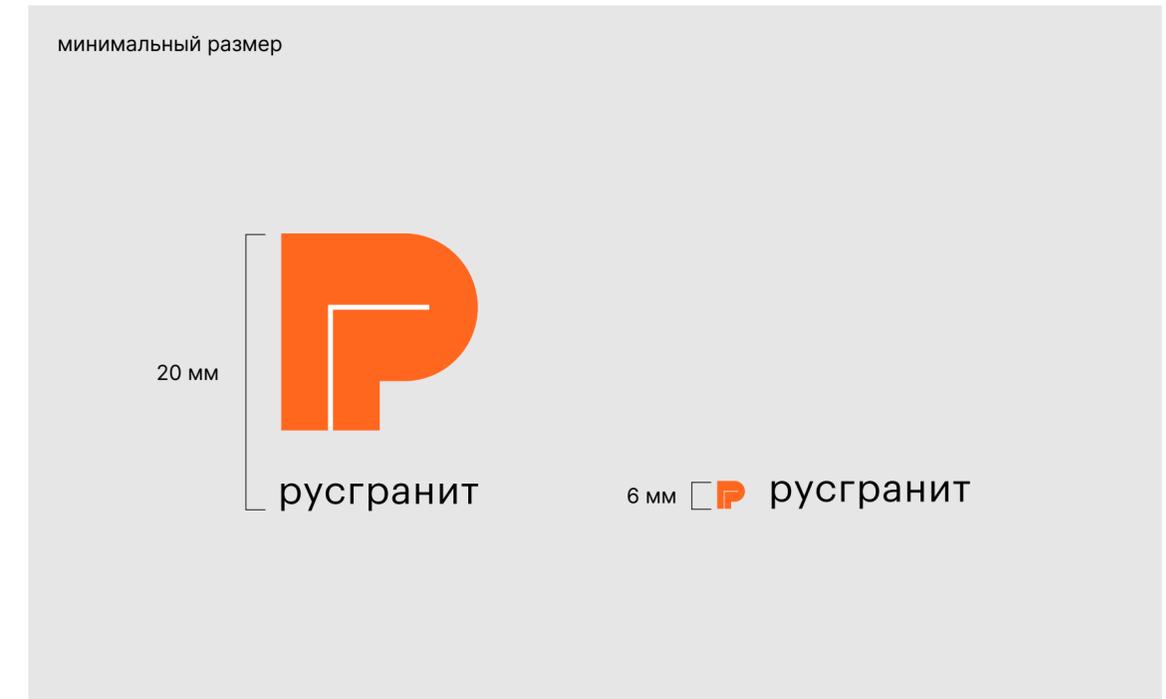
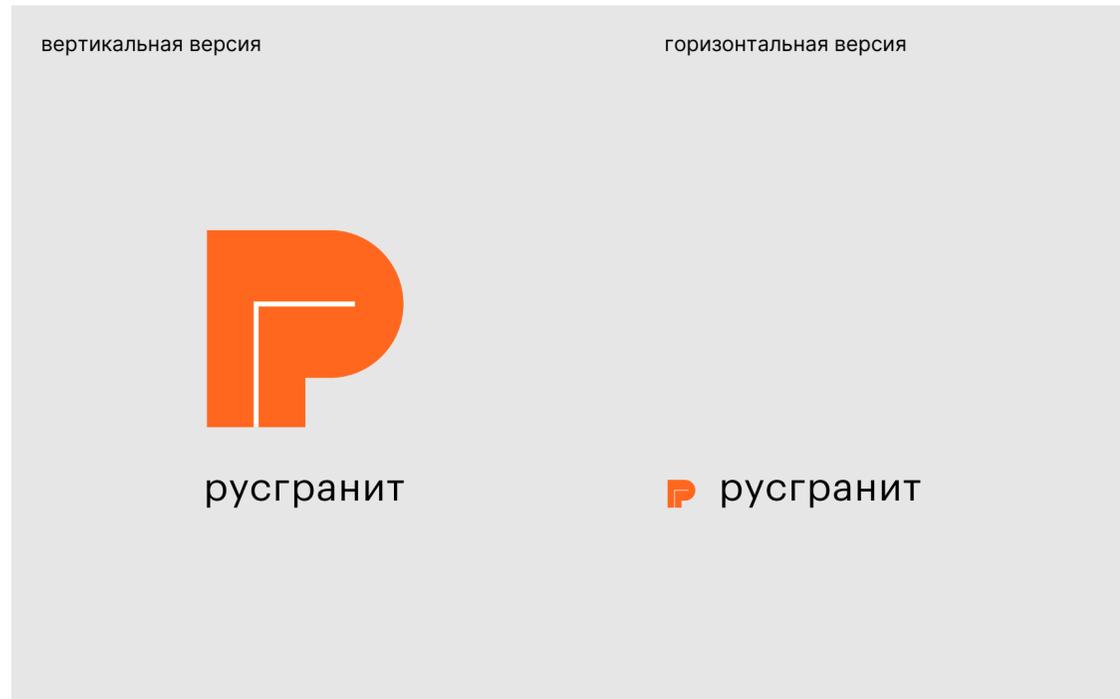
Охранное поле — это пространство вокруг логотипа, в пределы которого не должны попадать никакие элементы макета.

### Минимальный размер

Логотип не должен быть меньше указанных размеров: 20 мм для вертикальной версии и 6 мм для горизонтальной версии.

### Монохромная версия

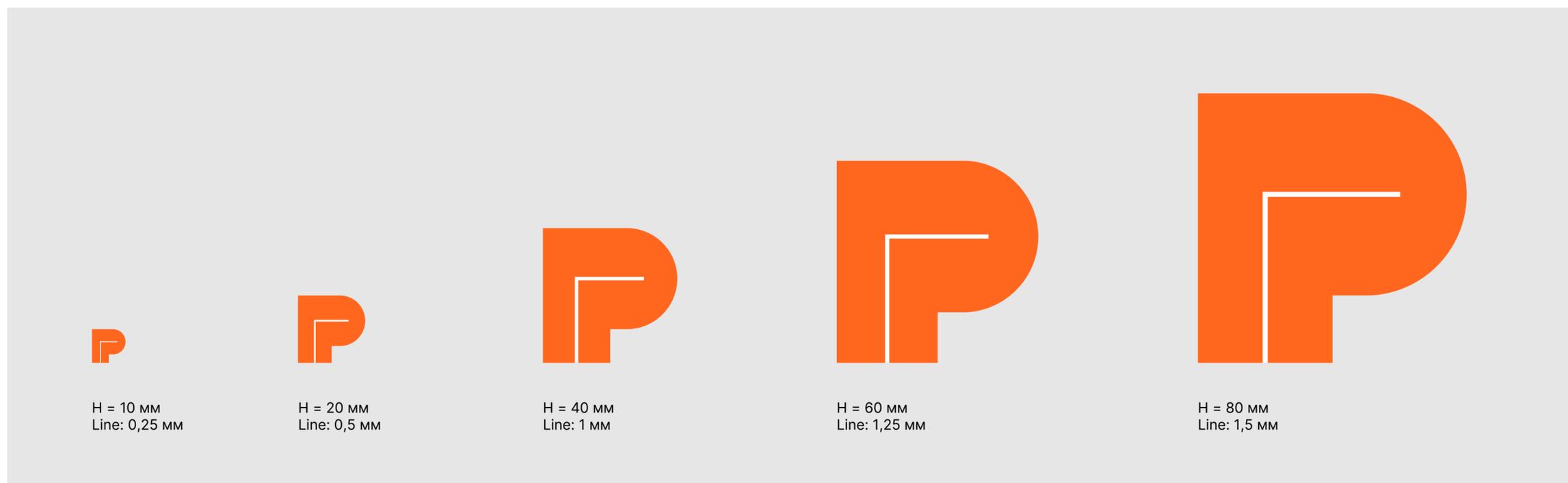
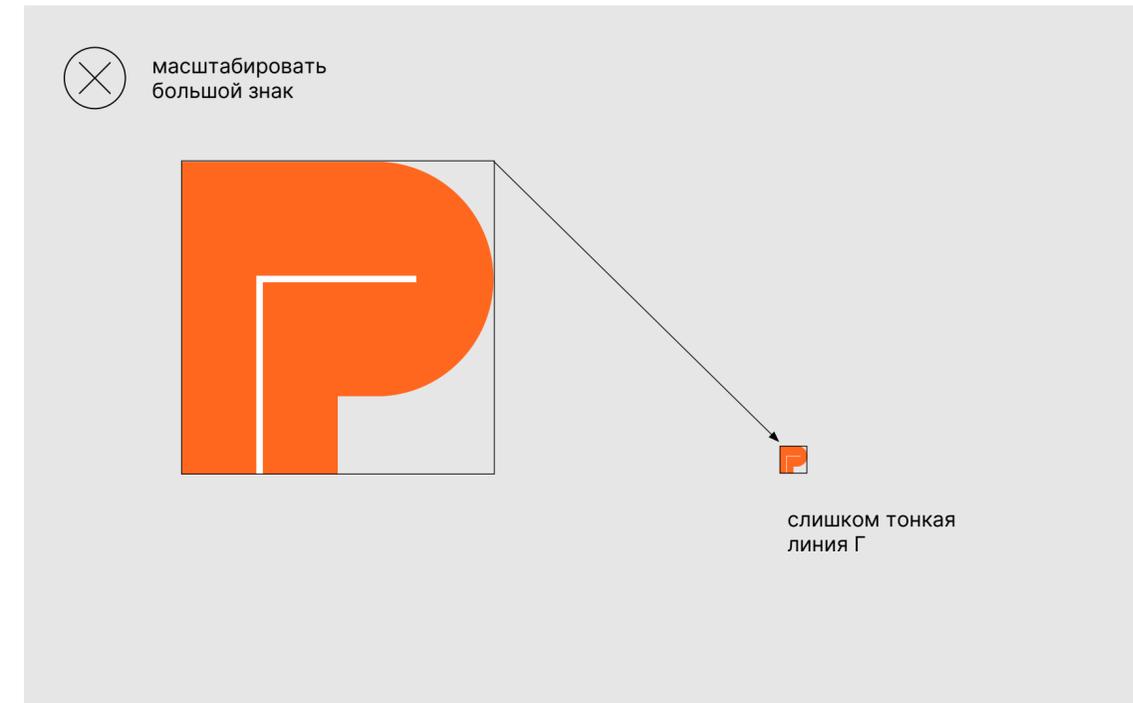
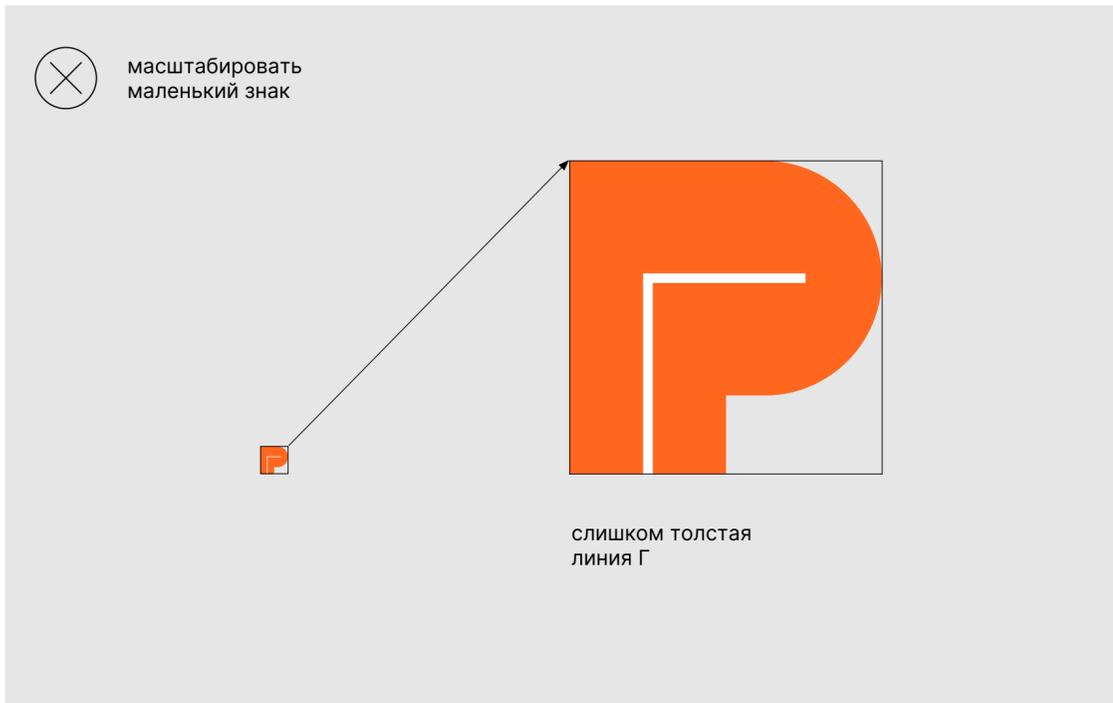
Монохромный логотип используется в случаях, когда воспроизведение цветной версии невозможно, н-р: черно-белая печать, блинтовое тиснение, гравировка и т. п.



## Масштабирование

Толщина Г в знаке разного размера должна быть визуально одинаковой.

Если масштабировать большой знак, то толщина Г в мелком размере может оказаться слишком тонкой для воспроизведения или слишком толстой, если масштабировать маленький знак.



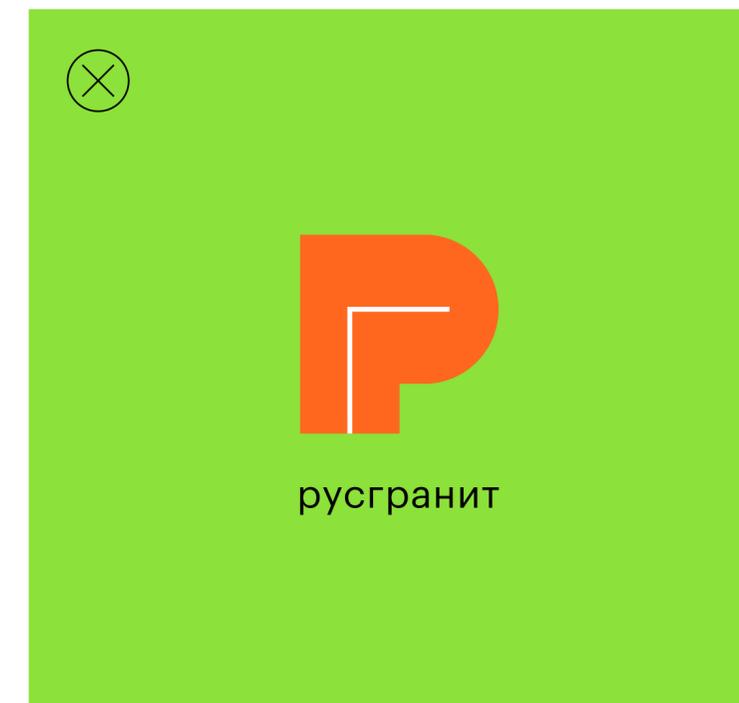
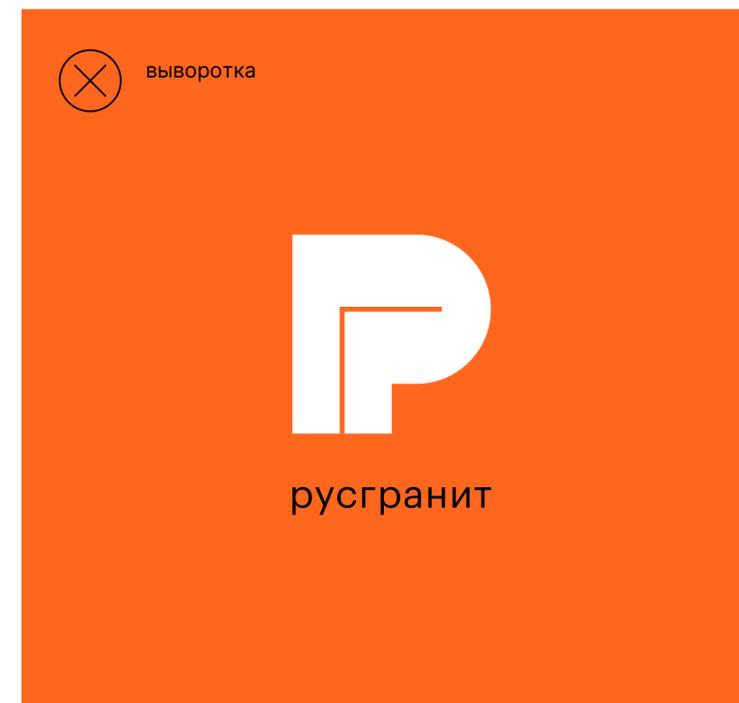
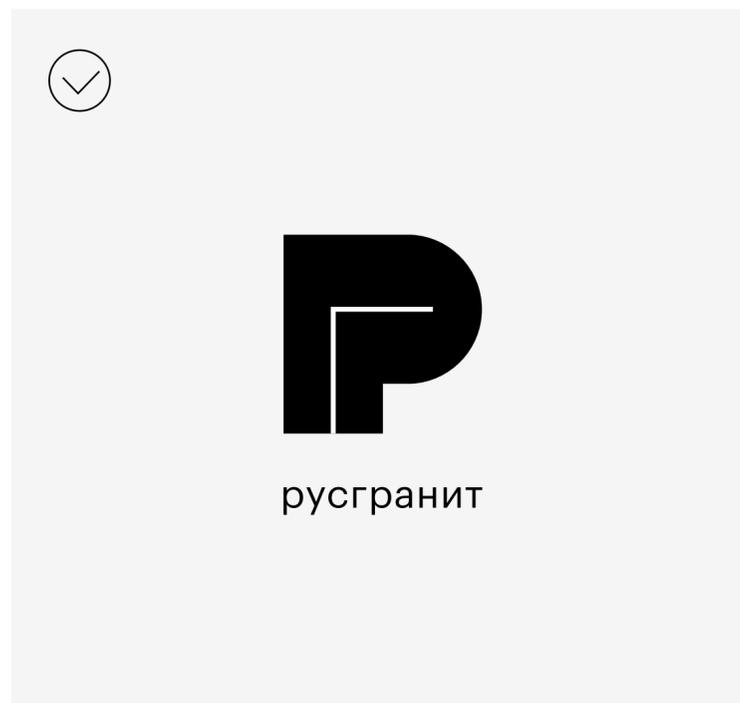
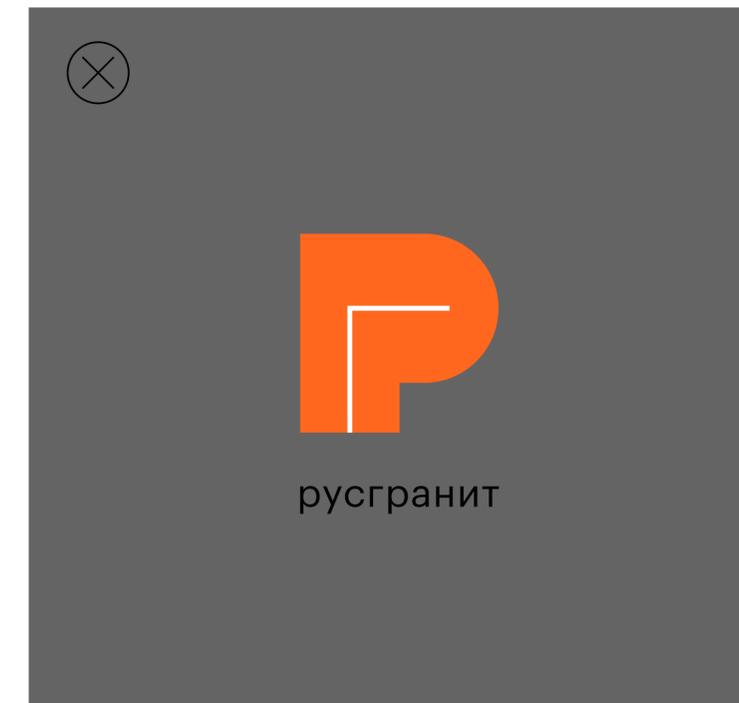
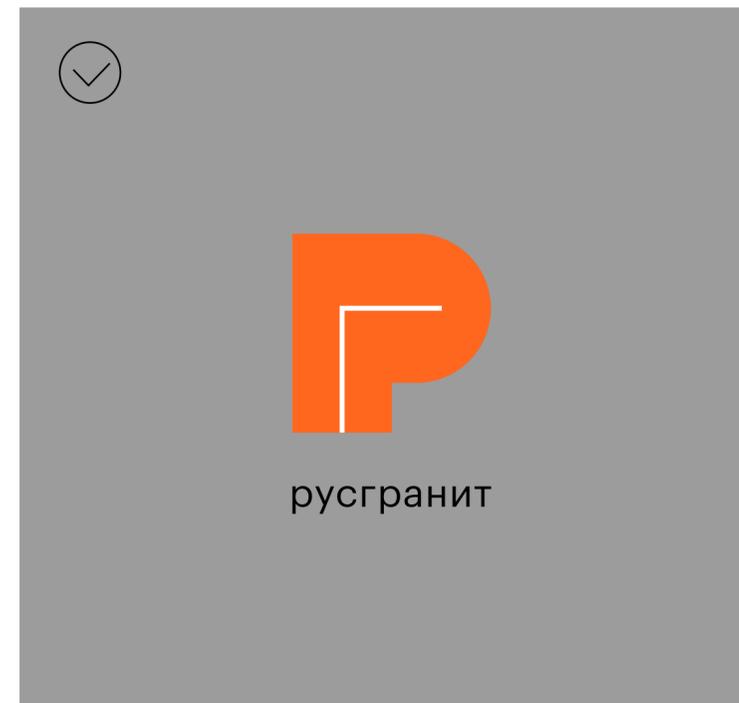
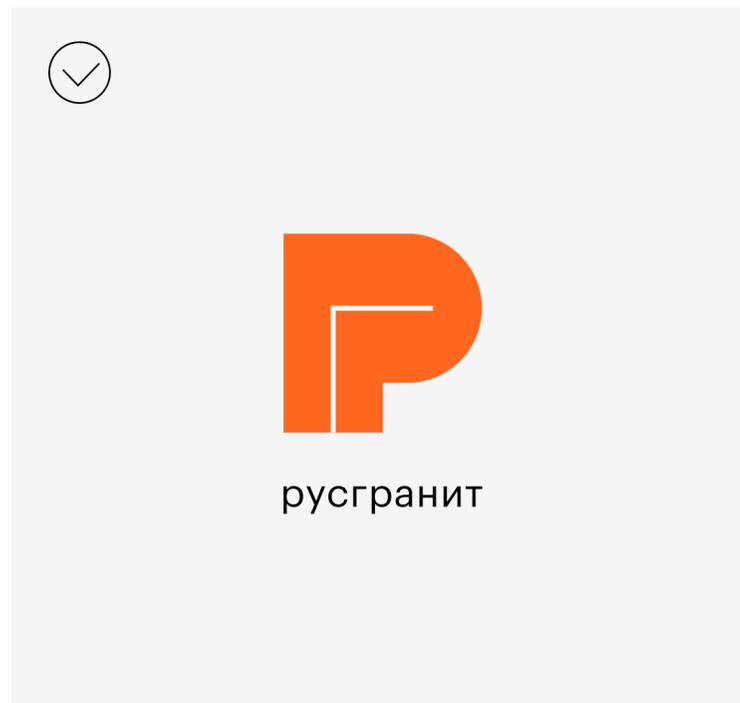
### Цветовые версии и размещение на фоне

На данных примерах показаны допустимые и недопустимые случаи размещения логотипа на различных фонах.

Допускается размещать цветной логотип на белом фоне и фоне фирменного светло-серого цвета.

А также допускается монохромный логотип — для воспроизведения в случаях, когда использование цветной версии невозможно, н-р: черно-белая печать, блинтовое тиснение, гравировка и т. п.

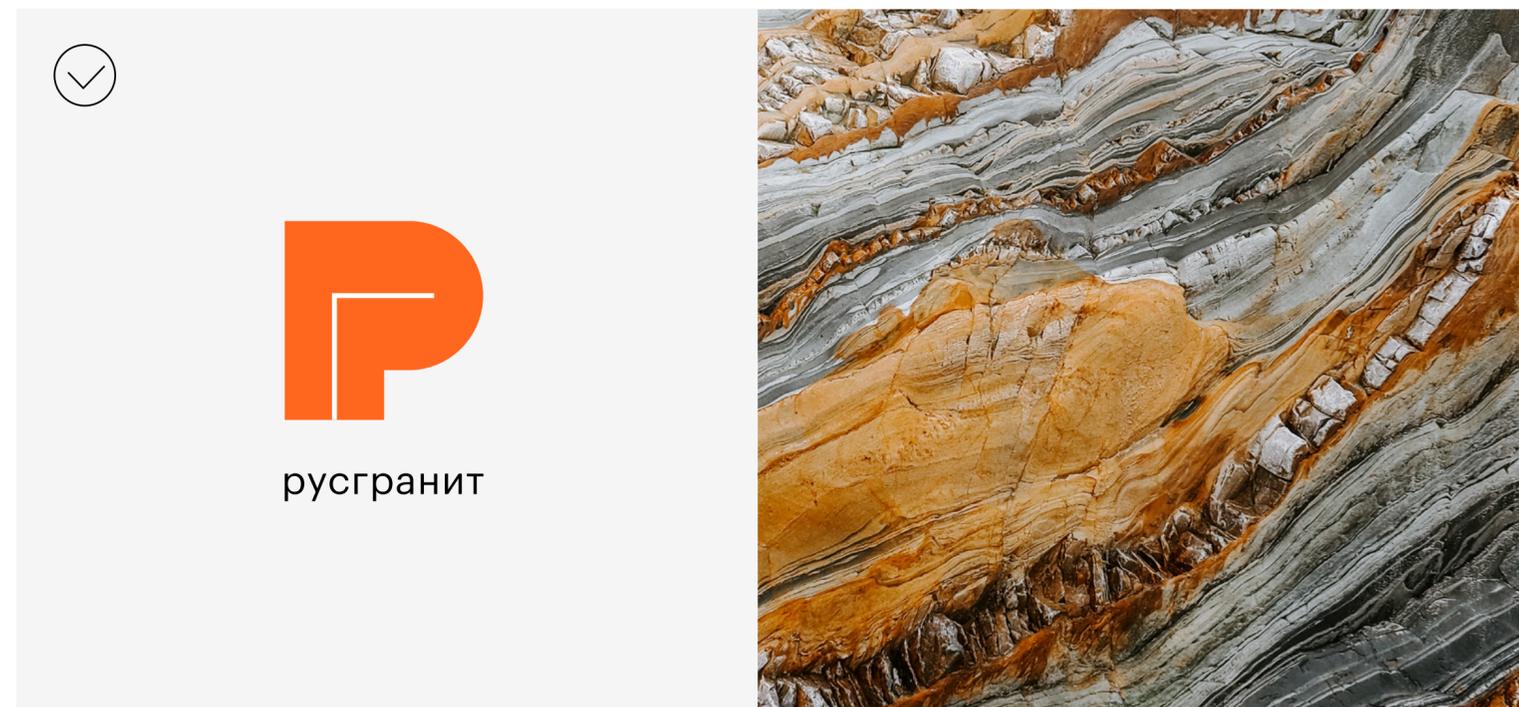
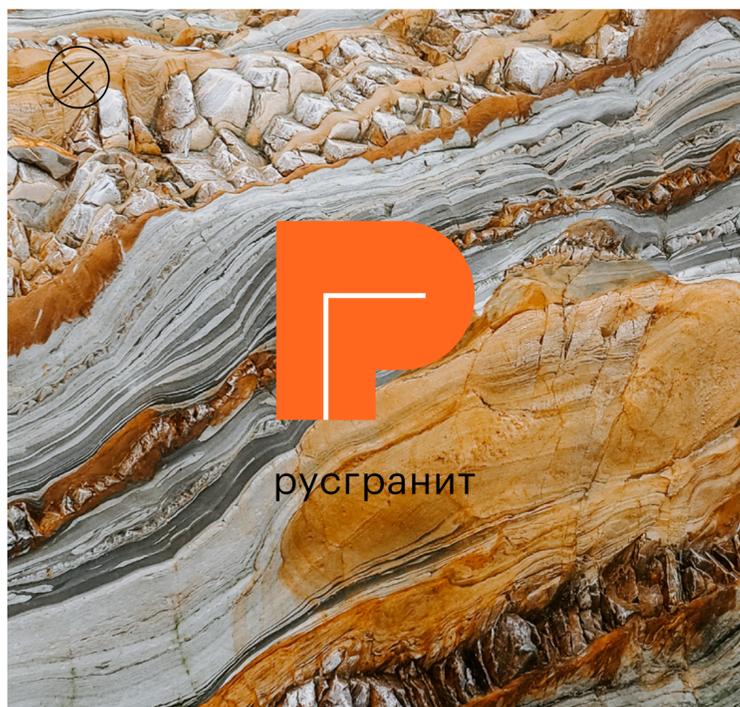
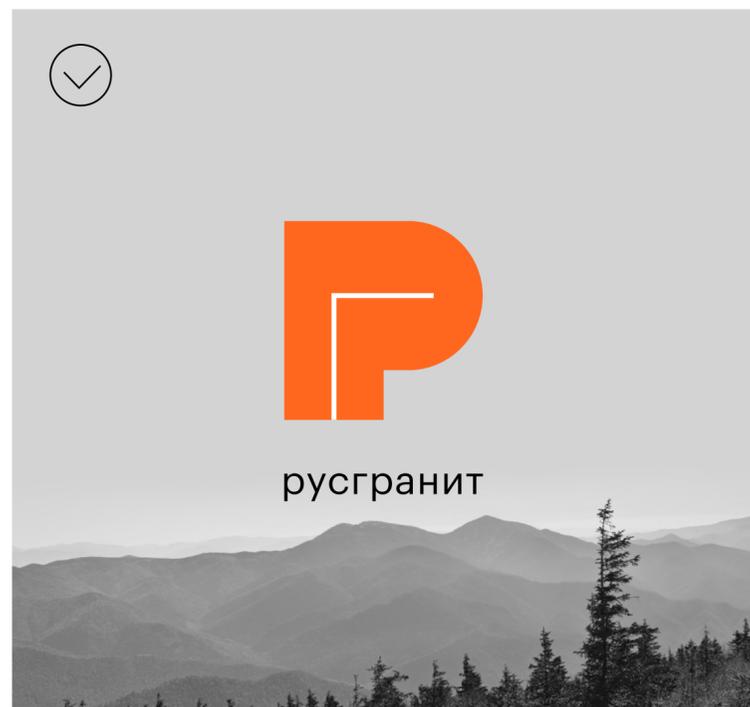
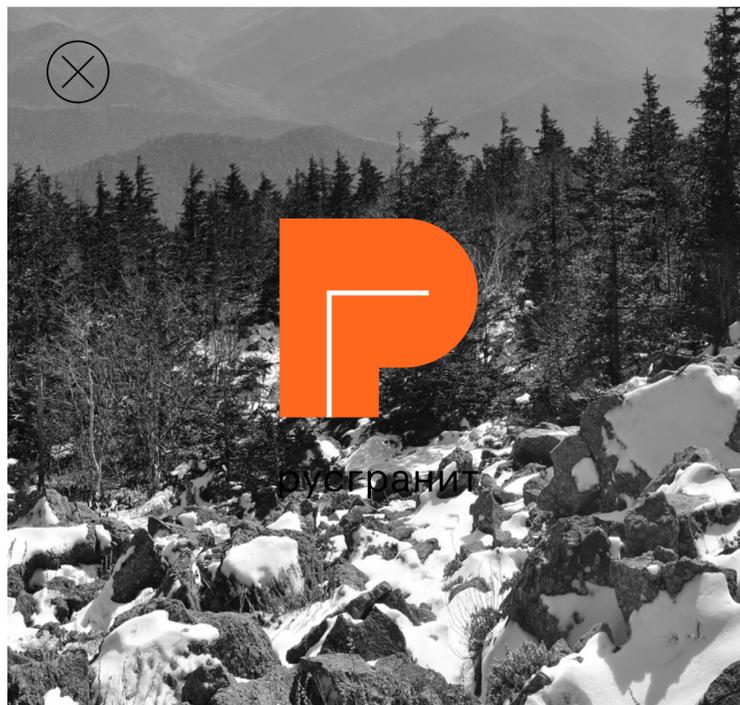
Запрещено размещать логотип на фоне вывороткой, логотип на фоне темно-серого фирменного цвета или на фоне любого нефирменного цвета.



### Размещение на фотоизображениях

При размещении логотипа на фотоизображении следует выбирать чистый и светлый серый участок. Необходимо предусматривать зону размещения логотипа при подборе фотоизображения либо обеспечивать ее с помощью ретуши или использовать плашку (см. правило размещения логотипа на фоне).

Недопускается размещать логотип на неоднородном цветном или слишком темном неоднородном фоне.



## Фирменные цвета

оранжевый

RGB 255/103/31  
CMYK 0/75/100/0  
Pantone 165 C

светло-серый

RGB 156/156/156  
CMYK 0/0/0/50  
Pantone Cool Gray 6 C

черный

RGB 0/0/0  
CMYK 0/0/0/100  
Pantone Black C

темно-серый

RGB 100/100/100  
CMYK 0/0/0/75  
Pantone Cool Gray 10 C



## Шрифт

### Основной

Inter V — это вариативный шрифт из класса гротесков. Это гарнитура, предназначенная для набора текстовых блоков и заголовков.

### Системный

Если использование фирменного шрифта по техническим причинам невозможно, например, на электронных носителях или в программах Microsoft Office, следует использовать системный шрифт Arial.

# Inter V

принципы  
нового  
порядка

Поставки по Уралу  
+7 (904) 167-66-70  
info2@rusgranit.com

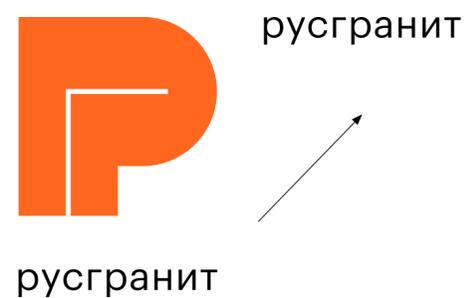
## Regular

Semibold  
Regular



# Фирменный блок

Фирменный блок используется во всех материалах, где предполагается использование логотипа совместно со слоганом или адресом. Для построения фирменного блока используется сетка, равная 1/8 высоты логотипа.



Фирменный блок со слоганом

русгранит

принципы  
нового  
порядка

русгранит

принципы  
нового  
порядка

Фирменный блок с коротким адресом

русгранит

623380, Россия,  
Свердловская обл.,  
г. Полевской,  
ул. Совхозная, 14/1

русгранит

623380, Россия,  
Свердловская обл.,  
г. Полевской,  
ул. Совхозная, 14/1

Фирменный блок с длинным адресом

русгранит

623380, Россия,  
Свердловская обл.,  
г. Полевской,  
ул. Совхозная, 14/1  
Поставки по Уралу  
+7 (904) 167-66-70  
info2@rusgranit.com

русгранит

623380, Россия,  
Свердловская обл.,  
г. Полевской,  
ул. Совхозная, 14/1  
Поставки по Уралу  
+7 (904) 167-66-70  
info2@rusgranit.com

## Суперзнак

Суперзнак является производным элементом от логотипа и используется в декоративных целях. Он помогает сделать коммуникации более узнаваемыми и выделяющимися.

Суперзнак и его характерное размещение на макетах отражает пробивной характер компании, силу и амбициозность.

Суперзнак является брендирующим элементом, на макетах он может полностью заменить знак в логотипе.

ⓘ **Запрещены  
любые изменения  
суперзнака**



## Пропорции логотипа и суперзнака, размещение на макете

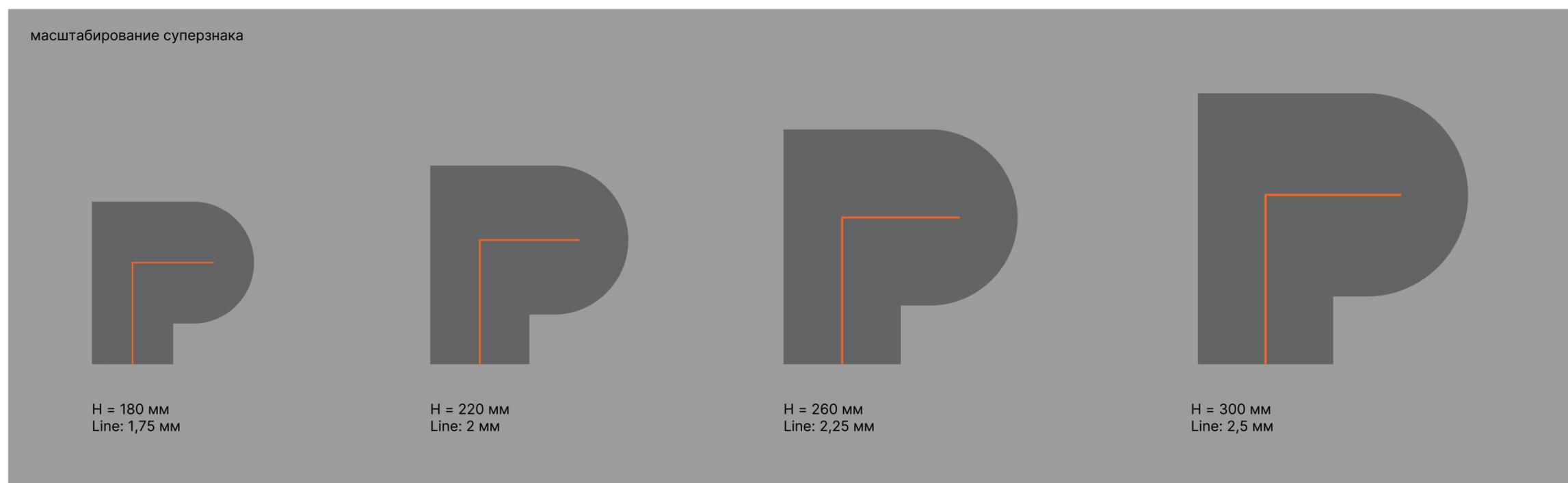
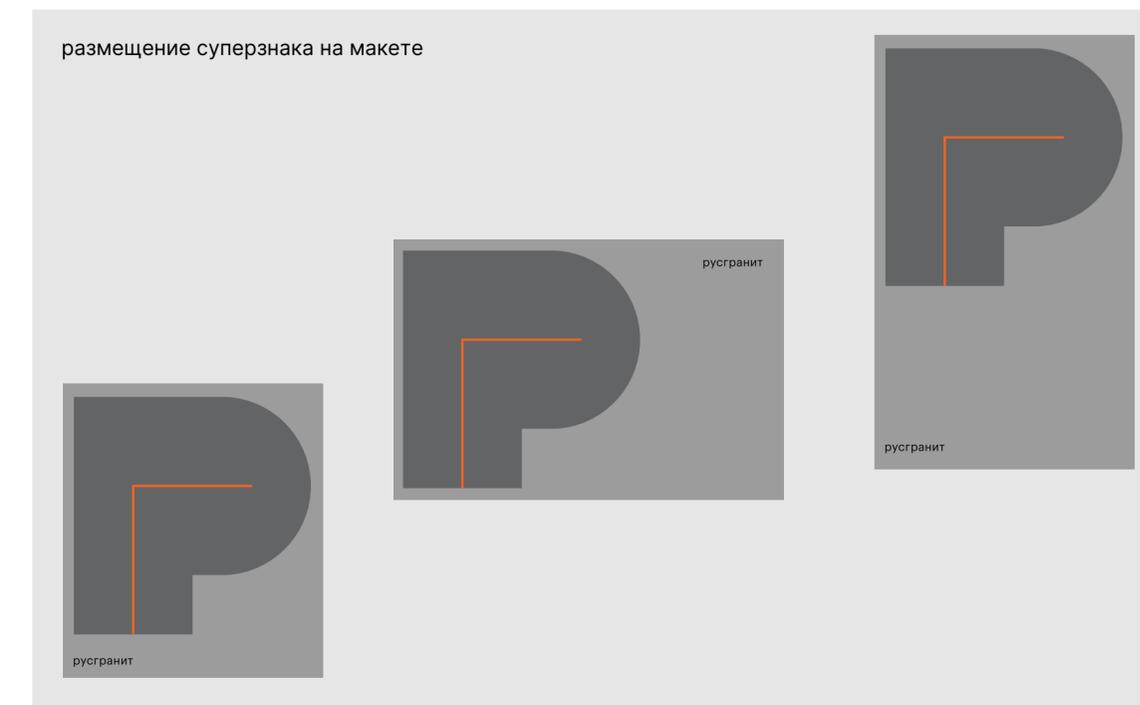
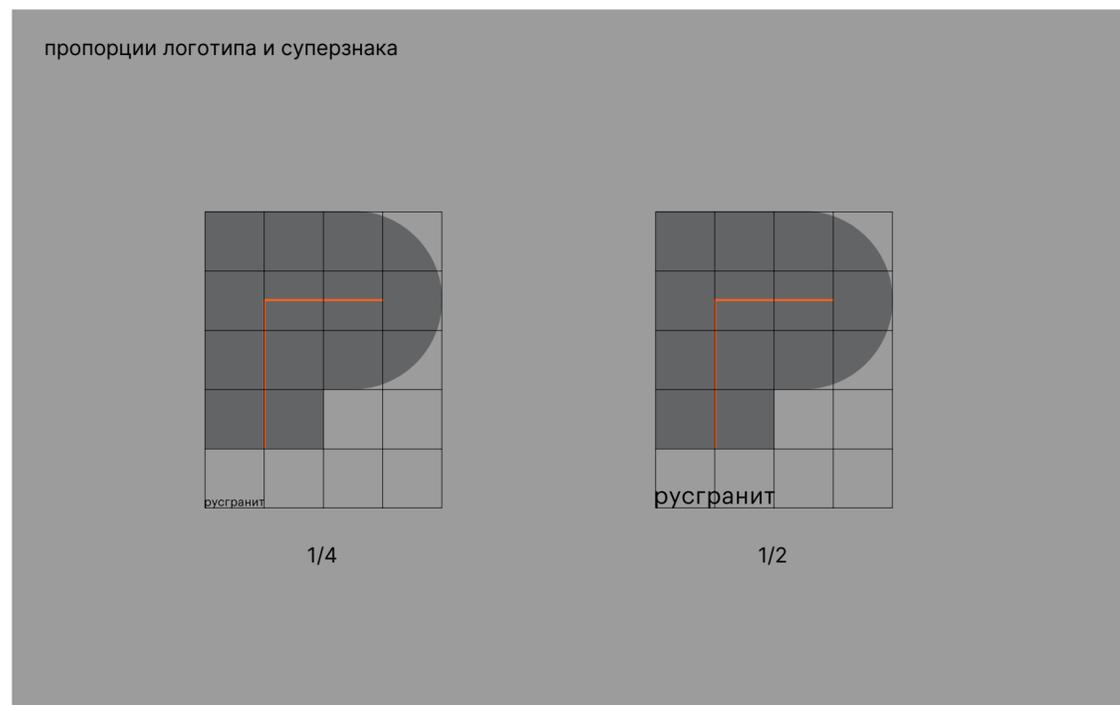
Чтобы транслировать заложенную в суперзнак идею лидерства, суперзнак всегда размещается в макете максимального размера.

Шрифтовая часть логотипа при этом размещается мелко (1/2 или 1/4 суперзнака), что усиливает значимость суперзнака в макете. Она может быть расположена под суперзнаком и справа от него и «прилипает» к углам макета.

Охранное поле не предусмотрено и может быть задано минимальными технологическими отступами от края того или иного макета.

## Масштабирование

Так же, как и в логотипе, толщина Г в знаке разного размера должна быть визуально одинаковой.



# деловая документация

# Визитка

**Размер 90 x 50 мм**

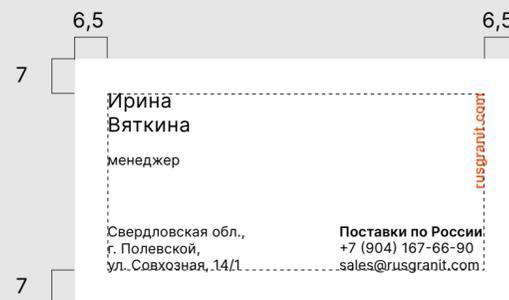
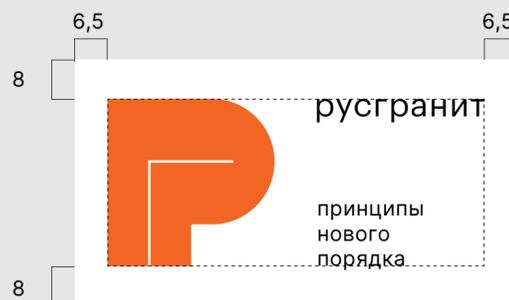
**Фирменный блок Н=34 мм**

**Ф. И. О.**  
Inter V Regular 11,5 pt

**Должность/контакты**  
Inter V Regular 8 pt  
Inter V Semi Bold 8 pt

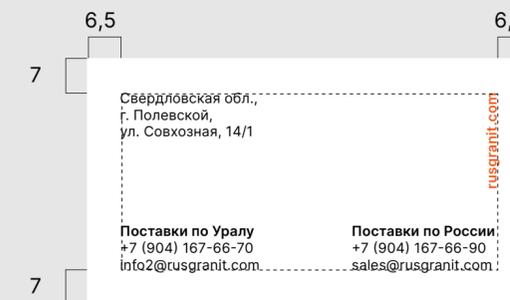
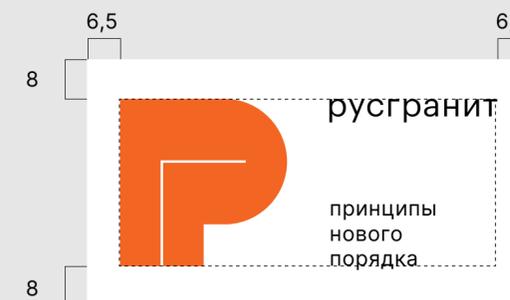
**Сайт**  
Inter V Semi Bold 8 pt

визитка персональная



Все размеры указаны в миллиметрах

визитка корпоративная



# Бланк

**Формат А4**

**Фирменный блок Н=34 мм**

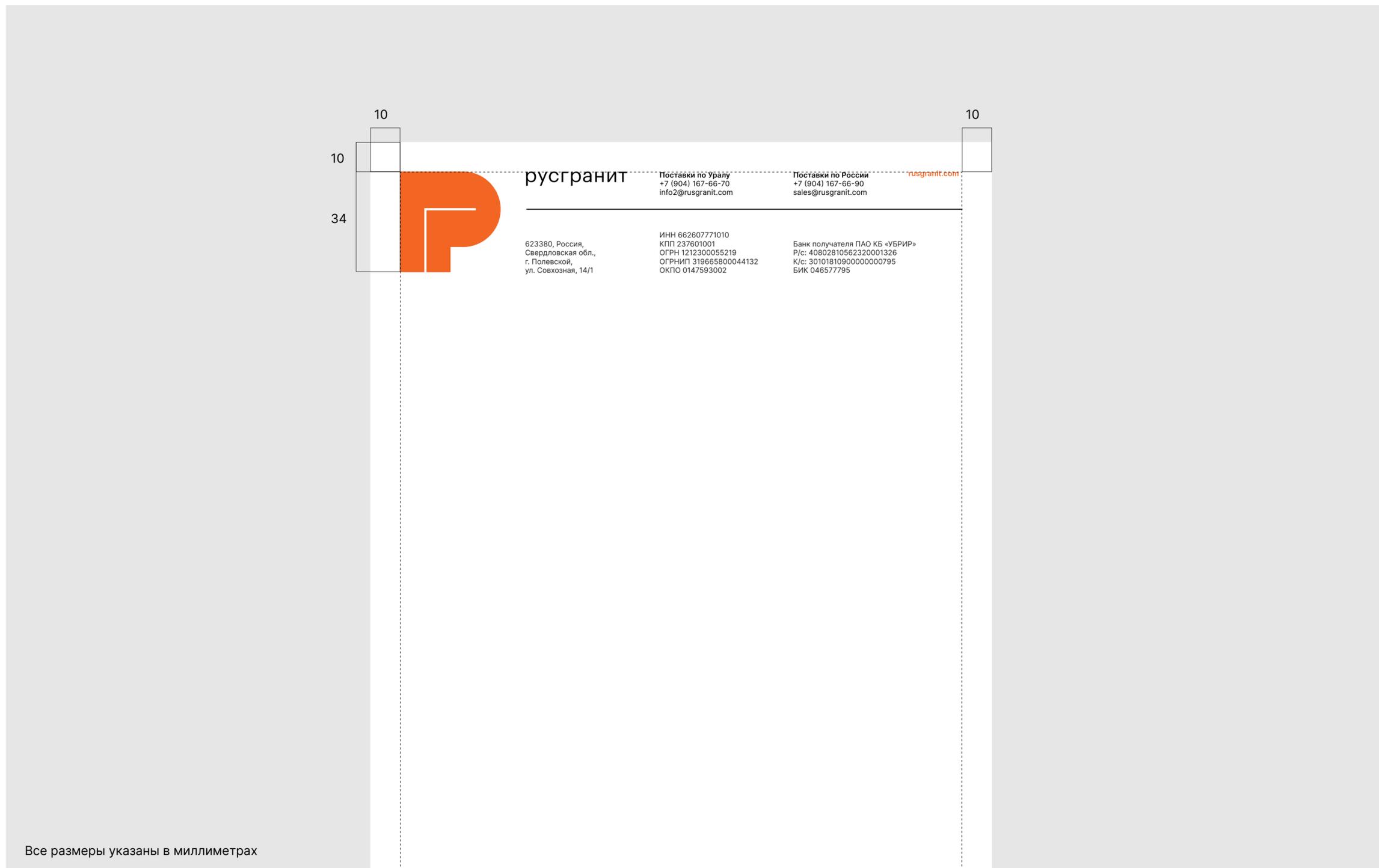
**Толщина линии 0,35 мм**

**Адрес, контакты, реквизиты**

Inter V Regular 7 pt  
Inter V Semi Bold 7 pt

**Сайт**

Inter V Semi Bold 7 pt



# Бланк

**Формат А5**

**Фирменный блок Н=34 мм**

**Толщина линии 0,35 мм**

**Адрес, контакты, реквизиты**

Inter V Regular 7 pt  
Inter V Semi Bold 7 pt

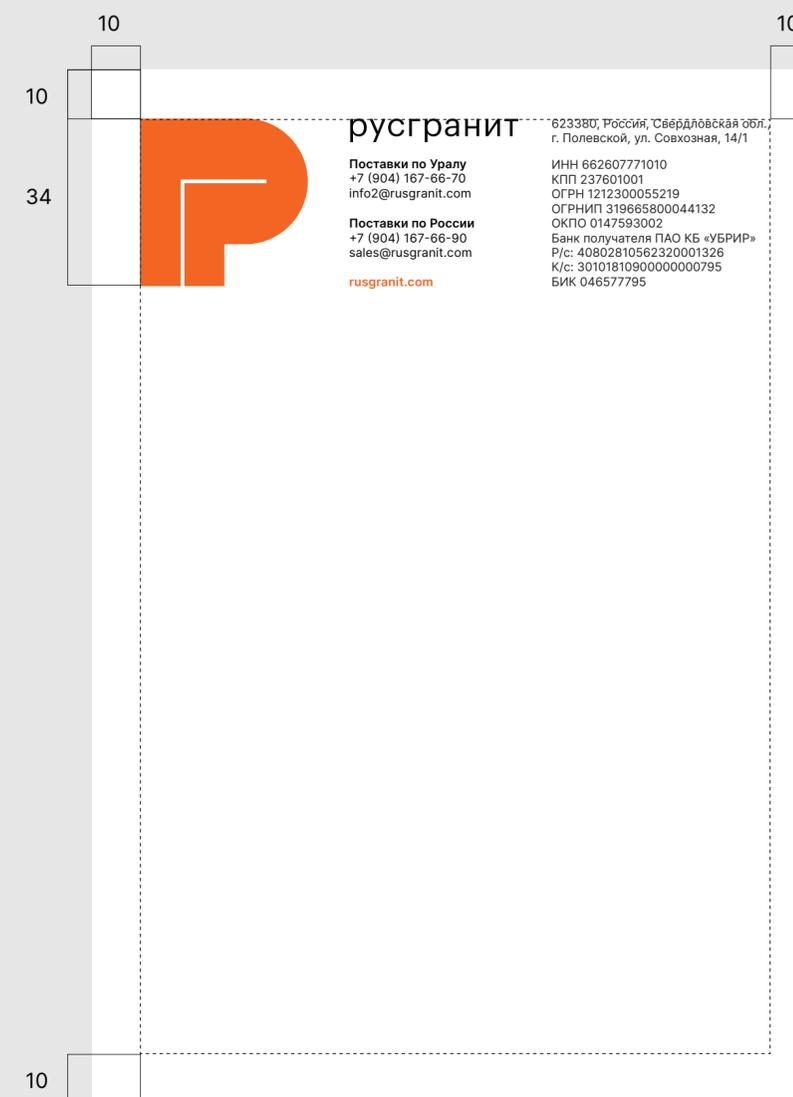
**Сайт**

Inter V Semi Bold 7 pt

горизонтальный бланк



вертикальный бланк



Все размеры указаны в миллиметрах



# Прейскурант

**Формат А4**

**Фирменный блок Н=34 мм**

**Толщина линии 0,35 мм**

**Адрес, контакты**

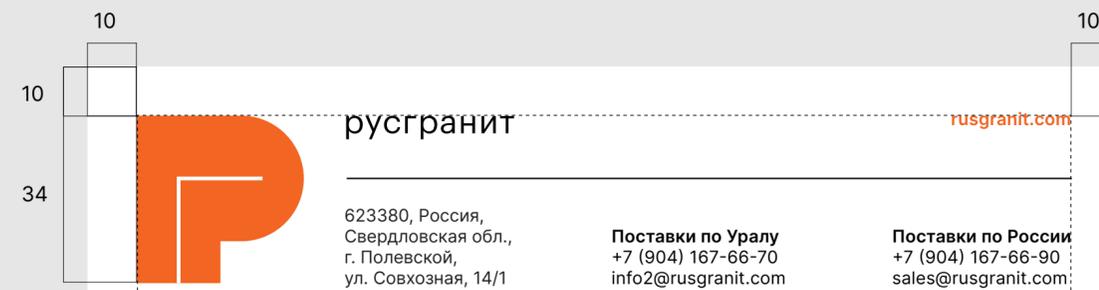
Inter V Regular 10 pt

Inter V Semi Bold 10 pt

**Сайт**

Inter V Semi Bold 10 pt

вертикальный преЙскурант



Все размеры указаны в миллиметрах



03\_Deldocs/  
Rusgranit\_bcard\_name.ai  
Rusgranit\_bcard\_corp.ai

# Прейскурант

**Формат А4**

**Фирменный блок Н=34 мм**

**Толщина линии 0,35 мм**

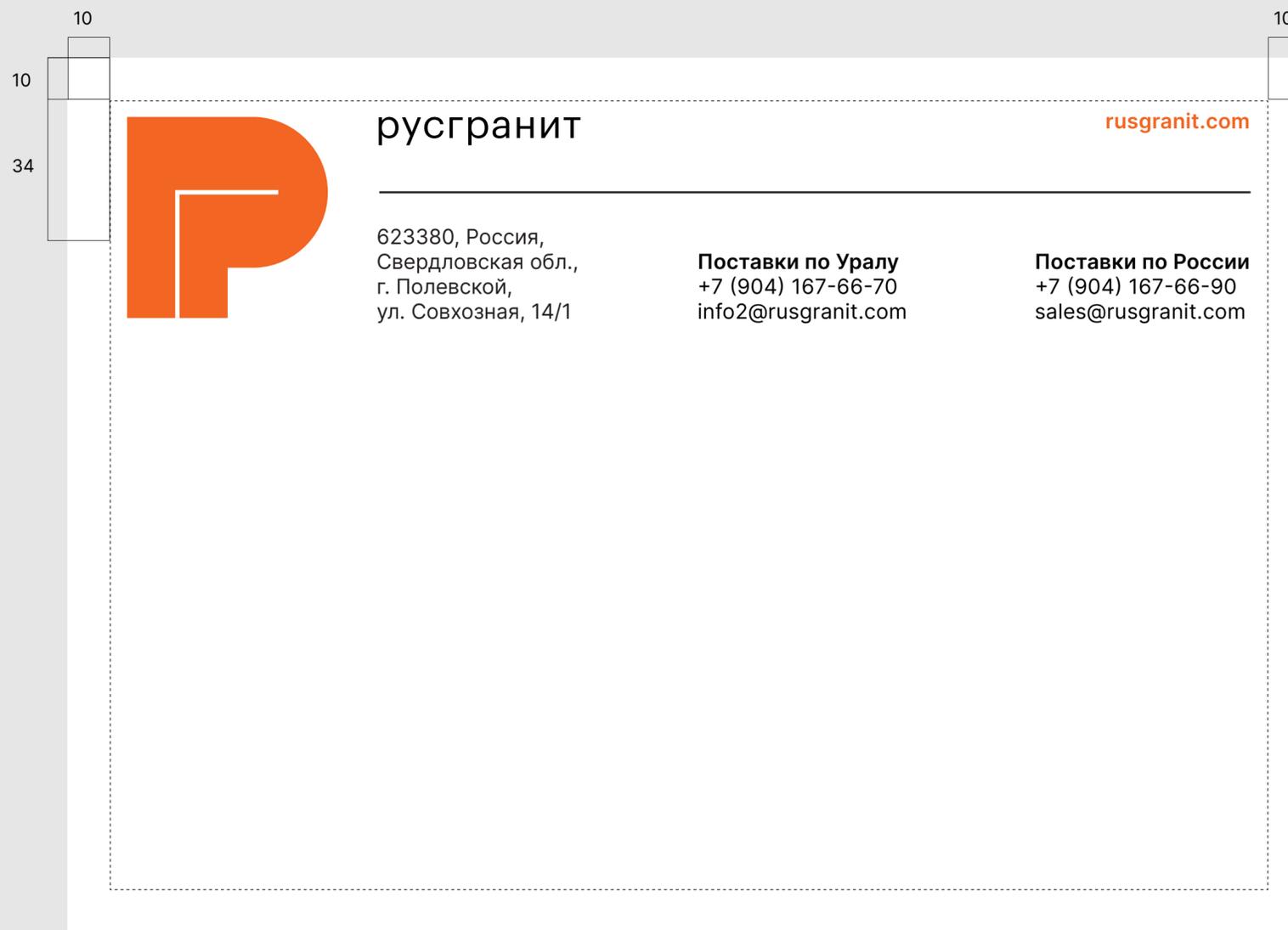
**Адрес, контакты**

Inter V Regular 10 pt  
Inter V Semi Bold 10 pt

**Сайт**

Inter V Semi Bold 10 pt

горизонтальный преЙскурант



Все размеры указаны в миллиметрах



03\_Deldocs/  
Rusgranit\_bcard\_name.ai  
Rusgranit\_bcard\_corp.ai

# Папка

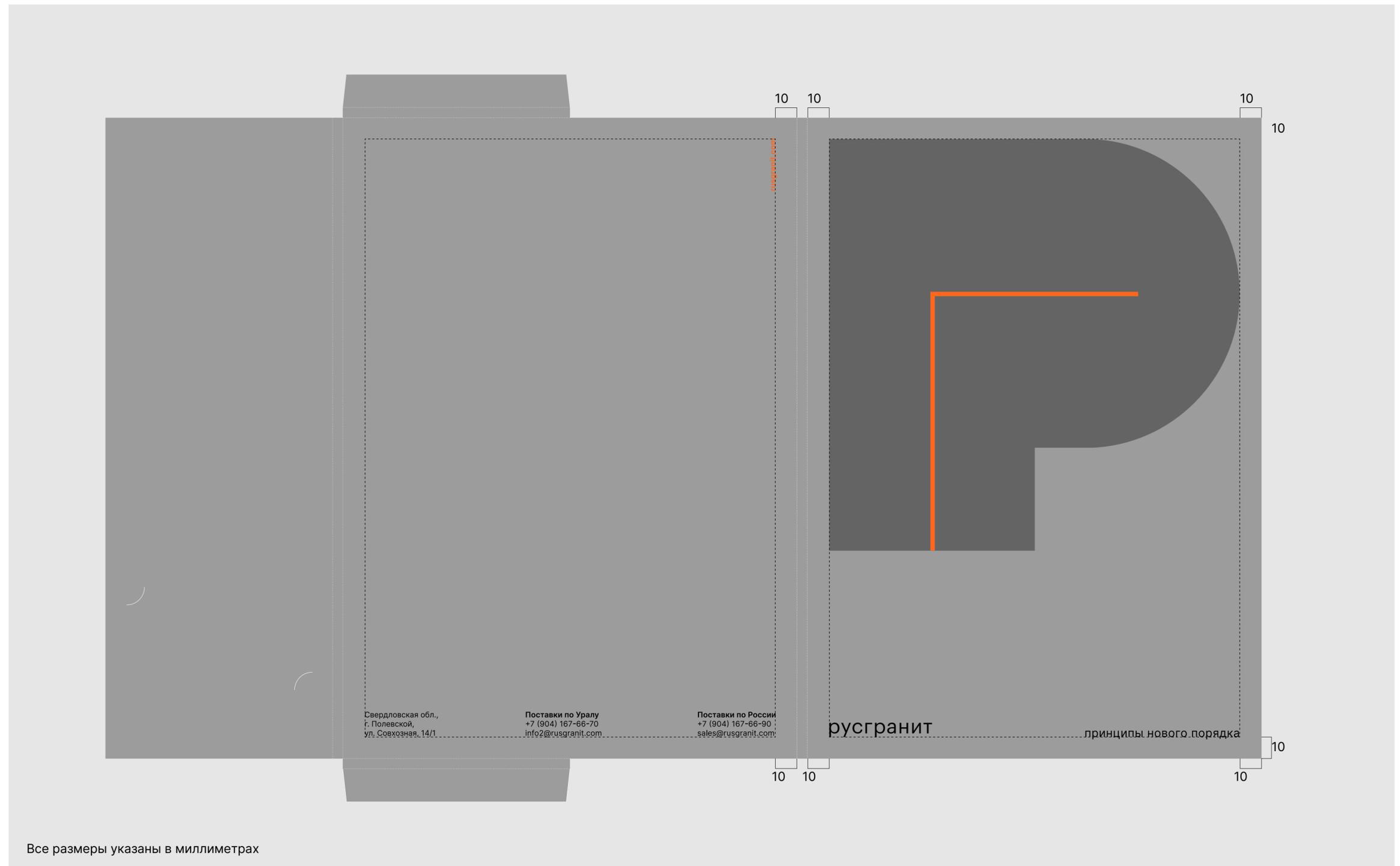
## Для документов формата А4

### Адрес, контакты

Inter V Regular 10 pt  
Inter V Semi Bold 10 pt

### Сайт

Inter V Semi Bold 10 pt



Все размеры указаны в миллиметрах



03\_Deldocs/  
Rusgranit\_papka\_A4.ai

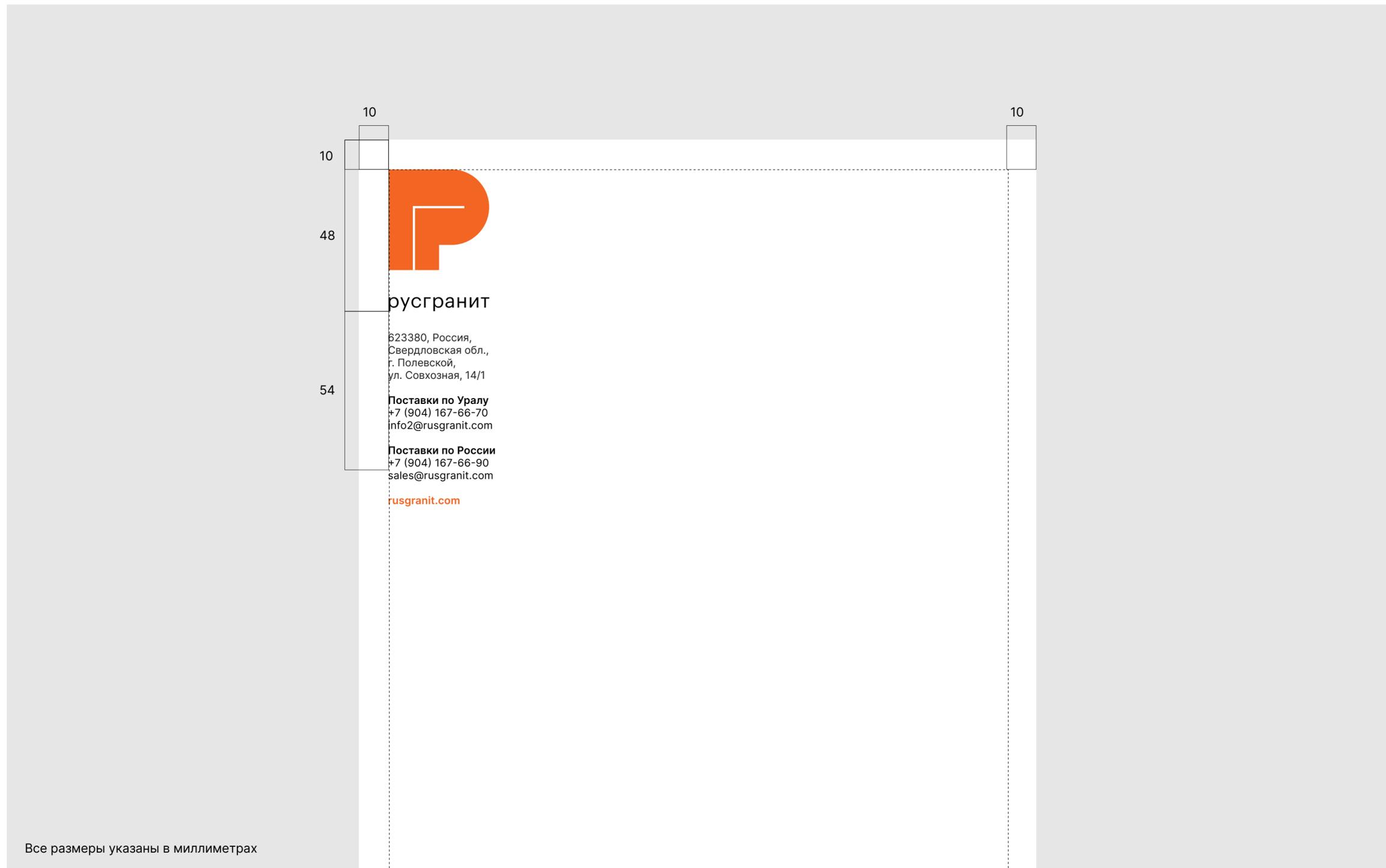
# Конверт

**Формат C4**  
Для документов формата A4

**Размер 324 x 229 мм**

**Адрес, контакты, реквизиты**  
Inter V Regular 10 pt  
Inter V Semi Bold 10 pt

**Сайт**  
Inter V Semi Bold 10 pt



Все размеры указаны в миллиметрах

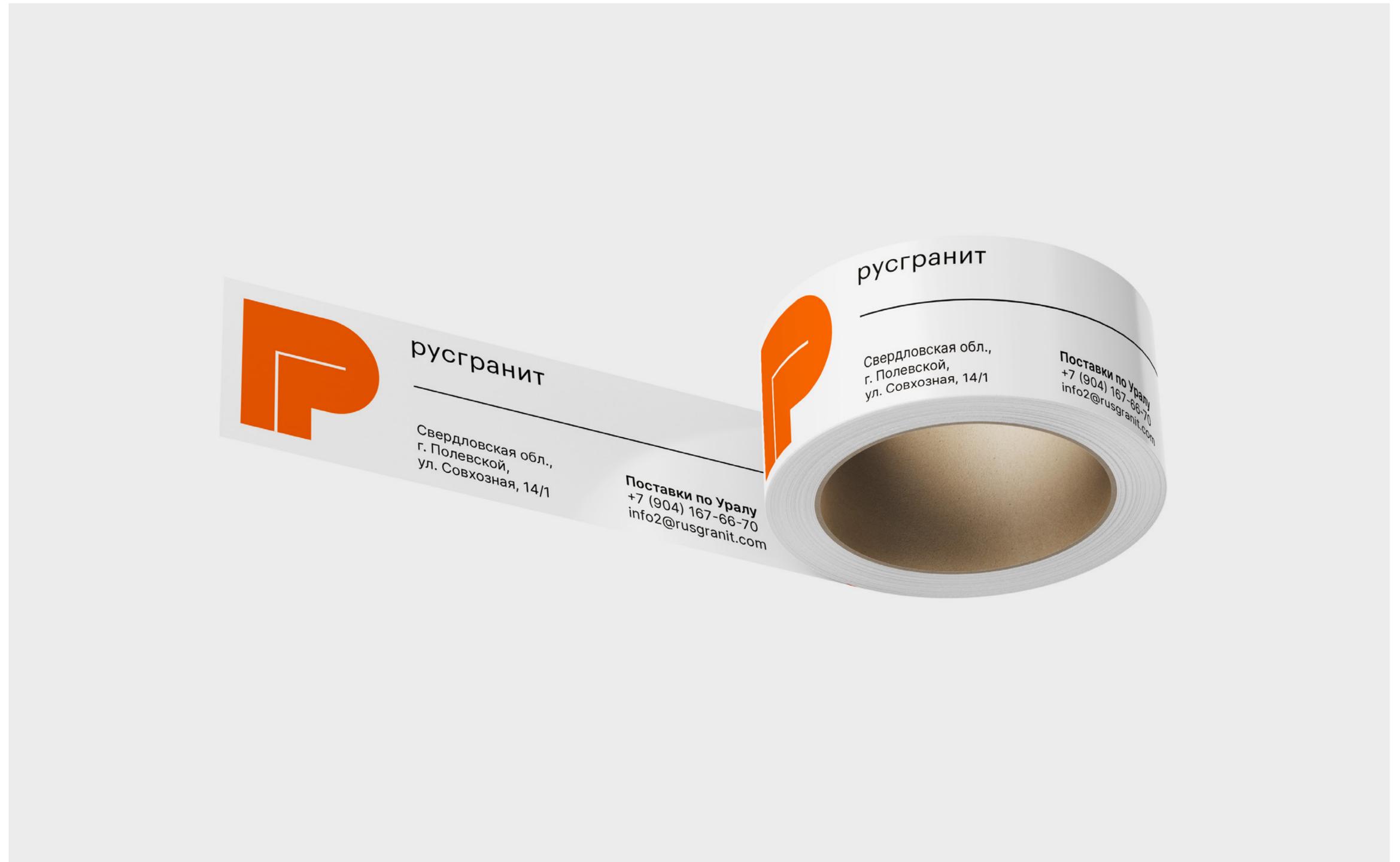


# сувенирная продукция

Сувенирная продукция — это предмет (или набор предметов), несущий на себе элементы фирменного стиля компании-дарителя и предназначенный для дарения партнерам или клиентам.

32—42

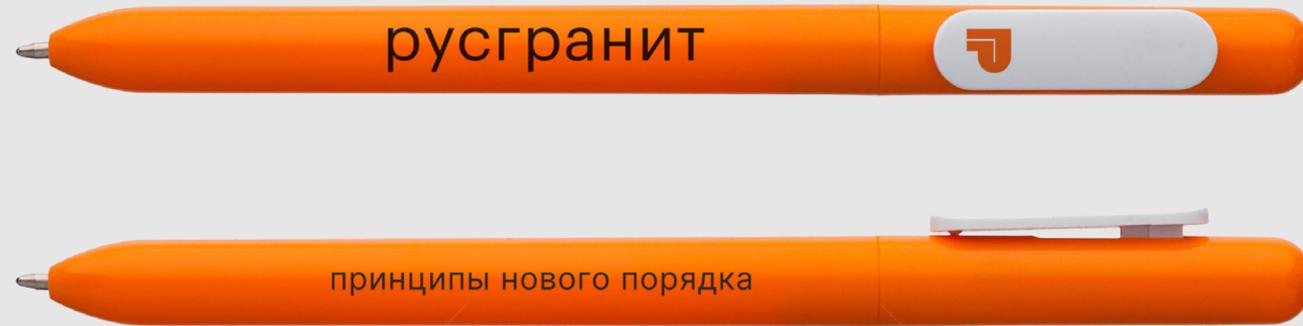
## Клейкая лента



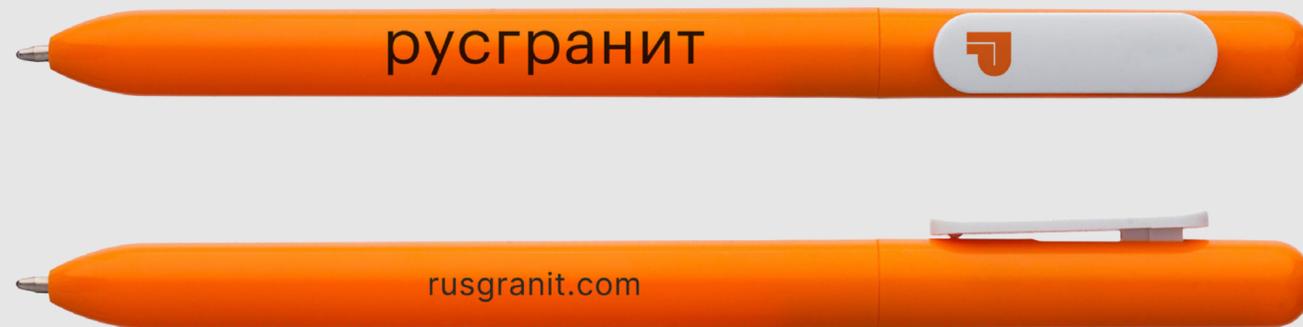
# Ручка

Ручка шариковая Swiper,  
оранжевая с белым

со слоганом



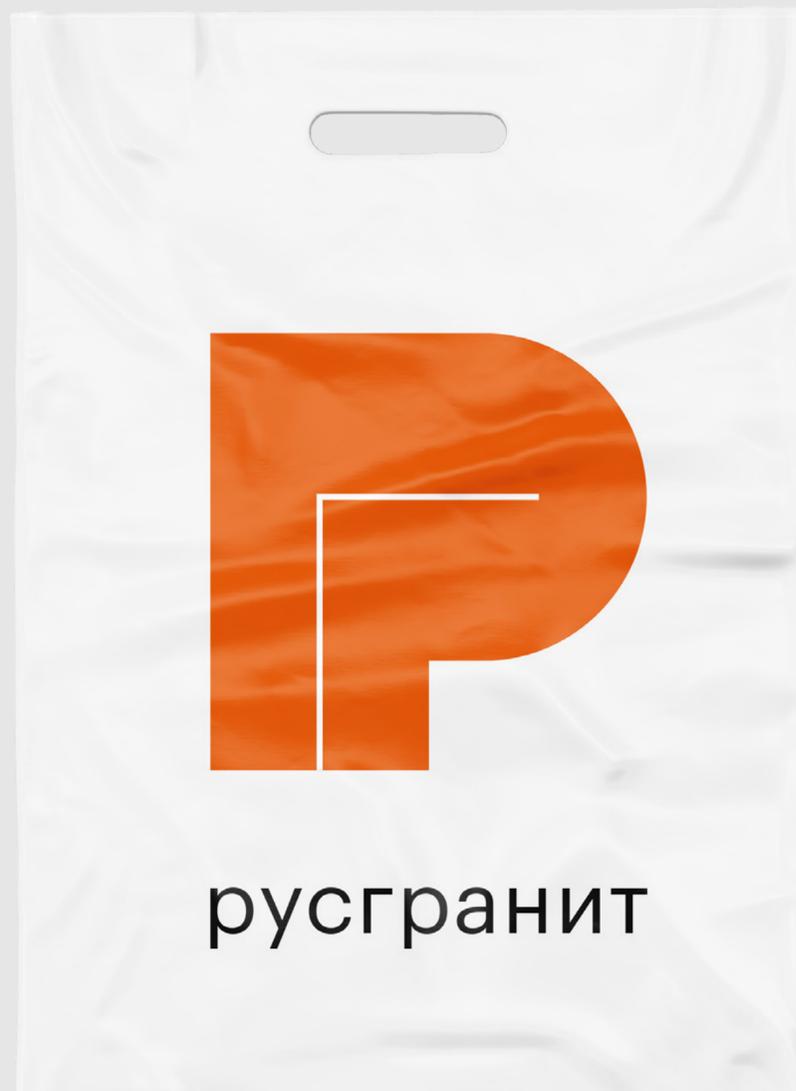
с сайтом



# Пакет полиэтиленовый

Размер 300 x 400 мм  
Белый

сторона А



сторона Б



# Пакет бумажный

Размер 240 x 340 x 110 мм



## Бумажный стаканчик



# Худи

Индивидуальные шнурки  
Печать на груди  
ПВХ-шеврон на капюшоне



# Худи

Печать на груди и кармане



# Худи

Печать на груди  
ПВХ-шеврон на кармане

лицевая сторона



Нам некогда менять рынок и думать  
о других — мы заняты тем, что строим  
новую культуру бизнеса на рынке  
натурального камня. Мы не спрашиваем  
как надо делать, а делаем. И точно  
знаем: как мы построим сегодня —  
так всё и будет завтра. И если мы  
не свернем с пути, то за нами пойдут  
другие.

Русгранит. Принципы нового порядка.



## Термокружка

Термокружка вакуумная, Palermo, 480 ml, серая

УФ-печать



# Ежедневник

Ежедневник Flat, недатированный, серый  
146 x 205 x 10 мм

УФ-печать



