



БРЕНДБУК

ПРИМЕЧАНИЕ К КОРПОРАТИВНОМУ БРЕНДБУКУ ООО «СИГМА-ВЕНТ»

Уважаемые коллеги и партнёры!

Данный брендбук представляет собой свод основных принципов и стандартов, которые помогут нам сохранять единый стиль и идентичность нашего бренда. Он включает в себя правила использования логотипа, цветовой палитры, шрифтов, примеры и другие визуальные элементы, а также рекомендации по корпоративному тону и стилю общения.

Основные цели брендбука:

- Обеспечение согласованности визуального представления компании на всех платформах
- Упрощение процесса создания маркетинговых материалов и коммуникации
- Повышение узнаваемости и доверия к нашему бренду.

Мы призываем каждого члена команды ознакомиться с документом и следовать установленным рекомендациям в своей работе. Ваше внимание к деталям и соблюдение стандартов помогут нам создать сильный и привлекательный имидж компании.

СТРУКТУРА БРЕНДБУКА

ООО «СИГМА-ВЕНТ»

3 1. Смысловая часть бренда

- 4 1.1. Цель
- 1.2. Миссия
- 5 1.3. Ценности
- 6 1.4. Позиционирование

7 2. Визуальная система/гайдлайн руководство

- 8 - 9 2.1. Правила использования фирменного стиля
- 10 2.2. Название бренда с допустимыми и не допустимыми вариантами
- 11 2.3. Модульная сетка логотипа и его построение
- 12 2.4. Допустимые и не допустимые версии логотипа
- 12 2.5. Охранное поле логотипа и его описание
- 12 2.6. Примеры цветовой гаммы с описанием
- 13 2.7. Примеры шрифтов с описанием
- 13 2.8. Примеры типографики с описанием
- 14 2.9. Примеры фотостиля с описанием
- 14 2.10. Примеры иллюстраций с описанием
- 15 2.11. Примеры шаблонов для социальных сетей с описанием
- 16 2.12. Примеры паттернов со писанием
- 16 2.13. Пример пиктограммы с описанием
- 16 2.14. Примеры текстуры с описанием

17 3. Носители бренда

- 18 3.1. Деловая документация
- 18 3.2. Сувенирная продукция
- 19 3.3. Корпоративный транспорт
- 20 3.4. Униформа сотрудников
- 21 3.5. Рекламная и презентационная полиграфия
- 22 3.6. Интерьер/экстерьер и навигационные носители
- 22 3.7. Цифровые носители

23 4. Уникальное Торговое Предложение (УТП)

- 24 С пояснением, чем лучше конкурентов, почему стоит покупать именно в ООО «Сигма-Вент»

25 5. Целевая Аудитория (ЦА) и портрет потребителя

Для кого и на кого нацелена работа компании

- 5.1. Проектные организации
- 5.2. Заказчики
- 5.3. Генеральные подрядчики
- 5.4. Подрядчики

26 6. Характер бренда с особенностями общения (tone-of-voice)

1. СМЫСЛОВАЯ ЧАСТЬ БРЕНДА



1. СМЫСЛОВАЯ ЧАСТЬ БРЕНДА



1.1. Цель

Непрерывное совершенствование продукции и предоставление клиентам надёжной поддержки.
Уделяем особое внимание каждому клиенту и ставим акцент на быстроту подбора оборудования и высокий уровень сервиса на протяжении всего сотрудничества.



1.2. Миссия

Обеспечение безопасности людей и защита имущества путём разработки и производства инновационного противопожарного вентиляционного оборудования, способного эффективно и надёжно предотвращать распространение пожара в зданиях и сооружениях. Стремимся создавать высококачественный продукт, основанный на передовых технологиях и соответствующий самым строгим стандартам безопасности.





1.3. Ценности

Клиентоориентированность: мы ценим каждого клиента и стремимся к тому, чтобы их потребности были в центре нашего внимания. Быстрая реакция на запросы и индивидуальный подход к каждому проекту — наша основа.

Качество и надежность: мы придерживаемся самых высоких стандартов качества в производстве. Наша продукция обеспечивает надежную защиту и безопасность, что является нашим приоритетом.

Иновации: мы постоянно ищем новые подходы и технологии для улучшения нашего оборудования. Непрерывное совершенствование — это залог нашей конкурентоспособности и успеха.

Ответственность: мы осознаем важность нашей миссии по обеспечению безопасности людей и защиты имущества. Каждый наш продукт — это шаг к более безопасному будущему.

Командная работа: мы верим, что сотрудничество и поддержка внутри команды способствуют качественному обслуживанию клиентов и успешной реализации проектов.

Профессионализм: мы нацелены на высокую квалификацию и постоянное развитие наших сотрудников, что позволяет нам предоставлять качественные услуги и поддержку на каждом этапе взаимодействия с клиентами. Эти ценности отражают нашу приверженность к качеству, безопасности и удовлетворенности клиентов, что является основой нашего бизнеса.





1.4. Позиционирование

ООО «Сигма-Вент» надежный партнер в области противопожарного вентиляционного оборудования, который ставит клиента на первое место. Отличаемся высоким уровнем клиентоориентированности, обеспечивая индивидуальный подход к каждому проекту и оперативное реагирование на запросы клиента на всех стадиях диалога.

Гордимся стремлением к высокому качеству и надежности, придерживаясь самых строгих стандартов при разработке и производстве продукции. Это позволяет нам гарантировать не только защиту людей, но и сохранность их имущества.

Активно внедряем инновационные технологии, что делает наше оборудование современным и эффективным.

Непрерывное совершенствование – наша философия, которая обеспечивает нам конкурентоспособность на рынке.

Осознавая нашу ответственность за безопасность, создаем решения, которые способствуют более безопасному будущему для всех. Важная роль – слаженная работа команды, где каждый сотрудник вносит свой вклад в общее дело.

Наша команда высококвалифицированных специалистов постоянно обучается и развивается, что позволяет нам производить качественную продукцию и развиваться в ногу со временем.



2. ВИЗУАЛЬНАЯ СИСТЕМА/ГАЙДЛАЙН РУКОВОДСТВО



2.1. ПРАВИЛА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ

2.1.1. Логотип

Использование: логотип должен использоваться на всех официальных документах, рекламе, веб-сайте и в социальных сетях.

Размеры: логотип должен быть четким и легко читаемым. Минимальный размер логотипа – 2 см в ширину для печатных материалов и 100 пикселей для цифровых.

Запреты: Не изменять цвет, пропорции или элементы логотипа. Не добавлять эффекты (тени, градиенты и тому подобные изменения).

2.1.1. Цветовая палитра

Основные цвета:

Цвет 1: оранжевый

Цвет 2: графитовый

Дополнительные цвета:

Цвет 3: светло-серый

Цвет 4: чёрный

Цвет 5: белый

Использование: основные цвета должны преобладать в дизайне, дополнительные цвета могут использоваться для акцентов.



143907, Балашиха, просп. Ленина, д.
73 Тел: +7 (495) 727-02-12;
e-mail: office@sigma-vent.ru

Исх. № _____ от _____



ВЫ СТРОИТЕ - МЫ СОХРАНЯЕМ!

Юридический адрес: 107150, г. Москва, ул. Бойцовская, д. 27, эт. 1, пом. 21, оф. 122
ИНН/КПП 7718559623 / 771801001; ОГРН 1057748185967; Расчетный счет 407028106060000051708;
Корр/с 3010181040000000555; БИК 044525555; в ПАО "ПРОМСВЯЗБАНК" доп. офис №28 «Балашиха»



2.1.3. Шрифты

Основной шрифт: Advent_Pro

Дополнительный: Franklin Gothic

Запреты: не использовать шрифты, не входящие в утвержденный стиль, и не изменять начертание шрифтов.

2.1.4. Изображения

Стиль: используйте изображения, отражающие нашу миссию и ценности (безопасность, инновации, качество)

Качество: все изображения должны быть высокого разрешения (минимум 300 DPI для печати, 72 DPI для веба)

Запреты: не использовать изображения, которые могут быть восприняты как оскорбительные, неподходящие, направленные на агрессию, с двойным смыслом, с наличием медицинских препаратов и биологически активных добавок, психотропных веществ, табака и алкоголя, услуг деликатного характера, оружия, финансовых услуг.

2.2.1.5. Оформление документов

Шаблон: все корпоративные документы должны соответствовать утвержденному шаблону (шапка с логотипом, контактной информацией и использованием цветовой палитры).

Структура: стандартная структура документов: заголовок, основной текст, заключение, контактная информация.

2.1.6. Социальные сети

Профили: используйте логотип в качестве аватара, придерживайтесь фирменного стиля во всех графических элементах (от поста и шапки до инфографики).

Контент: публикации должны отражать ценности компании, акцентировать внимание на клиентах, качестве, инновациях, нашей экспертности в отрасли.

2.1.3. Презентации

Шаблон: можно придерживаться ранее выбранных шаблонов для составления презентаций, и рассматривать новые актуальные варианты в зависимости от цели презентации.

Стиль: презентации должны быть лаконичными, с минимальным количеством текста (до 30%) и акцентом на визуальные элементы (до 70%).

В индивидуальном порядке допускается другое соотношение текста и визуала, в зависимости от целей и данных, которые нужно представить.

Соблюдение данных правил поможет сохранить единий стиль и повысить узнаваемость нашей компании.

Всем подрядчикам и сотрудникам рекомендовано следовать данным правилам в своей работе.

2.2. НАЗВАНИЕ БРЕНДА С ДОПУСТИМЫМИ И НЕ ДОПУСТИМЫМИ ВАРИАНТАМИ



Допустимые названия бренда

Сигма-Вент
Sigma-Vent
Сигма-Вент. Инновационные решения
Сигма-Вент. Технологии вентиляции
Сигма-Вент. Эффективные системы
Сигма-Вент. Воздух для жизни
Сигма-Вент. Надежные решения
Сигма-Вент. Ваш партнер по вентиляции
Сигма-Вент. Умные системы
Sigma-Vent. Комфорт и качество
Sigma-Vent. Экологические технологии
Sigma-Vent Ventilation Solutions (SVVS)
Sigma-Vent Airflow Solution (SVAS)

Возможно расширение списка с учётом новых вариантов после согласования с руководством компании.



Не допустимые названия бренда

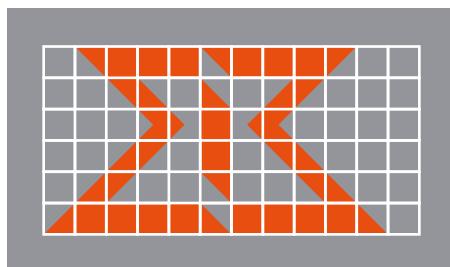
Сигма вент
Сигма Вент
сигмавент
Сигма-вентиляция
Sigma-vent
Sigmavent
sigmavent
Сигма-Вент. Неблагонадежно
Сигма-Вент. Лучшие
Сигма-Вент. Самый надёжный партнёр
Сигма-Вент Бараходка
Сигма-Вент Дешевые Решения
Sigma-Vent. Лучше всех
Sigma-Vent. Надёжнейшая вентиляция

Возможно расширение списка с учётом новых вариантов.

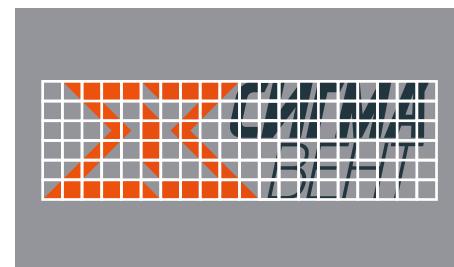
2.3. МОДУЛЬНАЯ СЕТКА ЛОГОТИПА И ЕГО ПОСТРОЕНИЕ

Модульная сетка логотипа представляет собой набор направляющих, которые образуют «каркас» логотипа. Используется с целью создания аккуратного, правильного и гармоничного логотипа.

Нужна для понимания по каким принципам должен быть нарисован логотип компании. Указываются до миллиметров размеры логотипа, отступы, все наклоны и переменные. Такая сетка позволяет повторить логотип и ничего не исказить.



Модульная сетка графической части логотипа



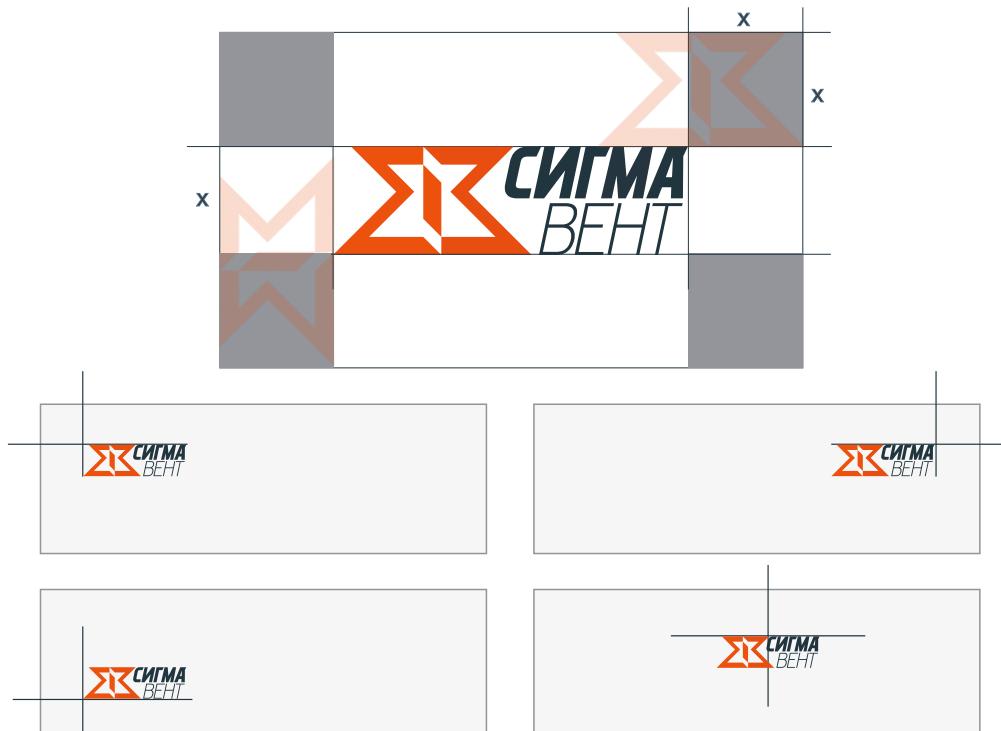
Модульная сетка с текстовой частью логотипа

2.4. ДОПУСТИМЫЕ И НЕ ДОПУСТИМЫЕ ВЕРСИИ ЛОГОТИПА



2.5. ОХРАННОЕ ПОЛЕ ЛОГОТИПА И ЕГО ОПИСАНИЕ

Прямоугольная зона вокруг логотипа, в которой не допускается размещение каких-либо текстовых элементов или визуальных. Размер охранного поля должен быть не менее высоты графической части логотипа. Решает основную задачу – не допустить пересечения логотипа с другими элементами при печати, не позволяя ему смазаться и исказиться.



2.6. ПРИМЕРЫ ЦВЕТОВОЙ ГАММЫ С ОПИСАНИЕМ

Дифференциация бренда достигается за счёт использования сочетания фирменных цветов. При их использовании важно соблюдать баланс, чтобы ни один из них не превалировал над другим, иначе будет нарушено правило паритета. Важно сохранять фирменный цвет и корректно его передавать на любых носителях, вне зависимости от способа печати и используемой цветовой схемы.

Важно иметь акцидентный набор дополнительных цветов. Это позволяет расширить возможности разработки макетов для разнообразных носителей с учётом всех требований и особенностей реализации. Наличие таких цветов решает задачу: выделить важные элементы в инфографике, других разновидностях макетов, чтобы зритель или читатель конечного продукта обратил внимание.

ОРАНЖЕВЫЙ
RGB 231 78 15 #E74EOF
CMYK 0 80 100 0
Pantone 172C
RAL 2009

ГРАФИТОВЫЙ
RGB 36 53 63 #24353F
CMYK 60 30 20 80
Pantone 433C
RAL 7016

БЕЛЫЙ	ЧЁРНЫЙ	СВЕТЛО-СЕРЫЙ
		147 149 155 #93959B CMYK 20 10 5 35 Pantone 423C RAL 7004

2.7. ПРИМЕРЫ ШРИФТОВ С ОПИСАНИЕМ

Один из идентификаторов бренда является фирменный шрифт или шрифтовая пара. Специально подобранные гарнитуры для оформления текстовой информации, отождествляемой с брендом Группы. Уникальное сочетание применяется в заголовках, подзаголовках, основном тексте и подписи. Основной шрифт и сферы применения. Используется во всех рекламных макетах, каталогах, деловой документации, на сайте, в имиджевых материалах. Дополнительные шрифтовые гарнитуры и их использование. Применяются, когда нет возможности использовать основной шрифт. Например, в электронной переписке.

Основной

Advent Pro Medium
(regular/bold/thin/Italik)
АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОРСТУ
ФХЦЧШЩЫЬЭЮЯ
АБСДЕFGHИJKKLМNOPQRSTU
VWXЧZ
абвгдеёжзийклмнопрстуфх
цчшщыьэюя
аbcdefghijkklmnpqrstuvwxyz
0123456789#"/()=+-!?!&%

Дополнительный

Franklin Gothic
(regular/bold/thin/Italik)
АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОРСТУ
РСТУФХЦЧШЩЫЬЭЮЯ
АБСДЕFGHIJKKLМNOPQR
RSTUVWXYZ
абвгдеёжзийклмнопрстуфх
фхцчшщыьэюя
аbcdfehijklmnopqrstuvwxyz
vwxyz
0123456789#"/()=+-!?!&%

2.8. ПРИМЕРЫ ТИПОГРАФИКИ С ОПИСАНИЕМ

Процесс донесения информации до читателя, зрителя с помощью визуального оформления наборного текста. Объединяет визуальную и текстовую составляющую в единое целое. Выполняет функции: выдержать единую композицию, выделяет основные и второстепенные элементы на странице, акцентирует внимание на важных блоках, делает текст легко воспринимаемым и повышает скорость освоения.



2.9. ПРИМЕРЫ ФОТОСТИЛЯ С ОПИСАНИЕМ

Фотостиль определяет подход к выбору и использованию фотографий, особенностей их обработки, композиции, цвета, фонов, моделей (если на фотографиях есть люди). Отвечает за формирование и поддержание имиджа бренда.

КЛАПАН СИГМАВЕТ-60-НО(У)-Д...

Компания Сигмавент-60-НО(У)-Д... представляет собой магнитный тип клапана Сигмавент-60-НО(У)-Д..., о расположении привода в корпусе, а также о конструкции, о корпусе клапана.

При этом она изображена привод с открытым положением. Рассмотрены различные варианты для передачи короткого момента от датчиков на приводные стяжки.

Все геометрические и аэродинамические характеристики, а также общие принципы работы привода соответствуют клапану Сигмавент-60-НО-Д...

Раздел

Особенность модификации в том, что привод стоит вдоль корпуса на оси вращения диска, что уменьшает габаритные размеры клапана.

Помимо этого, в таблице приведены характеристики для различных типов клапанов:

Все геометрические и аэродинамические характеристики, а также					
характеристики	характеристики	характеристики	характеристики	характеристики	характеристики

Каталог продукции
Производство противопожарных клапанов
2025

СИГМА ВЕНТ

Высота заслонки за пределы корпуса клапана Сигмавент-60-НО(У)-Д...

D, мм 100 125 140 150 160 180 200 225 250 280 315 365 400 450 500 560 630

D, мм	100	125	140	150	160	180	200	225	250	280	315	365	400	450	500	560	630
шт	2	3	4	4	4	5	5	6	6	7	8	9	10	11	12	13	14

ООО «Сигмавент» успешно работает на рынке производителей вентиляционного оборудования с 2005 года.

Компания имеет сертификат по производству и продаже противопожарных клапанов и инженерного оборудования.

Полезные функции:
Циклическая система
Электрическая система
Давление
Изменение

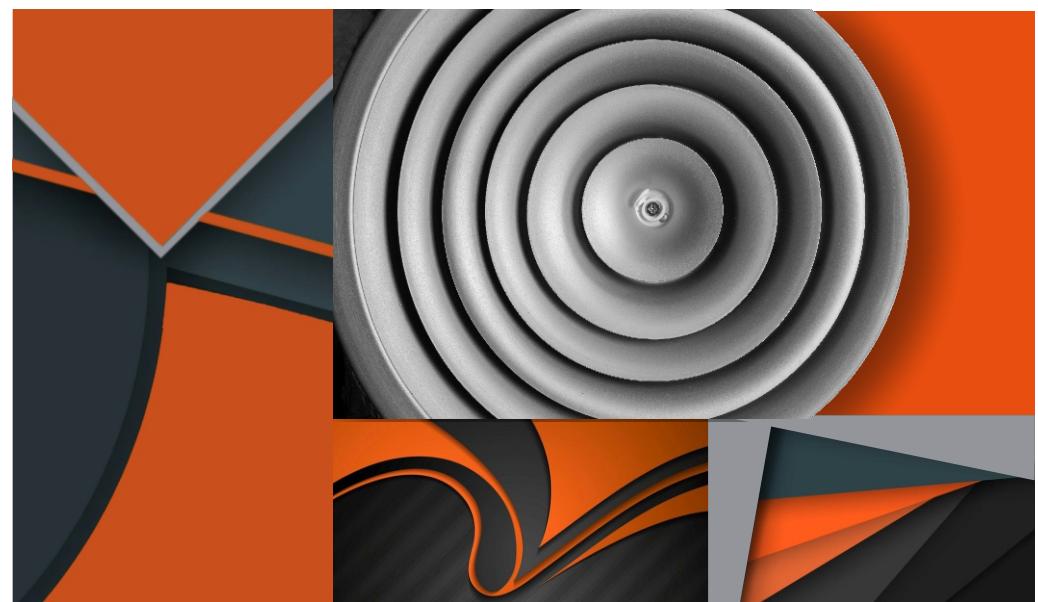
Системы питания:
Изменение положения
Корпус
Давление
Изменение давления
Изменение

Установка клапана Сигмавент-60-НО(У)-Д... в прогресс

Установка клапана Сигмавент-60-НО(У)-Д... в прямое

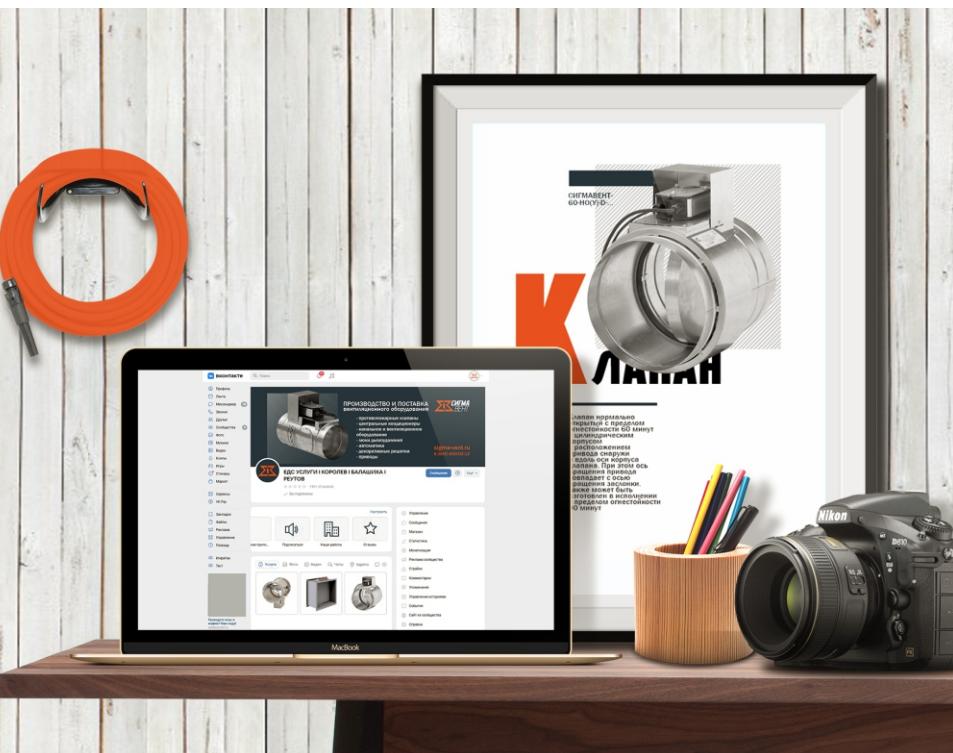
2.10. ПРИМЕРЫ ИЛЛЮСТРАЦИЙ С ОПИСАНИЕМ

Информация об изображениях, фотографиях и паттернах, которые применяются для оформления бренда, так как визуальная составляющая выходит на первый план в брендбуке и привлекает внимание аудитории. Могут быть представлены в формате коллажей из фотографий с прописанным сочетанием цветов и фонов. Важно учесть сочетание планов и цветовых гамм, требования к форматам и собрать мудборды.



2.11. ПРИМЕРЫ ШАБЛОНОВ ДЛЯ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ С ОПИСАНИЕМ

Наличие данных шаблонов с размерами упрощает работу с визуалом в социальных сетях. Ускоряет создание контента и позволяет соблюсти единый визуальный стиль в рамках профиля организации. Перечень: обложка для сообщества, шаблон для поста, шаблон для историй, шаблон для креатива, шаблон для видео или клипа.



2.12. ПРИМЕРЫ ПАТТЕРНА С ОПИСАНИЕМ

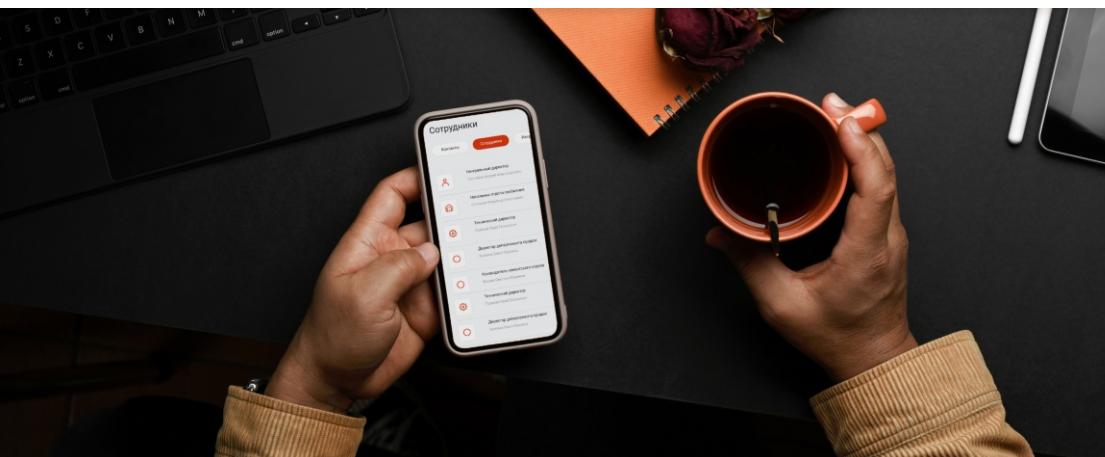
Бесшовный узор, который складывается из картинки, повторенной много раз. Разрабатываются одновременно с остальной атрибутикой бренда (логотипом, корпоративными шрифтами, цветами), создавая единый гармоничный стиль. Используются для оформления упаковок, фирменного мерча, униформы, фонового изображения сайта и при оформлении рекламы.



2.13. ПРИМЕРЫ ПИКТОГРАММ С ОПИСАНИЕМ

Один из элементов визуальной идентификации бренда.
Нужен для равновесия между абстрактной графикой иллюстраций с общими признаками (толщина линий, сетка в основе, разница скруглений доминирующих углов).
Построены на основе элементов фирменного стиля с целью лёгкой узнаваемости и ассоциации с конкретным брендом.

Важно: понятность и быстрота считываемости.



2.14. ПРИМЕРЫ ТЕКСТУР С ОПИСАНИЕМ

Представлены в виде графических элементов, которые дополняют образ бренда и придают ему уникальный стиль.

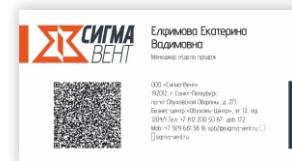
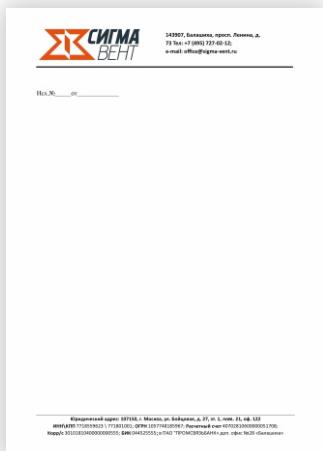




3. НОСИТЕЛИ
БРЕНДА

3.1. ДЕЛОВАЯ ДОКУМЕНТАЦИЯ КОРПОРАТИВНАЯ ВИЗИТКА

- Корпоративная визитка
- Персональная визитка сотрудника
- Фирменный бланк вертикального расположения
- Фирменный бланк горизонтального расположения
- Конверт С65 (229 × 114 мм, «евро»)
- Конверт С4 (324 × 229 мм)
- Конверт С5 (229 × 162 мм)
- Конверт С6 (162 × 114 мм)
- Конверт С3 (324 × 458 мм)
- Папка А4
- Договор
- Прайс-лист
- Коммерческое предложение
- Бланк технического задания
- Доверенность



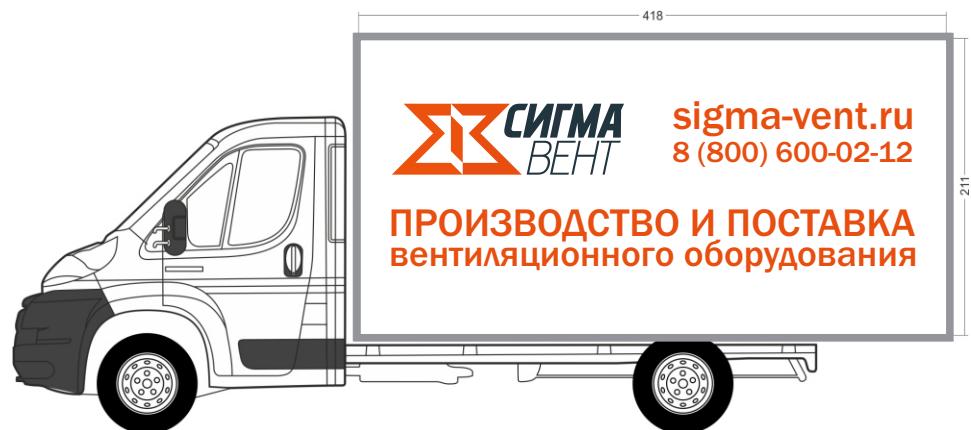
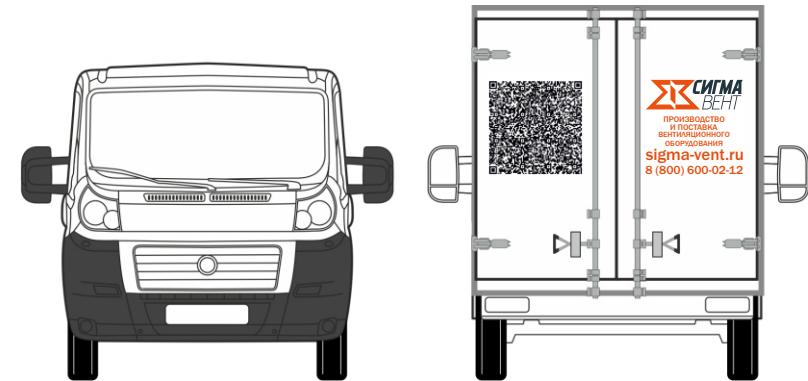
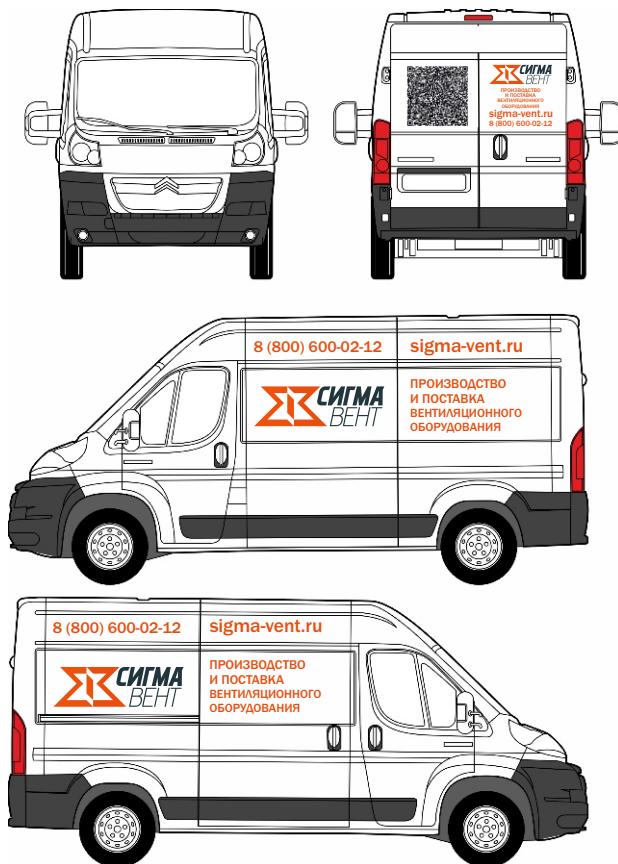
3.2. СУВЕНИРНАЯ ПРОДУКЦИЯ

- 3.1.1. ПВД пакет
- 3.1.2. Шоппер
- 3.1.3. Бумажный пакет
- 3.1.4. Шариковая ручка
- 3.1.5. Зонт-трость
- 3.1.6. Зонт малый
- 3.1.7. Плед
- 3.1.8. Ежедневник
- 3.1.9. Увлажнитель
- 3.1.10. Подставка под телефон
- 3.1.11. Шоколад 5гр



3.3. КОРПОРАТИВНЫЙ ТРАНСПОРТ

- 3.1. Форд транзит
- 3.2. Фиат дукат фургон
- 3.3. Пежо боксер



3.4. УНИФОРМА СОТРУДНИКОВ

3.1.1 Футболка с логотипом

3.1.2 Поло с логотипом и ФИО



3.5. РЕКЛАМНАЯ И ПРЕЗЕНТАЦИОННАЯ ПОЛИГРАФИЯ

3.5. Рекламная и презентационная полиграфия

3.5.1. Каталог (горизонтальные полосы А4 по индивидуальному макету)

3.5.2. Буклет (на одном развороте 2 полосы А4, всего 4 страницы на 2-х листах; А4 с 2-мя фальцами, на развороте 3 страницы)

3.5.3. Листовка (А4 вертикальная и горизонтальная двусторонняя по индивидуальному макету)

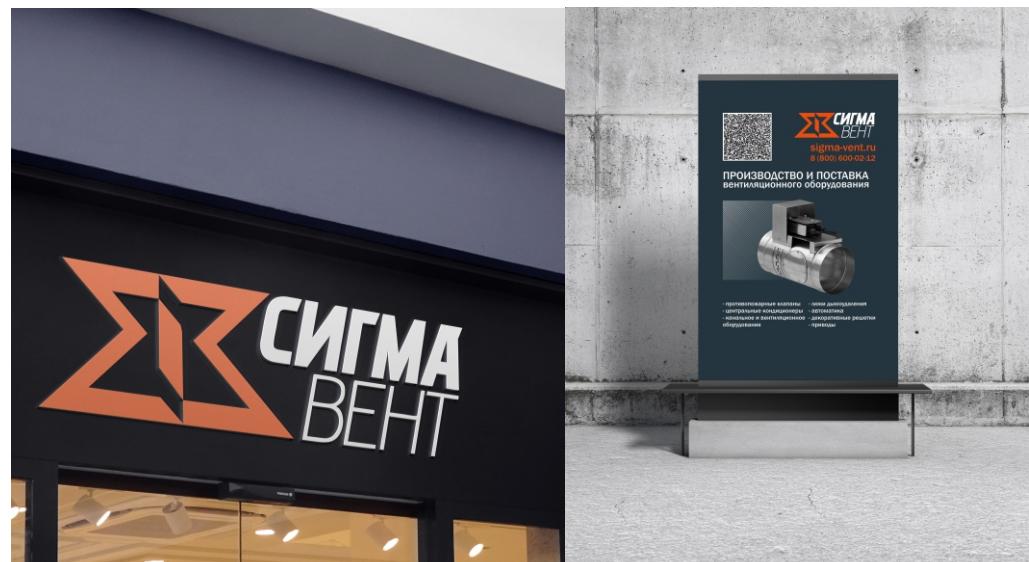
3.5.4. Брошюра (А4 горизонтальное расположение скрепка по короткому краю)

3.5.5. Блокнот (А5, пружина по короткому краю, индивидуальный макет обложки и блока).



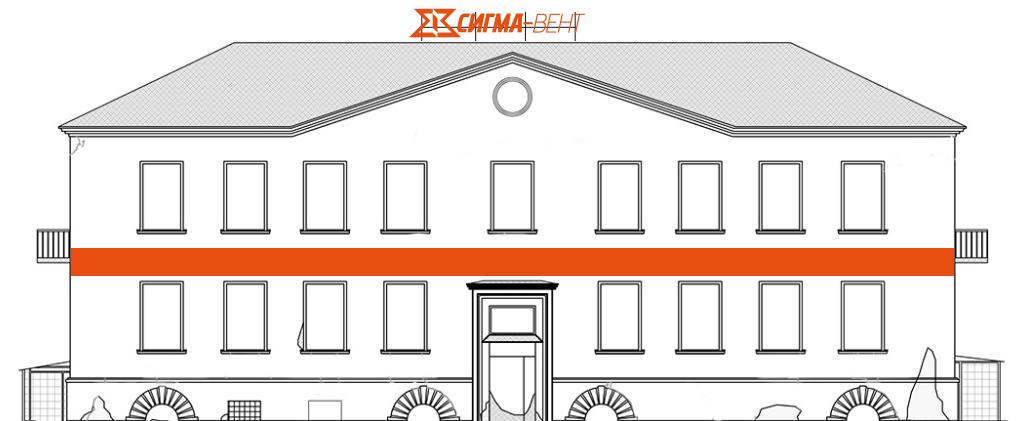
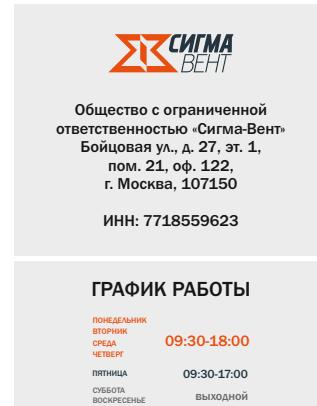
3.6. ИНТЕРЬЕР/ЭКСТЕРЬЕР И НАВИГАЦИОННЫЕ НОСИТЕЛИ (ОФОРМЛЕНИЕ ОФИСА, ВЫВЕСОК, УКАЗАТЕЛЕЙ И ПРОЧЕЕ)

3.6.1. Оформление внутренних рекламных носителей (интерьерная реклама) должно строго соответствовать требованиям противопожарной безопасности с наличием сертификатов на материалы (ПВХ, акрил или композит, алюминий). В дизайн-проекте должны быть свободные от рекламы окна. Допускается частичное заполнение со внутренней стороны (конструкции «кристалайт», «фреймлайт», облейка пленкой, неоновые надписи и логотипы).



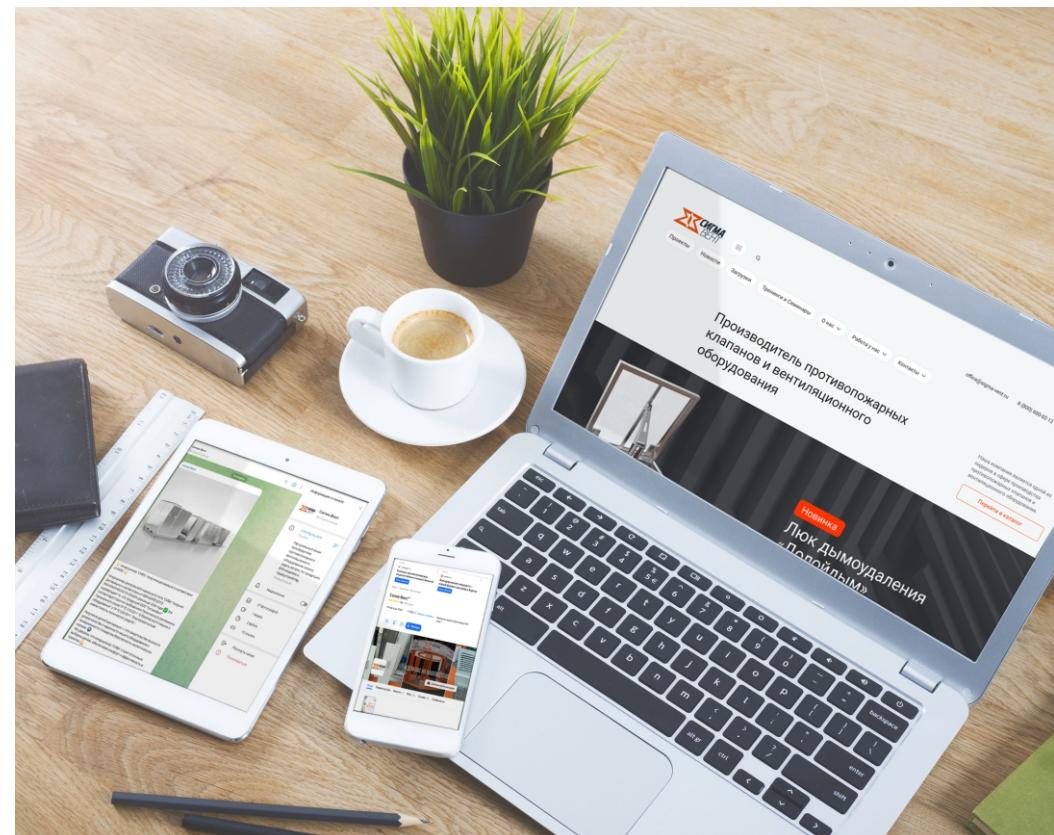
3.6.2. Оформление внешних рекламных носителей

3.6.2. Оформление экстерьера административных, складских и производственных зданий содержит вывеску с логотипом компании с фронтальной и торцевой частей. По периметру здания располагается полоса фирменного оранжевого цвета выше первого этажа. Вывески оформляются в соответствии с требованиями 902 ПП и региона.

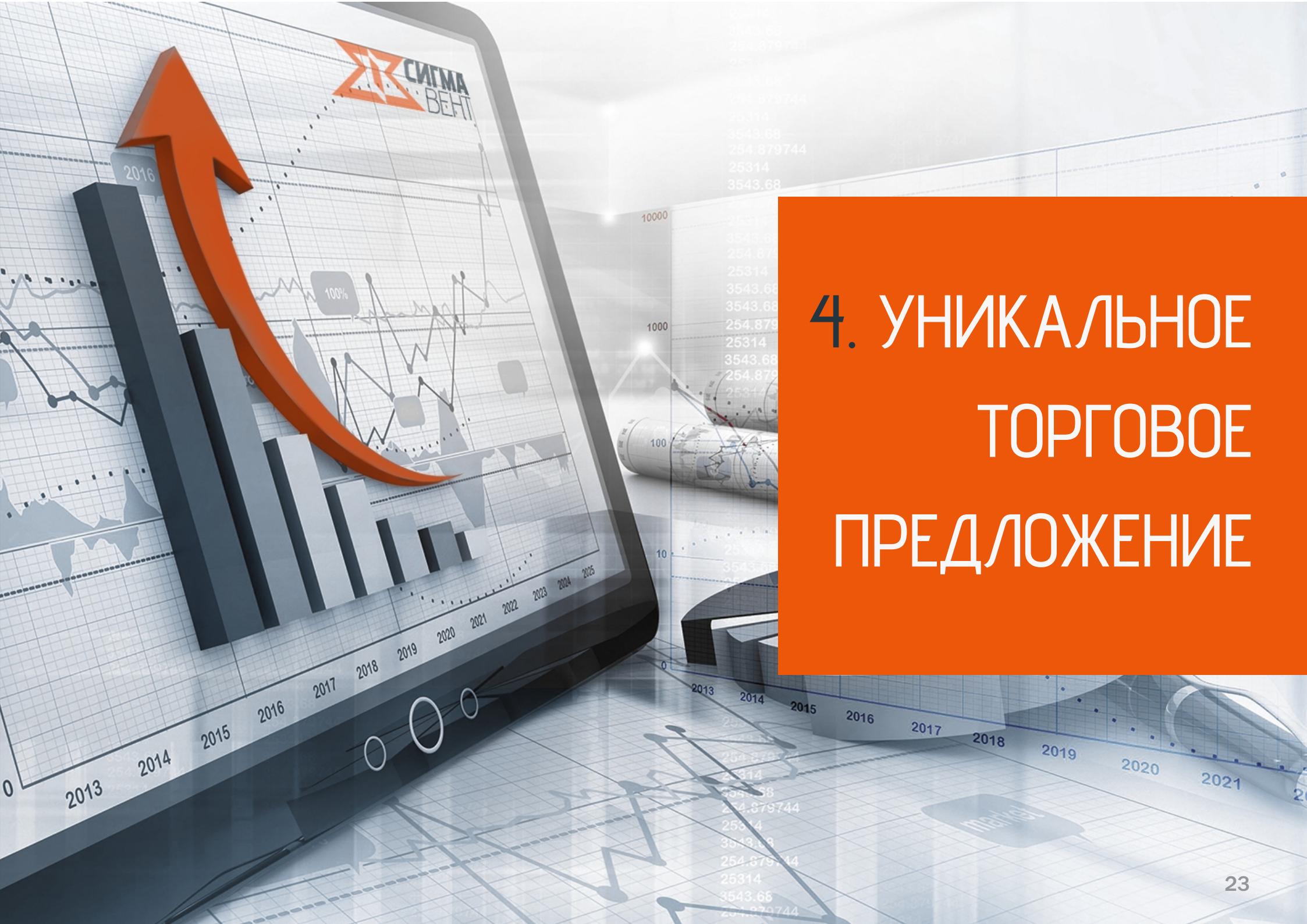


3.7. ЦИФРОВЫЕ НОСИТЕЛИ

Сайт, ТГ-канал, личные кабинеты на тематических сайтах. В личных кабинетах на аватарах устанавливается логотип компании (графическая часть+текстовое название, чтобы просматривался полностью).



4. УНИКАЛЬНОЕ ТОРГОВОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ



4. УНИКАЛЬНОЕ ТОРГОВОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ

УТП/оффер краткая версия УТП отвечает на ключевой вопрос «Почему нужно купить именно в ООО «Сигма-Вент»?»

4.1. УТП

Защита, на которую можно положиться: противопожарные клапаны и вентиляционное оборудование обеспечивают безопасность на всех видах объектов. Мы используем передовые технологии и высококачественные материалы, чтобы гарантировать надежность и долговечность наших продуктов. С нами вы получаете не просто оборудование — вы получаете уверенность в защите от огня и оптимизацию воздушного потока, что делает объект безопаснее.

4.2. Оффер

Защита, на которую можно положиться! Выбирая наши противопожарные клапаны и вентиляционное оборудование, вы обеспечиваете безопасность на всех видах объектов. Мы используем передовые технологии и высококачественные материалы, что гарантирует надежность и долговечность наших продуктов. С нами вы получаете не просто оборудование — это ваша уверенность в защите от огня и оптимизация воздушного потока. Сделайте свой объект безопаснее и эффективнее с нашими решениями! Доверьтесь профессионалам — ваша безопасность в надежных руках!



5. ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ (ЦА)

Для кого и на кого нацелена
работа компании

5.1. Проектные организации в лице генерального директора, специалиста/менеджера по проектированию, специалиста/менеджера по отоплению и вентиляции (ОВ), главного инженера проекта (ГИП), инженера проекта (ИП), специалиста/менеджера по отоплению вентиляции и кондиционированию (ОВИК).

5.2. Заказчики в лице специалиста/менеджера отдела закупок, специалиста/менеджера отдела снабжения, специалиста/менеджера тендерного отдела, руководителя проекта.

5.3. Генеральные подрядчики в лице генерального директора, специалиста/менеджера отдела снабжения, специалиста/менеджера тендерного отдела, руководителя проекта, инженера проектно-технического отдела (ПТО).

5.4. Подрядчики в лице генерального директора, специалиста/менеджера отдела снабжения, специалиста/менеджера тендерного отдела, руководителя проекта, инженера проектно-технического отдела (ПТО).



6. ХАРАКТЕР БРЕНДА

Эмоциональный посыл компании, в каком формате и как можно общаться с ЦА, особенности (tone-of-voice).

Бренд компании ООО «Сигма-Вент» должен отражать надежность, безопасность и профессионализм.
Характеризуется аспектами:

6.1. Надежность и безопасность: важнейшая ценность компании — это защита жизни и имущества. Бренд транслирует: продукция создается с максимальным вниманием к качеству и надежности, ведь от этого зависит безопасность людей.

6.2. Инновационность: выделяя использование современных технологий и высококачественных материалов, бренд демонстрирует свою приверженность к инновациям и прогрессу в области противопожарной безопасности и вентиляции.

6.3. Экспертность: бренд позиционирует себя, как эксперт в своей области. Общение с целевой аудиторией должно включать полезные советы, рекомендации и информацию о лучших практиках, что укрепляет доверие к компании.

6.4. Эмоциональный посыл: бренд должен вызывать чувство уверенности и спокойствия у клиентов, зная, что их безопасность в надежных руках. Основное сообщение, которое нужно доносить и транслировать целевой аудитории — «Мы заботимся о вашей безопасности».

6.5. Формат общения: общение с целевой аудиторией должно быть открытым и доступным. Используйте понятный язык, избегайте по возможности, сложную техническую терминологию, чтобы сделать информацию доступной для широкого круга клиентов. Важно активно взаимодействовать с клиентами через выбранные платформы, отвечая на их вопросы и предоставляя консультации.

6.6. Тон общения (tone-of-voice): тон бренда уверенный, но дружелюбный. Сочетает в себе профессионализм с теплотой, показывая, что компания не только продает продукцию, но и искренне заботится о своих клиентах. Используйте позитивные формулировки и акценты на преимуществах продукции, чтобы вдохновить клиентов на выбор вашей компании и продукции.





sigma-vent.ru
8 (800) 600-02-12

ПРОИЗВОДСТВО И ПОСТАВКА
вентиляционного оборудования