



Identyfikacja wizualna



Spis treści

IDENTYFIKACJA WIZUALNA	5
Marka Audio Plus	7
Wartości marki Audio Plus	9
 KSIĘGA ZNAKU	 11
Logo firmowe	11
Logo firmowe z adresem www	13
Logo poziome	15
Logo monochromatyczne/achromatyczne	17
Pole ochronne/wielkość minimalna	19
Działania niedozwolone	21
Kolory firmowe	23
Czcionki firmowe	25
Slogan firmowy	27
Key visual (główny motyw graficzny)	29
 MATERIAŁY DO WYKORZYSTANIA	 31
Papier firmowy	31
Koperta	33
Wizytówka	35
Teczka	37
Certyfikat	39
Prezentacja PowerPoint	41
Stopka e-mail	43
 IDENTYFIKACJA W INTERNECIE	 45
Tagowanie/oznaczanie	45
Oznaczanie zdjęć	47



Identyfikacja wizualna

Identyfikacja wizualna jest podstawą funkcjonowania marki w przestrzeni publicznej, a więc w świadomości obecnych i przyszłych klientów. To zbiór elementów graficznych, które w spójny sposób przedstawiają charakter marki. Istotą każdej marki jest budowanie zaufania, a konsekwentny przekaz jest w tym kluczowy. Wszystkie materiały wychodzące z firmy – zarówno skierowane do klientów, jak i dostawców – powinny być spójne i jednolite, choć nie identyczne. To umacnia w umysłach odbiorców obraz firmy, która jest stabilna i godna zaufania.

System identyfikacji wizualnej definiuje materiały wykorzystywane przez pracowników w komunikacji biznesowej, takie jak wizytówka, e-mail czy oferta na papierze firmowym. Istotne jest, by te materiały były zarówno spójne graficznie, jak i wykorzystywane w określony sposób. Niniejszy dokument jednoznacznie określa te elementy oraz sposób ich użycia.

Tworząc system identyfikacji wizualnej, przekazujemy Klientom wiadomość o tym, jacy jesteśmy





Identyfikacja wizualna

Marka Audio Plus

Działająca od 1998 roku spółka Audio Plus jest obecnie jednym z kluczowych w Polsce dystrybutorów profesjonalnego sprzętu audio. Spółkę charakteryzuje szeroki zakres działalności na następujących polach:

- » Dystrybucja uznanych światowych marek sprzętu audio do sieci sklepów muzycznych na terenie całej Polski
 - **Dystrybucję niektórych marek prowadzimy od początku działalności spółki, co jest ewenementem na polskim rynku**
- » Kompleksowa instalacja systemów elektroakustycznych w obiektach użyteczności publicznej od projektu do wykonania
 - **Naszą specjalizacją i pasją są obiekty kultury, takie jak Teatr Wielki w Warszawie czy Centrum Spotkania Kultur w Lublinie**
- » Profesjonalne wsparcie techniczne podczas realizacji wydarzeń muzycznych oraz produkcji telewizyjnych
 - **Największe koncerty w kraju odbywają się przy wykorzystaniu naszego sprzętu oraz zaangażowaniu naszych specjalistów**
- » Organizacja i prowadzenie szkoleń branżowych oraz przekazywanie pasji do technologii
 - **Klienci nas chętnie odwiedzają, bo czeka ich profesjonalna wiedza i przyjemna atmosfera**

Marka Audio Plus odzwierciedla profesjonalizm spółki i technologiczną pasję jej pracowników, a jednocześnie zaufanie i pozytywne więzi międzyludzkie





Wartości marki Audio Plus

DŹWIĘK

Spółka działa w przemyśle muzycznym, dlatego dźwięk jest najważniejszą wartością marki Audio Plus. Ma to odzwierciedlenie w foremnym, okrągłym logo marki (skojarzenie z pełnym, ciepłym brzmieniem muzyki) oraz wykorzystywanym w materiałach symbolem „wykresu”, kojarzącym się z korektorem graficznym.

CZŁOWIEK

Audio Plus tworzą ludzie, Audio Plus jest stworzona dla ludzi. Humanizm to istotna wartość marki, co ma odzwierciedlenie w logo. Zaokrąglony logotyp z półkolistym elementem u dołu kojarzy się z uśmiechniętą twarzą, budzącą pozytywne skojarzenia, takie jak zaufanie.

AKTYWNOŚĆ

Audio Plus jest stale widoczna w branży dzięki aktywności pracowników, wspieranej przez skuteczne wewnętrzne procedury. Aktywność firmy podkreśla kolor żółty, używany w logo i materiałach, który kojarzy się z działaniem.

SPOKÓJ

Pracownicy Audio Plus cenią spokój, pewność i bezpieczeństwo, a klienci przejmują to przeświadczenie, wiedząc, że zawsze mogą liczyć na wsparcie i poświęcenie im czasu. Ta wartość marki jest symbolizowana przez stonowane, eleganckie kolory dominujące w materiałach: biały oraz szary.



Sygnet



Logotyp

Księga znaku

Logo firmowe

Logo firmowe jest podstawowym elementem identyfikacji wizualnej marki Audio Plus. Składa się ono z sygnetu oraz logotypu (znaku tekstowego), umieszczonego pod sygnetem.

Podstawowe logo firmowe wykorzystywane jest na nośnikach, na których pole zadruku jest niewielkie, a także wszędzie tam, gdzie trzeba jedynie zaznaczyć obecność marki, a nie jej charakter (np. baner sponsorski, szyld zewnętrzny itp.).

UWAGA! Logotyp, czyli część tekstowa logo, nie jest czcionką, lecz został stworzony wyłącznie na potrzeby niniejszego logo. Dla spójności prosimy użyć gotowego pliku

[POBIERZ](#)

» Logo firmowe PNG / EPS / PDF





Księga znaku

Logo firmowe z adresem www

W materiałach marketingowych warto stosować logo wraz z adresem strony www.

UWAGA! Adres strony internetowej nie jest czcionką, lecz został stworzony wyłącznie na potrzeby niniejszego logo. Dla spójności prosimy użyć gotowego pliku

POBIERZ

» Logo z www PNG / EPS / PDF





Księga znaku

Logo poziome

W sytuacji gdy niemożliwe jest zastosowanie podstawowego logo, np. format zadruku jest zbyt mały (dugopis, ołówek itp.), można zastosować logo poziome, gdzie część tekstowa (logotyp) znajduje się po prawej od sygnetu.

Proporcje sygnetu do logotypu wyznaczają środkowe elementy sygnetu (fragmenty liter „A” i „P”) – w sygnecie oraz logotypie ich wielkość powinna być identyczna.

Odległość sygnetu od logotypu wyznacza poprzeczka litery „A” w logotypie

[POBIERZ](#)

» Logo poziome PNG / EPS / PDF





Księga znaku

Logo monochromatyczne/achromatyczne

W grawerze lub innych formach, w których wykorzystanie koloru jest niemożliwe, dopuszczalne jest użycie logo jednokolorowego (monochromatycznego):

- » **białego** w przypadku ciemnego tła,
- » **czarnego** w przypadku jasnego tła.

Dozwolone jest także użycie logo **w skali szarości** (logo achromatyczne) w dowolnym stopniu nasycenia

POBIERZ

- » Logo czarne PNG / EPS
- » Logo białe EPS





Wielkość minimalna

Pole ochronne



Księga znaku

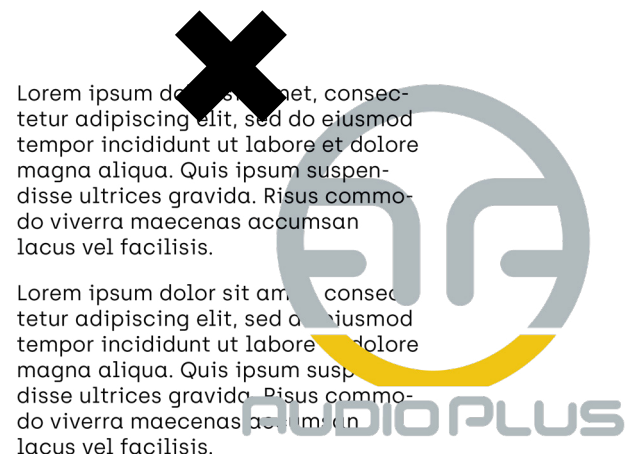
Pole ochronne/wielkość minimalna

Obszar wokół znaku, w obrębie którego nie może się pojawić żadna obca forma (graficzna lub tekstowa), to pole ochronne. Pole ochronne logo Audio Plus wyznacza koło o średnicy połowy wewnętrznej części sygnetu.

W przypadku logo z adresem www pole ochronne jest **identyczne**.
W przypadku logo poziomego pole ochronne **nie obowiązuje**.

- » Minimalna wielkość logo w materiałach drukowanych to **15 mm**
- » Minimalna wielkość logo w materiałach elektronicznych to **55 pix**





Księga znaku

Działania niedozwolone

Poniższe działania z logo Audio Plus są niedozwolone:

- » zmiana proporcji logo
- » użycie cienia wokół logo
- » dodanie obwódek (outlines) do logo
- » zmiana struktury logo (sygnet/logotyp)
- » niezachowanie pola ochronnego wokół logo
- » umieszczenie na nierównomiernym lub różnokolorowym tle
- » umieszczenie na nie oddzielającym się kolorystycznie tle
- » użycie innych kolorów logo niż opisane w tym dokumencie

W przypadku wątpliwości prosimy o kontakt z Działem Marketingu



CMYK	C37 M22 Y23 K0
RGB	R175 G186 B187
PANTONE	Pantone 429
RAL	RAL7001 lub RAL7040

CMYK	C8 M21 Y93 K0
RGB	R255 G203 B45
PANTONE	Pantone 123
RAL	RAL1018 lub RAL1021

Księga znaku

Kolory firmowe

- » Podstawowy kolor tła (apli, dokumentów itd.): **biały**
- » Podstawowe kolory firmowe: **szary i żółty**

W przypadku druku należy użyć kolorów z palety PANTONE, a jeśli nie ma takiej możliwości – z palety podstawowej CMYK.
W przypadku malowania należy użyć kolorów z palety RAL lub PANTONE.
W przypadku wykorzystania w Internecie należy użyć kolorów z palety RGB.

Prosimy nie przekształcać kolorów z jednej palety do drugiej, lecz skorzystać z podanych wartości w ramach danej palety



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Ut rhoncus, arcu at pellentesque sagittis, elit massa dictum tortor, in tincidunt nulla libero ac nunc. Nulla sollicitudin sodales tortor, a faucibus neque **consectetur et**. Phasellus scelerisque vel dolor id cursus. Donec vitae diam vitae lorem lobortis pellentesque. Aliquam tristique ultrices aliquam. Vestibulum tincidunt sapien lacinia fermentum luctus. Aliquam ultrices euismod feugiat. Ut eleifend viverra lorem, in convallis urna imperdiet in. ***Integer tristique tortor vel neque consectetur sollicitudin. Aliquam vulputate lacinia pellentesque.***

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Ut rhoncus, arcu at pellentesque sagittis, elit massa dictum tortor, in tincidunt nulla libero ac nunc. Nulla sollicitudin sodales tortor, a faucibus neque consectetur et. *Phasellus scelerisque vel dolor id cursus. Donec vitae diam vitae lorem lobortis pellentesque.* **Aliquam tristique ultrices aliquam. Vestibulum tincidunt sapien lacinia fermentum luctus. Integer tristique tortor vel neque consectetur sollicitudin. Aliquam vulputate lacinia pellentesque.**

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Ut rhoncus, arcu at pellentesque sagittis, elit massa dictum tortor, in tincidunt nulla libero ac nunc. Nulla sollicitudin sodales tortor, a faucibus neque consectetur et. Phasellus scelerisque vel dolor id cursus. Donec vitae diam vitae lorem lobortis pellentesque. Aliquam tristique ultrices aliquam. Vestibulum tincidunt sapien lacinia fermentum luctus. **Integer tristique tortor vel neque consectetur sollicitudin. Aliquam vulputate lacinia pellentesque.**

Księga znaku

Czcionki firmowe

Myriad Pro

Arial

Archia

» Czcionka podstawowa: **Myriad Pro** (każda odmiana) lub **Arial** (każda odmiana) – do większości tekstów w materiałach marketingowych oraz oficjalnych dokumentach

» Czcionka dodatkowa: **Archia** – do nagłówków w materiałach marketingowych

UWAGA! Prosimy nie mieszać czcionek w obrębie jednego akapitu w jednym dokumencie (na tej samej stronie)



PROFESJONALNE SYSTEMY ELEKTROAKUSTYCZNE

Księga znaku

Slogan firmowy

W sytuacjach, w których konieczne jest wskazanie nie tylko obecności, lecz również charakteru (osobowości) marki, można wykorzystać slogan firmowy:

PROFESJONALNE SYSTEMY ELEKTROAKUSTYCZNE

Określa on precyzyjnie pole działalności firmy, podkreśla fachowość dzięki słowu „profesjonalne” oraz ucieleśnia wieloletnie doświadczenie firmy przez użycie tradycyjnego sformułowania „elektroakustyczne”.

Zalecamy wykorzystywanie sloganu w nośnikach, w których pozwala na to miejsce. Prosimy pamiętać o zachowaniu pola ochronnego logo. Pole ochronne sloganu powinno być podobne.

Sposób wykorzystania sloganu jest dowolny, jednak polecane jest użycie czcionki Archia i wersalików (wielkich liter). Polecamy użyć gotowego materiału w pliku wektorowym



Key visual (główny motyw graficzny)

Key visual to motyw graficzny, który powtarza się w takiej samej formie w wielu materiałach. Warto go stosować wszędzie tam, gdzie wymagany jest spójny przekaz graficzny i wskazanie charakteru (osobowości) marki. Logo i key visual są osobnymi elementami, można je stosować komplementarnie lub samodzielnie. Key visual składa się z dwóch elementów:

- » **WYKRES** – kształt złożony z prostokątów o identycznym kształcie, przypominający korektor graficzny, dzięki czemu nawiązuje do technologicznej i muzycznej działalności Audio Plus. „Wykres” podzielony jest na trzy grupy prostokątów, rozróżnione kolorem (szary/żółty/szary lub biały/żółty/biały w zależności od tła), co przypomina podział na częstotliwości niskie, średnie i wysokie. „Wykres” powinien być umieszczony centralnie u dołu strony/materiału, tak by dolna krawędź wykresu stykała się z dolnym marginesem.
- » **LINIE** – dwie linie umieszczone po obu stronach „wykresu”, wyrównane do jego dolnej krawędzi.
 - po prawej od „wykresu” – pozioma linia oddalona o 1 szerokość prostokąta z „wykresu”, po prawej stronie wychodząca na spód lub wyrównana do prawego marginesu. Kolor linii żółty.
 - po lewej od „wykresu” – linia oddalona o 1 szerokość prostokąta z „wykresu”, biegnąca poziomo do lewego marginesu i przechodząca półkolistą w pionową linię biegnącą do góry, wyrównanej do lewego marginesu, u góry wyrównanej do górnego marginesu lub wychodzącej na spód. Kolor linii żółty.

UWAGA! Linie mogą być wykorzystane tylko w połączeniu z „wykresem”. Wykres może być stosowany samodzielnie.

UWAGA! Niedozwolone jest wykorzystanie key visual w nośnikach, w których wskazywane są również inne marki, nie związane z Audio Plus





Audio Plus sp. z o. o. | Kolejowa 100 | 05-092 Łomianki | t: +48 22 732 16 00 | f: +48 22 732 16 10 | audioplus@audioplus.pl | audioplus.pl



Audio Plus sp. z o. o. | Kolejowa 100 | 05-092 Łomianki | t: +48 22 732 16 00 | f: +48 22 732 16 10 | audioplus@audioplus.pl | audioplus.pl

Materiały do wykorzystania

Papier firmowy

Papier firmowy to podstawowy materiał do korespondencji zewnętrznej, zarówno marketingowej (np. komunikaty prasowe), jak i sprzedażowej (np. oferty dla Klientów). Do dyspozycji są dwie wersje papierów firmowych:

- » **Wersja standardowa** używana jest w korespondencji nieoficjalnej, np. materiałach reklamowych.
- » **Wersja oficjalna** używana jest w oficjalnych dokumentach zewnętrznych, np. umowach.

UWAGA! Oferty handlowe wysyłane do Klientów mogą być przygotowane na dowolnej wersji papieru firmowego, w zależności od decyzji handlowca, np. jego stopnia zażyłości z Klientem





Audio Plus sp. z o. o.
Kolejowa 100
05-092 Łomianki
t: +48 22 732 16 00
f: +48 22 732 16 10
audioplus@audioplus.pl
audioplus.pl

Materiały do wykorzystania

Koperta

W projekcie przedstawiono kopertę DL 110, wzór ten jednak można stosować również na innych formatach kopert i niewielkich paczek





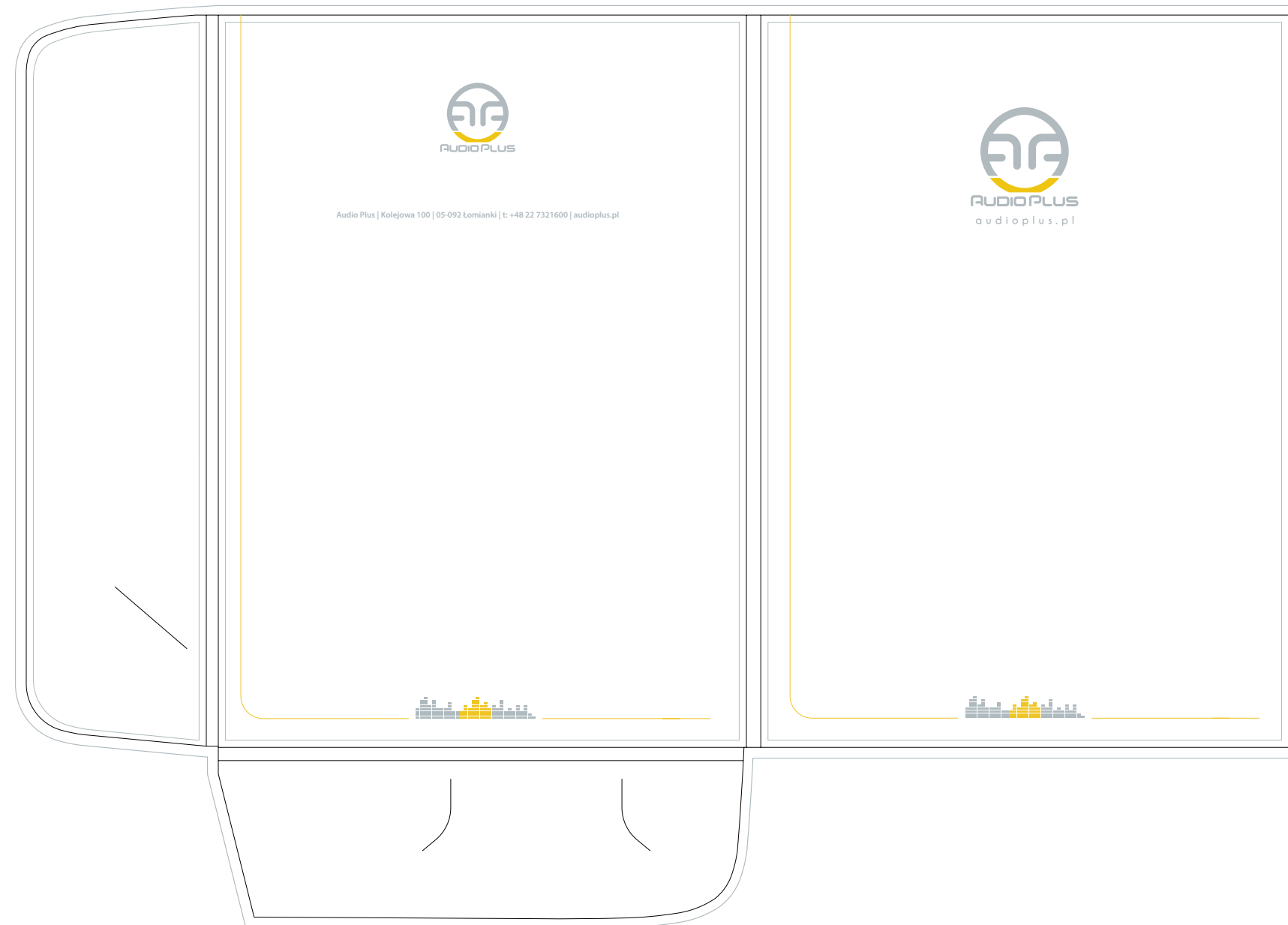
Materiały do wykorzystania

Wizytówka

Wizytówka jest dwustronna. Na awersie podane są dane osobiste oraz podstawowe dane firmy Audio Plus, natomiast na rewersie umieszczony jest kod QR do szybkiego zapisania danych kontaktowych w smartfonie.

Dział Marketingu przygotowuje wizytówki dla każdego Pracownika





Teczka

Teczka jest pomocniczym materiałem marketingowym. Warto o niej pamiętać, przygotowując dokumenty lub materiały dla klienta





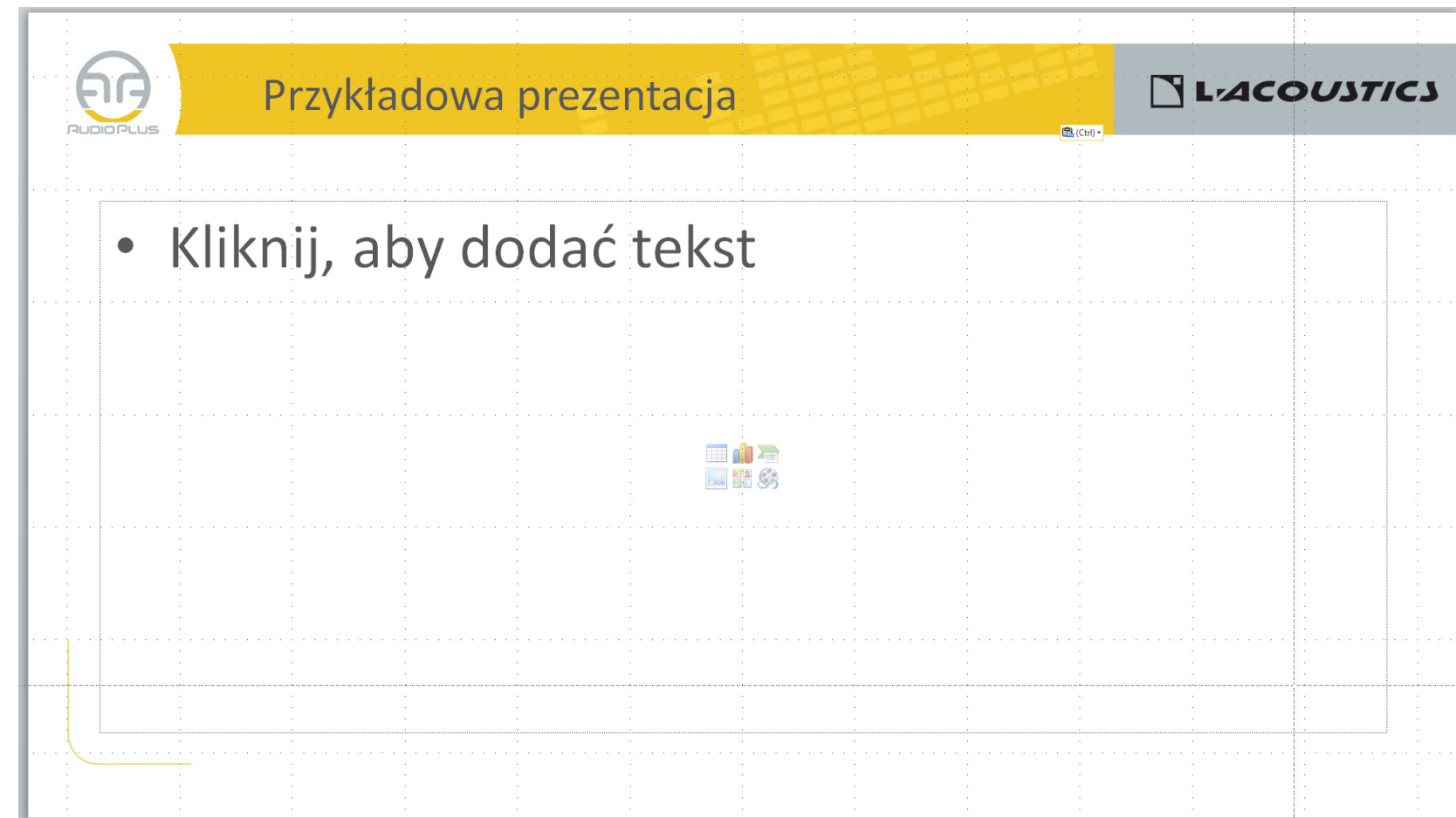
Materiały do wykorzystania

Certyfikat

Certyfikat może być ważnym elementem współpracy z Klientami, np. udokumentować, że pracownik Klienta odbył szkolenie lub wziął udział w innej aktywności organizowanej przez Audio Plus.

Po zakończeniu szkolenia Dział Marketingu może dostarczyć taki certyfikat uczestnikowi lub jego przełożonym. W przypadku konieczności przygotowania imiennego certyfikatu na bieżąco, polecamy użycie pliku Word i samodzielne wypełnienie danych Klienta





Materiały do wykorzystania

Prezentacja PowerPoint

Prezentacja jest często używanym materiałem w komunikacji z Klientami oraz dostawcami. Każda prezentacja musi być spójna z systemem identyfikacji wizualnej marki. Polecamy wykorzystać gotowy szablon, w którym utworzone są wszystkie konieczne rodzaje stron, elementy graficzne i style tekstu.

W szablonie umieściliśmy instrukcje korzystania z prezentacji przy wykorzystaniu oprogramowania MS Powerpoint.

W przypadku wątpliwości prosimy o kontakt z Działem Marketingu





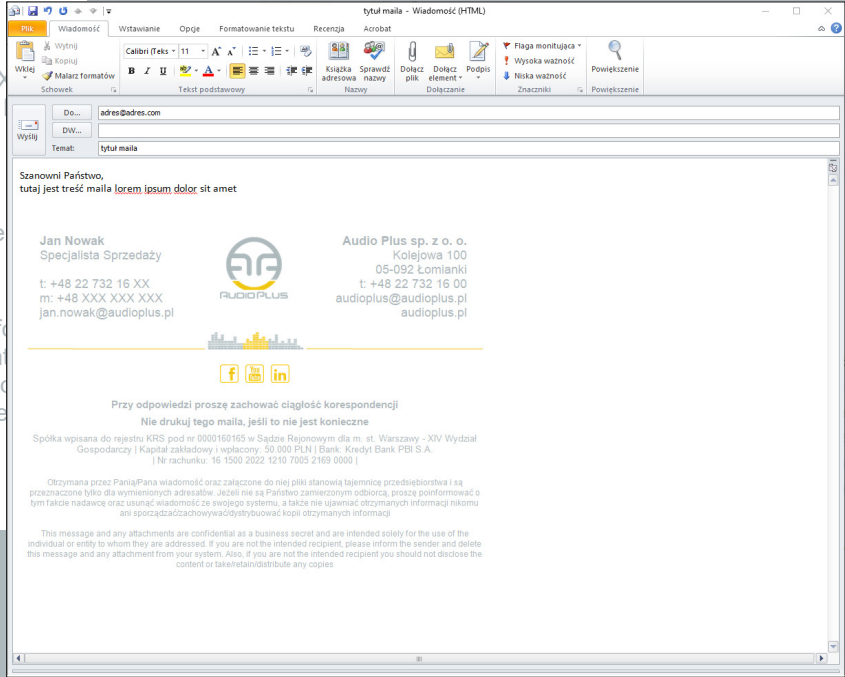
Przy odpowiedzi proszę zachować ciągłość korespondencji

Nie drukuj tego maila, jeśli to nie jest konieczne

Spółka wpisana do rejestru KRS pod nr 0000160165 w Sądzie Rejonowym dla m. st. Warszawy - X Wydział Gospodarczy | Kapitał zakładowy i wpłacony: 50.000 PLN | Bank: Kredyt Bank PBI S.A. | rachunku: 16 1500 2022 1210 7005 2169 0000

Otrzymana przez Panią/Pana wiadomość oraz załączone do niej pliki stanowią tajemnicę przedsiębiorstwa i są przeznaczone tylko dla wymienionych adresatów. Jeżeli nie są Państwo zamierzonym odbiorcą, proszę poinformować o tym fakcie nadawcę oraz usunąć wiadomość ze swojego systemu, a także nie ujawniać otrzymanych informacji nikomu ani sporządzać/zachowywać/dystrybuować kopii otrzymanych informacji

This message and any attachments are confidential as a business secret and are intended solely for the use of the individual or entity to whom they are addressed. If you are not the intended recipient, please inform the sender and delete this message and any attachment from your system. Also, if you are not the intended recipient you should not disclose the content or take/retain/distribute any copies



Materiały do wykorzystania

Stopka e-mail

Stopka e-mail, podobnie jak wizytówka, jest indywidualna dla każdego pracownika Audio Plus.

Dział Marketingu przygotowuje stopki dla każdego pracownika



Electro-Voice

- » Tagi:
 - #EV
 - #electrovoice
 - #EVSound
 - #loudandclear
 - tagi dotyczące produktów, np. #ZLX
 - #audiopluspl
- » Oznaczenie:
 - @evpolska
 - @AudioPlusPL

Dynacord

- » Tagi:
 - #dynacord
 - tagi dotyczące produktów, np. #TGX10
 - #audiopluspl
- » Oznaczenie:
 - @evpolska
 - @AudioPlusPL

L-Acoustics

- » Tagi:
 - #LA
 - #LAthebestsound
 - tagi dotyczące produktów, np. #K2 #SYVA
 - #audiopluspl
- » Oznaczenie:
 - @l.acoustics.polska
 - @AudioPlusPL

Pozostałe marki analogicznie

Tagowanie/oznaczanie

Klienci, którzy kupili sprzęt w Audio Plus, często chwalą się tym w mediach społecznościowych. Warto namawiać ich, by w takich publikacjach umieszczali hashtagi związane z daną marką, oraz oznaczali stronę fanowską marki i dostawcy.

Prosimy przesłać Klientowi **instrukcję** oraz **listę tagów** do użycia w zależności od zakupionej marki

POBIERZ

» Lista tagów / Instrukcja tagowania





Identyfikacja w Internecie

Oznaczanie zdjęć

W Internecie, a zwłaszcza w mediach społecznościowych, każdy komunikat marketingowy powinien być uzupełniony grafiką, na przykład zdjęciem. Aby zapewnić jak najszerszy zasięg marce Audio Plus, zdjęcia powinny być oznaczone za pomocą Key Visual (patrz str. 29) wraz z adresem strony internetowej (patrz str. 13).

Nie ma ograniczeń w zakresie rozmiaru, zawartości zdjęć itp., należy jednak dbać o ich wysoką jakość i ogólną zgodność z kulturą marki.

Aby zdjęcie było właściwie oznaczone, zalecamy użycie **gotowego wzoru**

POBIERZ

» Wzór oznaczania zdjęć PNG / EPS



