



Брендбук сервиса «Пакет»

Содержание / Платформа бренда

1. Самое важное о сервисе «Пакет»

3. Фокусы коммуникации

3.1 Фокусы коммуникации

3.2 Коммуникационные посылы

4. Редполитика

4.1 Родовое слово

4.2 Сервис «Пакет» как актор

4.3 Теглайн

Содержание / Константы

6. Логотип

6.1 Основная версия

6.2 Построение
и охранное поле

6.3 Вариант компоновки

6.4 На подложке

6.5 Теглайн

6.6 Монохромный

6.7 Знак

6.8 Ошибки

6.9 Кобрендинг

6.10 Использование

7. Палитра

7.1 Основная палитра

7.2 Дополнительная палитра

7.3 Подбор цветовых пар

7.4 Линейные градиенты

7.5 Сложные градиенты

7.6 Построение сложных
градиентов

7.7 Ошибки

7.8 Динамичные градиенты

7.9 Чёрный и градация серого

7.10 Партнёрство

7.11 Использование

8. Типографика

8.1 Фирменный шрифт

8.2 Иерархия текста

8.3 Цветовое решение

9.2 Построение

9.3 Однотонный луч
и однотонный фон

9.4 Градиентный луч

9.5 Градиентный фон

9.6 Линейный градиент

9.7 Альтернативное использование

9.8 Ошибки

9.9 Использование

10. Фотостиль

10.1 Описание

10.2 Правила обтравки

10.3 Контейнер

10.4 Ошибки

11. 3D-иллюстрации: стилистика

12. 3D-библиотека

12.1 Часто покупаемые продукты

12.2 Сезонные и дорогие продукты

12.3 Правила создания

12.4 Диджитал

12.5 Кнопки

12.6 Логотип сервиса «Пакет»

12.6 Композиции

13. Подход к оформлению носителей

8.1 Аудитория

8.2 Новичок

8.3 Продвинутый

Содержание / Константы

14. Дополнительные элементы

14.1 Описание

14.2 Цветовое решение

14.3 2D

14.4 3D

14.5 Визуализация кешбэка

17. Размещение с партнёрами

и конкурентами

15. Паттерны

15.1 Описание

15.2 Примеры использования

16. Сюжеты

16.1 Общий подход

16.2 Универсальный сюжет

16.3 Подключение сервиса

16.4 Кешбэк

16.5 Спецпроекты

Содержание / Носители

[18. Построение макетов](#)

- 18.1 Модульная сетка
- 18.2 Расположение элементов
- 18.3 Типографика
- 18.4 Размеры элементов

[21. SMM](#)

- 21.1 Описание
- 21.2 Примеры

[19. Оффлайн-носители](#)

- 19.1 Описание
- 19.2 Клиенты
- 19.3 Партнёры
- 19.4 Промо

[20. Диджитал-носители](#)

- 20.1 Примеры

[22. UI-библиотека](#)

- 22.1 UI-палитра
- 22.2 Личный кабинет
- 22.3 Фирменный элемент
- 22.4 Построение луча в ЛК
- 22.5 Однотонный луч
и однотонный фон
- 22.6 Модульная сетка
- 22.7 Типографика
- 22.8 Описание
- 22.9 Правила



Платформа бренда



Самое важное о сервисе «Пакет»

Самое важное о сервисе «Пакет»

Что такое сервис «Пакет»

Сервис «Пакет» – это сервис, с которым пользователь зарабатывает повышенный кешбэк на регулярных покупках в «Пятёрочке» и «Перекрёстке».

С ним на карту лояльности «Х5 Клуба» возвращается повышенный кешбэк 5% за покупку неакционных товаров и до 50% на отдельные категории.

В сервисе доступна возможность списывать до 100% кешбэка на покупки и выбирать по 5 любимых категорий в «Пятёрочке» и «Перекрёстке».

Что сервис «Пакет» даёт пользователю

Рациональные преимущества: Бустер выгоды везде, включая партнёров, экстра-сервисы и возможности (+ персонализация) в Клубе, лёгкие подключение и оплата, высокая окупаемость (76%)

Эмоциональные преимущества: ощущение привилегированности и продвинутость в покупках. Наш покупатель чувствует себя особым, потому что он эксперт и получает больше других, не прикладывая для этого особых усилий.





Фокусы коммуникации

Фокусы коммуникации

Сервис «Пакет» —

- 1 способ умножения выгоды (экономически выгодный сервис) и сервис для продвинутых покупателей
- 2 платный сервис привилегий торговых сетей «Пятёрочка» и «Перекрёсток»
- 3 способ повышения качества жизни
- 4 бустер выгоды, доступный через карту лояльности «Х5 Клуба»

Коммуникационные посылы

Выбор посыла должен происходить с учётом контекста проекта.

В коммуникации мы рассказываем пользователям
о том, что такое сервис «Пакет», используя основные посылы:

Основная коммуникация с целью привлечения в каналах:

- Получайте до 50% кешбэка с сервисом «Пакет»
- Экономьте до 5000 ₽ на покупки в «Пятёрочке»
и «Перекрёстке»

В эмоциональной коммуникации можем использовать формы с использованием теглайна:

- Умножайте выгоду с сервисом «Пакет»

Для акций и промо сервис «Пакет» может выступать актором:

- Сервис «Пакет» стал ещё выгоднее
- Сервис «Пакет» даёт возможность выбрать
до 10 любимых категорий «Х5 Клуба»
- Сервис «Пакет» раздаёт наклейки



Редполитика

Редполитика / Родовое слово

У сервиса «Пакет» есть родовое слово – сервис.

Мы используем его во всех форматах коммуникации – на сайте, посадочной странице, в партнёрских материалах, в пресс-релизах, описаниях акций и так далее. Если есть родовое слово «сервис», Пакет всегда заключается в кавычки.

Если после названия появляется добавление – «от Х5», то оно выносится за пределы кавычек, так как не является частью названия сервиса, а только уточняет его. Отдельно в кавычки оно также не ставится.

-  Сервис «Пакет»
-  Сервис Пакет

-  Сервис «Пакет» от Х5
-  Сервис «Пакет от Х5»
-  Сервис «Пакет» от «Х5»

Редполитика / Сервис «Пакет» как актор

Сервис «Пакет» иногда бывает персонажем. Когда сервис выступает актором, то есть производит какие-то активные действия, то воспринимается как одушевлённое существо.

В таких случаях родовое слово и кавычки сохраняются.

Например:

- Сервис «Пакет» приглашает вас на праздник
- Сервис «Пакет» ценит своих пользователей
- Сервис «Пакет» проводит розыгрыш призов



1 месяц за 1 ₽ по промокоду
НОВЫЙ

Промокод действует
бесплатно более 2 месяцев назад.
Узнать о новых акциях: ссылка



Умножаем выгоду

Мы понимаем это как возможность делать грамотные покупки и получать хорошую выгоду. С сервисом «Пакет» пользователи могут позволить себе покупать больше, чем обычно, радовать себя каждый день чем-то вкусным. Важно подсвечивать, что сервис «Пакет» – это не единоразовая, а циклическая история, и максимальную выгоду от него можно получить именно при регулярном использовании.

Умножаем выгоду



 **пакет** rx5



Константы фирменного стиля



Логотип

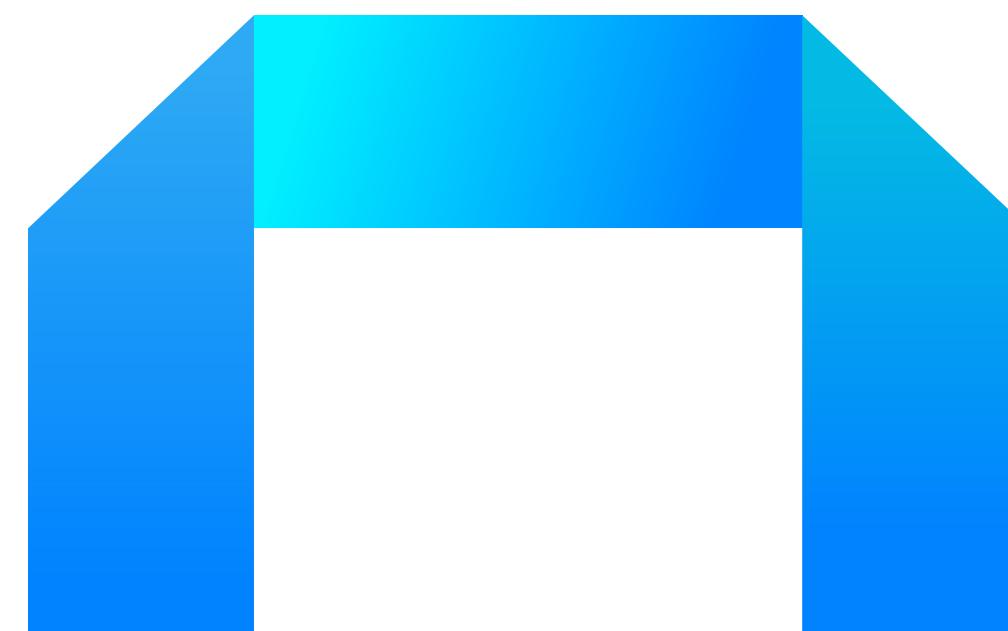
Логотип / Основная версия

Логотип с дескриптором «сервис» является основной версией и используется во всех коммуникациях, в том числе в партнёрских программах.

Он состоит из четырёх элементов: графического знака, фирменного написания, дескриптора и логотипа X5.

Используйте логотип только в готовом виде, не вносите изменения в отдельные элементы логотипа.

Основная версия логотипа без плашки используется только поверх белого фона.



Знак



Шрифтовое начертание

Дескриптор



Экстеншн

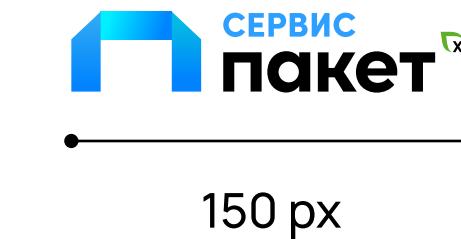
Логотип / Построение и охранное поле

Охранное поле – это зона, в которой не рекомендуется размещать какие-либо элементы дизайна. Она образована из негативного пространства графического знака и равна его ширине.

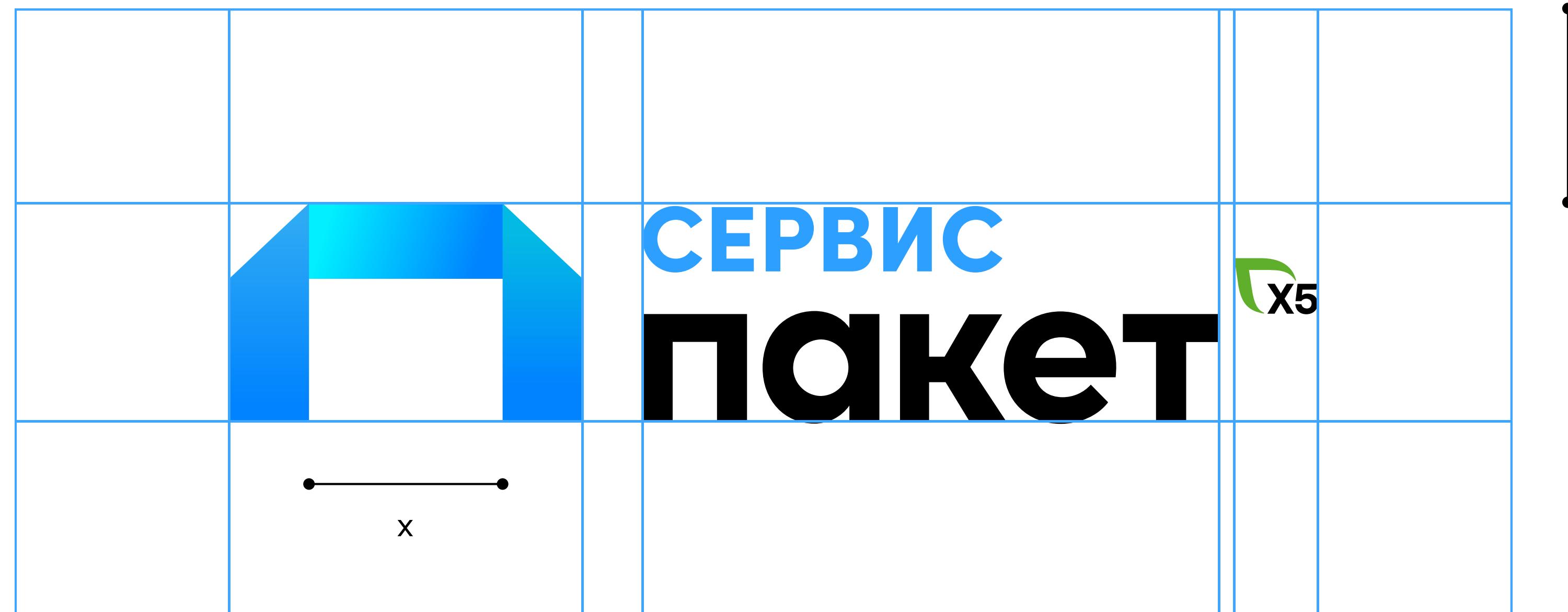
Используйте указанное свободное пространство для целостности восприятия логотипа. Важно оставлять воздух вокруг логотипа.

Минимальная длина логотипа равна 120 px и используется без логотипа X5 и дескриптора.

Минимальный размер

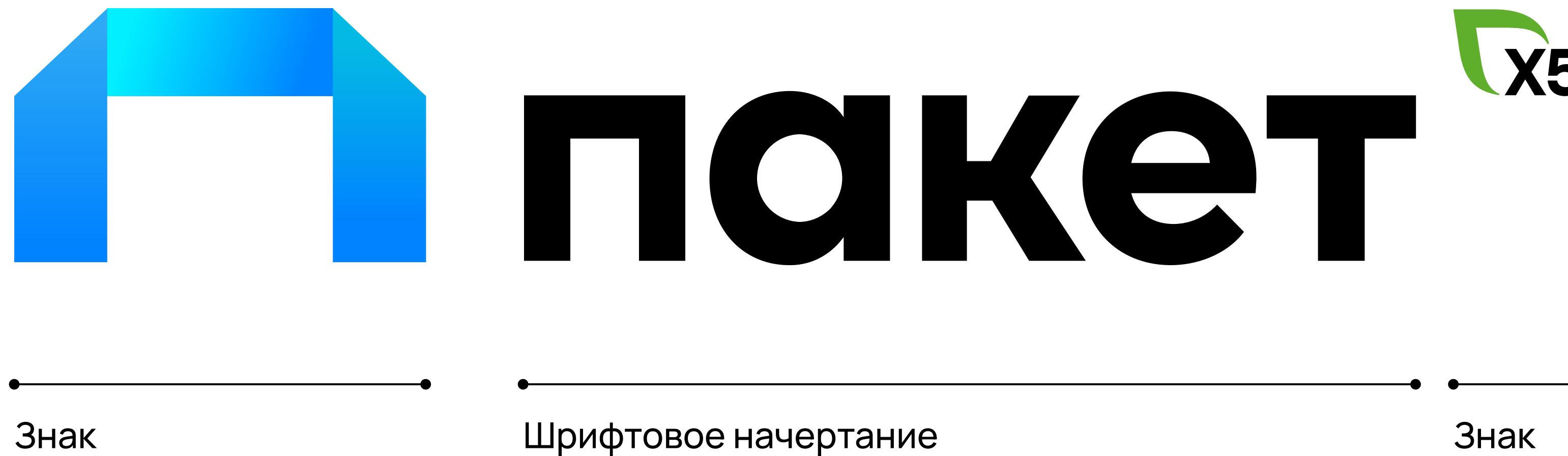


150 px



Логотип / Вариант компоновки

Лого без дескриптора является второстепенным, и может быть использовано для широкого спектра носителей – от диджитал до сувенирной продукции, но в рамках внутренней коммуникации, для уже знакомой с сервисом аудитории.



Версия логотипа на подложке для размещения на цветных фонах и поверх фотографий. При расположении логотипа на плашке в отступах заложена оптическая компенсация. Используйте логотип только в готовом виде, не вносите изменения в отдельные элементы логотипа.



На коммуникациях малого размера используется логотип на плашке без дескриптора. Например, SMM, CRM, а также тех, где есть ограничения по символам.



Версия логотипа с теглайном используется
в коммуникациях, где нужно уточнить ключевую
характеристику сервиса «Пакет».



Умножаем выгоду



**Умножаем
выгоду**

Логотип / Монокромный

На офисных принтерах или в других случаях, когда невозможна полноцветная печать, используйте эти версии логотипа.

Используйте версию, которая будет наиболее удобочитаемой. На светлом фоне – чёрный логотип, на тёмном – белый.



Логотип / Знак

Знак отдельно от логотипа следует использовать только в аватарках соцсетей и иконках.



Логотип / Ошибки

Единственная применимая к логотипу трансформация – масштабирование (пропорциональное изменение размеров).

Любые другие действия, не описанные в руководстве, запрещены.



✗ Не вносите изменения в логотип



✗ Не искажайте пропорции



✗ Не используйте другой шрифт



✗ Не изменяйте цвета



✗ Не изменяйте цвета логотипа при использовании на тёмном фоне

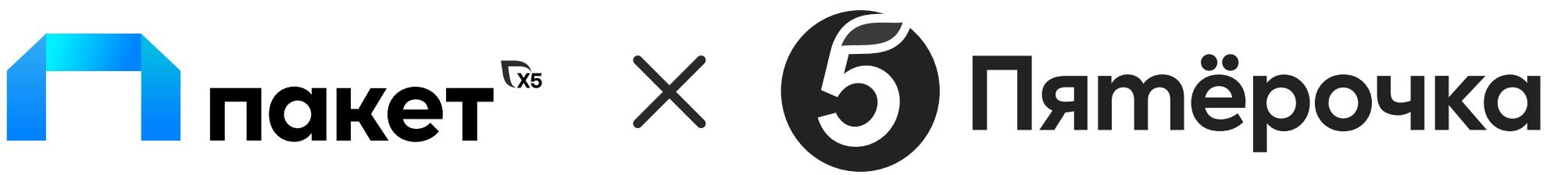


✗ Не используйте на сложном фоне

Используйте X, чтобы символизировать
отношения между сервисом «Пакет»
и брендом партнёра.

В связке с партнёром логотип
сервиса «Пакет» размещается на плашке.

Композицию выстраиваем по сетке,
соблюдая визуальный баланс и охранное
поле каждого логотипа.



Логотип / Использование

В этой таблице наглядно показаны сценарии использования каждой из всех возможных вариаций логотипа: в столбце слева прописаны различные каналы коммуникации, в строке сверху – возможные вариации логотипа.

	Основная версия	На подложке	С дескриптором	Фирменный знак	Монохромная версия	Теглайн
Интерфейс сервиса	✓	✓		✓	✓	✓
Интерфейс партнёра	✓	✓		✓	✓	✓
Медиаперформанс	✓	✓	✓	✓	✓	✓
CRM	✓	✓	✓		✓	✓
Social media	✓	✓	✓		✓	✓
Outdoor	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Indoor	✓	✓	✓	✓	✓	✓



Палитра

Палитра / Основная палитра

На этой странице показана основная палитра из трёх фирменных цветов и их пропорции для использования в макетах и коммуникациях.

Синий и голубой используются в большей пропорции,
в то время как красный – акцентно и деликатно.

Фирменный синий цвет **преимущественно** используется
в оформлении макетов для сохранения узнаваемости бренда.

HEX #0088FE
RGB 0/136/254
CMYK 80/30/0/0

HEX #BEE8FF
RGB 190/232/255
CMYK 30/0/0/0

HEX #FD582F RGB 253/88/47 CMYK 0/90/100/0

Дополнительная палитра представлена в 8 цветах и их оттенках. При создании креативов, баннеров или при оформлении любых других носителей используйте эту палитру.

Фирменный синий цвет **преимущественно** используется в оформлении макетов для сохранения узнаваемости бренда, а другие цвета и оттенки используются как **дополнительные**.

Бирюзовый и фиолетовый являются более диджитальными цветами, поэтому рекомендуется использовать их преимущественно в диджитале и при оформлении онлайн-носителей. Если требуется печать, используйте Pantone.

HEX #FFF8B8 RGB 255/248/184 CMYK 2/0/45/0	HEX #AEFFF2 RGB 174/255/242 CMYK 20/0/16/0 Pantone 317 C	HEX #DBF3FF RGB 219/243/255 CMYK 15/0/1/0	HEX #7A86F4 RGB 122/134/244 CMYK 45/35/0/0 Pantone 2715 C	HEX #FF8FBC RGB 255/143/188 CMYK 0/56/0/0	HEX #FF8693 RGB 255/134/147 CMYK 0/60/25/0	HEX #FE936C RGB 254/147/108 CMYK 0/52/57/0
HEX #FFF387 RGB 255/243/135 CMYK 2/1/60/0	HEX #94F6E2 RGB 148/246/230 CMYK 30/0/25/0 Pantone Green 0921 C	HEX #CBEDFF RGB 203/237/255 CMYK 22/0/0/0	HEX #6970F1 RGB 105/112/241 CMYK 60/50/0/0 Pantone 272 C	HEX #FF70A6 RGB 255/112/166 CMYK 0/71/4/0	HEX #FF6879 RGB 255/104/121 CMYK 0/74/38/0	HEX #FF744C RGB 255/116/76 CMYK 0/68/73/0
HEX #FFEF5C RGB 255/239/92 CMYK 2/4/75/0	HEX #7AEDD9 RGB 122/237/217 CMYK 40/0/30/0 Pantone 3245 C	HEX #BEE8FF RGB 190/232/255 CMYK 30/0/0/0	HEX #5962F5 RGB 89/98/245 CMYK 70/60/0/0 Pantone 2726 C	HEX #FF5092 RGB 255/80/146 CMYK 0/83/10/0	HEX #FF4B5F RGB 255/75/95 CMYK 0/85/52/0	HEX #FD582F RGB 253/88/47 CMYK 0/80/86/0

Палитра / Подбор цветовых пар

При создании неконтрастных цветовых пар или градиентов используйте соседствующие друг с другом цвета из палитры.



Для создания контрастных цветовых пар и при выборе акцента используйте противоположные в цветовом круге цвета и оттенки.



Палитра / Линейные градиенты

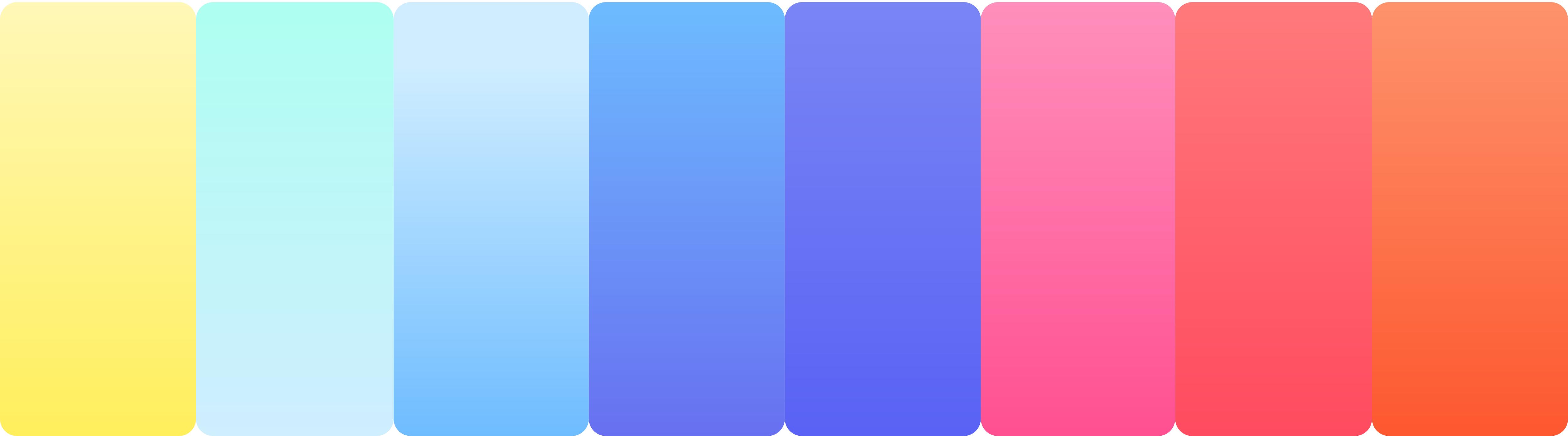
Для создания линейных градиентов стоит использовать оттенки одного цвета или подбирать близкие по тону, теплоте, насыщенности цвета из палитры.

Линейные градиенты состоят из двух точек и имеют плавные, нерезкие переходы.

HEX #6EBCFF

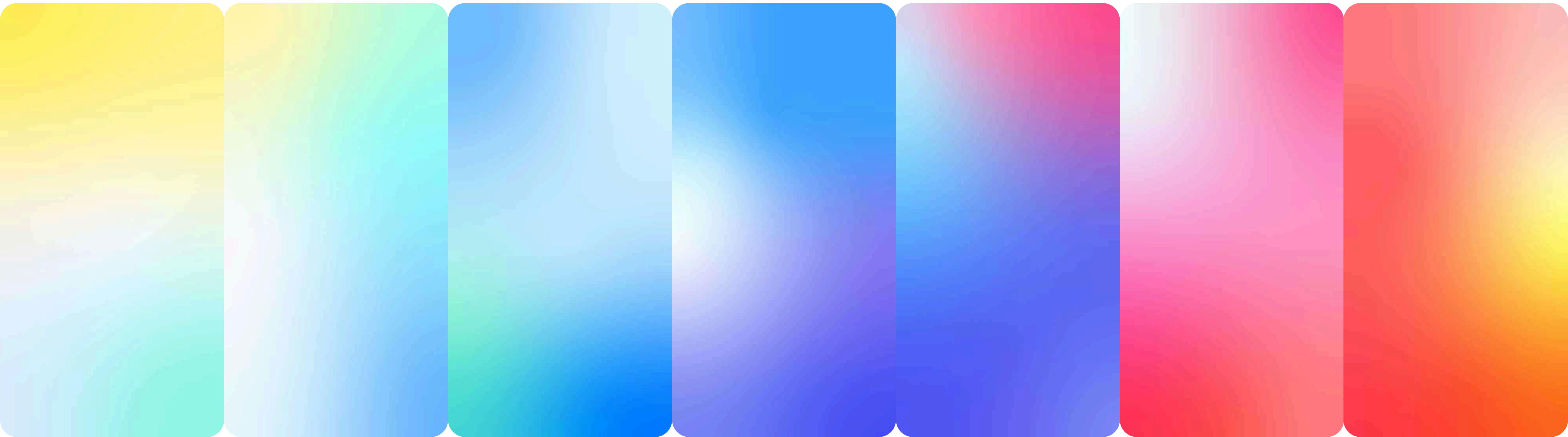


HEX #0088FE



Сложные градиенты состоят из трёх или более точек.

Для создания гармоничных градиентов с плавным переходом рекомендуется использовать соседствующие в дополнительной палитре цвета, близкие по тону, теплоте, насыщенности.

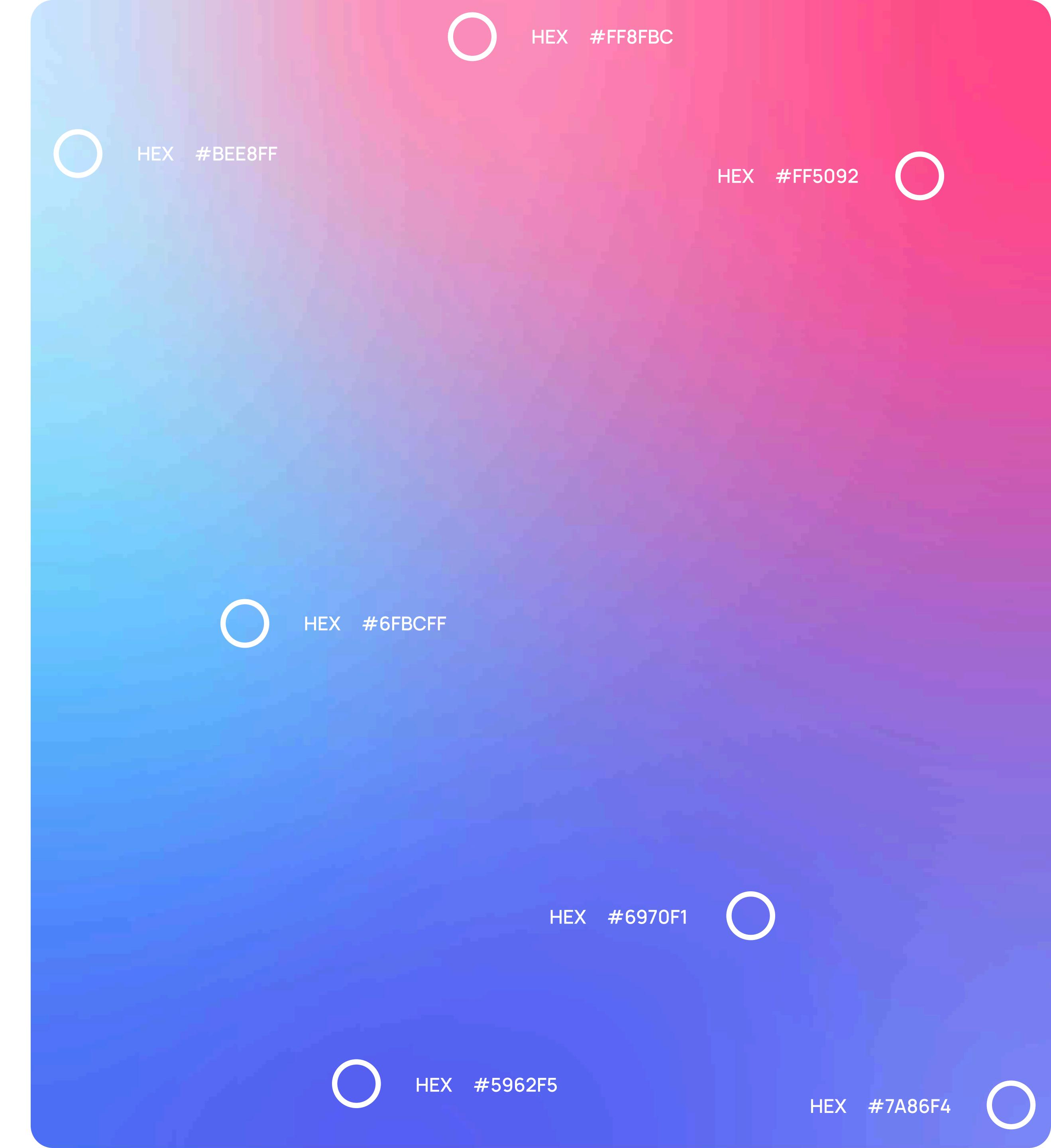


Палитра / Построение сложных градиентов

Сложные градиенты не имеют ограничений в количестве цветов и оттенков, но стоит соблюдать правила:

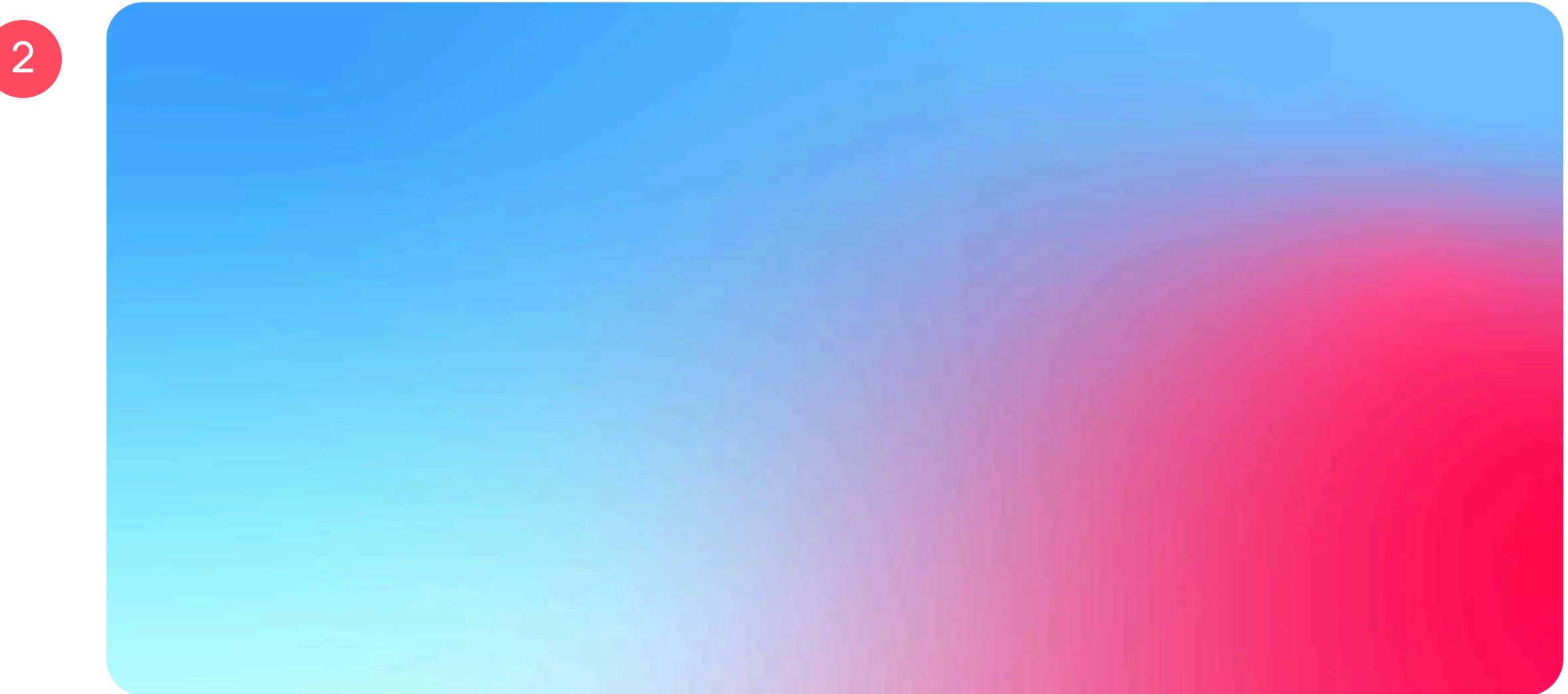
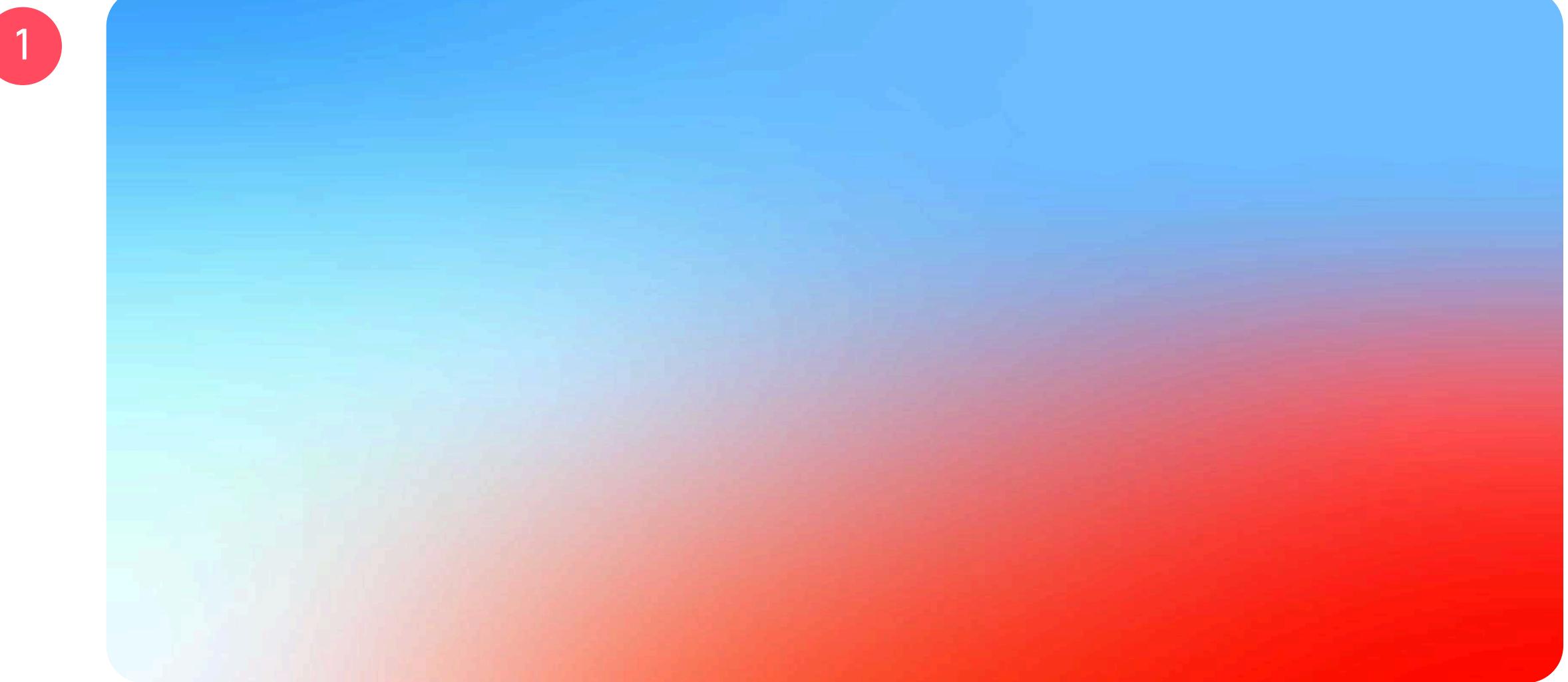
- использовать близкие по теплоте оттенки, чтобы избежать серого в переходе;
- избегать слишком резких переходов цвета.

Для создания плавного, незаметного перехода стоит добавлять переходные цвета из дополнительной палитры.



Палитра / Сложные градиенты / Ошибки

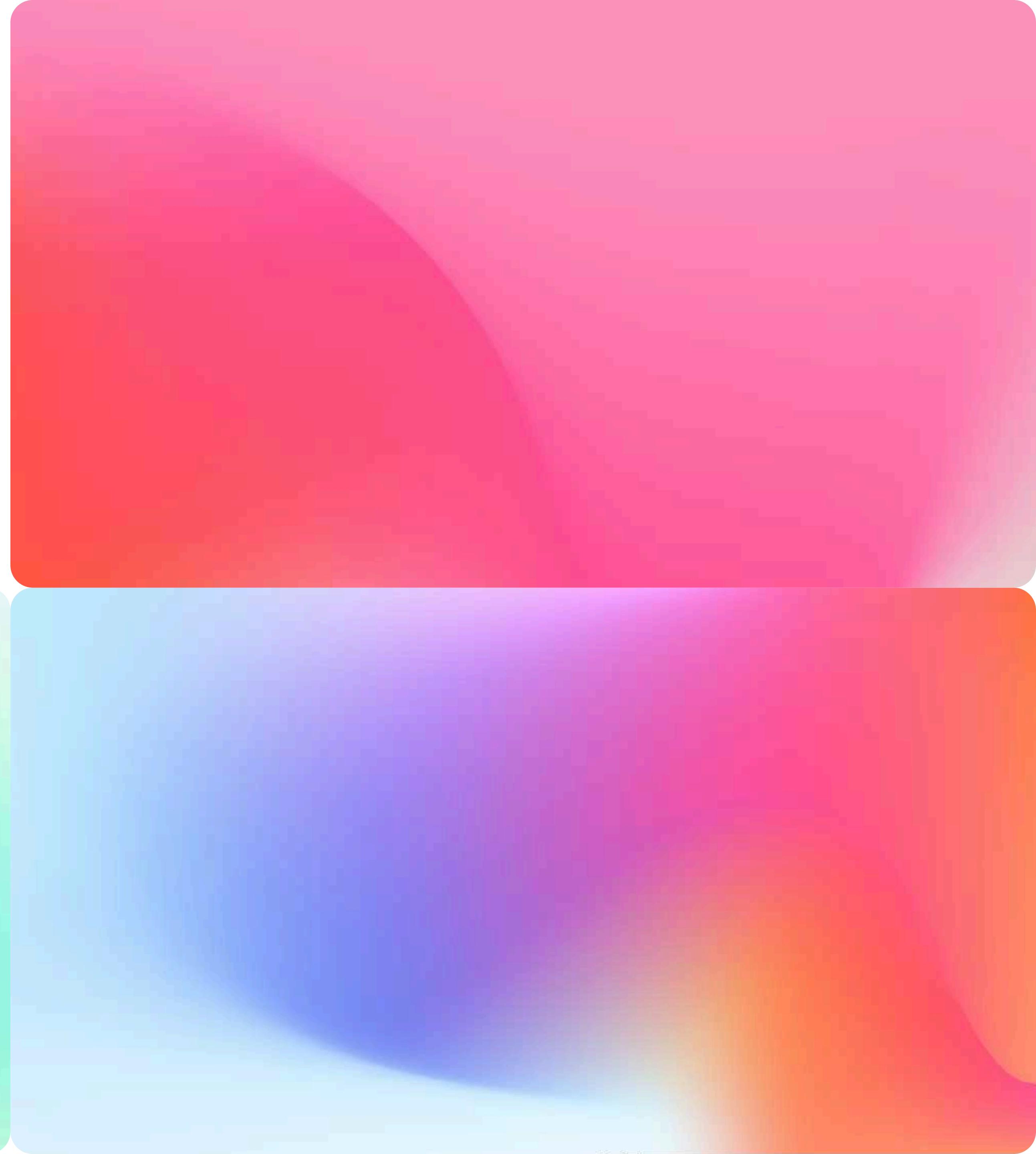
- 1 Не создавайте градиенты с переходом от холодного в тёплый.
- 2 Не создавайте градиенты с резким переходом.



Палитра / Динамичные градиенты

Для создания динамичных градиентов советуем использовать инструмент Mesh Tool в Adobe Illustrator. При выборе цветов ориентируйтесь на дополнительную палитру и используйте соседствующие в ней цвета.

Если вводится контрастный цвет, добавьте переходный цвет из дополнительной палитры и убедитесь, что в переходе отсутствует серый цвет.



Палитра / Чёрный и градация серого

В макетах и креативах не используется чистый чёрный цвет #000000. Вместо него используется холодный тёмно-серый #1A2129.

Все серые в градации с холодным подтоном. Эти оттенки можно использовать на сайте для разных уровней текста и неактивных элементов.

HEX #1A2129
RGB 26/33/41
CMYK 6/0/0/84

HEX #384048
RGB 56/64/72
CMYK 6/0/0/72

HEX #848B94
RGB 132/139/148
CMYK 6/0/0/42

HEX #D2D5D9
RGB 210/213/217
CMYK 3/2/0/15

Палитра / Партнёрство

На совместных макетах с партнёрами рекомендуем использовать линейный или сложный градиент, который содержит не более трёх фирменных цветов партнёра + цвета фирменной палитры сервиса «Пакет».

Для создания чистого перехода стоит добавлять переходные цвета более светлых оттенков.



Подробнее о правилах размещения сервиса «Пакет»
с партнёрами читайте в «Гайде для партнёров»



HEX #0088FE



HEX #3DA5FF



HEX DBF3FF



HEX #DBF3FF



HEX #ABE540



HEX #ABE540

HEX #0088FE



HEX #94F6E6



Старайтесь избегать сочетания цветов разных по тону,
теплоте и насыщенности. В случаях, где такого сочетания
не избежать – используйте белый цвет в переходной зоне.

HEX #BEE8FF



 ×  Пятёрочка



HEX #FFFFFF



HEX #00923A



HEX #02923A



HEX #00923A



Палитра / Партнёрство

Старайтесь избегать сочетания цветов разных по тону, теплоте и насыщенности. В случаях, где такого сочетания не избежать – используйте белый цвет или другие светлые оттенки в переходной зоне.



Подробнее о правилах размещения сервиса «Пакет» с партнёрами читайте в «Гайде для партнёров»

HEX #0088FE

HEX #5FAF2D

HEX #FFFFFF

HEX #FF5600

HEX #F76100

Палитра / Партнёрство

Старайтесь избегать сочетания цветов разных по тону, теплоте и насыщенности. В случаях, где такого сочетания не избежать – используйте белый цвет в переходной зоне.



● апельсин



Подробнее о правилах размещения сервиса «Пакет» с партнёрами читайте в «Гайде для партнёров»

HEX #DBF3FF

HEX #FFFFFF

HEX #FFF387

HEX #0088FE

HEX #7AEED9

Палитра / Использование

В этой таблице наглядно показаны сценарии использования каждой из всех возможных вариаций оформления фона и градиентов: в столбце слева прописаны различные каналы коммуникации, в строке сверху – возможные вариации оформления.

	Однотонный	Линейный градиент	Сложный градиент	Динамичный градиент
Интерфейс сервиса	✓	✓	✓	✓
Интерфейс партнёра	✓		✓	
Медиаперформанс	✓	✓	✓	✓
CRM	✓	✓	✓	✓
Social media	✓	✓	✓	
Outdoor	✓	✓		
Indoor	✓	✓		

Типографика

Типографика / Фирменный шрифт

Manrope – фирменный шрифт сервиса «Пакет»,
который используется во всех носителях
фирменного стиля.

Manrope

Regular
Medium

Semibold
Bold

Скачать с Google Fonts

Типографика / Иерархия текста

На этой странице представлены оптимальные размеры и соотношения разных текстовых блоков: заголовка, подзаголовка, основного текста и текста для плашек.

При построении макета соблюдайте иерархию текста.

Если кегль заголовка равен $1x$, то кегль подзаголовка – $0,5x$.

Кегль текста на ценнике или плашке будет зависеть от количества букв в слове и размера плашки – создайте внутри ценника достаточно пустого пространства, чтобы улучшить читаемость текста. На этой странице кегль текста на ценнике равен $0,6x$. Размер основного текста равен $0,25x$, или $1/4$ от заголовка.

Для заголовка и текста на ценнике на этой странице используется начертание **Bold**, для подзаголовка – **Semibold**, для основного текста – **Medium**.

Умножаем выгоду

До 50% кешбэка
на регулярные покупки

STICKER

Сервис «Пакет» – это новый способ взять от покупок максимум в «Пятёрочке» и «Перекрёстке».

Типографика / Цветовое решение

На этой странице показаны варианты цветовых решений для текста на разных фонах. В любых креативах мы используем только чёрный или белый цвета для крупного и основного текста. Использование цветного текста допускается на сайте или различных сносках.

Чёрный

Чёрный

Чёрный

Белый

Белый

Белый

Белый

Белый

Чёрный

Чёрный

Чёрный

Белый

Белый

Белый

Белый

Белый

Чёрный

Чёрный

Чёрный

Белый

Белый

Белый

Белый

Белый



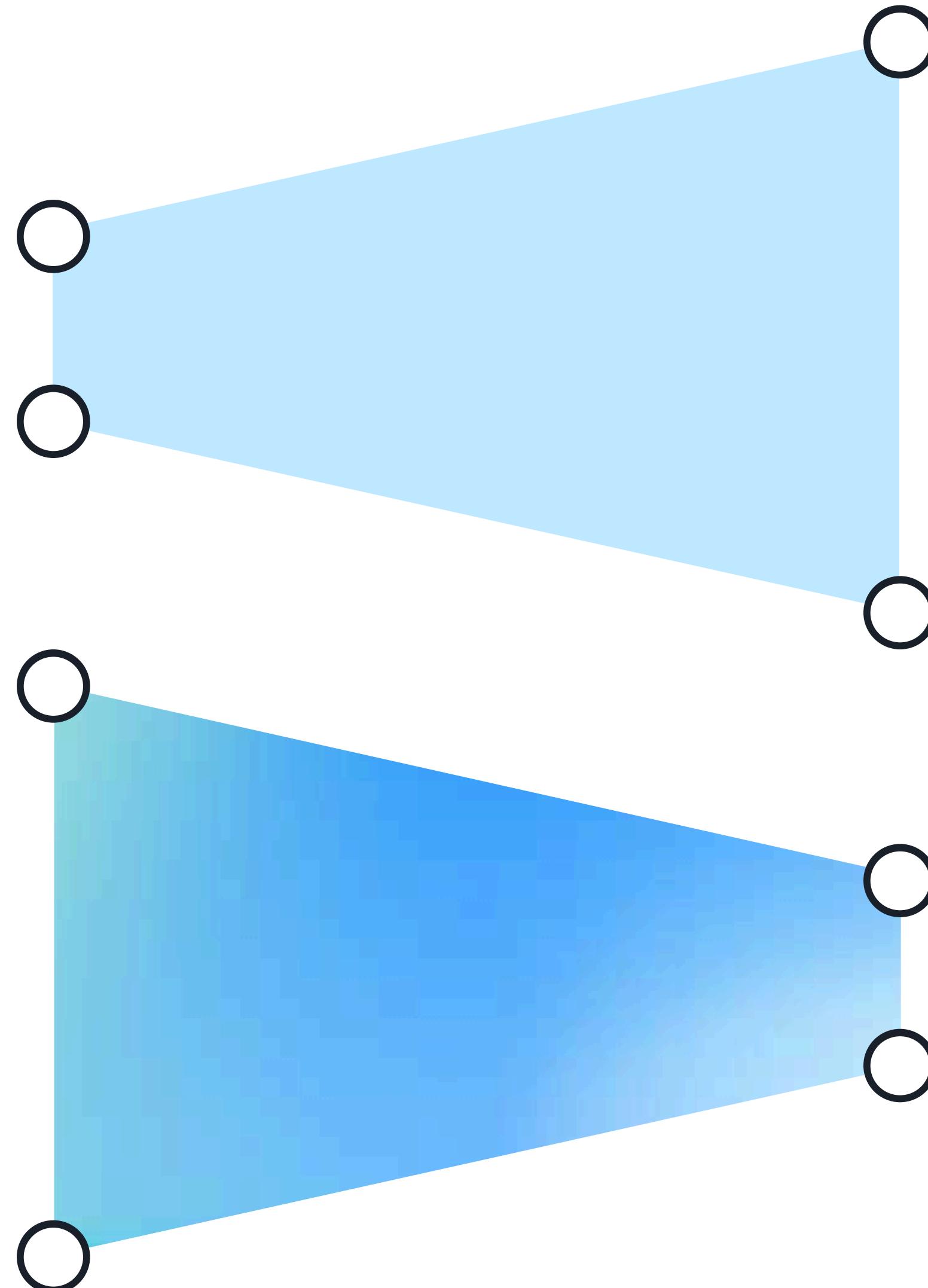
Векторная графика

Векторная графика / Фирменный элемент

Фирменным элементом векторной графики является луч света, направленный на продукты и различные товары. Этот приём позволяет выделить элементы на фоне, делает их особенными и привлекает внимание зрителя.

Луч используется на различных оффлайн- и онлайн-носителях, взаимодействует с обтравленной фотографией или 3D-иллюстрациями.

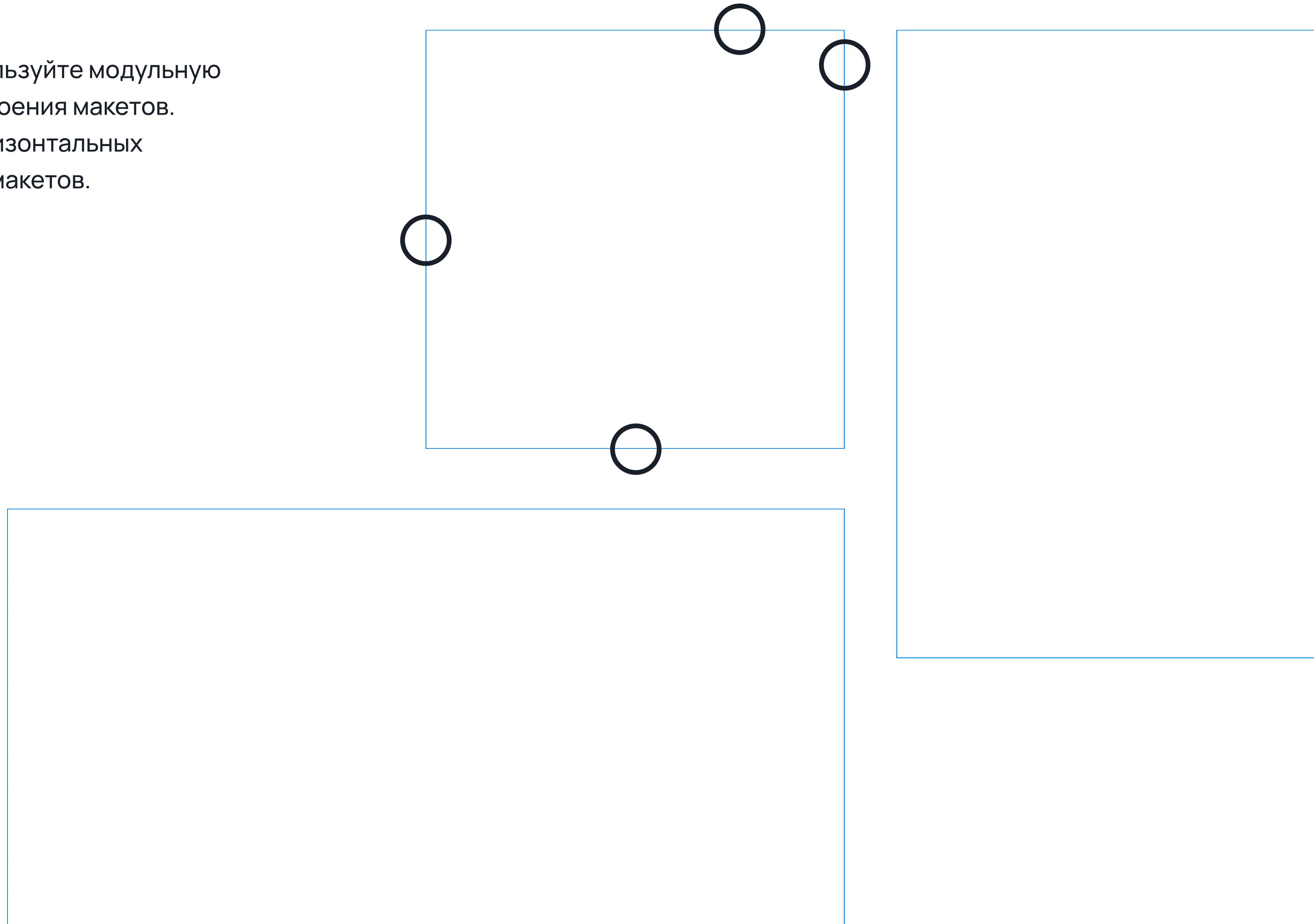
Луч представляет собой форму из четырёх точек. Фирменный луч окрашивается с помощью одного из цветов фирменной палитры или динамичного градиента.



Векторная графика / Построение

При построении векторного луча используйте модульную сетку, которая используется для построения макетов.

Модуль сетки равен 1/12 от высоты горизонтальных макетов и 1/12 от длины вертикальных макетов.



Векторная графика / Однотонный луч и однотонный фон

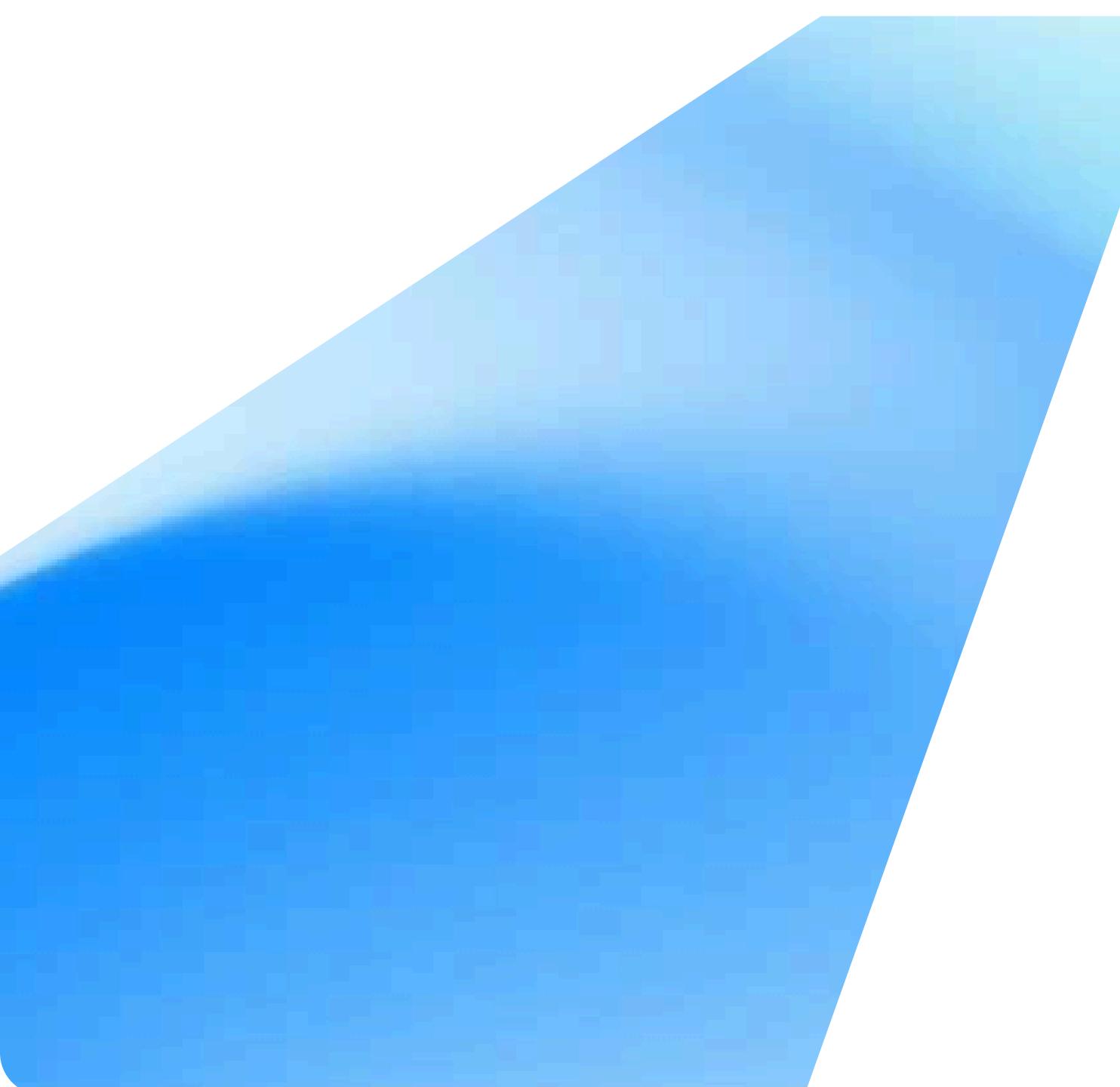
Для покраски фона и луча используются оттенки одного цвета из дополнительной палитры.

В случаях, когда используется однотонный луч и однотонный фон, цвет фона должен быть темнее цвета луча.

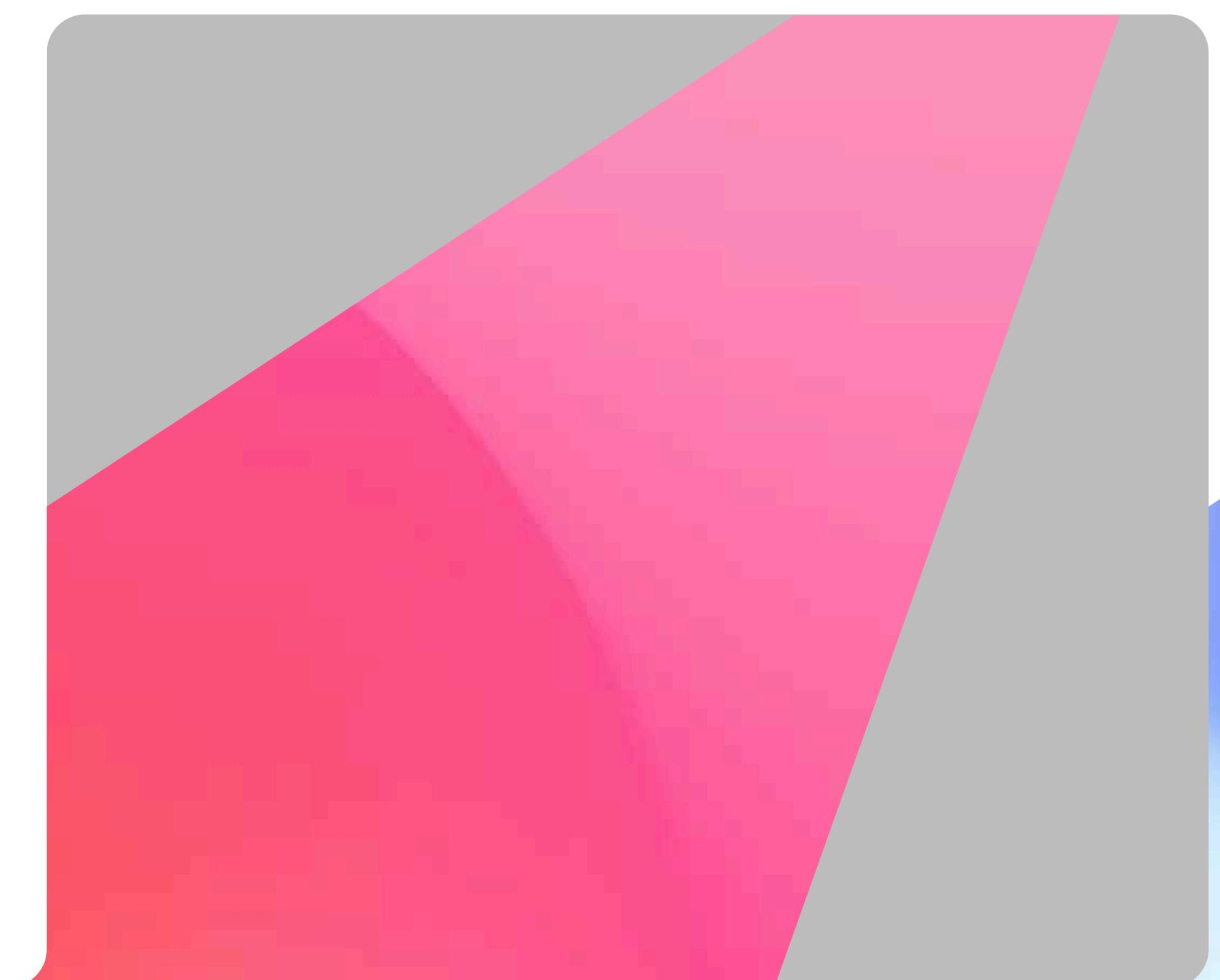
Однотонный фон и однотонный луч используются в креативах с фотографиями и 3D-элементами и могут комбинироваться с градиентными фонами или лучами.

Так, например, если для фона используется синий **#0088FE**, то для луча можно использовать синие **#3DA5FF** и **#6FBCFF**.





Для оформления фирменного луча можно использовать динамичные градиенты. В этом случае градиент помещается в маску в форме луча. Для создания эффекта размытия луча используйте для фона цвет из градиента.



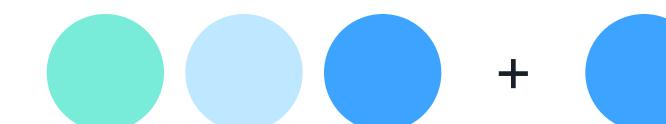
Так, если в градиенте использовались цвета **#FF4B5F**, **#FF5092**, **#FF8FBC**, то в качестве цвета фона можно выбрать один из этих оттенков, например, **#FF8FBC**.



Векторная графика / Градиентный фон

Динамичный градиент можно использовать в качестве фона – в этом случае фирменный луч будет залит одним цветом. Для создания эффекта размытия луча используйте для луча цвет из градиента на фоне.

Так, если в градиенте использовались цвета **#7AEDD9**, **#BEE8FF**, **#3DA5FF**, то в качестве цвета луча можно выбрать один из этих оттенков, например, **#3DA5FF**



Для использования с 3D-иллюстрацией фирменный луч окрашивается с помощью линейного градиента. Цвета градиента будут зависеть от цвета фона макета – это должны быть оттенки одного цвета из фирменной палитры.

Для эффекта размытия один из цветов градиента должен совпадать с цветом фона. Так, если фон покрашен в цвет **#BEE8FF**, то для оформления луча используется градиент из цветов **#BEE8FF** и **#DBF3FF**.

+



Векторная графика / Альтернативное использование

Луч по пластике – простая форма, которая может легко адаптироваться под разные форматы и пропорции макета. Но если в каких-то форматах использование луча из формы из 4 точек является затруднительным, возможно альтернативное использование.

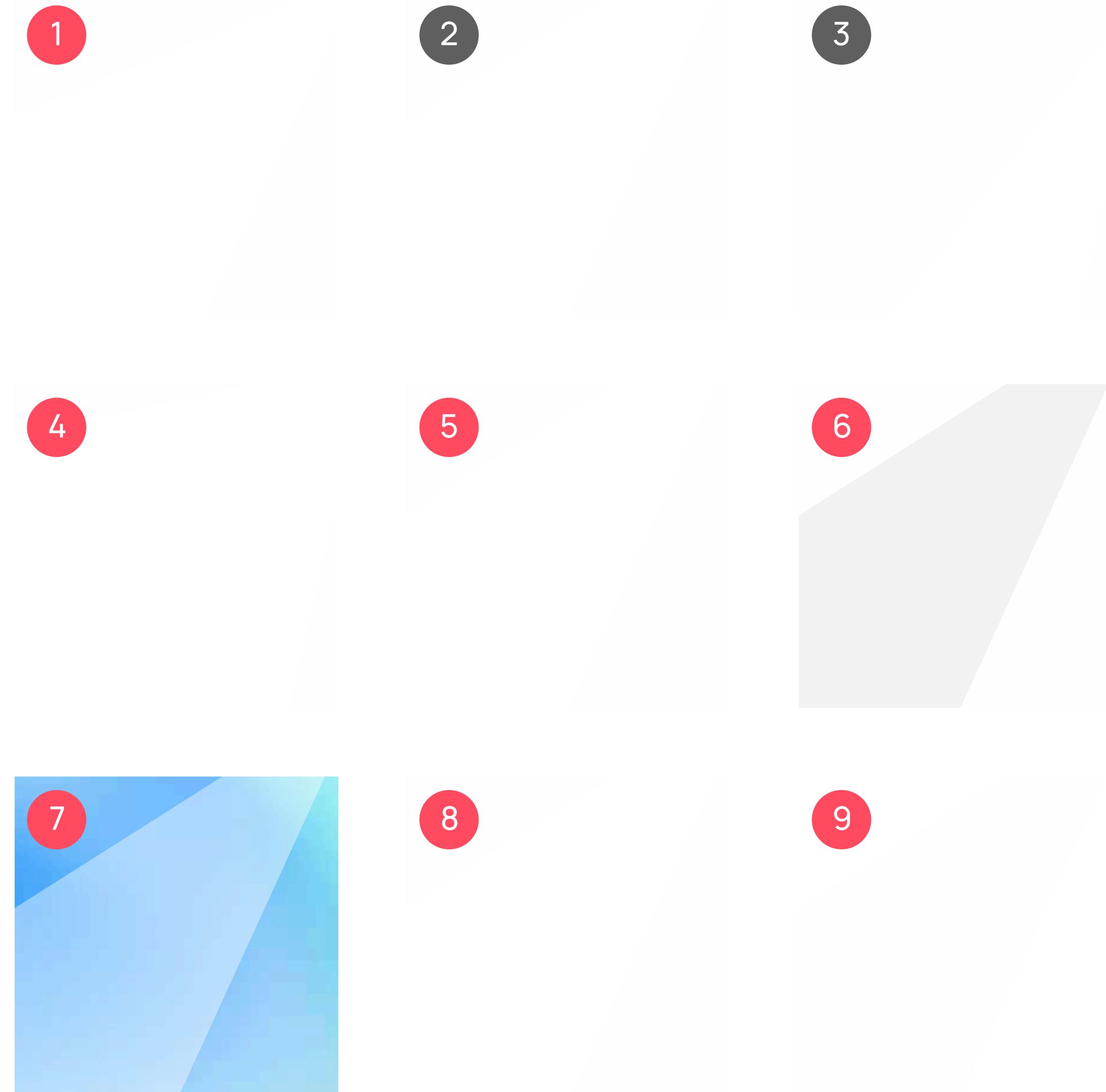
В примере на этой странице объект «подсвечен» лучом фронтально – в этом случае свечение луча в проекции образует круг. Такое использование допустимо в макетах и креативах с небольшим количеством текста.

Фотографии на этом слайде были взяты с Unsplash для демонстрации и не являются частью фотобанка сервиса «Пакет». Для использования в креативах проверьте лицензии и условия использования или же выкупите на другом стоке.



Векторная графика / Ошибки

- 1 Луч не должен исходить ровно из одного угла в другой угол
- 2 Луч не должен идти по касательной к тексту или объекту – избегайте таких соприкосновений
- 3 Луч не должен формировать контрформу из очень острых углов
- 4 Луч не должен занимать слишком много пространства макета
- 5 Продукт не должен полностью покрываться лучом
- 6 Цвет луча и цвет фона должны являться оттенками одного цвета из дополнительной палитры
- 7 При оформлении луча не используйте эффекты наложения и не задавайте прозрачность форме
- 8 Контраст между лучом и фоном не должен быть высоким
- 9 Однотонный луч не должен быть темнее фона



Палитра / Использование

В этой таблице наглядно показаны сценарии использования каждой из всех возможных вариаций оформления фирменного луча: в столбце слева прописаны различные каналы коммуникации, в строке сверху – возможные вариации оформления фирменного луча.

	Однотонный фон	Однотонный луч	Градиентный фон*	Градиентный луч*
Фотореалистичные элементы	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		
3D-элементы	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

* Градиентный луч и градиентный фон взаимоисключают друг друга на креативах. Таким образом, на градиентном фоне рекомендуется использование однотонного луча и наоборот.



Фотостиль

Фотостиль / Описание

Фотография наиболее чётко доносит информацию до потребителя и может быть уместнее в коллaborациях с определёнными партнёрами, поэтому **использование фотографии в оформлении носителей является приоритетным приёмом**. Узнать больше об использовании фотографии и сценариях в фирменном стиле сервиса «Пакет» можно в разделе [«Подход к оформлению носителей»](#).

Обтравленные фото в крупной съёмке в высоком разрешении и с естественным освещением показывают объекты в простых ракурсах и используются в лаконичных плакатных композициях. Таким образом мы фокусируем внимание на одном продукте или предложении.

Советуем использовать фотографии дорогих и премиальных продуктов – с них пользователь не только получает больше кешбэка, но и обращает на креативы больше внимания.



Фотографии на этом слайде были взяты с [Unsplash](#) для демонстрации и не являются частью фотобанка сервиса «Пакет». Для использования в креативах проверьте лицензии и условия использования или же выкупите на другом стоке.

Данное решение было протестировано на целевой аудитории сервиса «Пакет» и других торговых единиц X5. [Исследование подтвердило](#), что этот вариант является приоритетным.

Фотостиль / Правила обтравки

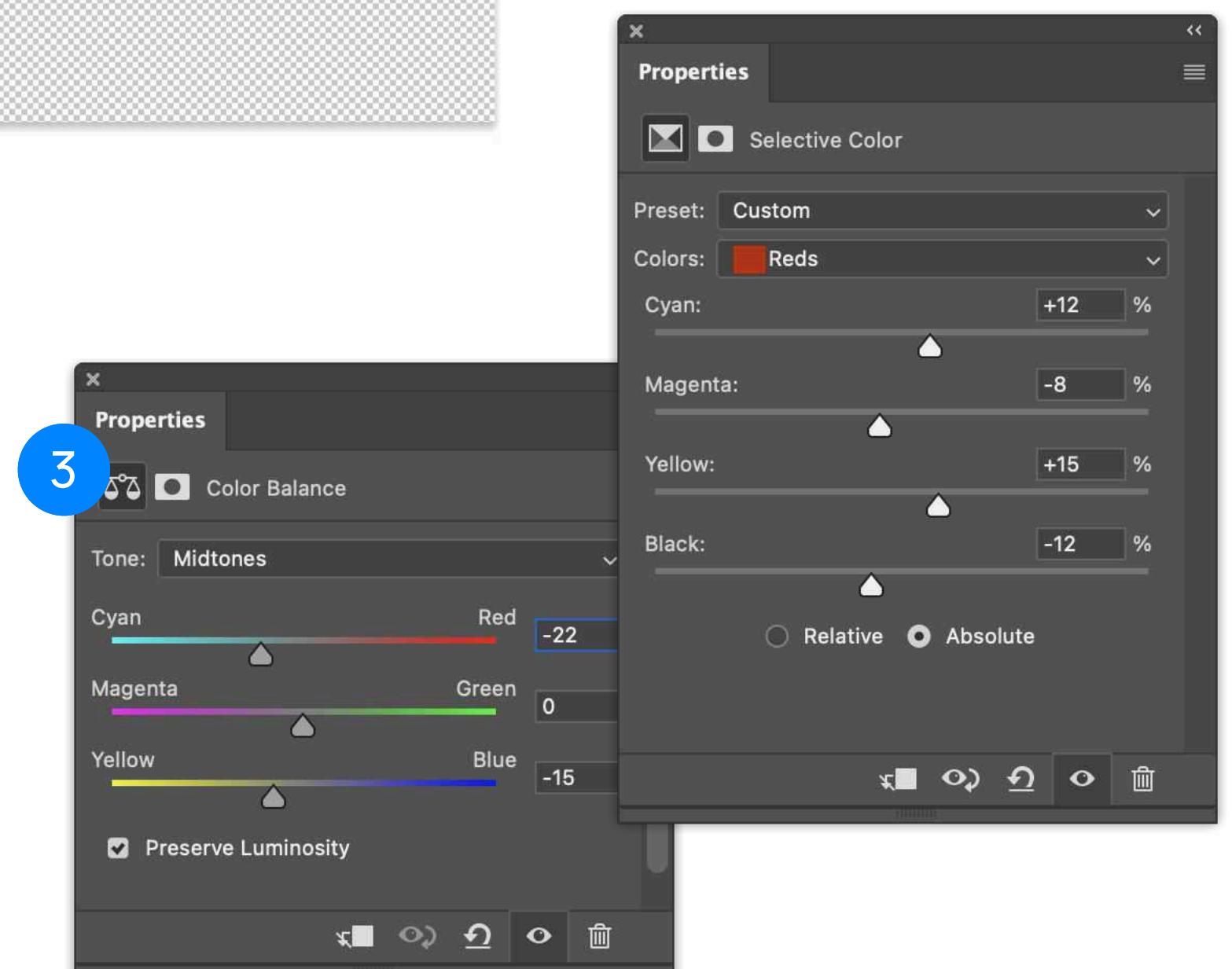
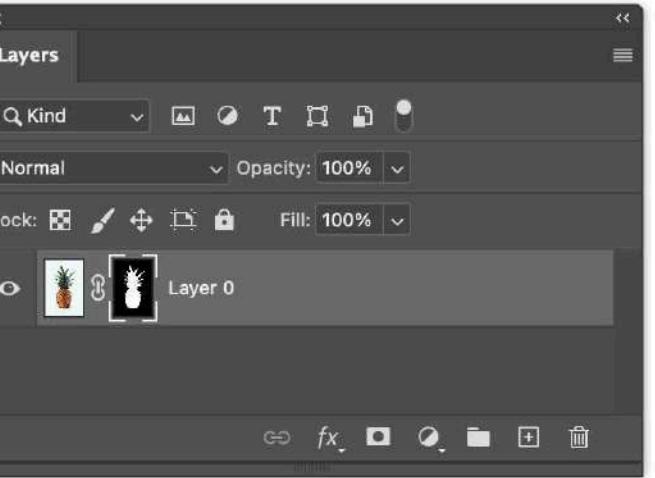
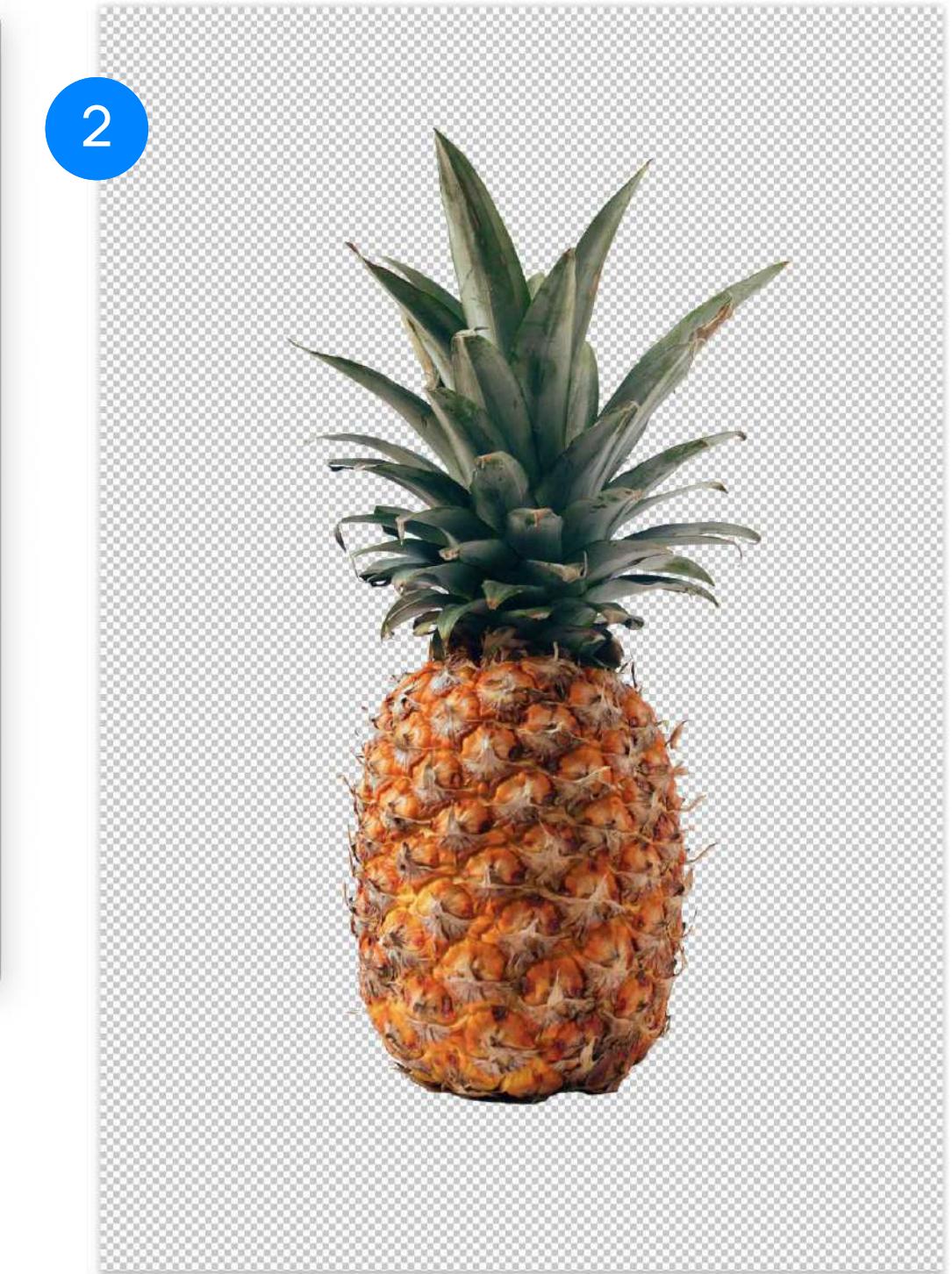
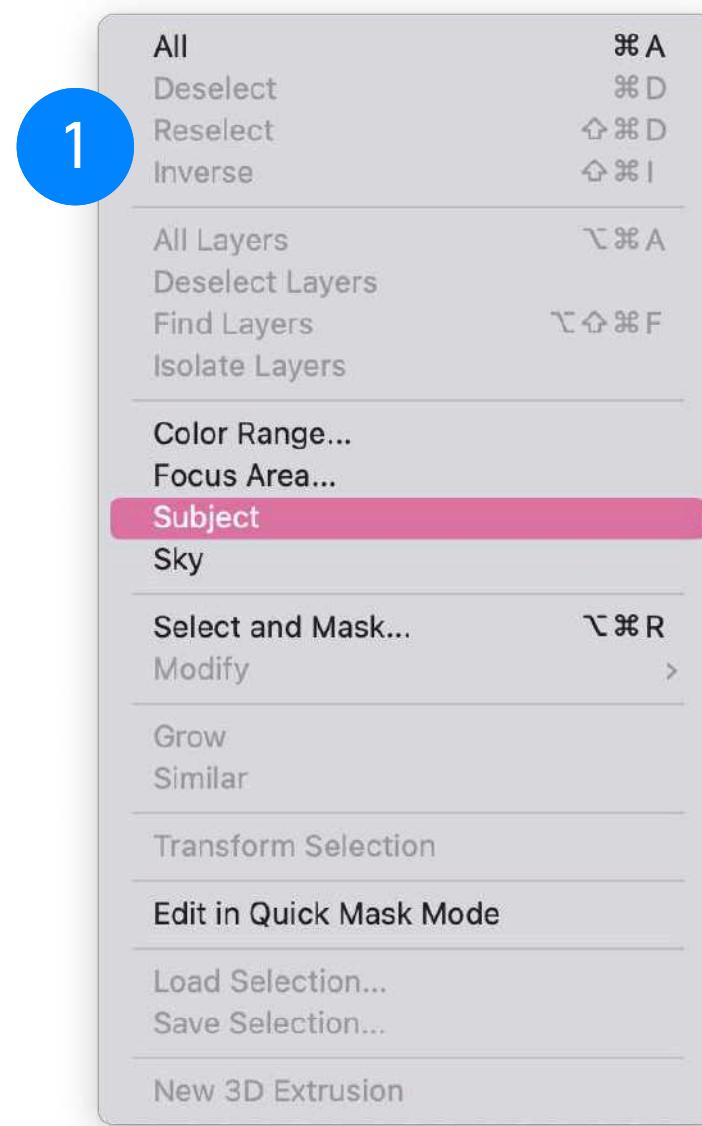
Мы советуем обтравлять фотографии через окно Select → Subject и с помощью масок или инструмента Select and Mask подчищать артефакты.

Используйте фотографии с естественным рассеянным светом, чтобы избежать активных теней на объекте.

Используйте фотографии объектов на нейтральном светлом фоне, чтобы избежать цветных рефлексов на продукте. Если подобрать другую фотографию невозможно, то используйте в качестве фона цвет из палитры, близкий к цвету фона на фотографии.

После обтравки рекомендуем произвести небольшую цветокоррекцию, чтобы объект гармонично смотрелся на цветном фоне. Используйте любые инструменты, например Color Balance или Selective Color.

Фотографии на этом слайде были взяты с Unsplash для демонстрации и не являются частью фотобанка сервиса «Пакет». Для использования в креативах проверьте лицензии и условия использования или же выкупите на другом стоке.

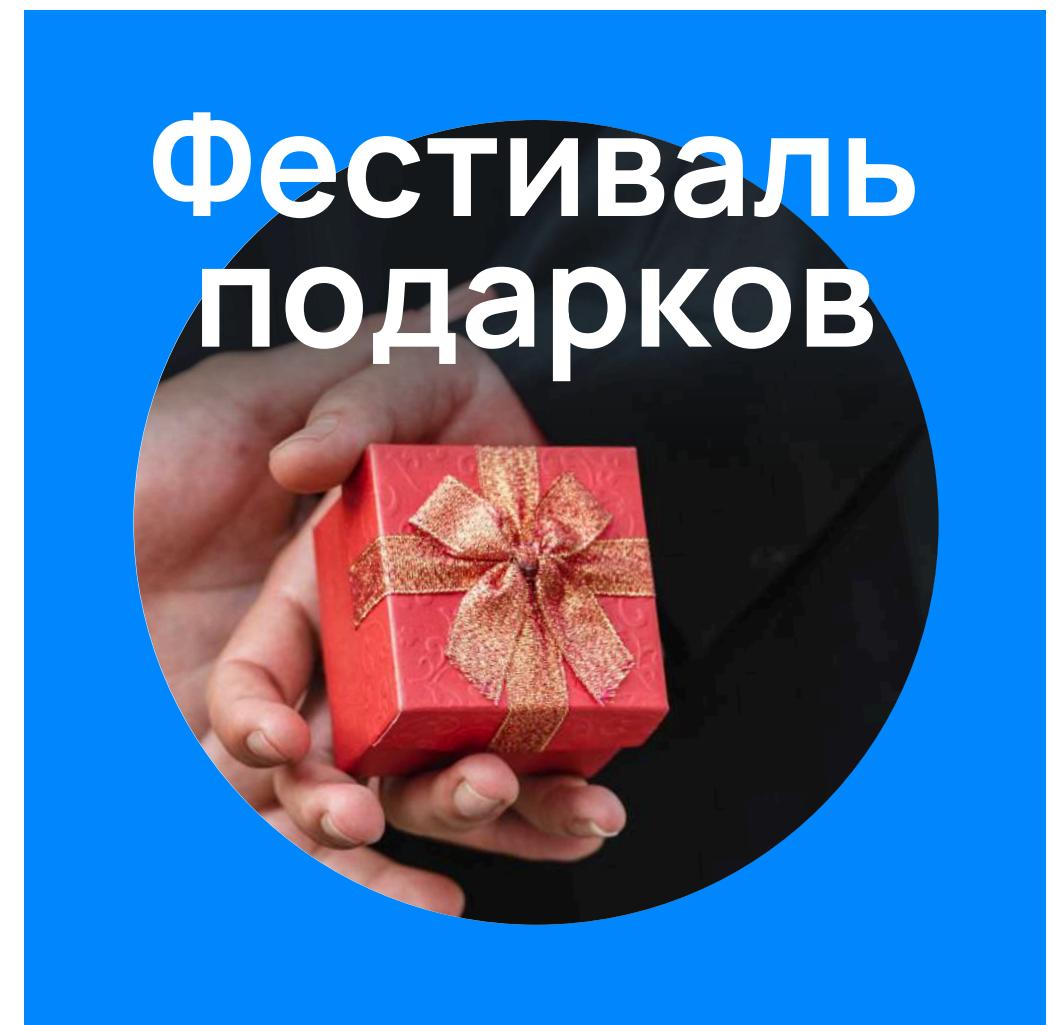
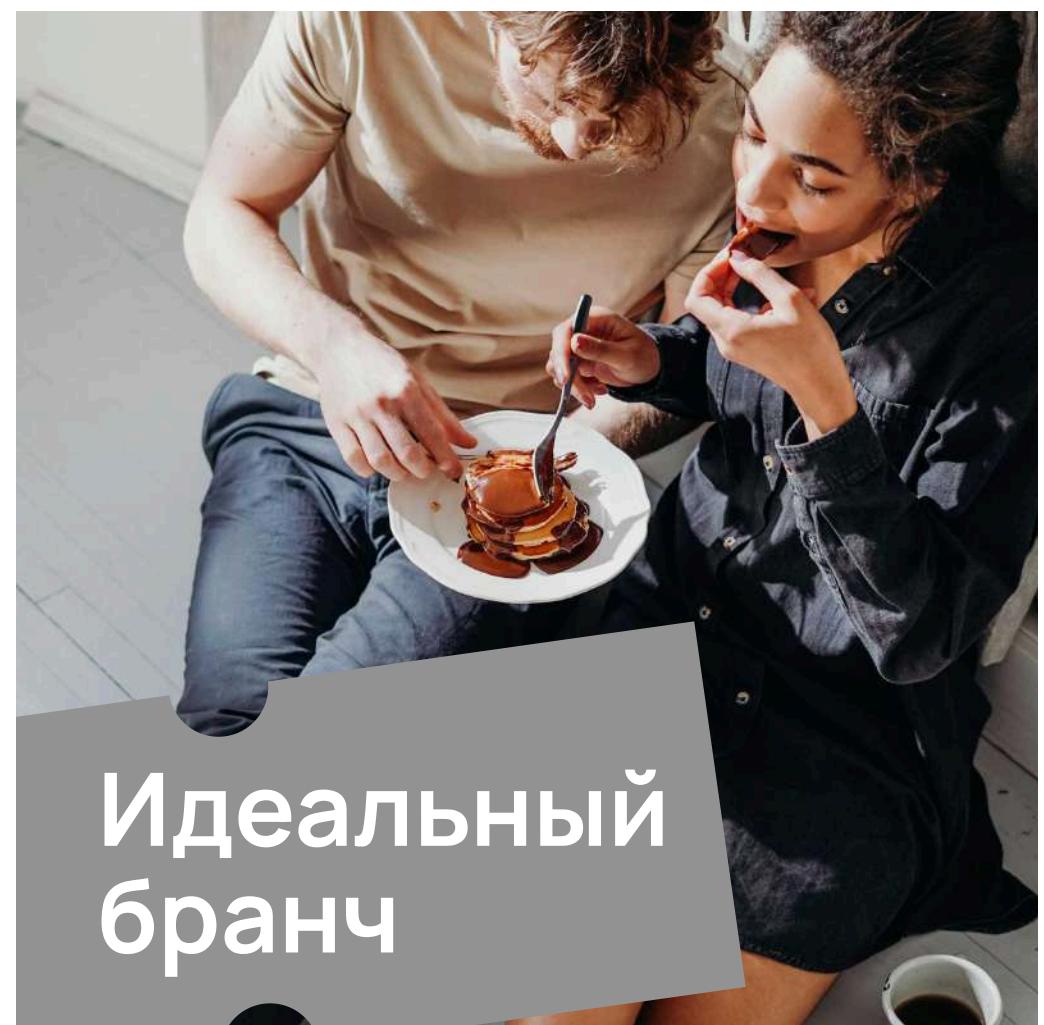
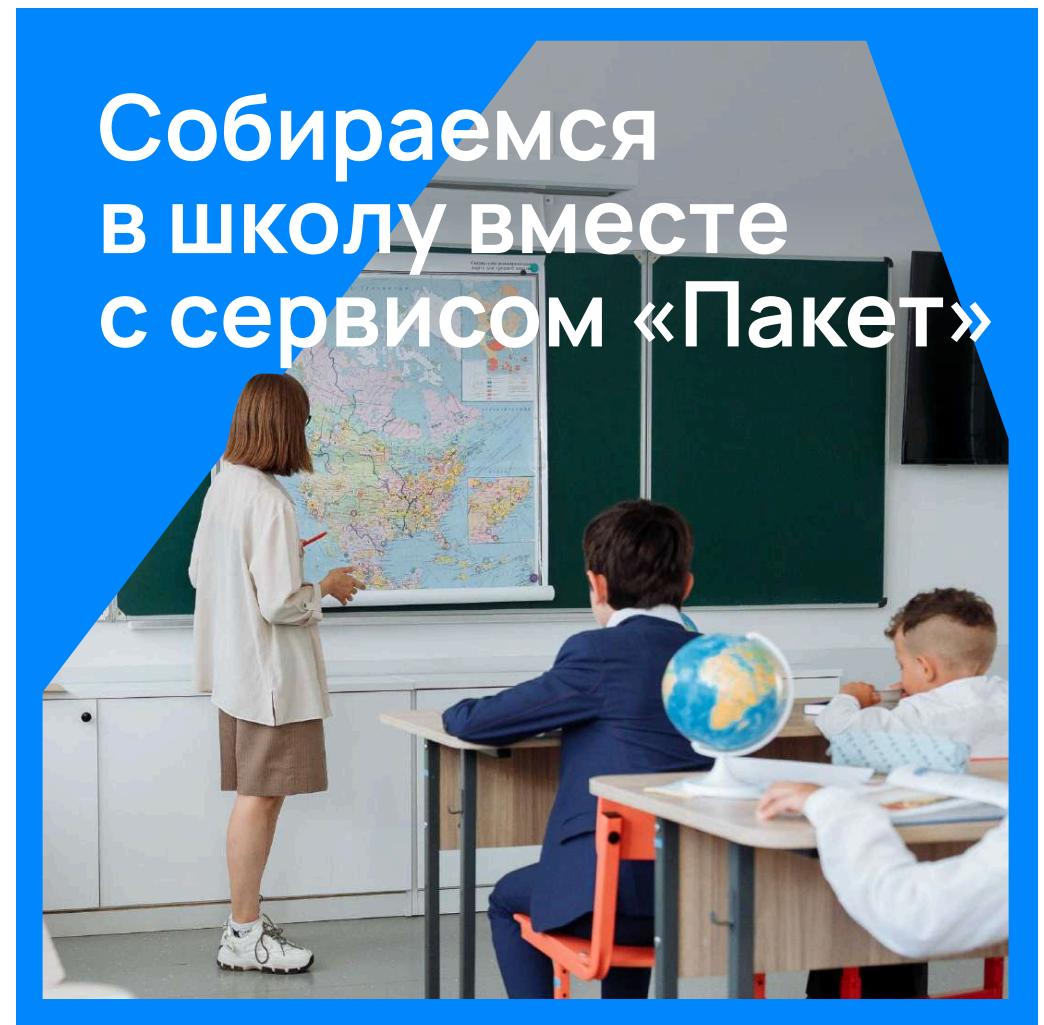


Фотостиль / Контейнер

Если обтравка фотографии невозможна или усложнит считывание информации с фотографии – используйте фирменный векторный луч как контейнер для фотографии. Это использование фотографии на макете является альтернативным и подойдёт для оформления соцсетей сервиса. Не используйте его на продуктовых и рекламных макетах.

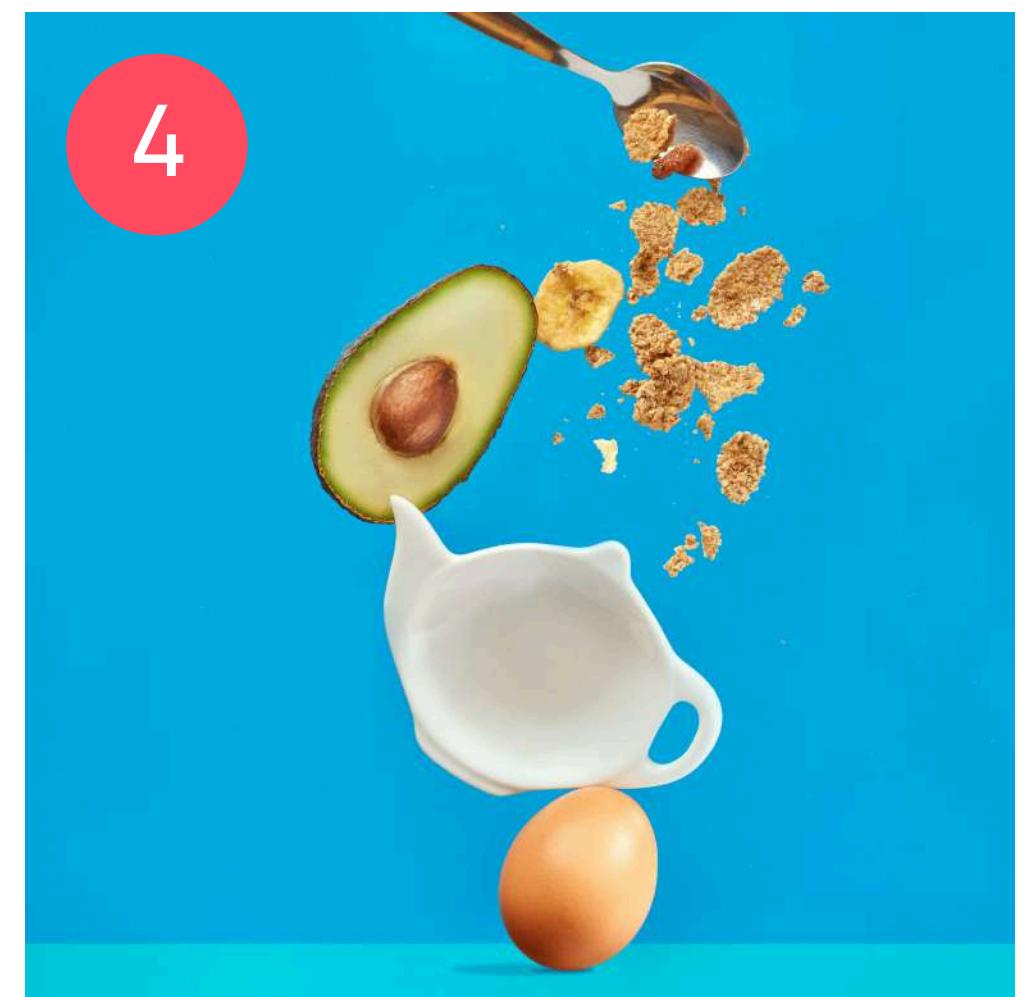
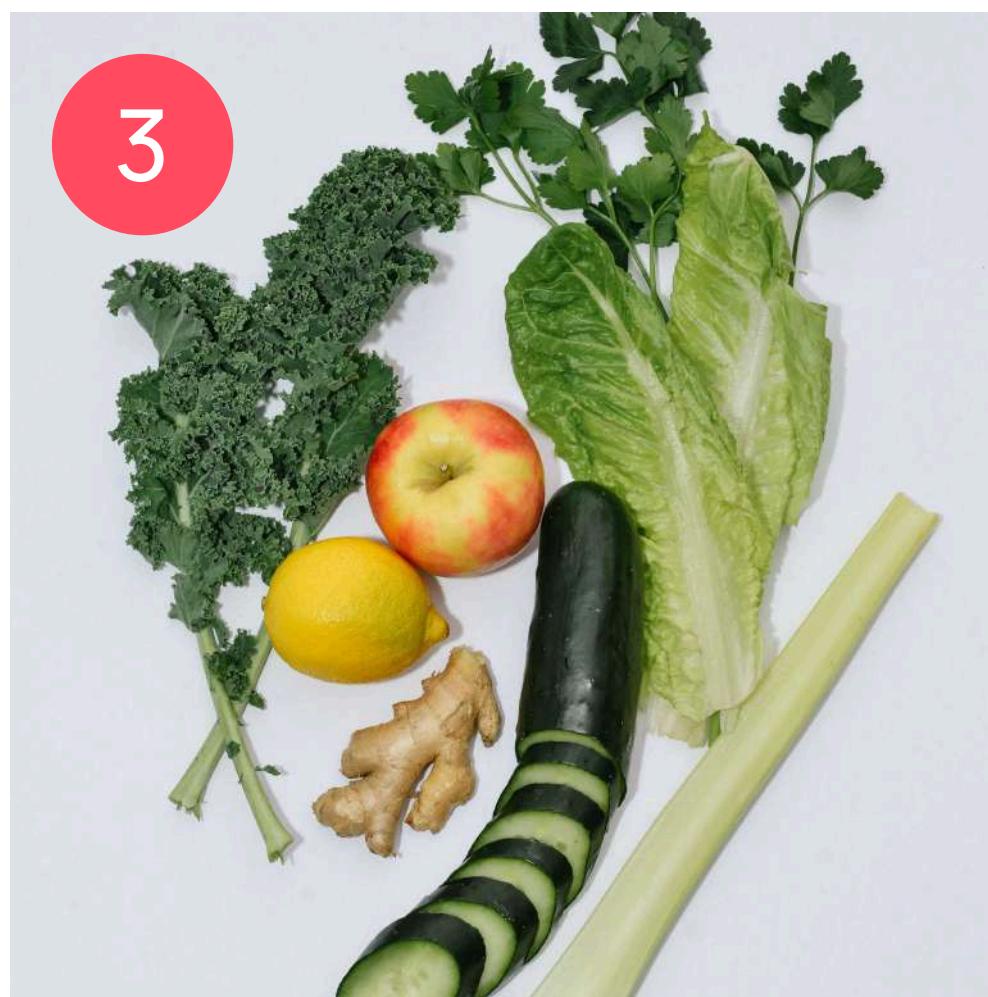
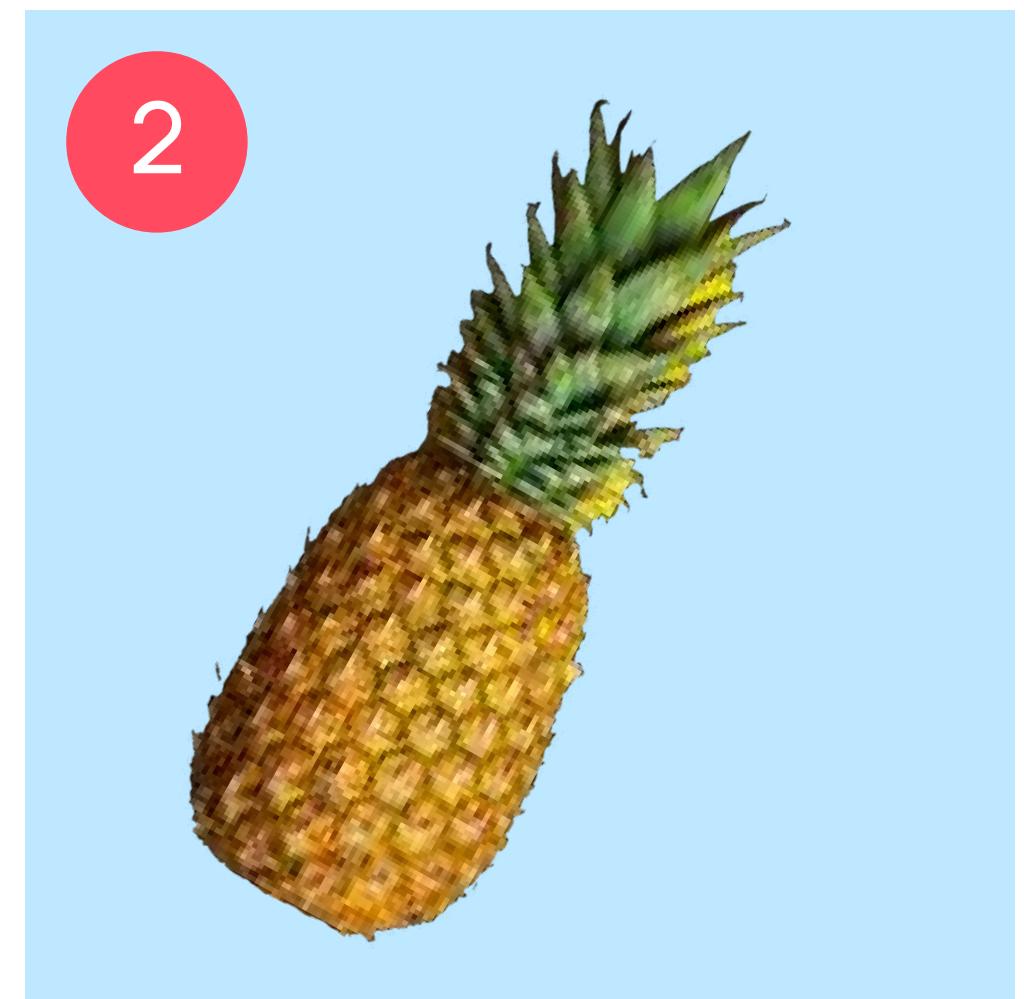
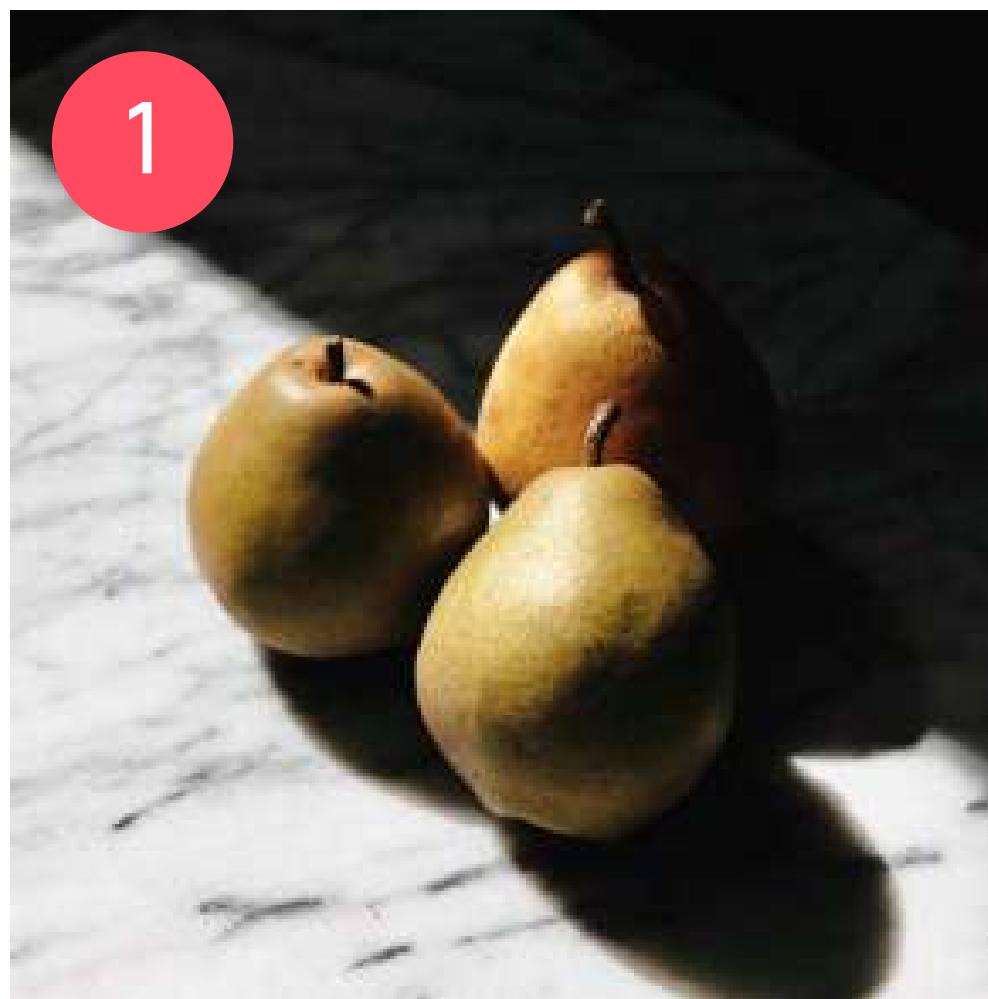
Макеты справа **не ограничивают** креативы, а являются лишь примерами использования контейнеров с фотоизображениями.

Фотографии на этом слайде были взяты с Unsplash для демонстрации и не являются частью фотобанка сервиса «Пакет». Для использования в креативах проверьте лицензии и условия использования или же выкупите на другом стоке.



Фотостиль / Ошибки

- 1 Использование фотографий в низком разрешении, с активными тенями или цветными рефлексами
- 2 Плохая обработка фотографий, артефакты после обтравки объекта
- 3 Использование сложных, многосоставных композиций
- 4 Составление композиций из неподходящих по смыслу, размеру, освещению фотографий



Фотографии на этом слайде были взяты с Unsplash для демонстрации и не являются частью фотобанка сервиса «Пакет». Для использования в креативах проверьте лицензии и условия использования или же выкупите на другом стоке.

3D-иллюстрации: стилистика

3D-иллюстрации / Стилистика

В макетах, на носителях и различных креативах допускается не только использование фотографий, но и стилизованных 3D-иллюстраций. Сюжеты могут быть разные, например, еда, напитки, объекты, аксессуары, медицина, диджитал. **3D-иллюстрации являются альтернативным фотографии приёмом и применяются в тех случаях, когда использование фотографии затруднительно.** Узнать больше об использовании 3D-иллюстраций и сценариях в фирменном стиле сервиса «Пакет» можно в разделе [«Подход к оформлению носителей»](#).

Стиль 3D-иллюстраций можно описать как переходный вариант между пластилиновой 3D-иллюстрацией и реалистичной 3D-иллюстрацией. Плавность и обтекаемость форм мы заимствуем у пластилина, разнообразие фактур и текстур – у реализма.

Вы можете воспользоваться уже готовыми иллюстрациями в 3D-библиотеке или же создать новые иллюстрации по нашим рекомендациям.

Данное решение было протестировано на целевой аудитории сервиса «Пакет» и других торговых единиц X5. Исследование подтвердило, что этот вариант является приоритетным.



Умножайте выгоду

Получайте 50% кешбэка на кофе и чай ежедневно с сервисом «Пакет»



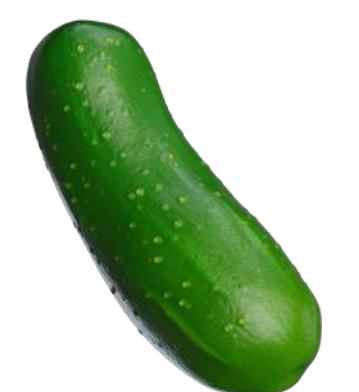
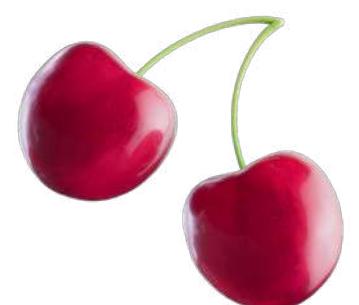
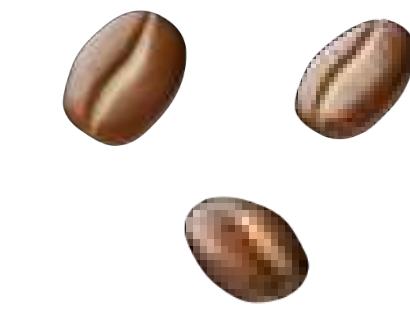


3D-библиотека

3D-библиотека / Часто покупаемые продукты

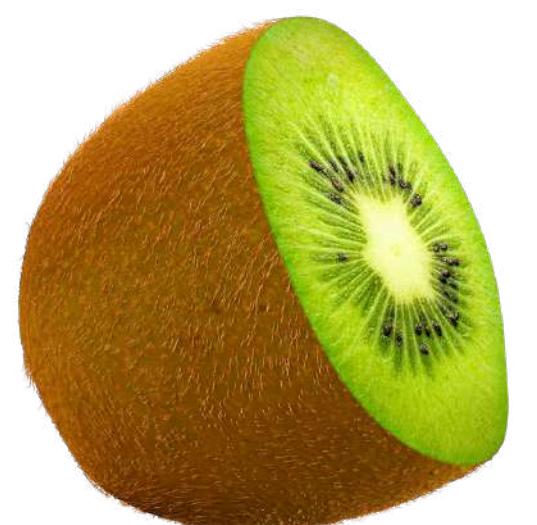
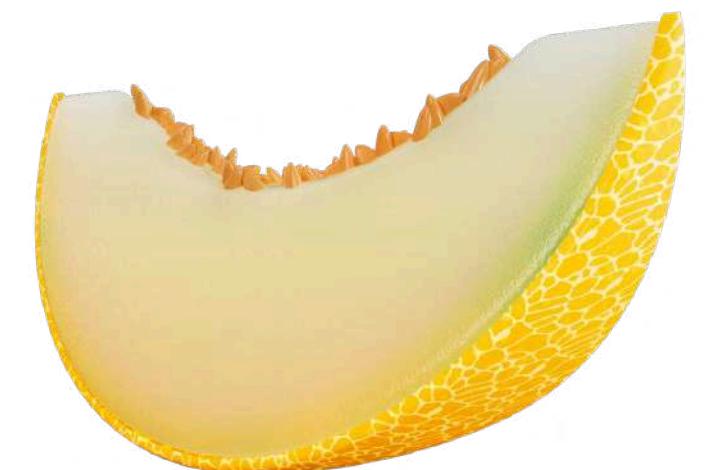
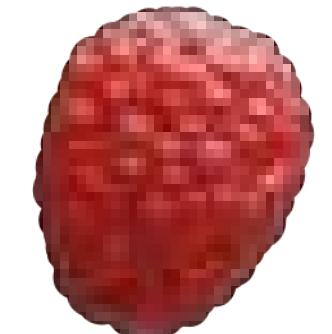
3D-иллюстрации внутри библиотеки элементов поделены на 3 группы: часто покупаемые продукты, сезонные и дорогие продукты, партнёрские продукты.

На этой странице представлена первая группа иллюстраций. Выбор продуктов для иллюстраций основан на статистике покупаемости продуктов среди жителей крупных городов России за 2023 год. Это продукты из категорий: «Овощи, фрукты, грибы», «Молоко, сыр, яйца», «Хлеб и выпечка», «Сладости и снеки».



3D-библиотека / Сезонные и дорогие продукты

На этой странице представлена группа иллюстраций с сезонными и дорогими продуктами. Чем больше и дороже покупки – тем больше кешбэка получает пользователь. Именно поэтому в библиотеке 3D-иллюстраций мы решили добавить различные дорогие экзотические фрукты, орехи, морепродукты и рыбу.



3D-библиотека / Правила создания

При создании новых 3D-иллюстраций ориентируйтесь на уже готовые изображения в библиотеке. Для соблюдения единой стилистики 3D-иллюстраций следуйте следующим принципам:

- 1 **Форма.** При создании объекта за основу берётся его реальная форма, упрощённая и сглаженная до более иллюстративного вида.
- 2 **Материал** близок к реалистичному, но без мелкой детализации – используются только отличительные особенности объекта. Для создания привлекательной иллюстрации используются яркие, насыщенные цвета. Окрас объекта всегда состоит из нескольких оттенков, используются переливы из одного оттенка в другой.
- 3 **Свет** стандартный студийный. Нет явно выраженных цветных источников света, тени мягкие.



3D-библиотека / Диджитал

На этой и следующих страницах представлены некоторые 3D-элементы для группы иллюстраций, связанных с партнёрскими продуктами и диджиталом.

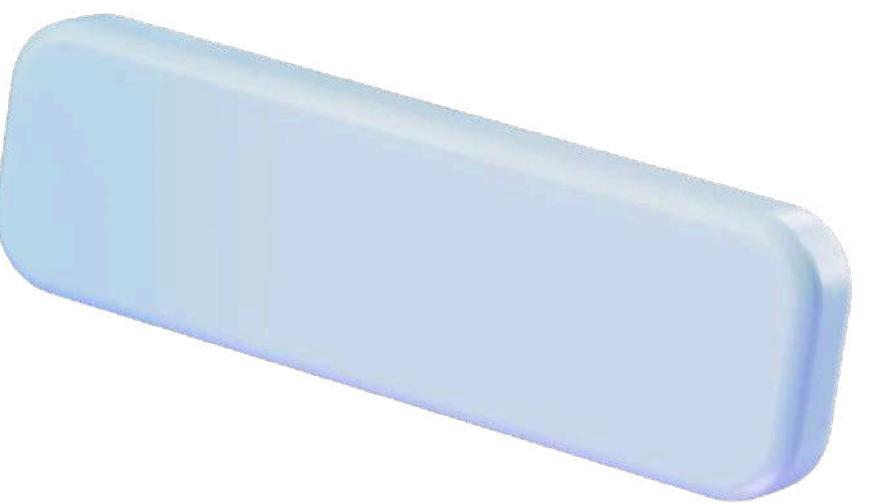
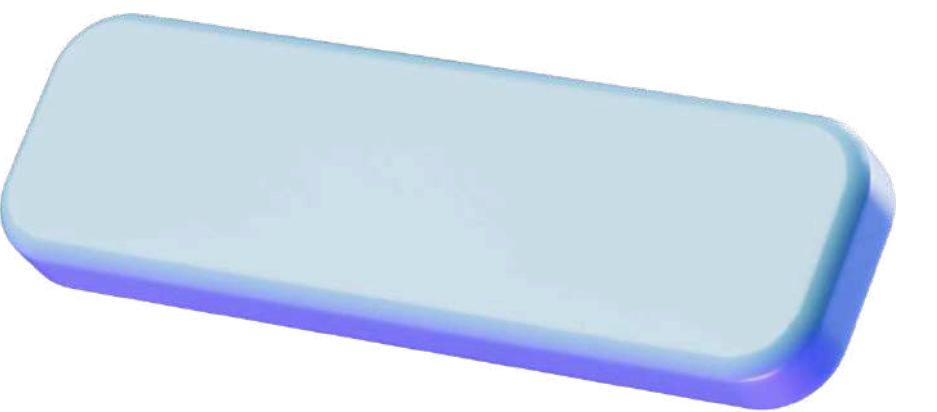
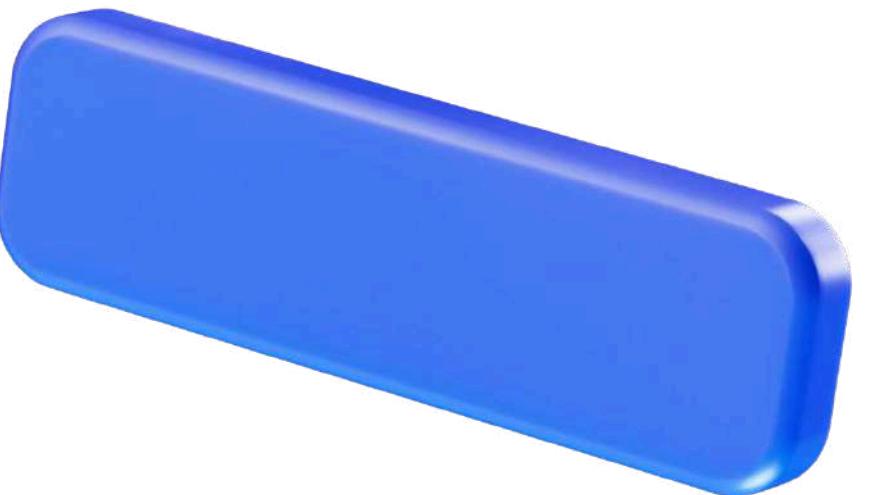
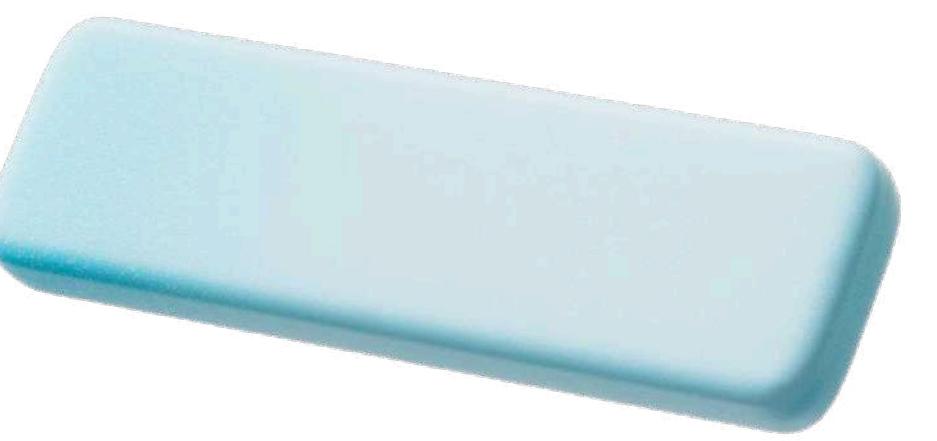
Сервис «Пакет» – это диджитальный продукт, в коммуникациях которого часто используются элементы сайтов и мобильных приложений. Для их демонстрации были разработаны мокапы с иллюстративным 3D-смартфоном и более реалистичным устройством.

Памятку по работе с мокапами можно посмотреть по ссылке ниже.



3D-библиотека / Кнопки

На этой странице представлены дополнительные 3D-элементы: кнопки и тогл. Используйте их внутри композиций с другими 3D-элементами – телефоном, ценниками. Текст на кнопки помещается по таким же принципам и правилам, как и текст на фирменные 3D-ценники.



3D-библиотека / Логотип Пакета

На этой странице представлены варианты оформления логотипа сервиса «Пакет» на 3D-плашке. Плашки выполнены в стилистике 3D-иллюстраций бренда, имеют округлые формы и немного пластилиновые текстуры. Плашки всегда имеют толщину, имеют несильное искажение и показаны в простых ракурсах.

При размещении с партнёром, логотип партнёра также размещается на плашке. В совместных композициях с наложением плашек друг на друга избегайте перекрытия элементов логотипа.

Допустимые варианты использования доступны только в 3D-библиотеке.



Подробнее о правилах размещения сервиса «Пакет» с партнёрами читайте в «Гайде для партнёров»

Цель 3D-библиотеки – создание универсальных и стилизованных элементов, которые могут использоваться обособленно и легко сочетаться друг с другом в различных композициях.

На этой странице представлены примеры композиций из 3D-иллюстраций и ценников. Остальные композиции представлены на странице Brand Assets.



В оформлении макетов, как самостоятельных, так и партнёрских, возможно использование заготовленных key-visual'ов.

В 3D-библиотеке представлено несколько нейтральных сюжетов для демонстрации выгод и механик подключения:

подключение сервиса «Пакет» с телефоном

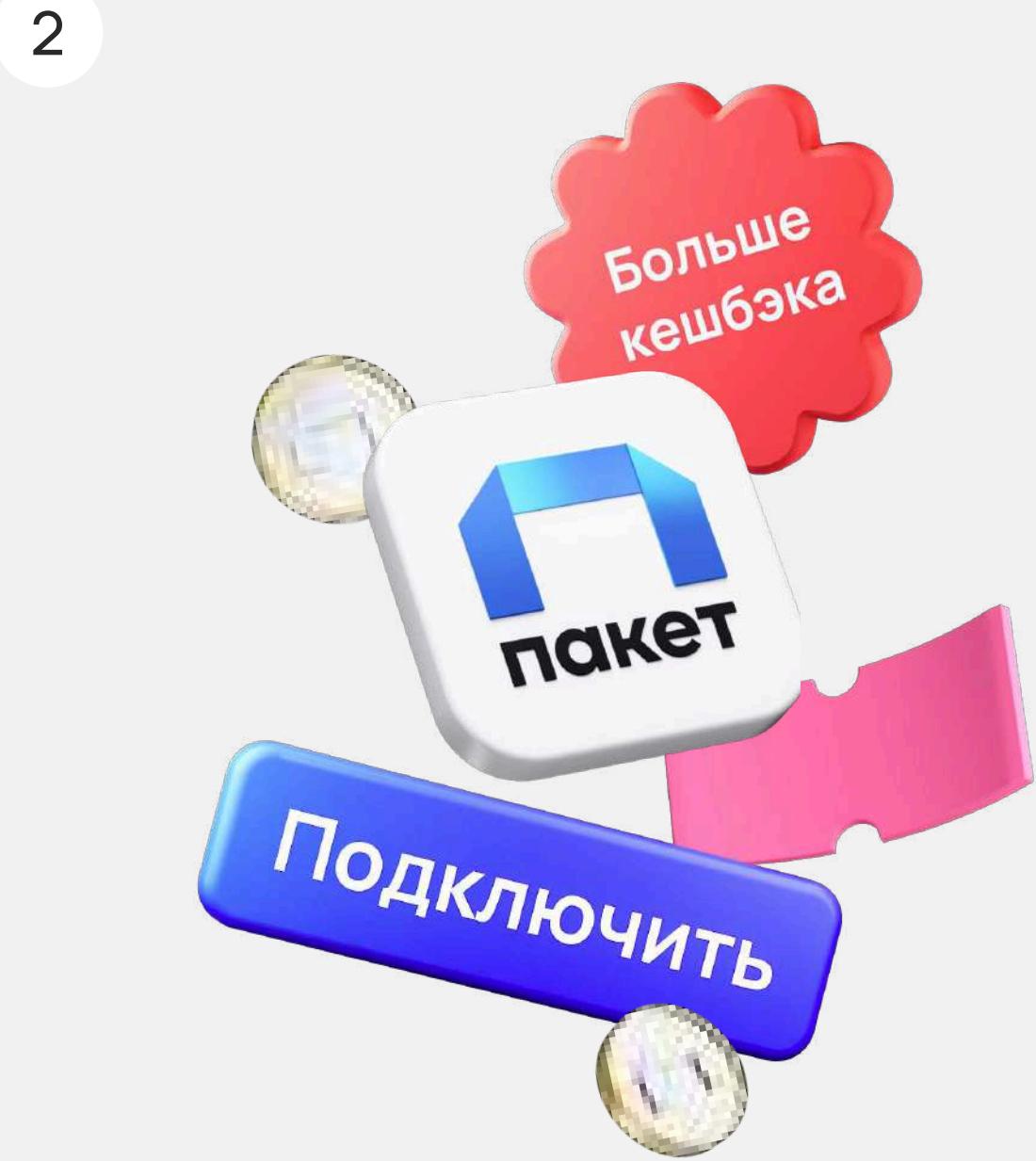
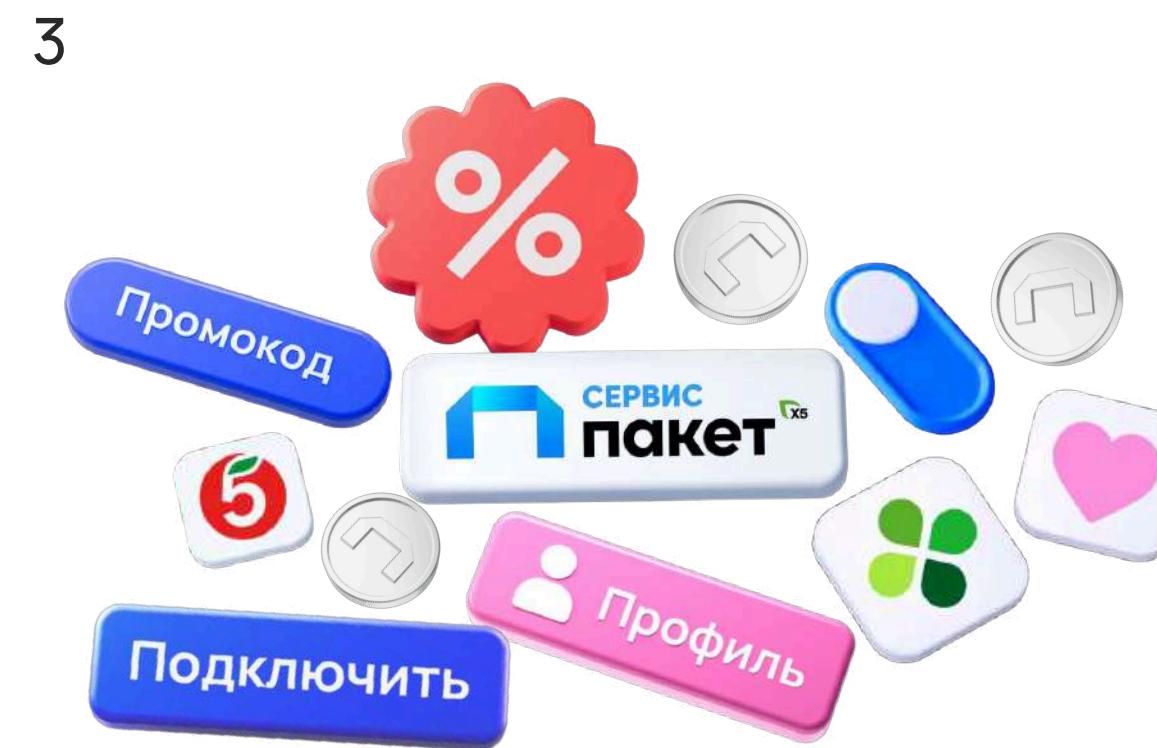
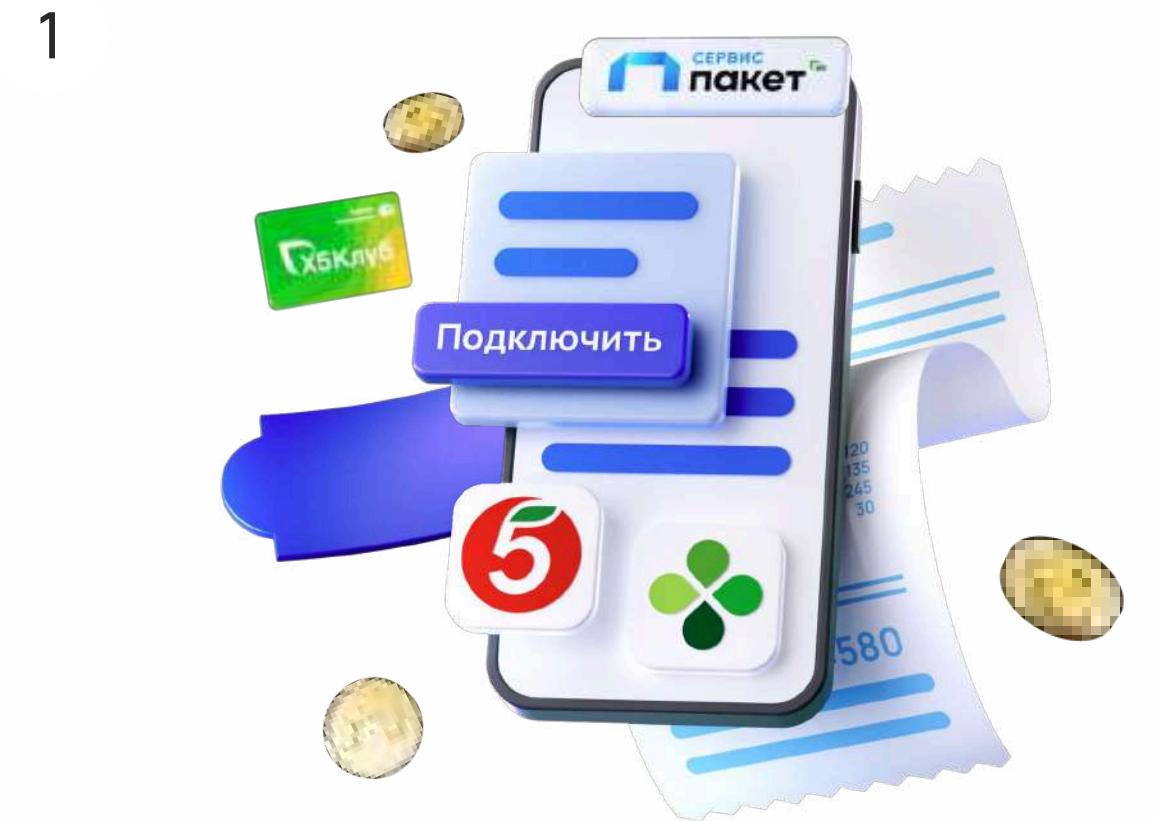
подключение сервиса «Пакет» с кнопкой

офферы сервиса «Пакет»

продукты

сервис «Пакет» на полке магазина

Допускается редактирование key-visual'ов. Например, корректировка цвета дополнительных элементов или незначительное изменение композиции.



3D-элементы и 3D-иллюстрации можно редактировать внутри Figma с помощью масок. Например, можно поместить различные продукты в заготовленную продуктовую корзину. Для этого продублируйте слой с корзиной и верхний слой поместите в маску, отделив переднюю часть корзины от задней. Между основным слоем на фоне и маской поместите различные продукты. Для создания объёма и глубины иллюстрации добавьте другие элементы — монетки, ценники — на передний или задний планы.

На объекты на заднем плане можно наложить эффект Blur для убедительности.

В дальнейшей работе можете использовать уже готовую маску с корзиной с этого слайда.

1



Нижний слой



Верхний слой

2



3



Основные продукты в корзине помещаются между нижним и верхним слоями корзины

Подход к оформлению носителей

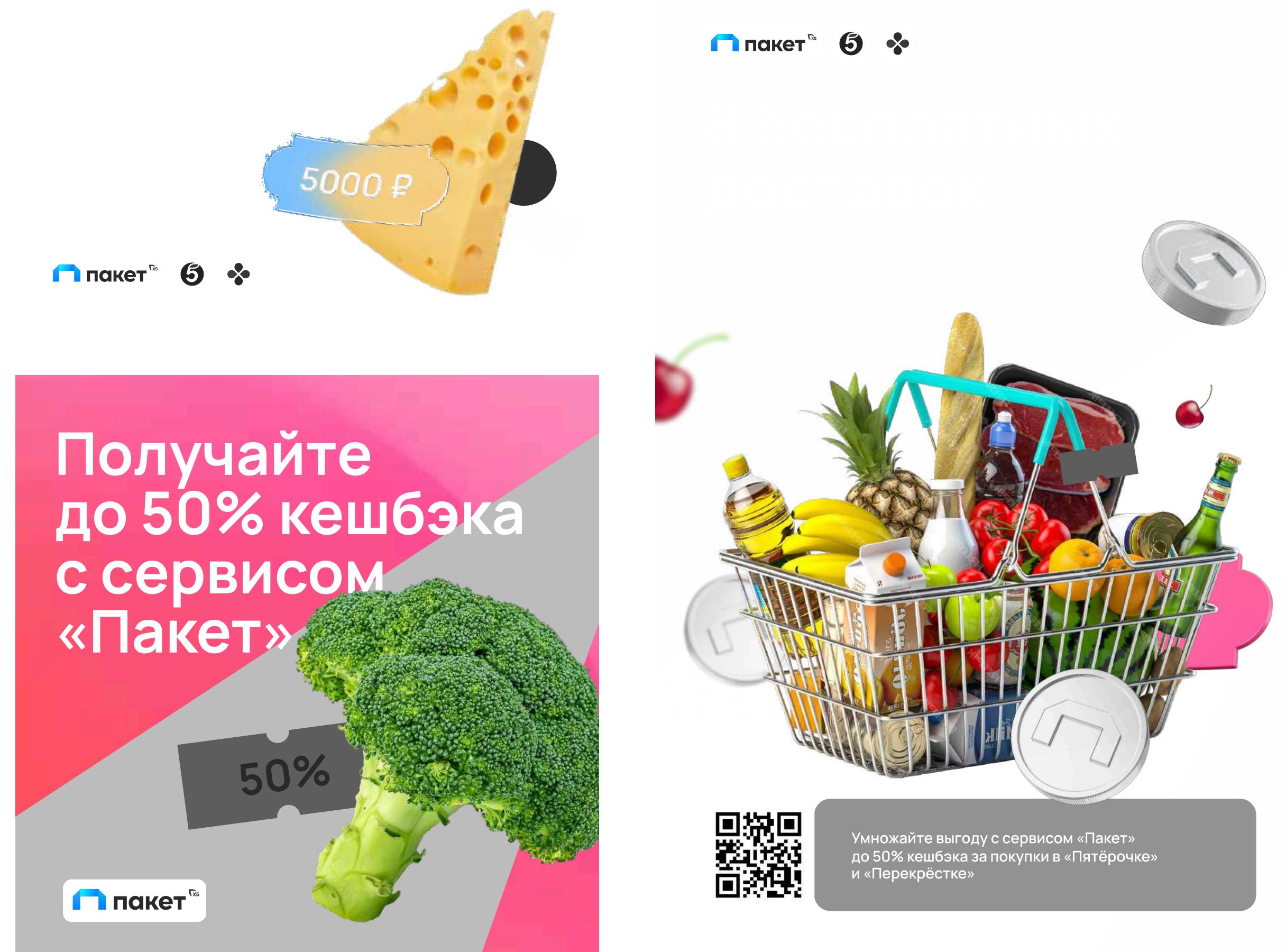
Чтобы воздействовать на потребителя, нужно учитывать особенность аудитории, на которую будет направлена коммуникация. Нашу аудиторию, в свою очередь, мы разделяем на две категории: «Новички», которые ещё не знакомы с сервисом, и «Продвинутые».



Подход к оформлению / Новичок

Новичков мы знакомим с сервисом «Пакет», объясняем, для каких задач он нужен и какой результат получит пользователь в конечном счёте. Поэтому во всех рекламных коммуникациях, которые завязаны на привлечении новых подписчиков и стимулировании роста продаж, мы используем реальные продукты, так как фотография более доступно доносит информацию о товаре, экономя время на додумывании смыслов.

Правила использования фотоматериала и его отбраковки описаны в разделе «Фотостиль».



Подход к оформлению / Продвинутый

В случае с «продвинутыми» подход немного другой. Они не нуждаются в представлении сервиса и уже владеют той информацией, без которой не обойтись. Поэтому во внутренних коммуникациях, сопровождающих интерфейсах и коммуникациях для подключённых пользователей допускается использование 3D-иллюстраций продуктов.



Умножайте выгоду

Получайте 50% кешбэка на кофе и чай ежедневно с сервисом «Пакет»



Дополнительные элементы: 2D и 3D

Дополнительные элементы / Описание

Для визуализации предметов, напрямую связанных с выгодой, кешбэком, используются фигурные плашки в виде стикеров-ценников.

Простые и узнаваемые формы ценников могут быть векторными плоскими или объемными 3D-элементами. Тут можно работать по правилу: фотографии показываем с векторными ценниками, а 3D – с объемными. Или комбинировать плоское с объемным, если это не усложняет считывание информации.

Также 3D-плашки могут быть прозрачными, на объекты на фоне в этом случае накладывается эффект Blur.

Фотографии на этом слайде были взяты с Unsplash для демонстрации и не являются частью фотобанка сервиса «Пакет». Для использования в креативах проверьте лицензии и условия использования или же выкупите на другом стоке.

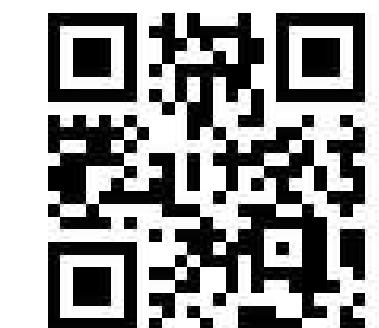
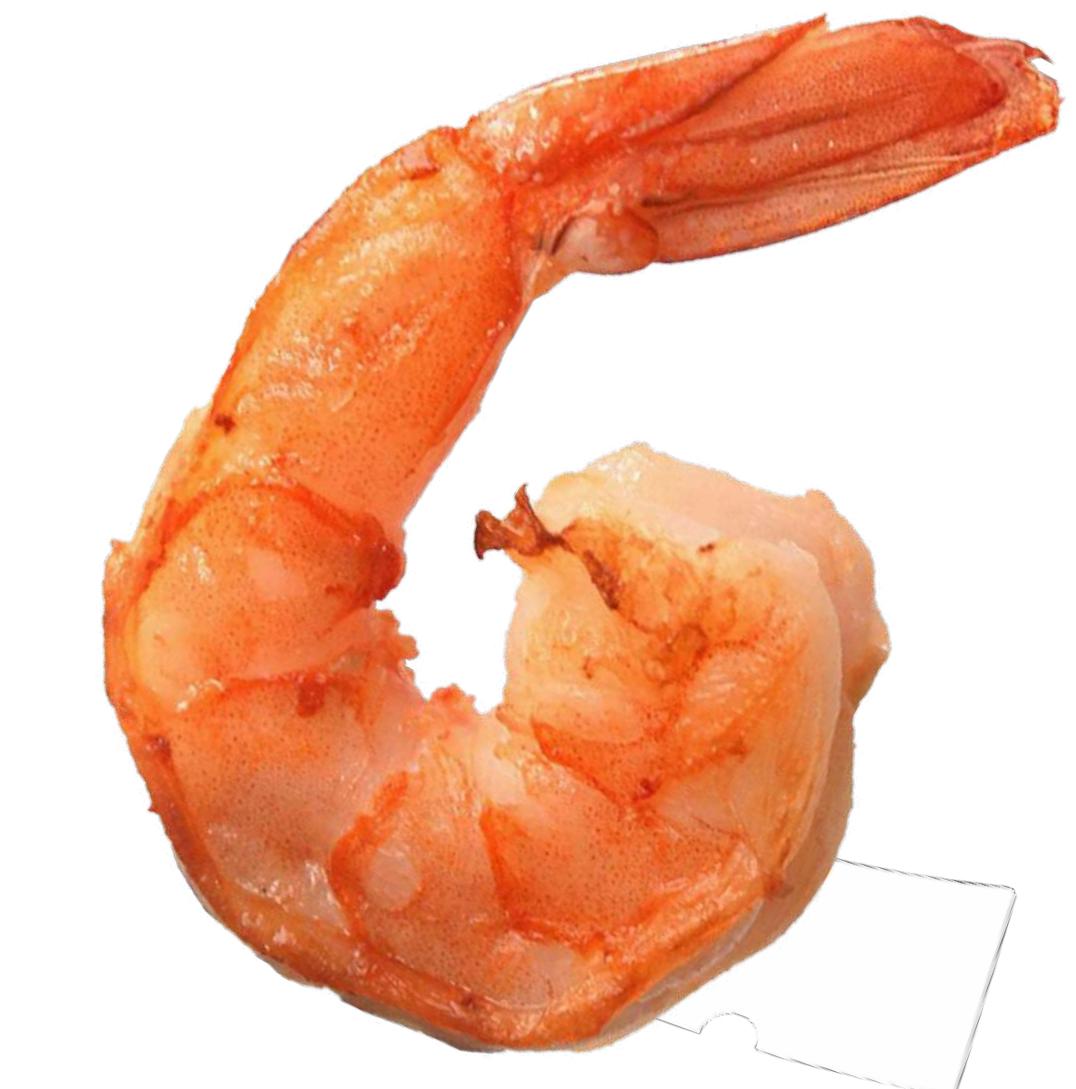


Получайте
до 50% кешбэка
с сервисом
«Пакет»



8 бесплатных
доставок

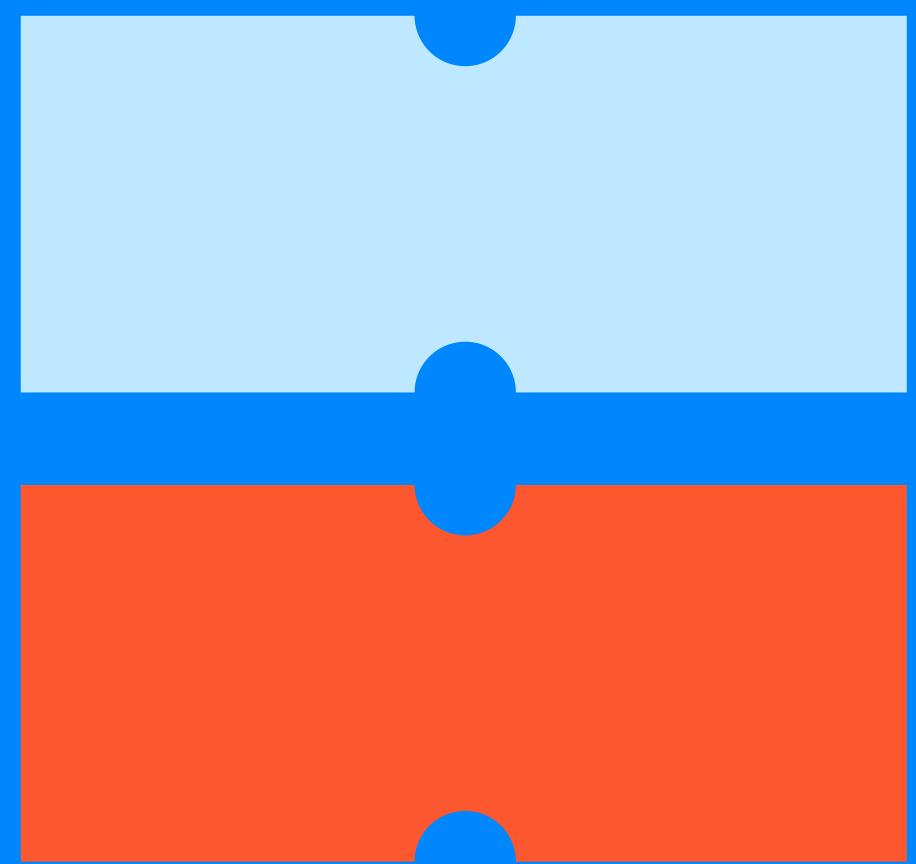
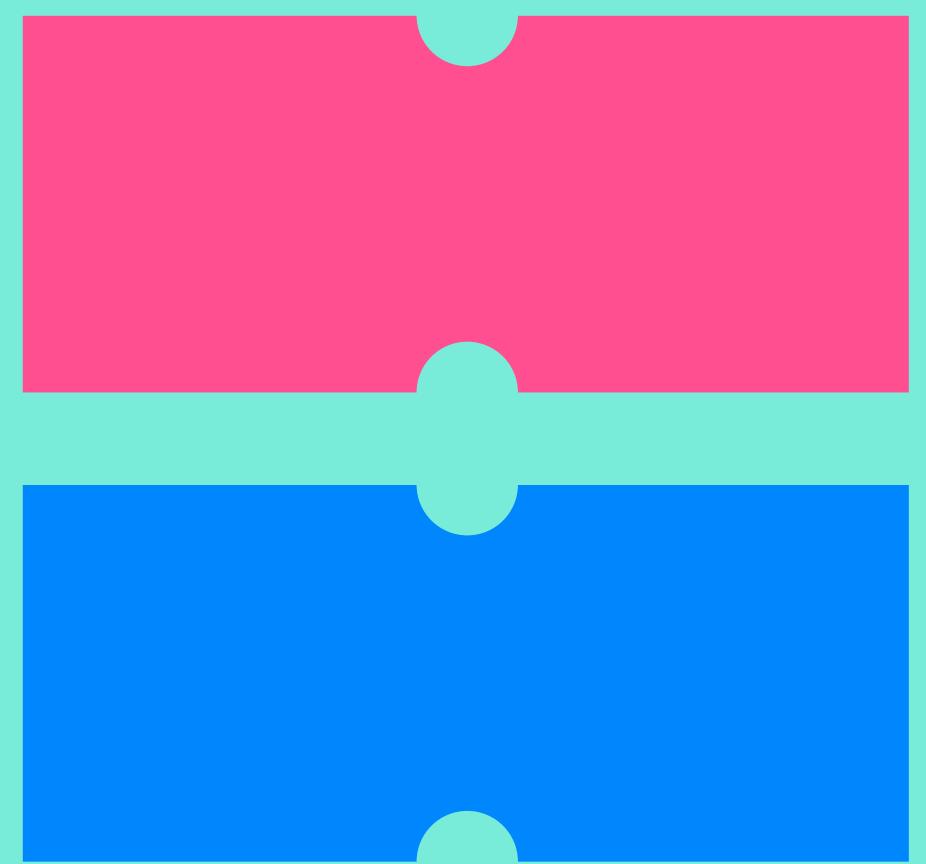
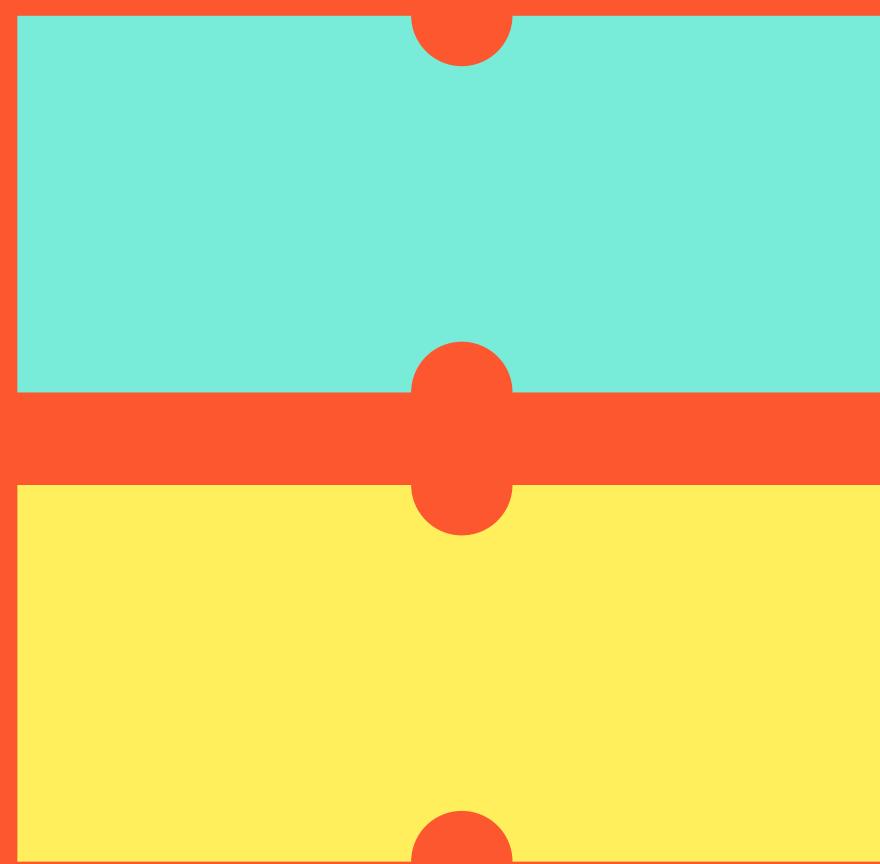
С сервисом «Пакет»
в «Пятёрочке»
и «Перекрёстке»



Получайте
до 50% кешбэка
с сервисом
«Пакет»

Дополнительные элементы / Цветовое решение

Цветовое решение зависит от изображения, в котором элемент используется: ценник всегда должен выделяться на фоне и быть контрастен преобладающему цвету макета.

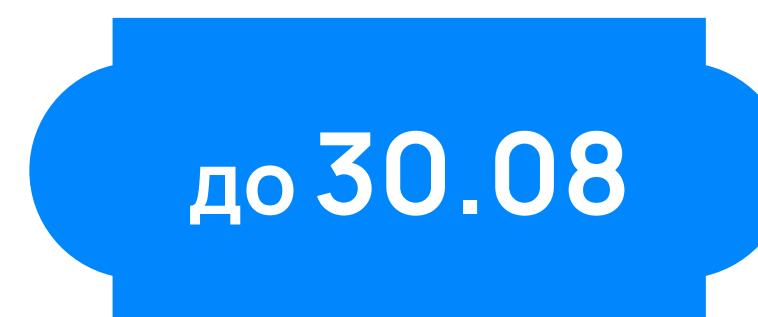


Дополнительные элементы / 2D

На этой странице представлены основные формы этикеток и ценников. На ценниках могут размещаться сроки акций, количество кешбэка, проценты, промокоды.

Цвет текста на элементе может быть либо чёрным #1A2129, либо белым #FFFFFF. Цветовые комбинации текста с цветомсмотрите на странице «Типографика / Цветовое решение».

Для текста внутри ценника используется фирменный шрифт Manrope в начертании Bold. Размер шрифта может варьироваться в зависимости от количества текста – сохраняйте достаточно пустого пространства внутри формы. В ценниках, где числовое значение используется с предлогом, размер шрифта, которым набирается предлог, должен быть уменьшен: если кегль даты равен x, то кегль предлога – 0,7x.



3D-ценники представлены в виде заготовленных форм без текста, которые можно найти на странице Brand assets, или перейти по ссылке, нажав на кнопку снизу. С помощью этого элемента в 3D и 2D можно создать множество различных комбинаций как по цвету, так и по форме.

Для оформления 3D-ценников используются цвета дополнительной палитры.

Ценники размещаются поверх фотографии или 3D-иллюстрации на макетах и носителях.

Если в макете используются два стикера или больше, выбирайте для них разные формы из представленных.

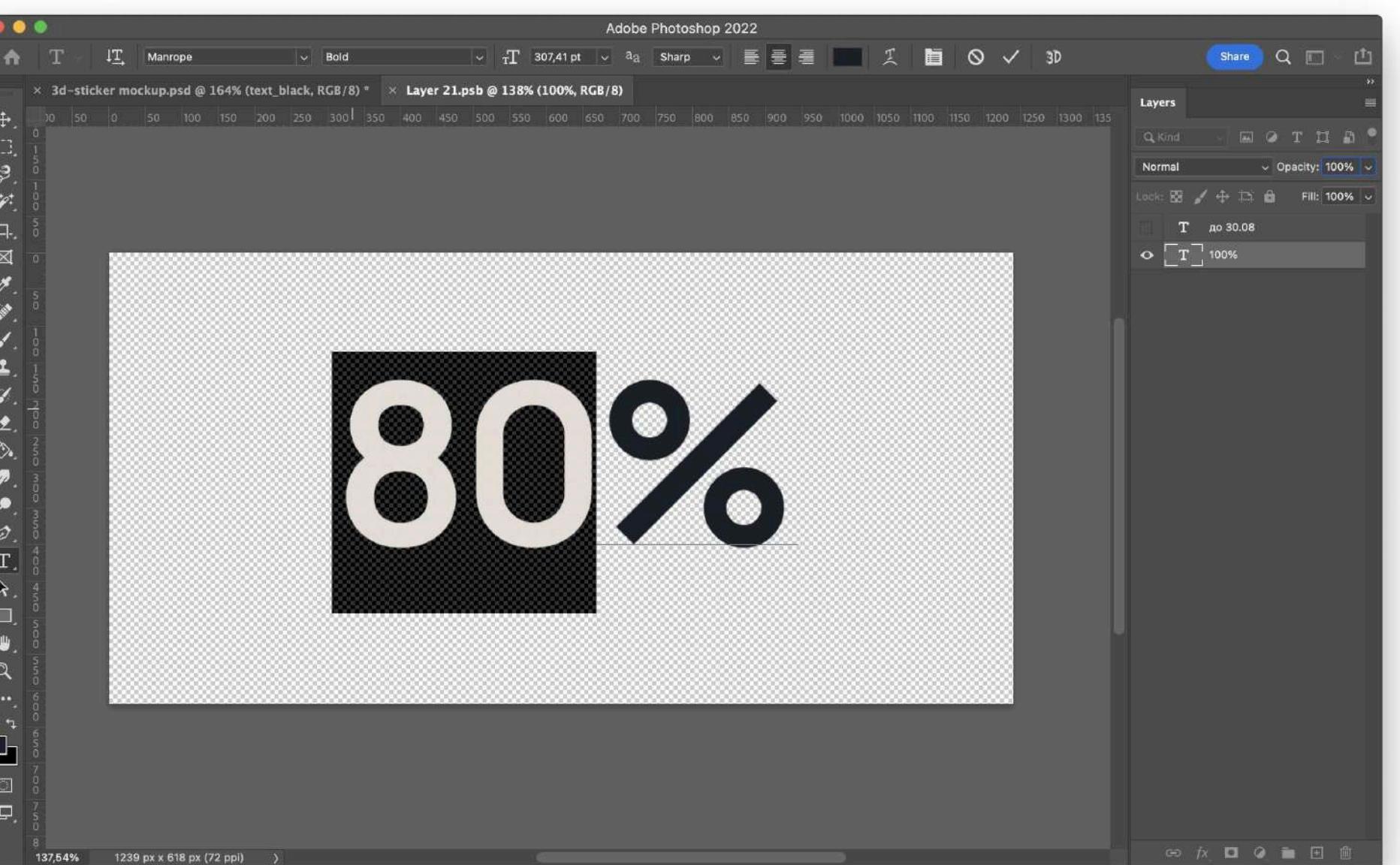
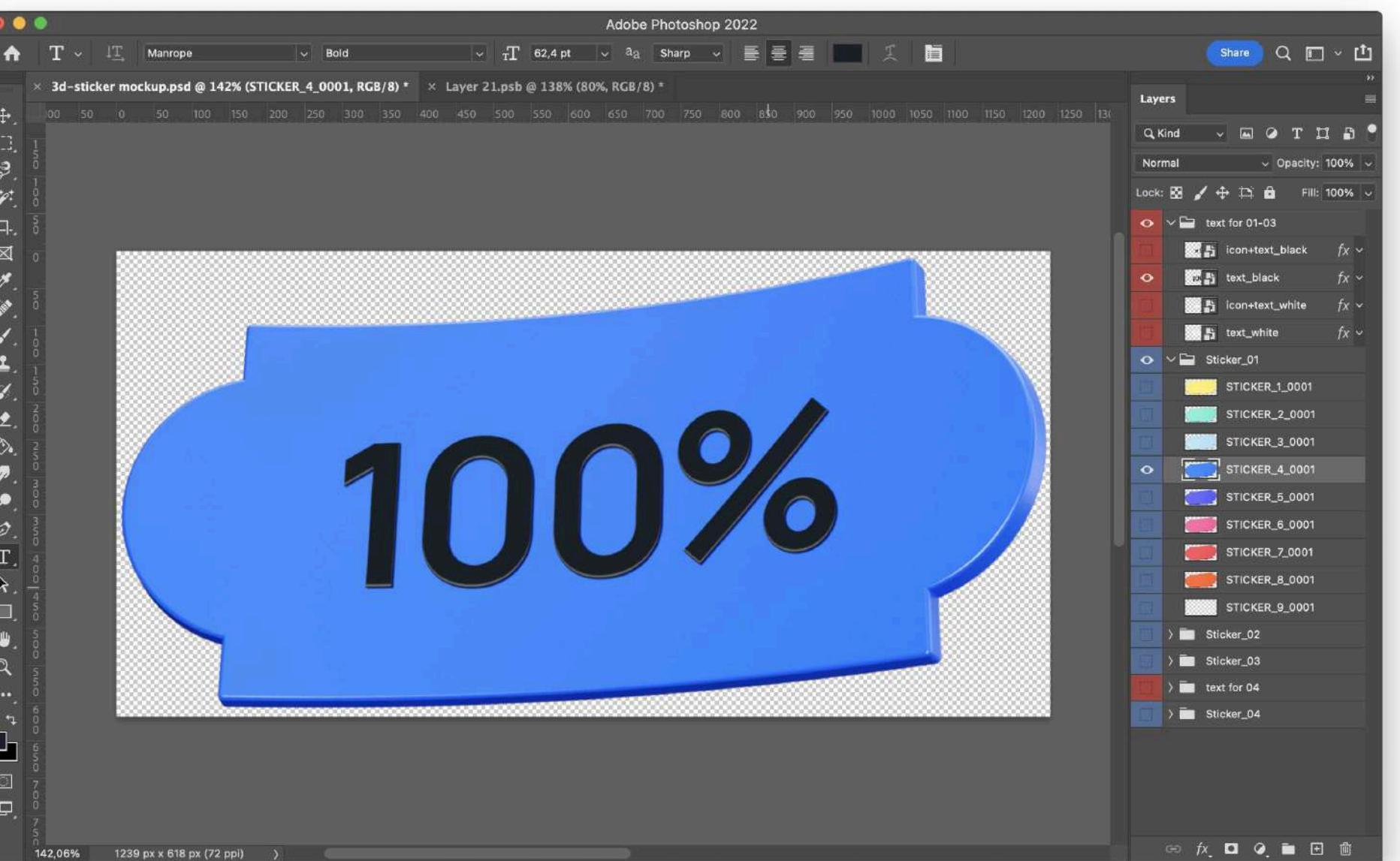
Прозрачные ценники используются на макете с эффектом Background Blur для размытия элементов, находящихся под этим ценником.



Дополнительные элементы / 3D

Для добавления и редактирования текста на 3D-ценниках с сохранением всех эффектов, перспективы и ракурса используйте собранный мокап в Adobe Photoshop.

- 1 В окне **Layers** выберите ценник нужных формы и цвета
- 2 Включите слой с нужным стилем текста – белый или чёрный, с иконкой Апельсинки или без неё
- 3 Кликните дважды на смарт-слой с текстом и в новом окне наберите нужный текст
- 4 Сохраните изменения, нажав **cmd/ctrl + S**, и вернитесь во вкладку с исходным файлом
- 4 Экспортируйте файл в нужном формате



Для оформления текста на 3D-ценнике в Figma воспользуйтесь плагином **Wrap It**. Для убедительности и ощущения объема задайте тексту изгиб и разворот 3D-ценника с помощью плагина.

Наберите нужный текст и переведите его в кривые

Разместите текст на ценнике, запустите плагин **Wrap It** и начните деформировать текст

Работайте аккуратно – после каждой корректировки применяйте эффект в окне плагина, чтобы проверить степень изгиба текста сразу на ценнике

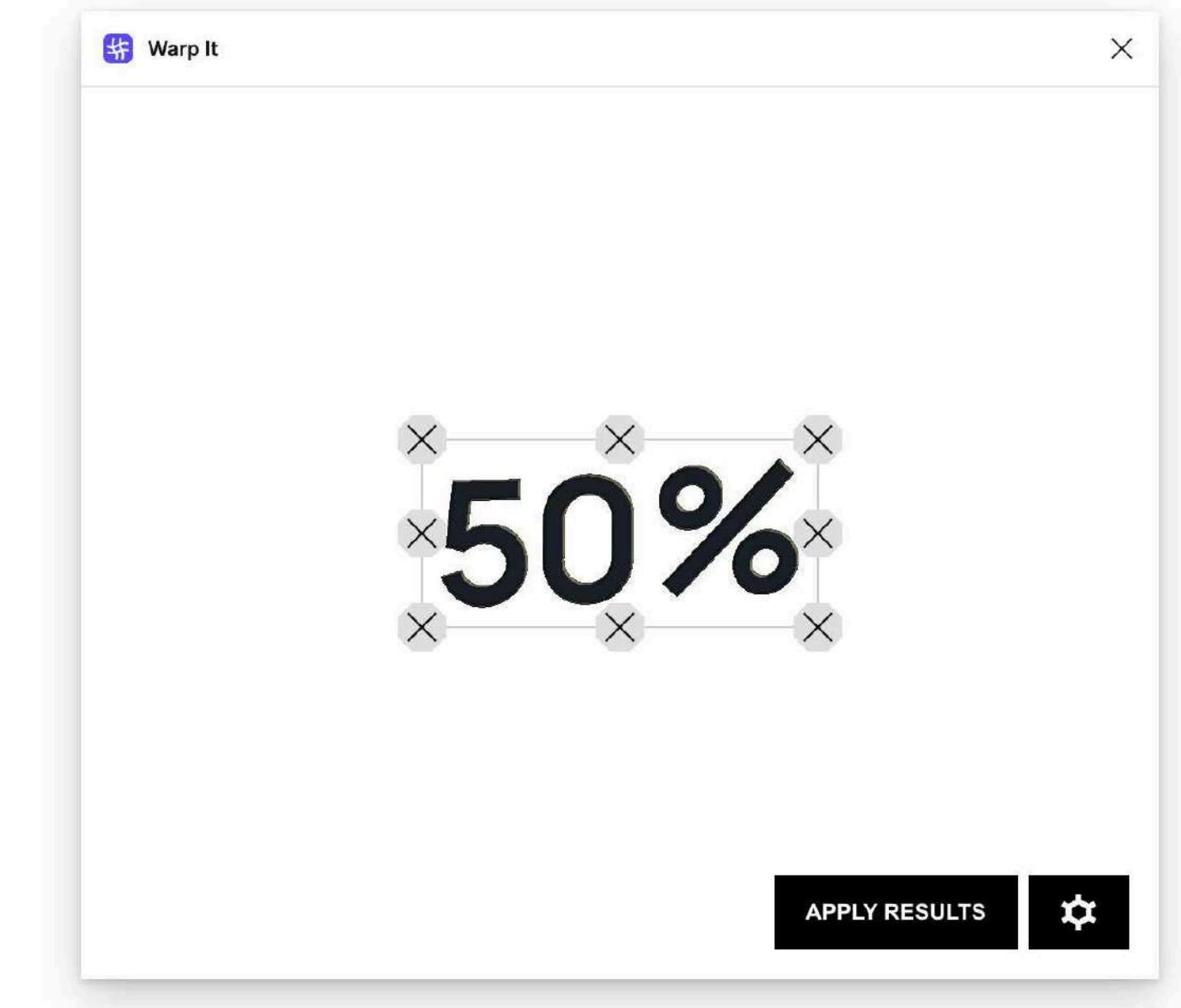
Наложите на текст следующие эффекты:

Drop shadow (x: 0, y: 0.6, blur: 0, spread: 0, #000000, 100%)

Inner shadow (x: 0, y: 0.6, blur: 2.44, spread: 0, #000000, 100%)

Inner shadow (x: 0, y: 0, blur: 2.44, spread: 0, #000000, 80%)

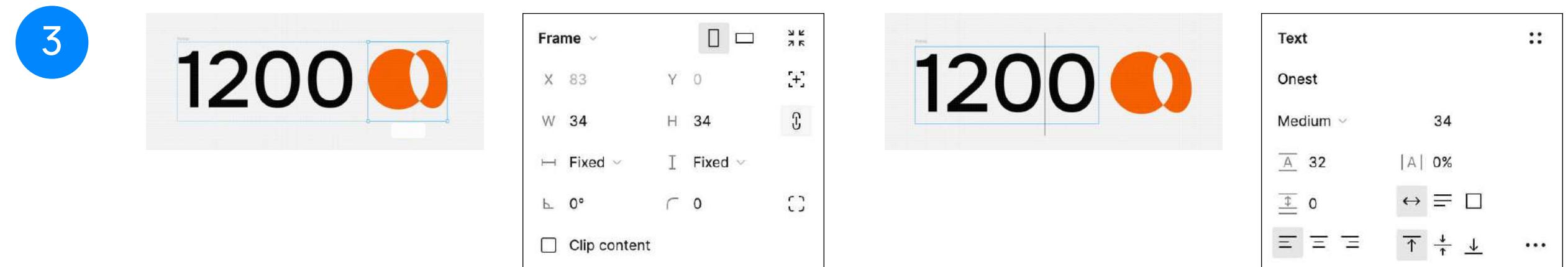
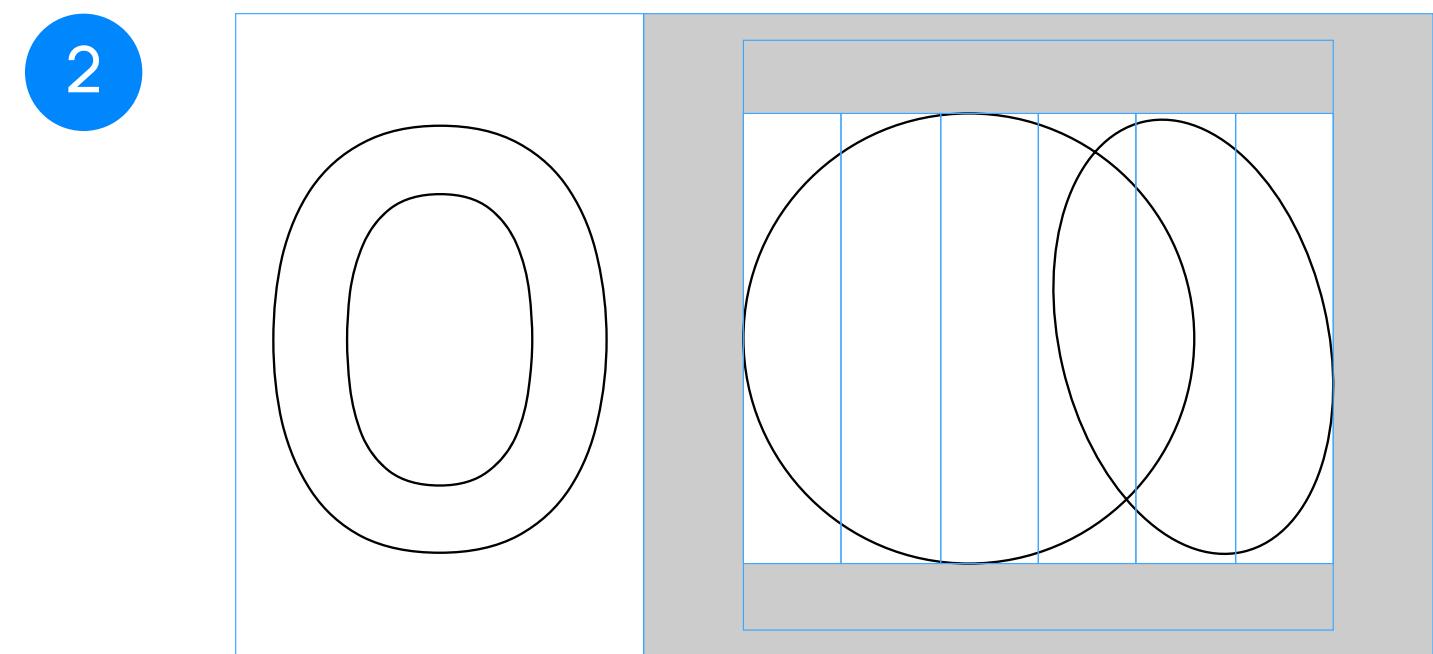
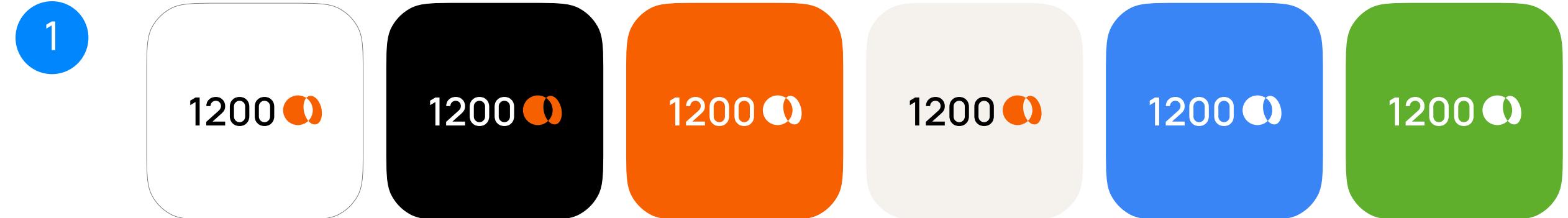
Inner shadow (x: -0.61, y: 1.22, blur: 0.61, spread: 0, светлые цвета из доп. палитры в зависимости от цвета ценника, 100%)



Дополнительные элементы / Использование Апельсинок

На этой странице описаны некоторые правила для работы с Апельсинками. Прочитать весь брендбук Апельсина можно перейдя по ссылке ниже.

- 1 Для покраса Апельсинок используются либо фирменный оранжевый цвет Апельсина #F76100, либо белый #FFFFFF. Для покраса чисел, обозначающих количество Апельсинок, используется черный для оранжевых Апельсинок и белый – для белых.
- 2 За основу охранного поля Апельсинок взят модуль, равный одной шестой высоты знака по горизонтали (оси x). В этой зоне не рекомендуется размещать какие-либо элементы.
- 3 Размер Апельсинки по горизонтали должен соответствовать кеглю шрифта рядом с ним. Минимальный размер знака составляет 12px.

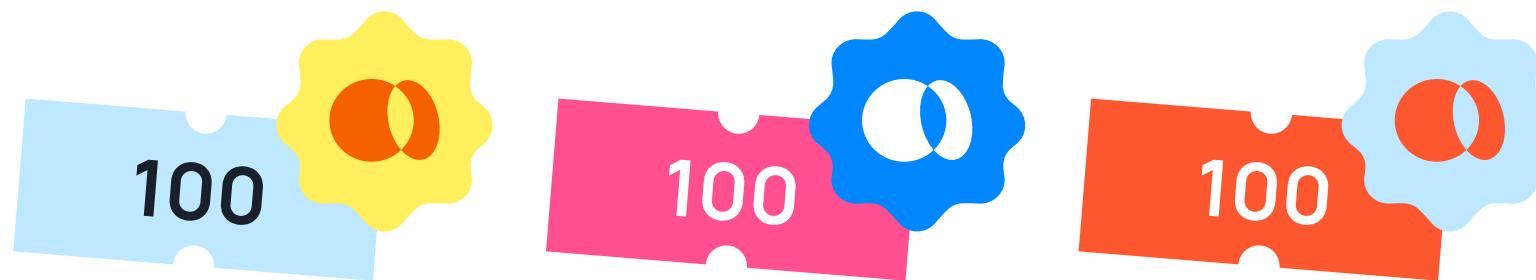


Дополнительные элементы / Визуализация кешбэка

Для дополнительной визуализации валюты Апельсинки можно использовать как формы из «Библиотеки элементов», так и альтернативные варианты, представленные на этой странице.

Специально для взаимодействия с Апельсином и иллюстрирования кешбэка была разработана новая форма наклейки-ценника в виде скругленного восьмиугольника. Новый ценник может как взаимодействовать с элементами из уже готовой «Библиотеки элементов», так и быть самостоятельным элементом.

Новые элементы используются в креативах для визуализации использования валюты и постов, где есть конкретный оффер на увеличение кешбэка.





Паттерны

Паттерны / Описание

Фирменные паттерны собираются из векторных элементов – ценников. Внутри одного паттерна используйте только одну форму ценника.

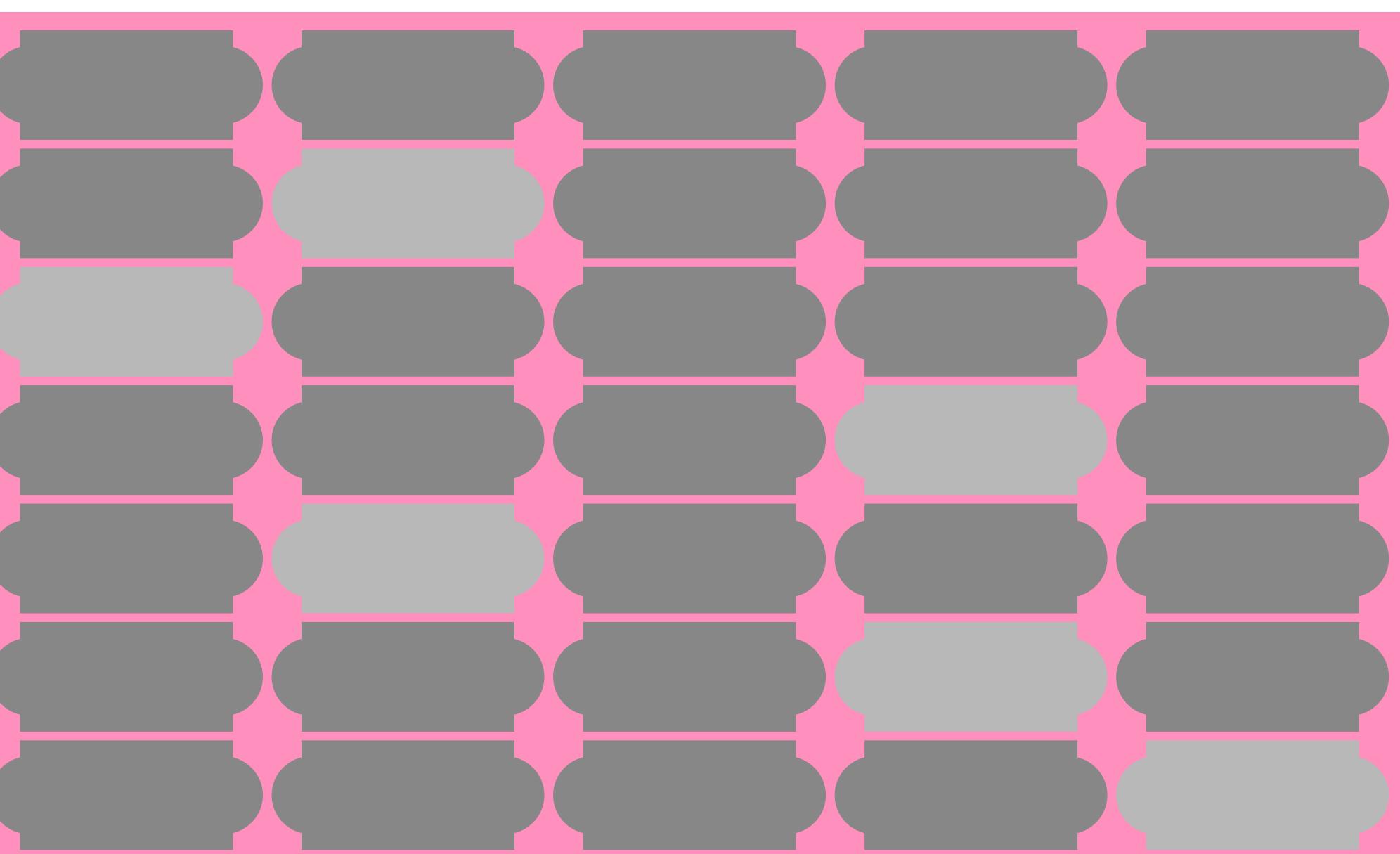
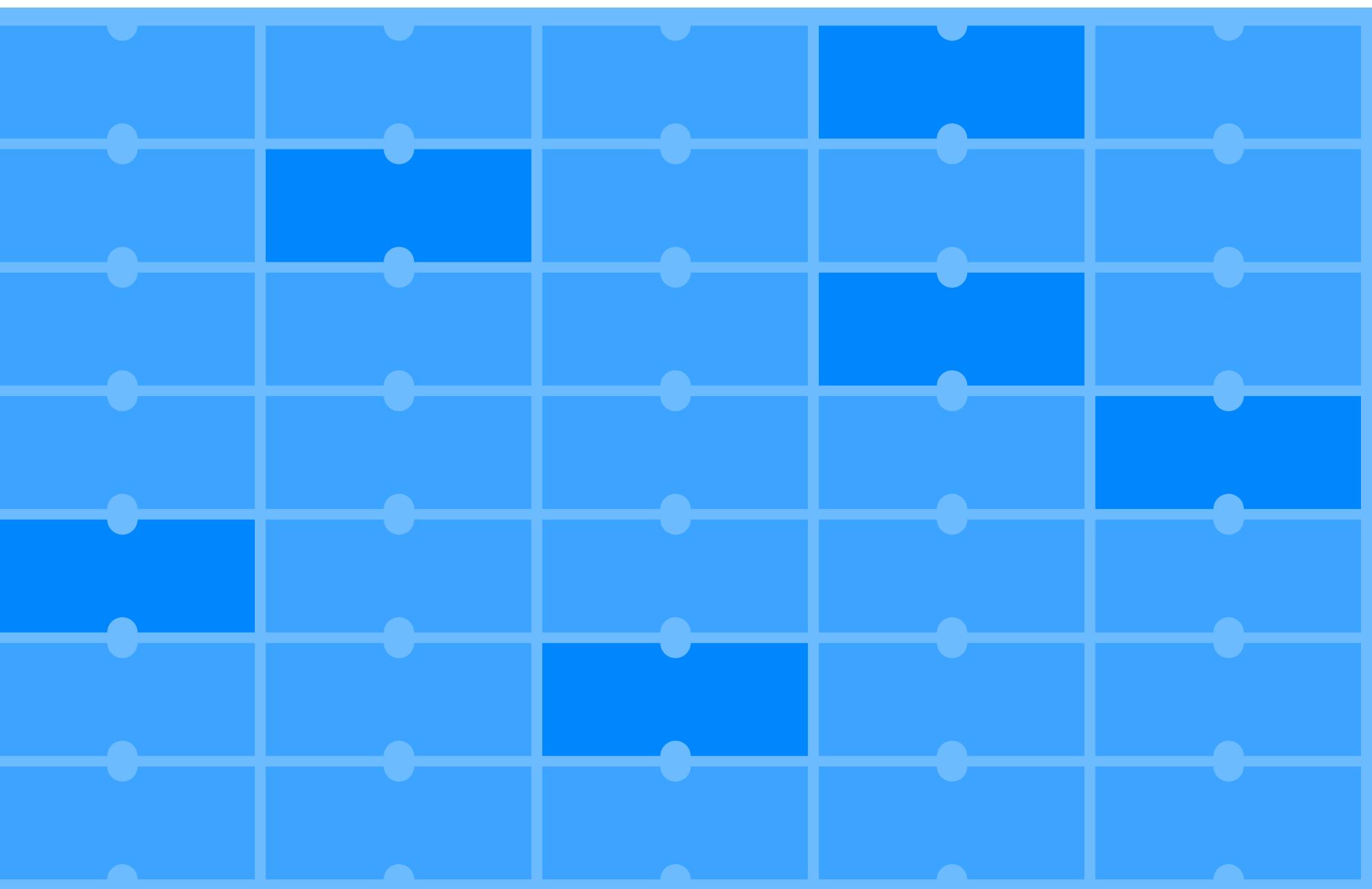
Цветовое решение паттерна зависит от его использования на макете или носителе. Используйте оттенки одного цвета из дополнительной палитры для создания спокойного фонового паттерна или же контрастные друг другу цвета фона и ценников для акцентного и яркого паттерна.

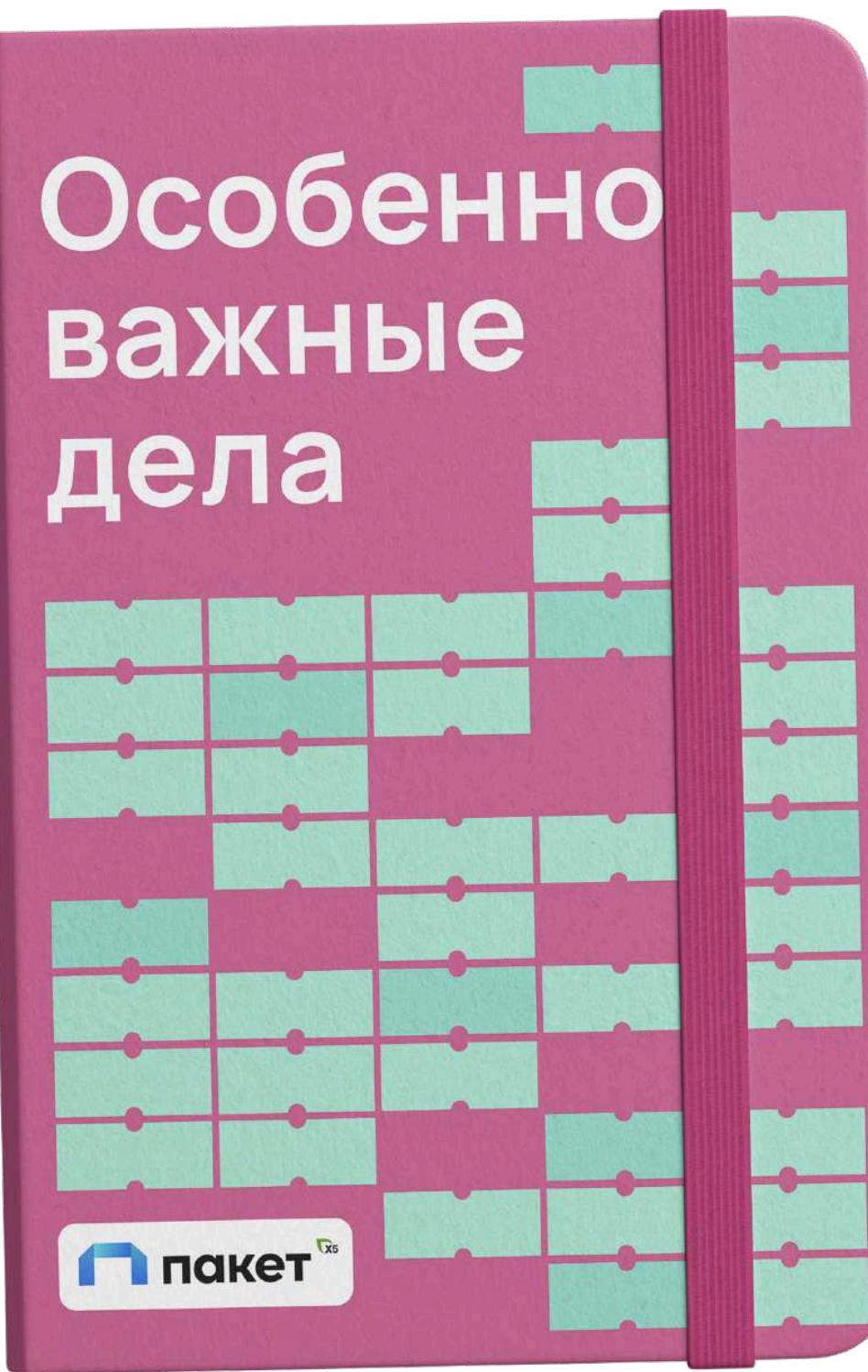
Больше про цветовое решение
читайте в разделе «Палитра».



Для паттернов допустимы наклоны
в 30 и 45 градусов.

Сохраняйте небольшое расстояние между
элементами паттерна, чтобы сохранить
их узнаваемость.





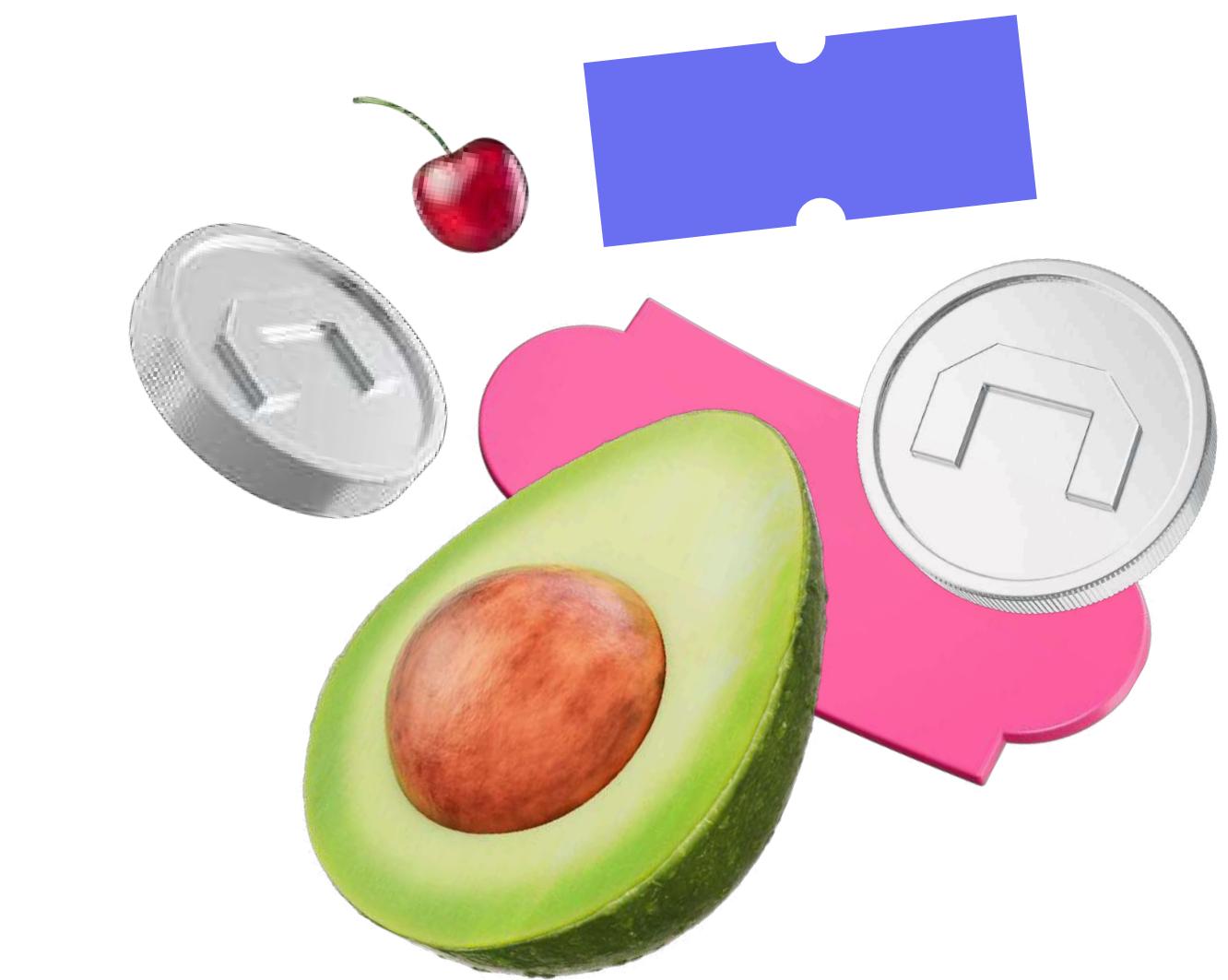
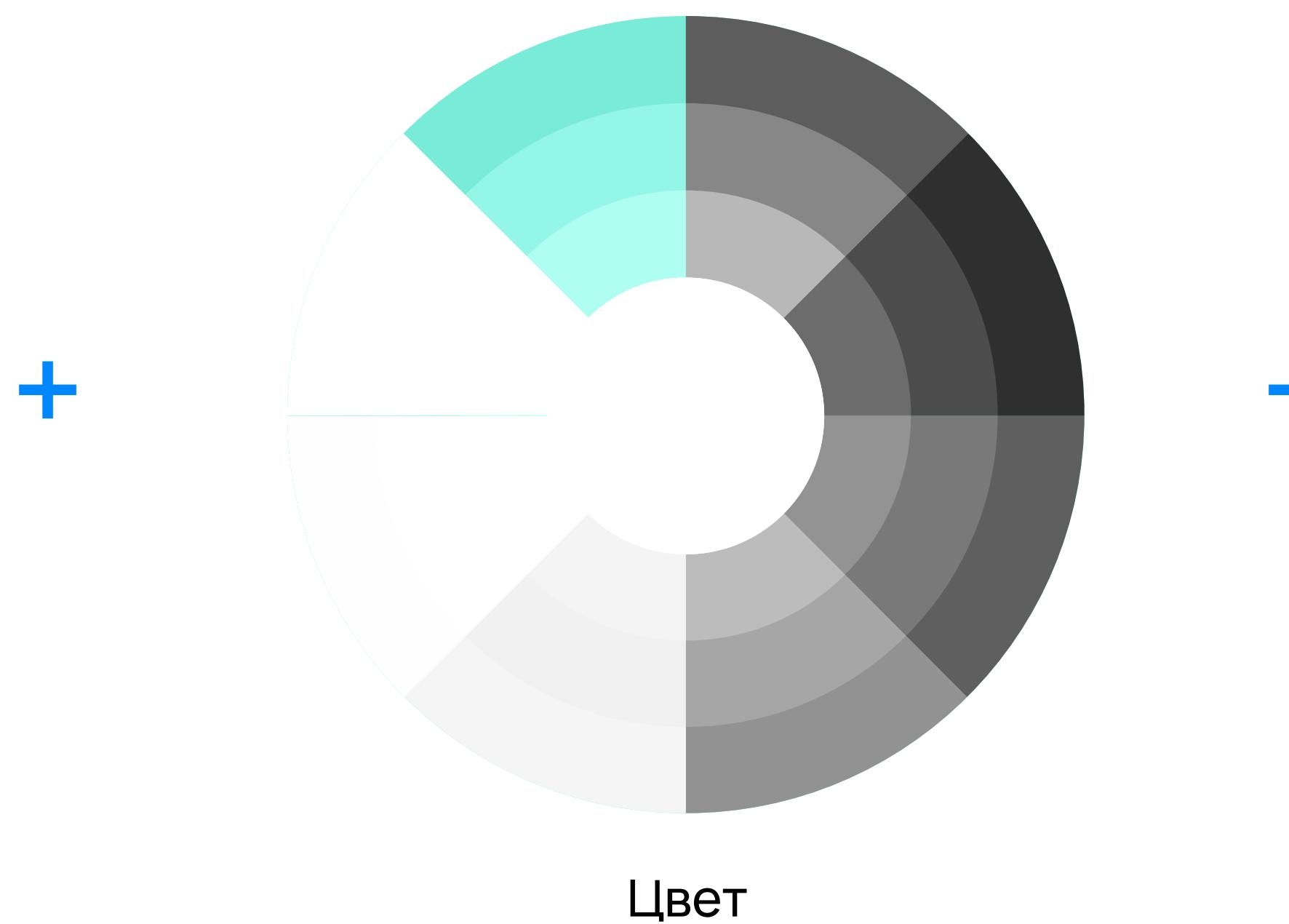


Сюжеты

Сюжеты / Общий подход

Луч света – это константа наших макетов, поэтому он используется во всех коммуникациях. Цветовая гамма и наличие градиента варьируются в зависимости от цвета объекта и выполняются исключительно в цветах фирменной палитры.

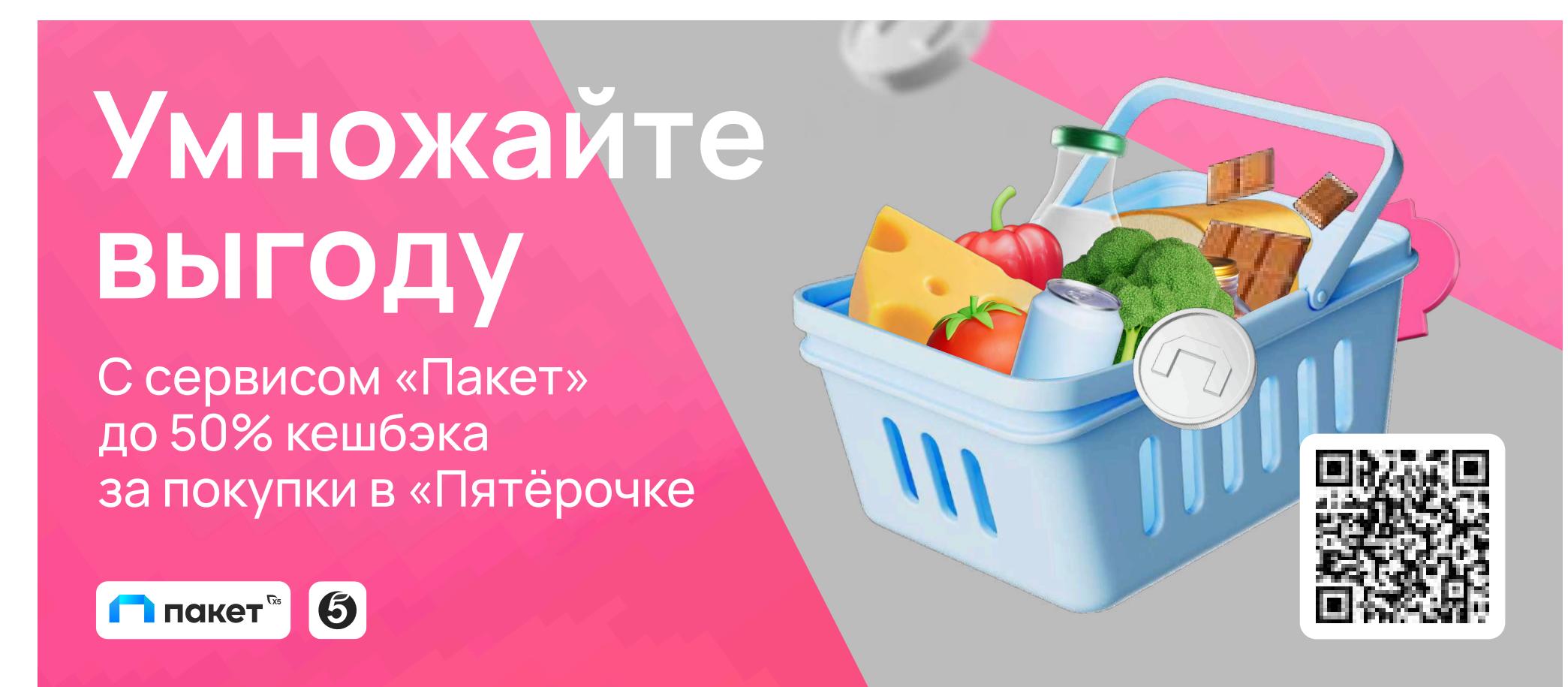
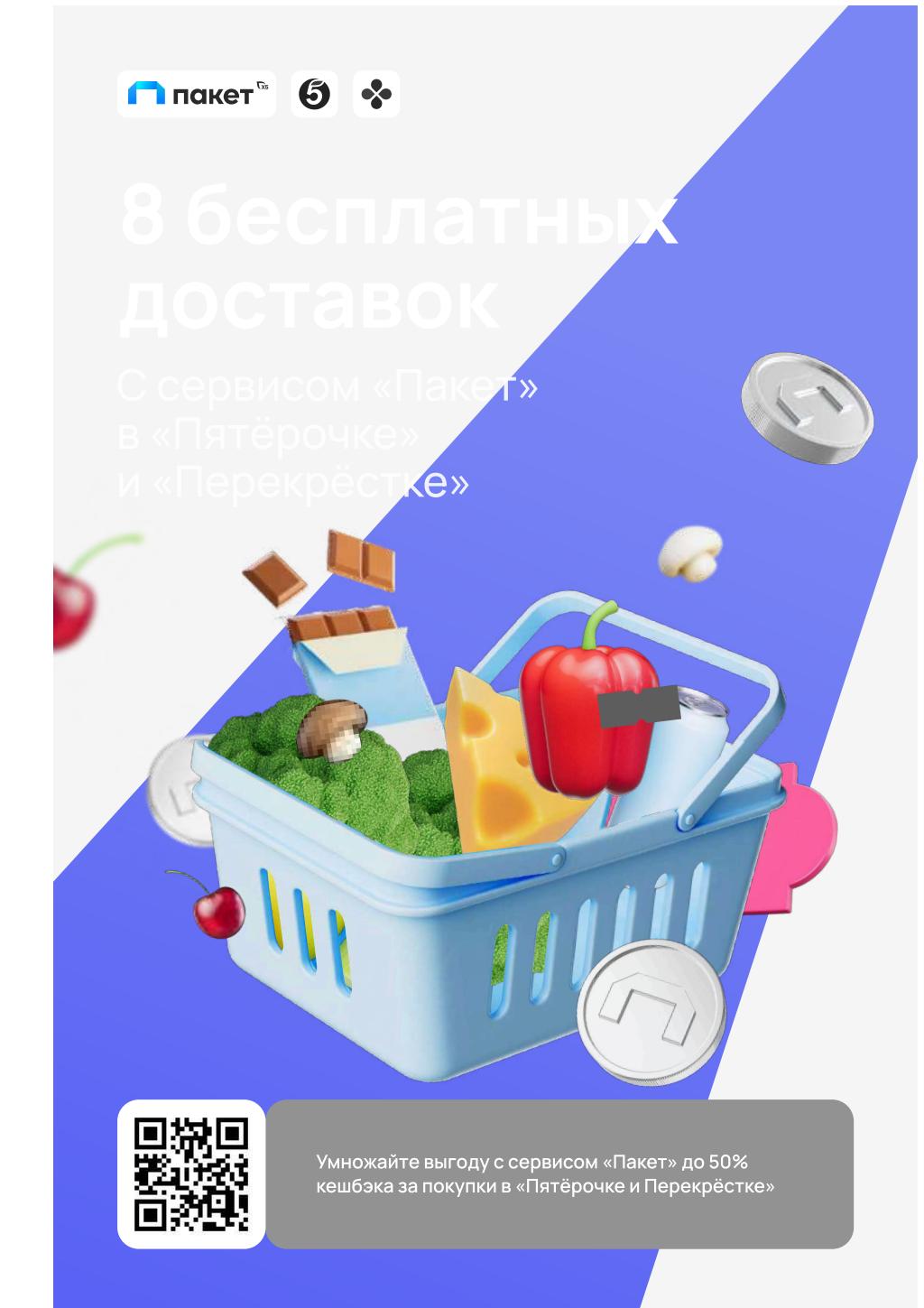
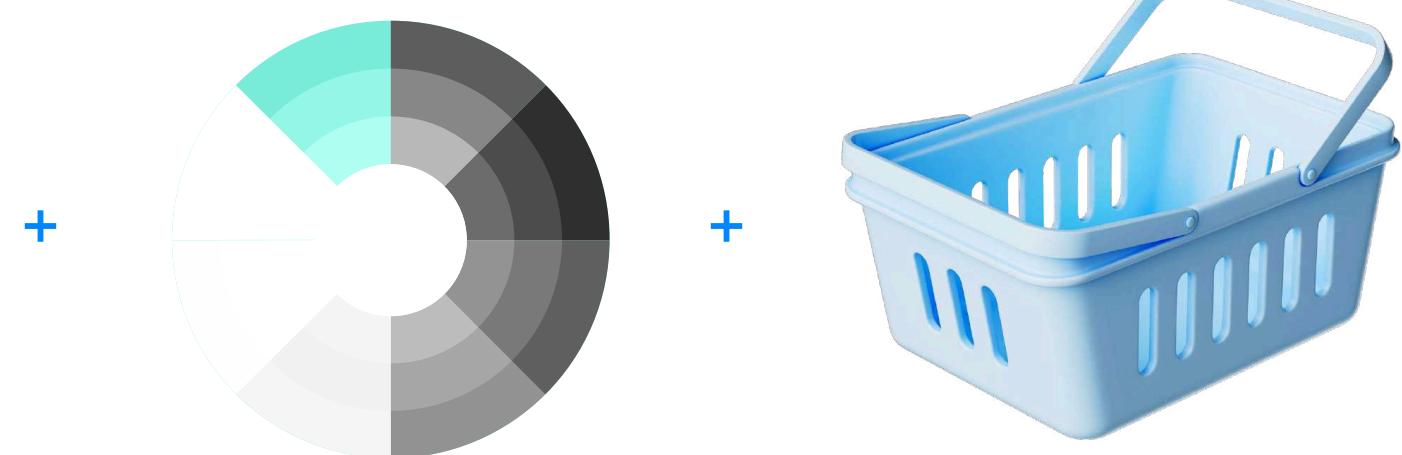
Композиция формируется за счёт объектов, которые находятся в условном пространстве. Все эти приёмы формируют узнаваемость бренда.



Композиция

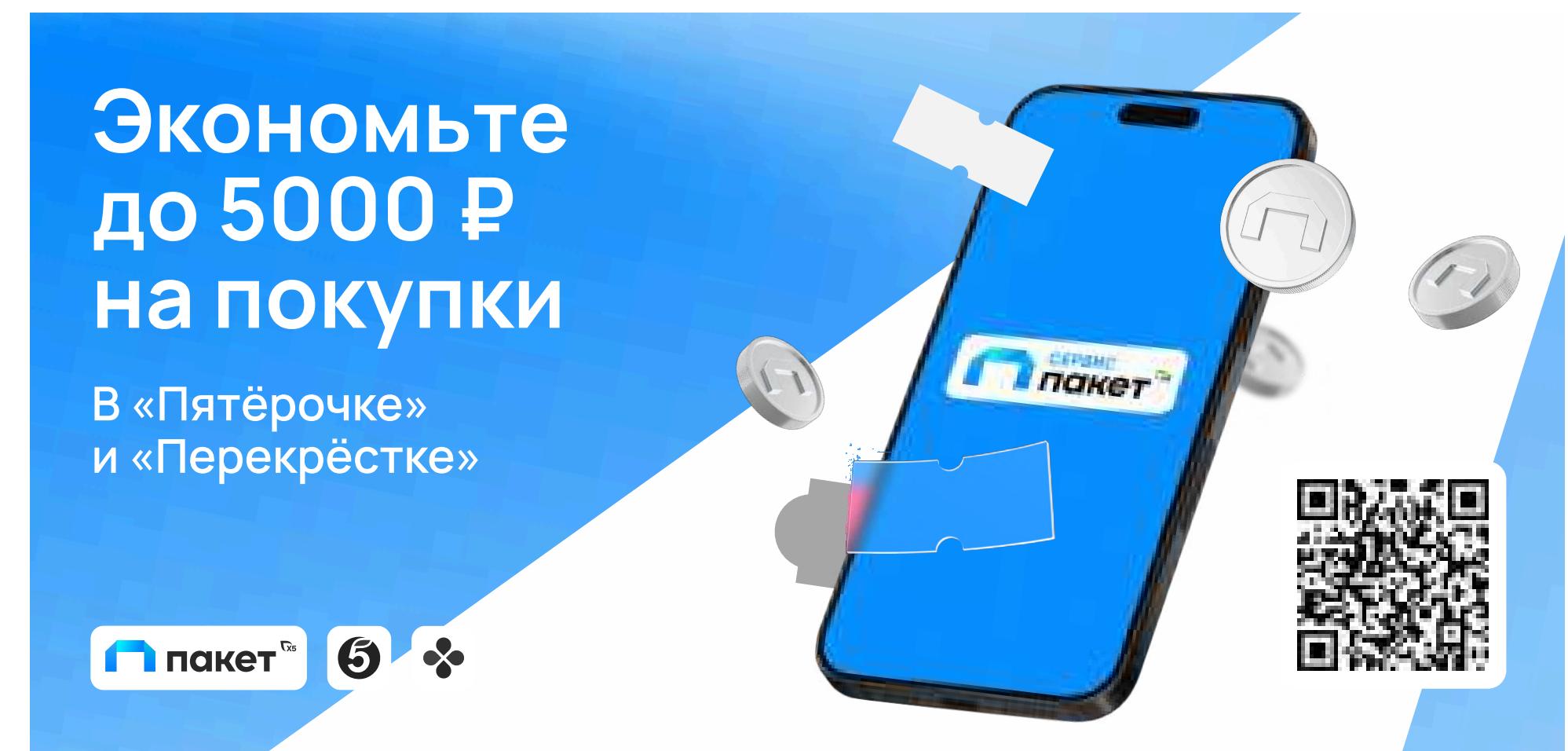
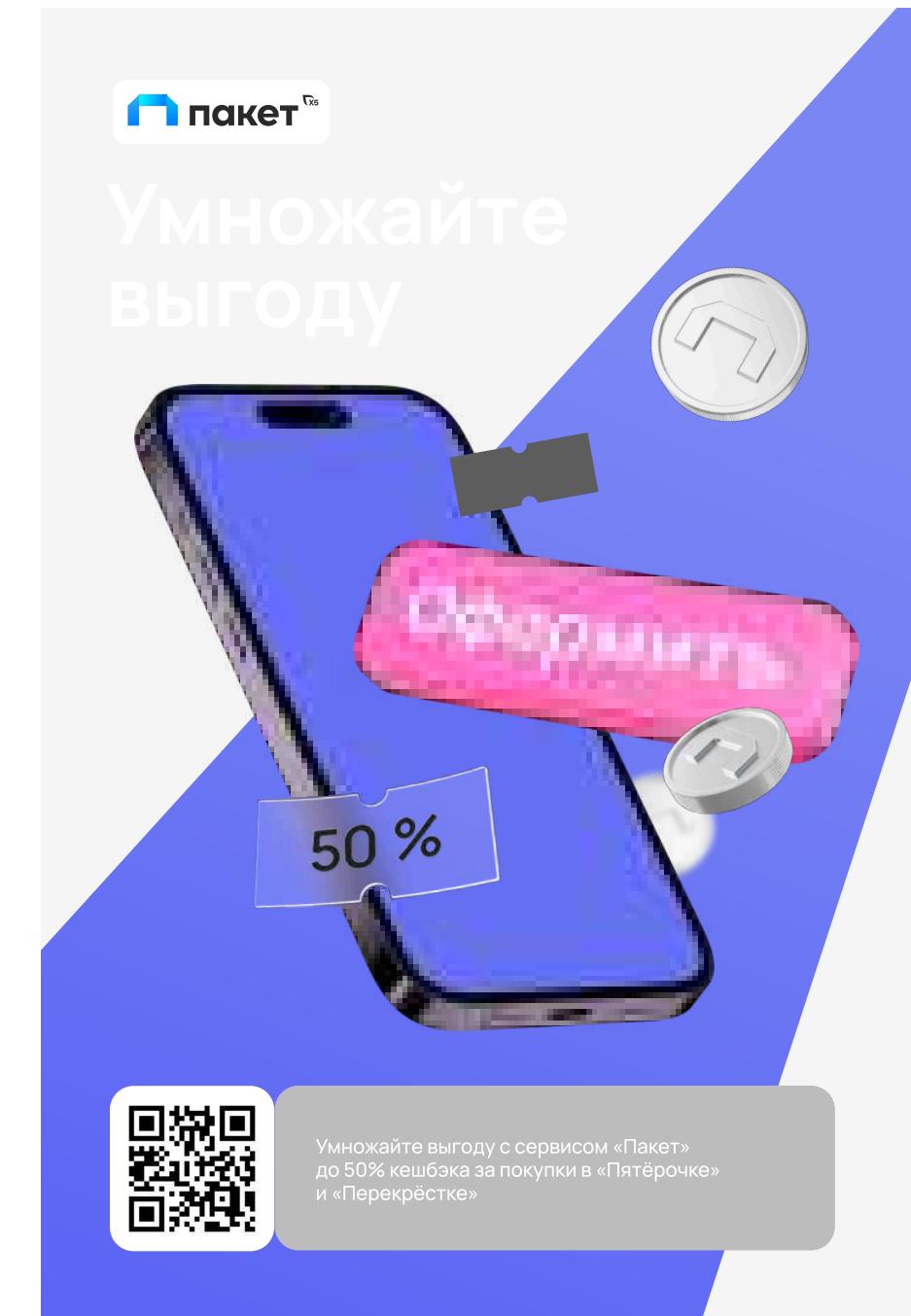
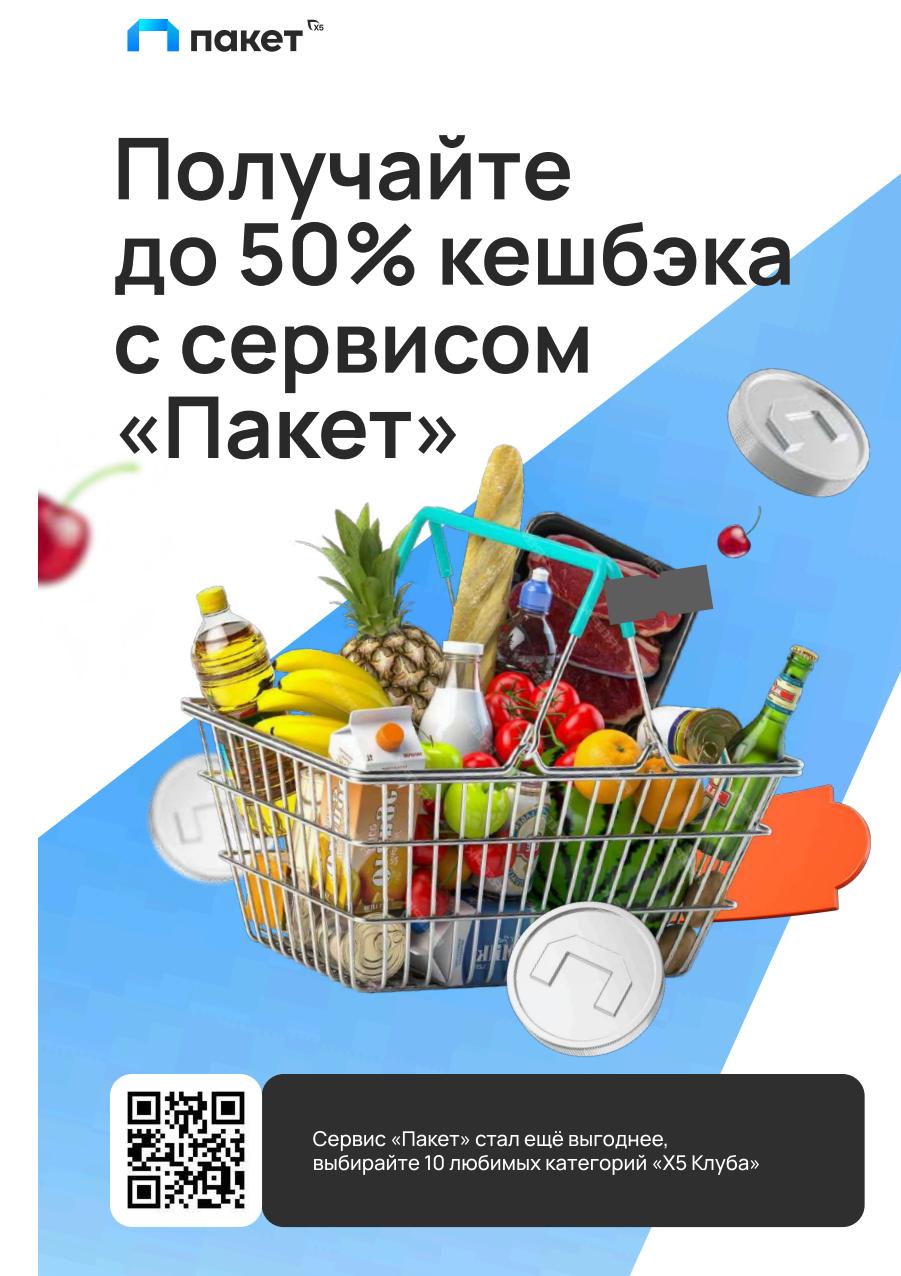
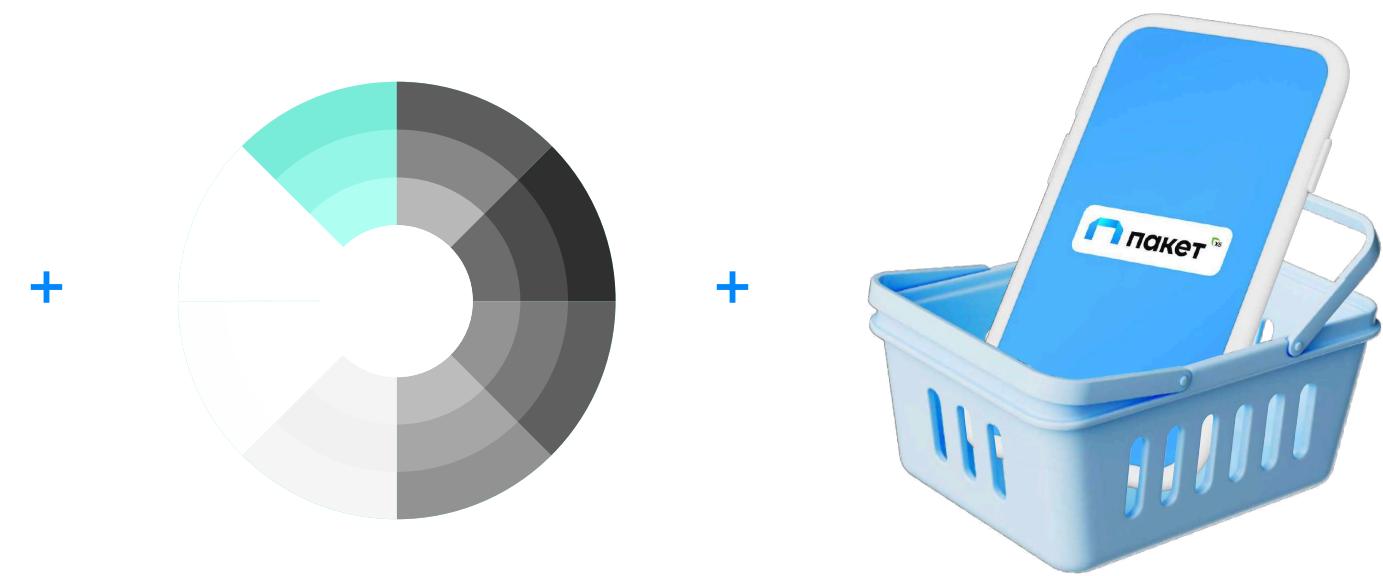
Сюжеты / Универсальный сюжет

Для создания универсального сюжета мы опираемся на общие правила: луч + цвет + композиция. В сюжете обязательно используется корзина с продуктами.



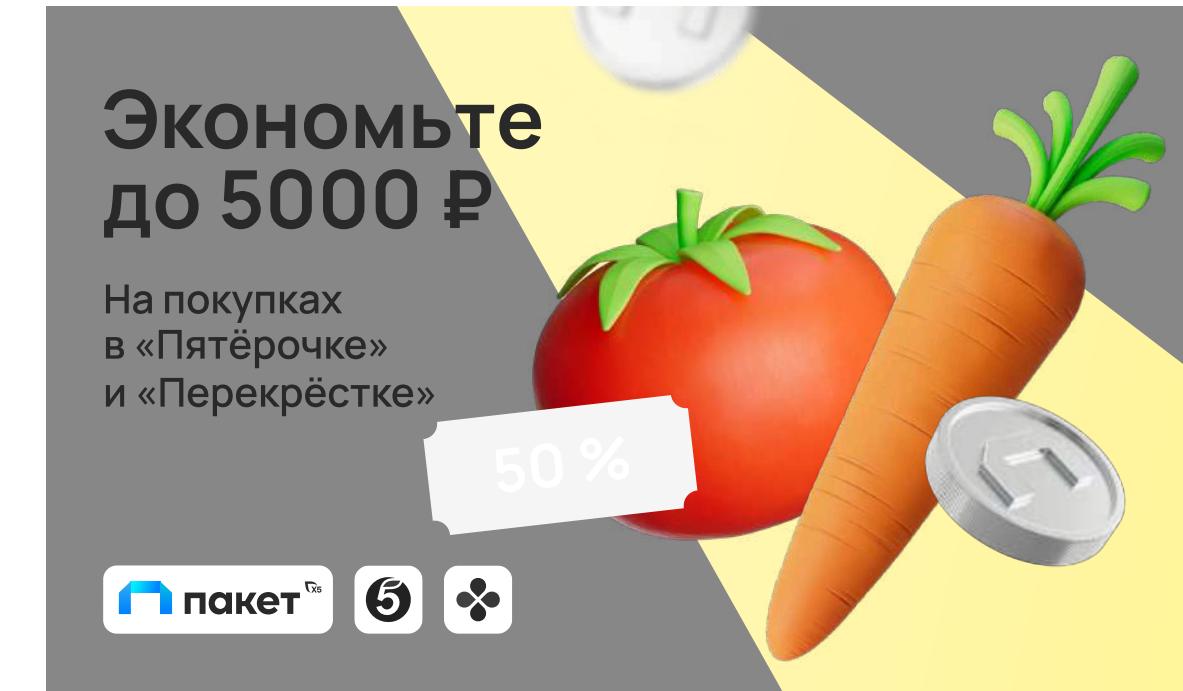
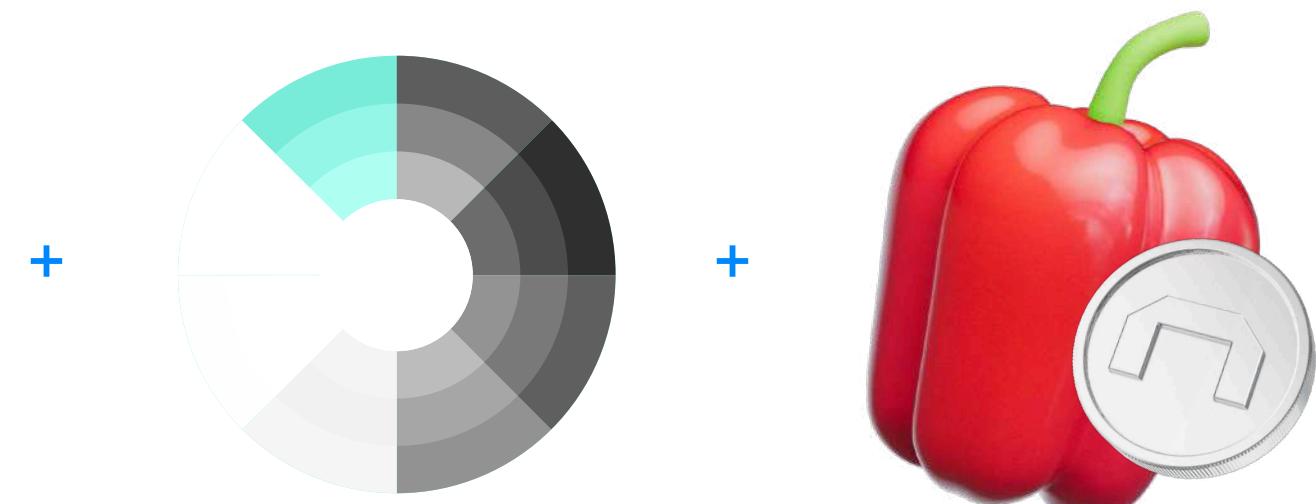
Сюжеты / Подключение сервиса

Для создания сюжета с подключением сервиса нужно учитывать аудиторию: если она старше 50 лет, то лучше использовать корзинку, в остальных случаях обязательно использование телефона.



Сюжеты / Кешбэк

Для создания сюжета с кешбэком используются монетки и какой-либо часто покупаемый продукт из нашей библиотеки 3D-элементов или настоящий из фотостоков.



пакет[®] 5

Умножайте выгоду

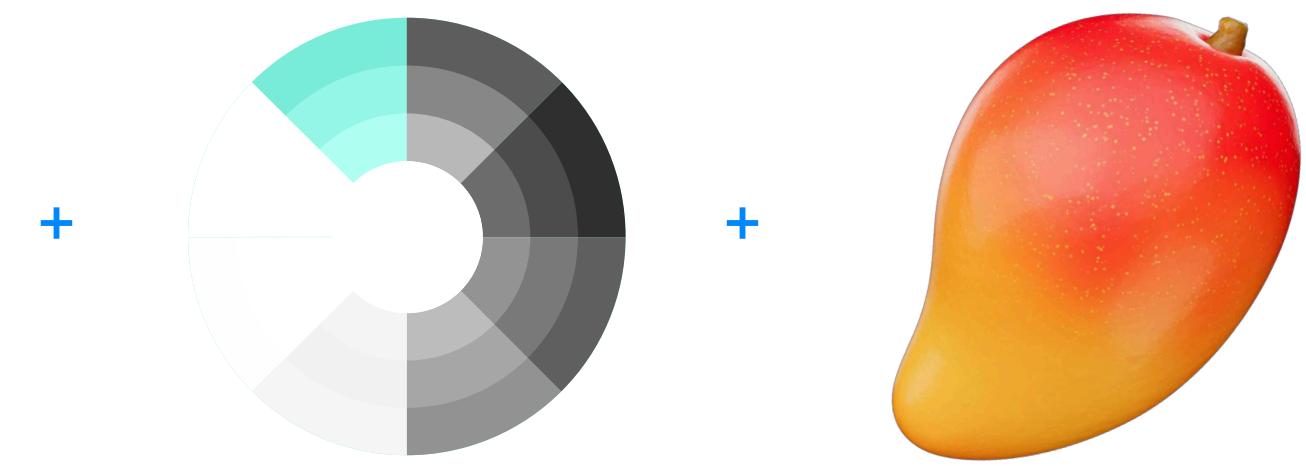
Получайте 50% кешбэка на кофе и чай ежедневно



Фотографии на этом слайде были взяты с Unsplash для демонстрации и не являются частью фотобанка сервиса «Пакет». Для использования в креативах проверьте лицензии и условия использования или же выкупите на другом стоке.

Сюжеты / Спецпроекты

В сюжетах для сезонных проектов или спецпроектов нужно использовать какие-либо особенные сезонные продукты, при этом надо ориентироваться на контент и концепцию спецпроекта.



8 бесплатных доставок

С сервисом «Пакет» в «Пятёрочке» и «Перекрёстке»

50 %

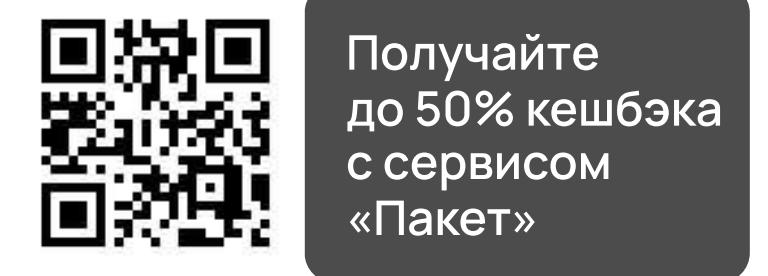
пакет[®]

Умножайте выгоду

С сервисом «Пакет» до 50% кешбэка

пакет[®]

The image contains two promotional banners for the 'Paket' service. The top banner features a mango with a 50% discount tag and text about free deliveries via 'Paket' in 'Pyaterochka' and 'Perekrestok'. The bottom banner features a coconut and text about multiplying savings with up to 50% cashback via 'Paket'. Both banners include the 'пакет®' logo.

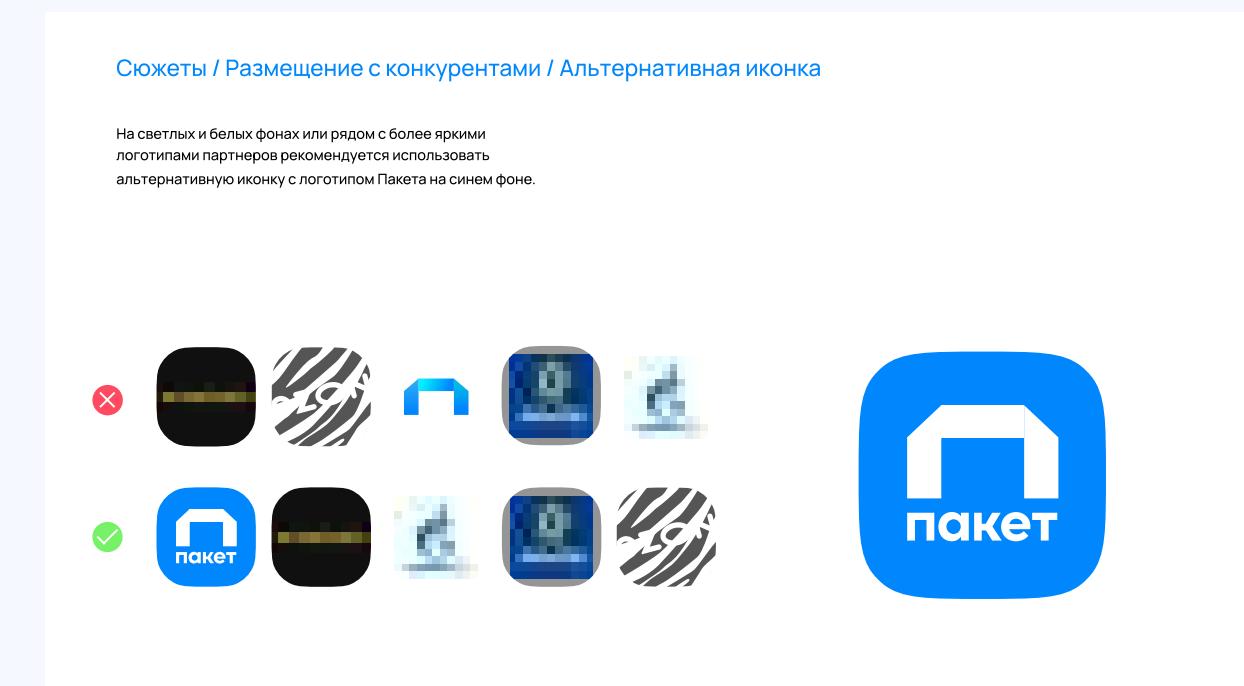
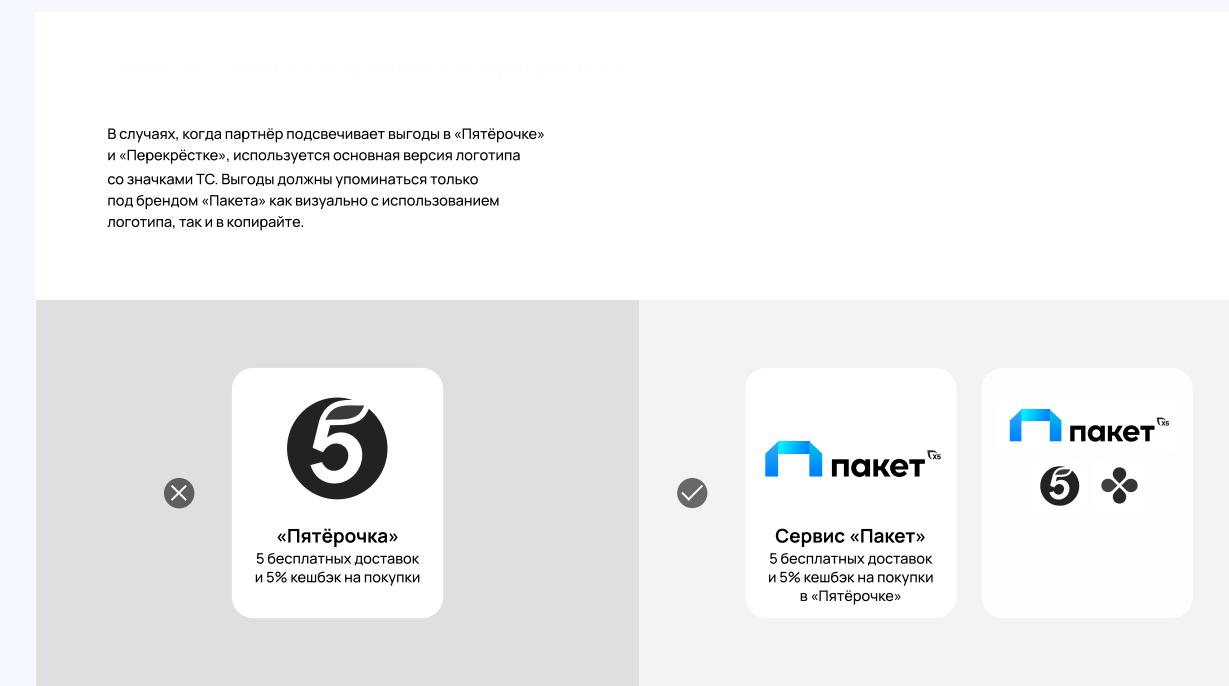
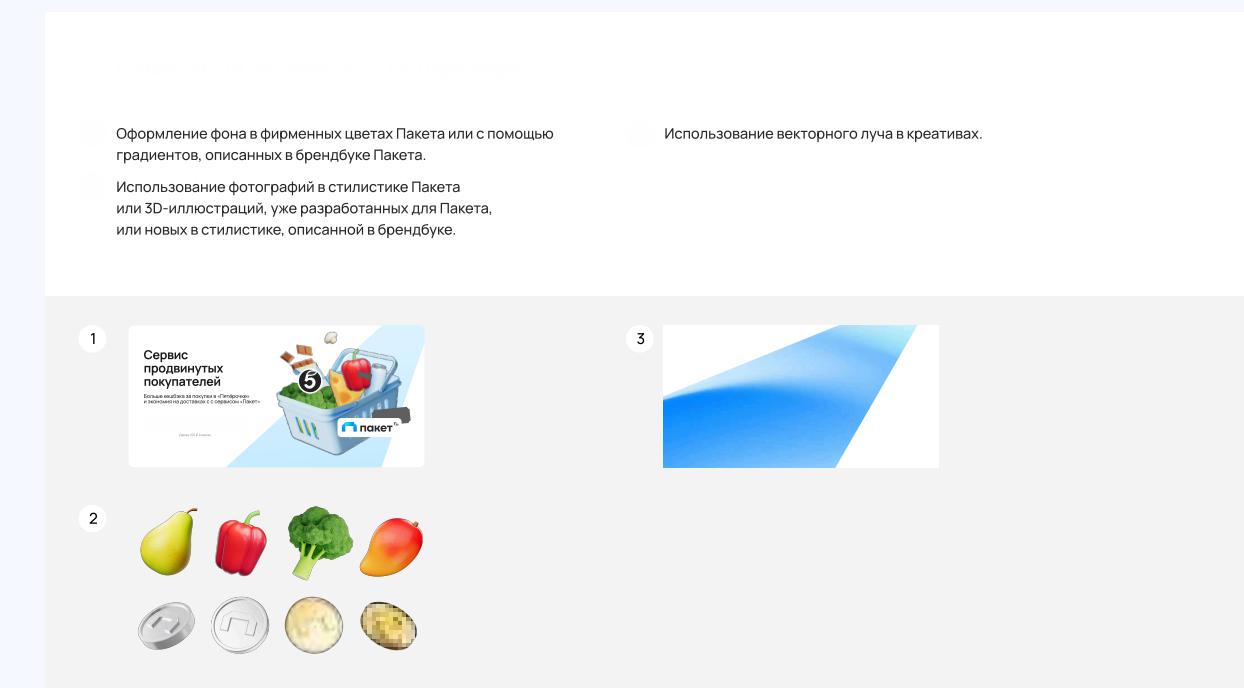
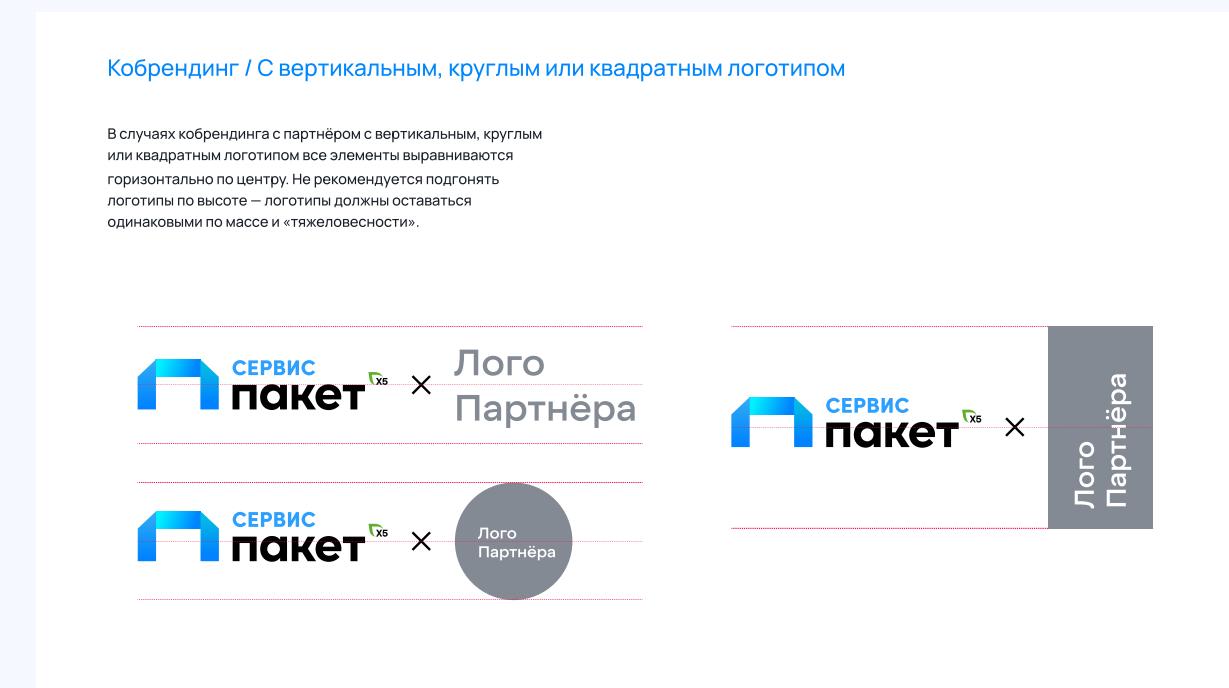


Фотографии на этом слайде были взяты с Unsplash для демонстрации и не являются частью фотобанка сервиса «Пакет». Для использования в креативах проверьте лицензии и условия использования или же выкупите на другом стоке.

Размещение с партнёрами и конкурентами

Размещение с партнёрами и конкурентами

В дополнении к брендбуку был разработан «Гайд для партнёров». В этом гайде описаны правила кобрендинга для логотипов, сюжеты размещения сервиса «Пакет» в партнёрских креативах, правила использования фотографий, 2D- и 3D-графики и рекомендации по размещению сервиса «Пакет» с конкурентами.





Носители

Построение макетов

Построение макетов / Модульная сетка

При создании макетов требуется соблюдение отступов от края макета до важных элементов дизайна – текста, логотипов, плашек.

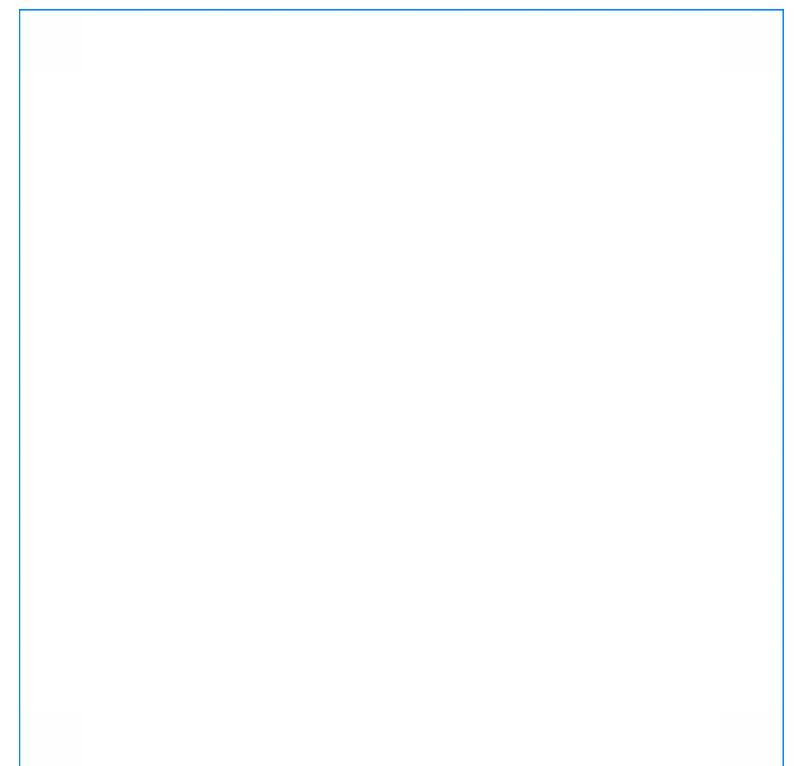
Для определения безопасной зоны создайте модульную сетку, размер квадратного модуля которой равен 1/12 высоты горизонтального макета или 1/12 длины вертикального макета.

Так, например, для горизонтального макета 600 x 300 px размер модуля будет 50 x 50 px, для квадратного 1080 x 1080 px – 90 x 90 px.

1/12
длины

или

1/12
высоты



Построение макетов / Расположение элементов

После построения модульной сетки можно приступать к расположению основных элементов и других объектов. Такие элементы макета, как текст, логотипы сервиса «Пакет» и партнёров и плашки выравниваются или по левой стороне, или по центру.

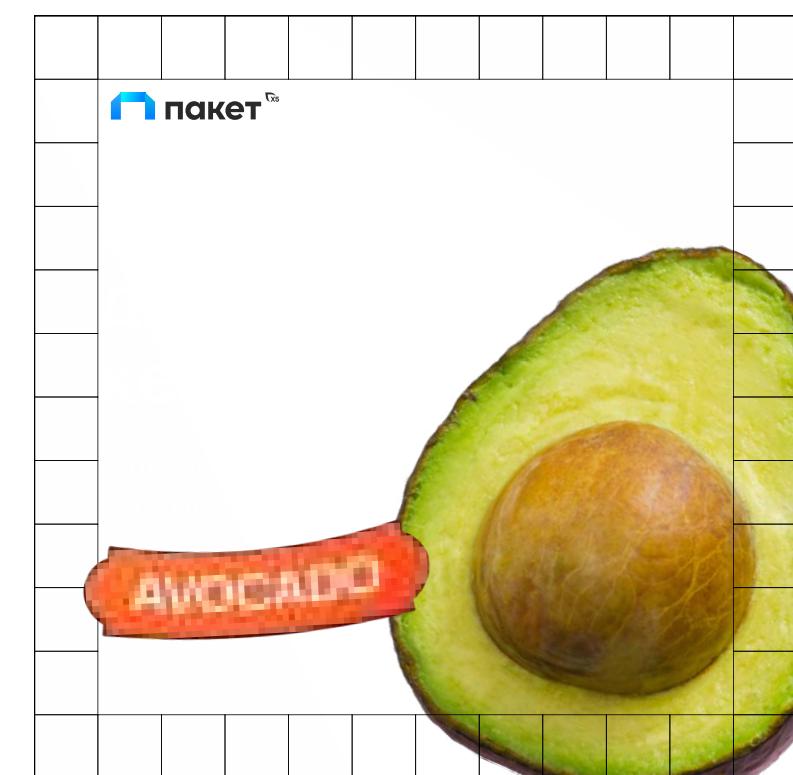
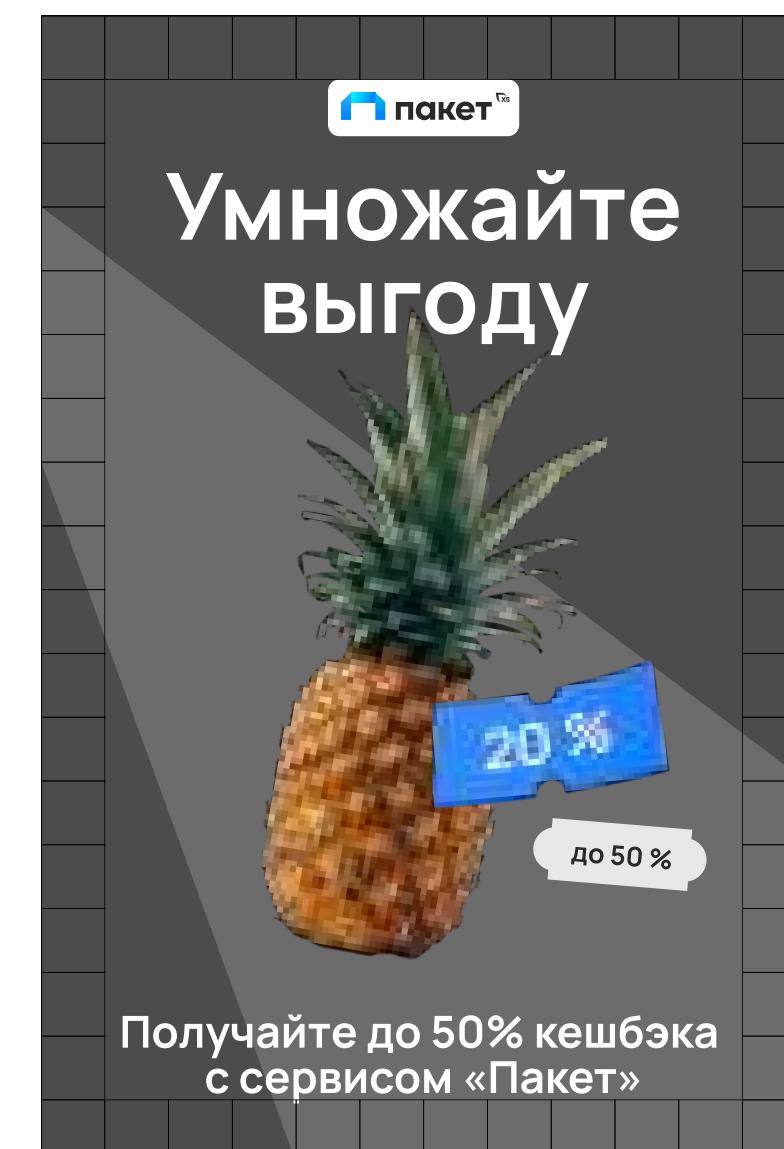
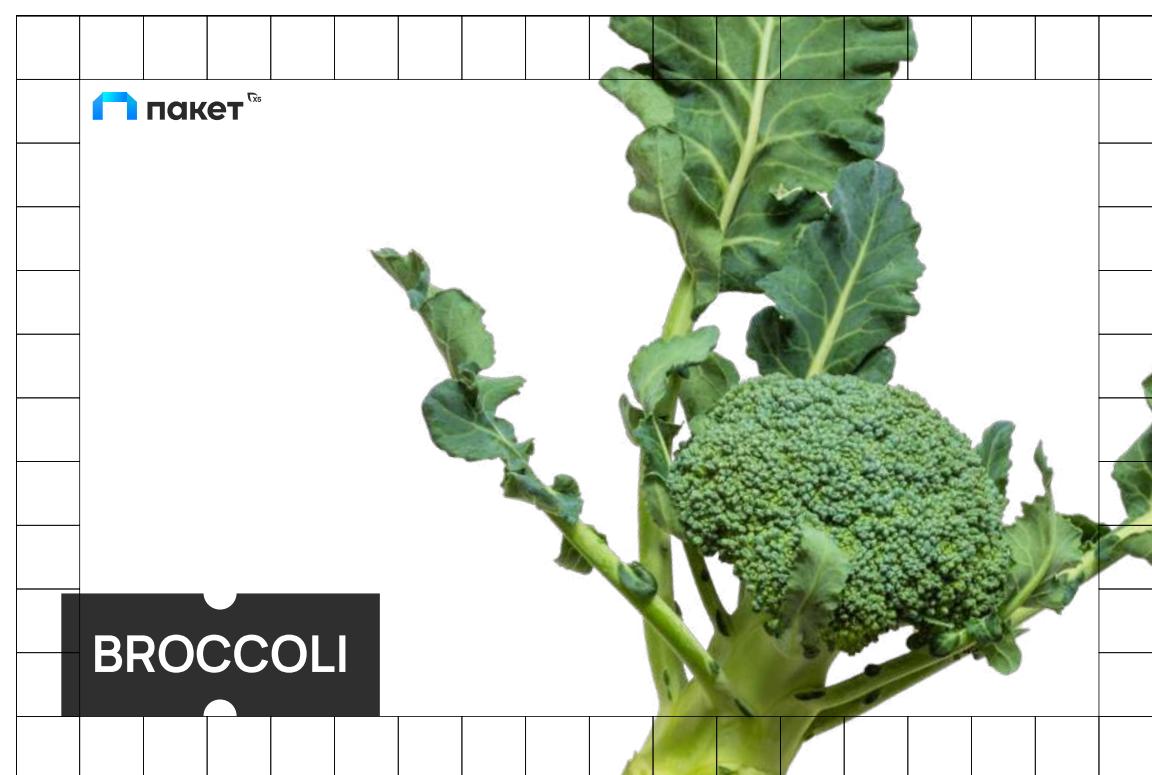
При выравнивании по левой стороне все объекты выравниваются по левому краю безопасной зоны. Для того чтобы плашки с текстом визуально были выравнены с остальными элементами, плашку с текстом можно размещать чуть левее остальных элементов.

Фотография в макете является первостепенным элементом и может взаимодействовать с другими элементами макета. Например, фотография может накладываться поверх текста, не затрудняя читаемость текста, или наоборот – на фотографию могут накладываться 3D- и 2D-плашки-ценники.

Сохраняйте лаконичную композицию и фокусируйте всё внимание на изображаемом объекте. В этом поможет фирменный векторный элемент – луч, который также выстраивается по сетке.



Фотографии на этом слайде были взяты с Unsplash для демонстрации и не являются частью фотобанка сервиса «Пакет». Для использования в креативах проверьте лицензии и условия использования или же выкупите на другом стоке.



Построение макетов / Типографика

При построении макета соблюдайте иерархию текста. На этой странице представлены оптимальные размеры и соотношения разных текстовых блоков.

Если кегль заголовка равен **1x**, то кегль подзаголовка – **0,5x**. Кегль текста на ценнике или плашке будет зависеть от количества букв в слове и размера плашки – создайте внутри ценника достаточно пустого пространства, чтобы улучшить читаемость текста.

На этой странице кегль текста на ценнике равен **0,6x**.

Для заголовка и текста на ценнике на этой странице используется начертание **Bold**, для подзаголовка – **Semibold**. При выборе начертаний текста обращайте внимание на смысловую составляющую.

Умножаем выгоду

До 50% кешбэка
на регулярные покупки

STICKER

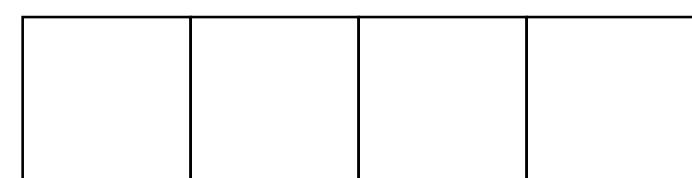
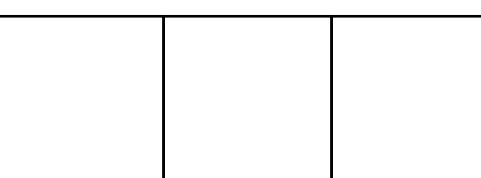
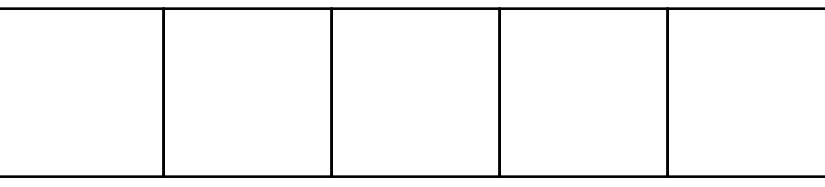
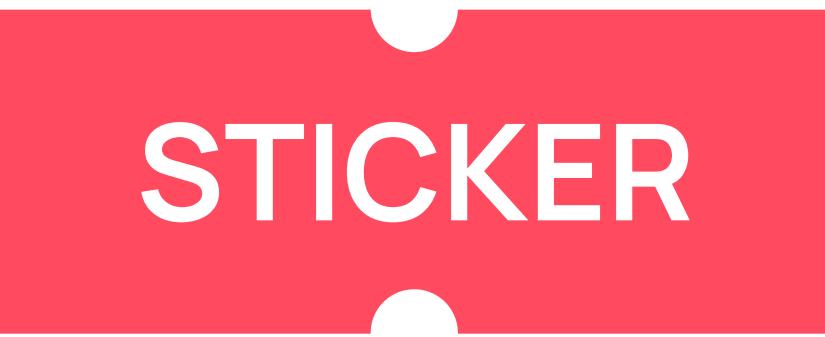
Построение макетов / Размеры элементов

Размеры некоторых элементов также рассчитываются по созданной модульной сетке. Так, длина статичных плашек для промокодов в виде ценников или скруглённого прямоугольника и кнопок будет равна **5 модулям**.

Размер логотипа сервиса «Пакет» зависит от того, используется ли логотип один или в кобрендинге. Также размер логотипа зависит от общей наполненности макета и количества пустого пространства. Так, если есть достаточно пространства и логотип сервиса «Пакет» используется без партнёрских логотипов, его длина равна **4 модулям**. Если логотип сервиса «Пакет» используется в кобрендинге или макет уже наполнен разными элементами, длина плашки логотипа составит **3 модуля**.

Скругление у плашек и кнопок будет равно **0,4 модуля** сетки.

Ценники, которые накладываются поверх изображения и не выравниваются с текстом, могут иметь разные размеры и степень наклона.





Офлайн-носители

Оффлайн-носители / Описание

Прежде чем начать работу над оффлайн-носителями, мы решили их структурировать и разделить на категории по субъекту коммуникации: пользователи, партнёры и сотрудники (промо). У каждой группы есть свои точки и способы коммуникации с брендом – поэтому носители для каждой группы будут отличаться. На следующих страницах мы составили списки носителей и их особенности для каждой группы.

Например, для коммуникации с пользователями мы можем использовать яркие, динамичные и дерзкие композиции для привлечения внимания на улицах или в магазине. Коммуникация с партнёрами должна быть чуть более спокойная, серьёзная и размеренная. Тут можно ограничиться в приёмах и элементах, оставить только самое важное.

Сервис «Пакет» – подключайтесь!

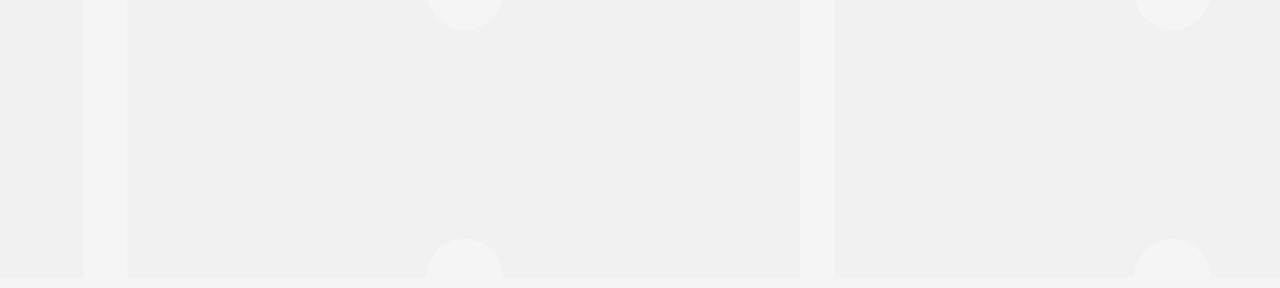


50 %

→

Подключайтесь к сервису «Пакет»

Возвращаем кешбэк с покупок у партнёров



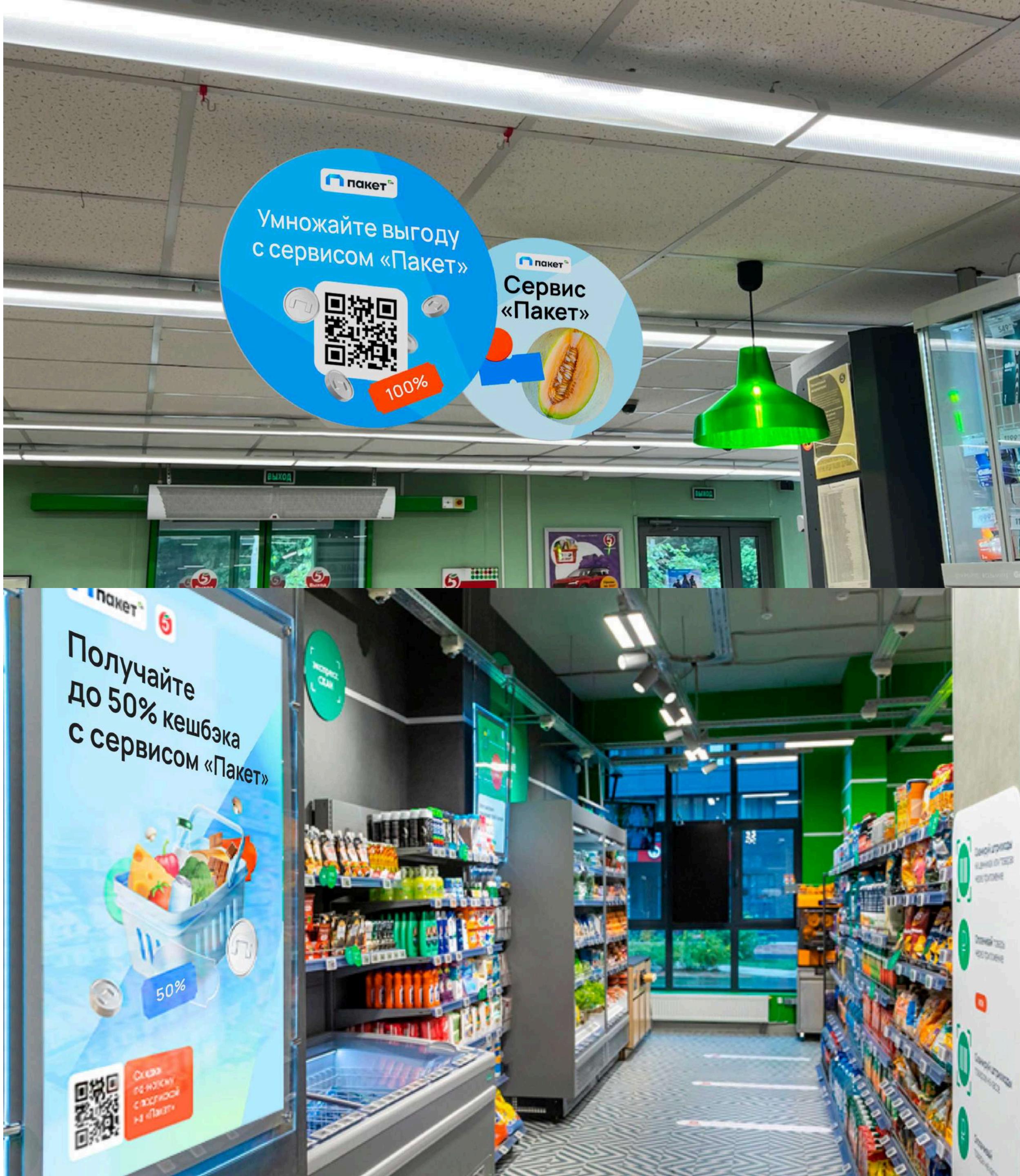
 пакет

При оформлении outdoor-коммуникаций или коммуникаций в магазине пользуйтесь основными правилами, описанными в брендбуке по построению макетов. Используйте фото, 3D, векторные фирменные элементы.



Оффлайн-носители / Клиенты / Indoor

При оформлении outdoor-коммуникаций или коммуникаций в магазине пользуйтесь основными правилами, описанными в брендбуке по построению макетов. Используйте фото, 3D, векторные фирменные элементы.



Оффлайн-носители / Клиенты / Шоперы

При оформлении шоперов используйте яркие и крупные элементы, не бойтесь шутить, если это уместно.

На этой странице мы использовали 3D-иллюстрации из нашей библиотеки элементов – на первом примере показали их крупно, с ярким ценником и слоганом, во втором примере пошутили про всем знакомый летний салат с помидоркой и огурцом – лучшее комбо.

Вы можете использовать эти шаблоны и разрабатывать свои, заменяя продукты на другие и составляя свои лучшие комбо – с продуктами или логотипами партнёров и магазинов.



1



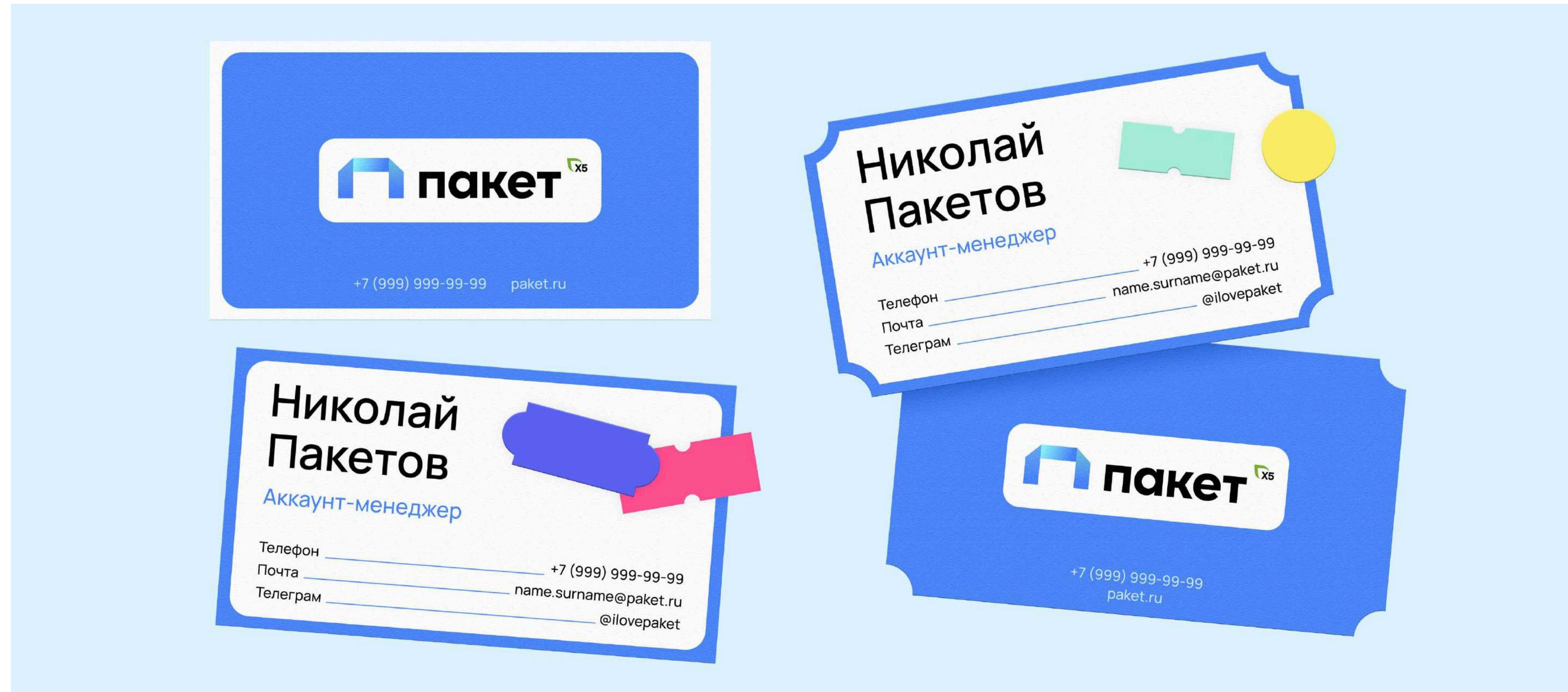
2

В яркие пакеты фирменного синего цвета можно сложить подарки и мерч для клиентов на различных фестивалях и мероприятиях. Такой пакет точно заметят на улице – крупный круг фокусирует внимание на тексте, а яркие ценники привлекают взгляд и говорят о выгоде.

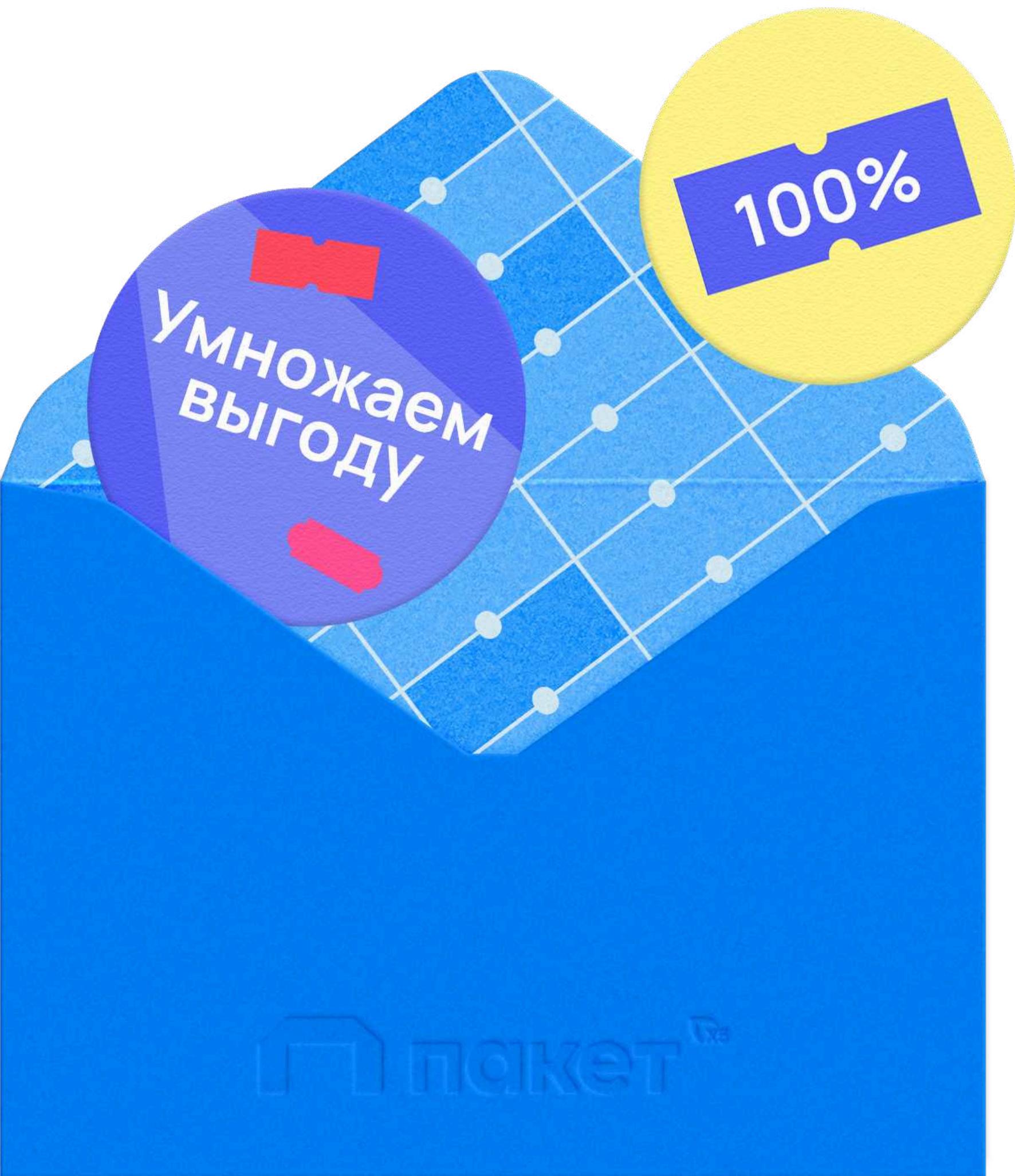


Визитки могут быть разных форм – классические прямоугольные или с вырезкой в форме фирменных ценников. На лицевой стороне используется логотип и контакты – сайт и общий телефон, на обратной – имя, должность и контакты сотрудника.

Если по какой-то причине места на оборотной стороне недостаточно, уменьшите все уровни текста пропорционально и разместите все текстовые блоки с привязкой к правой или левой стороне – как на нашем примере.



В оформлении конверта или похожей канцелярии мы советуем использовать фирменный синий цвет и высокую печать для оформления логотипа. В оформлении внутренней части конверта мы использовали паттерн в виде ценников.

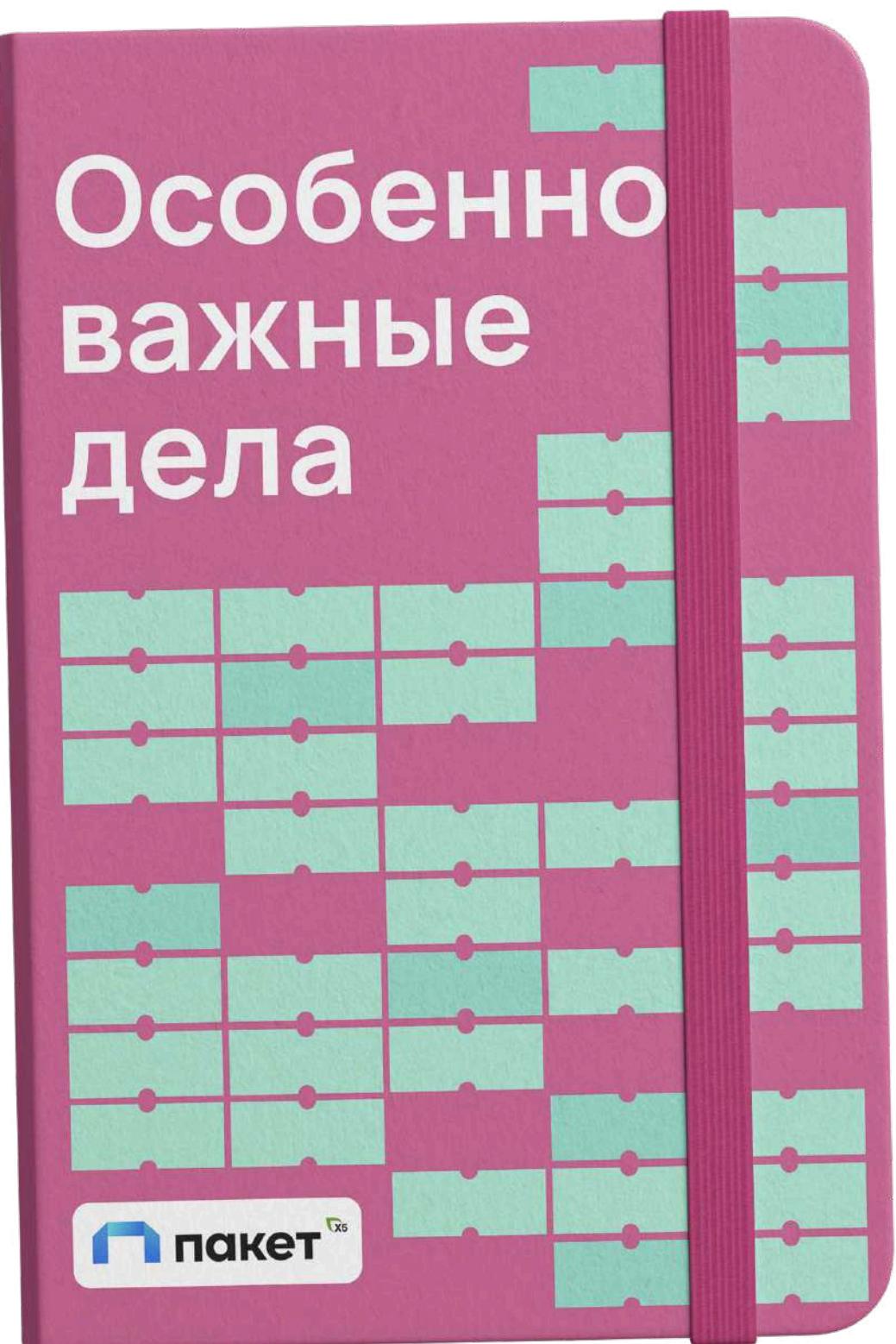
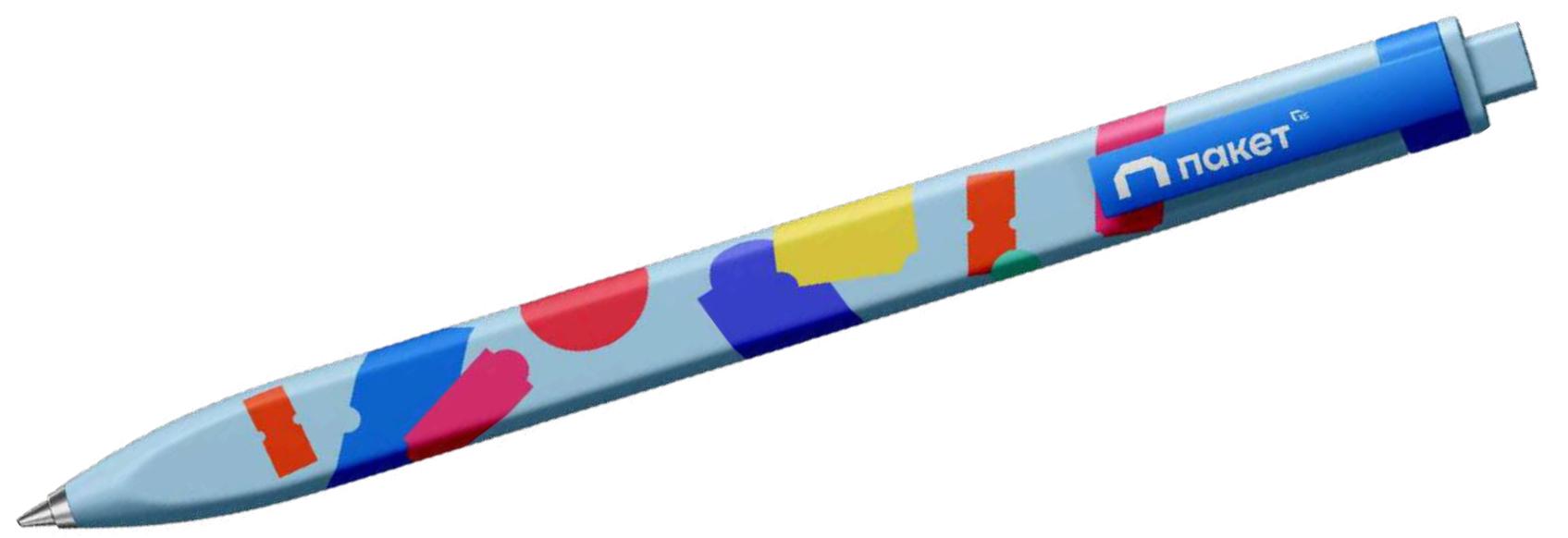


При оформлении блокнотов и ежедневников мы никак не ограничиваем использование фирменных элементов. Главное – уместность.

Если блокнот является частью подарка партнёрам, то лучше ограничиться слоганом и векторными плоскими элементами, как мы показали на примере.

Если это подарок для клиентов или сотрудников, то здесь можно не ограничиваться паттерном, а использовать 3D или фотографии, шутить.

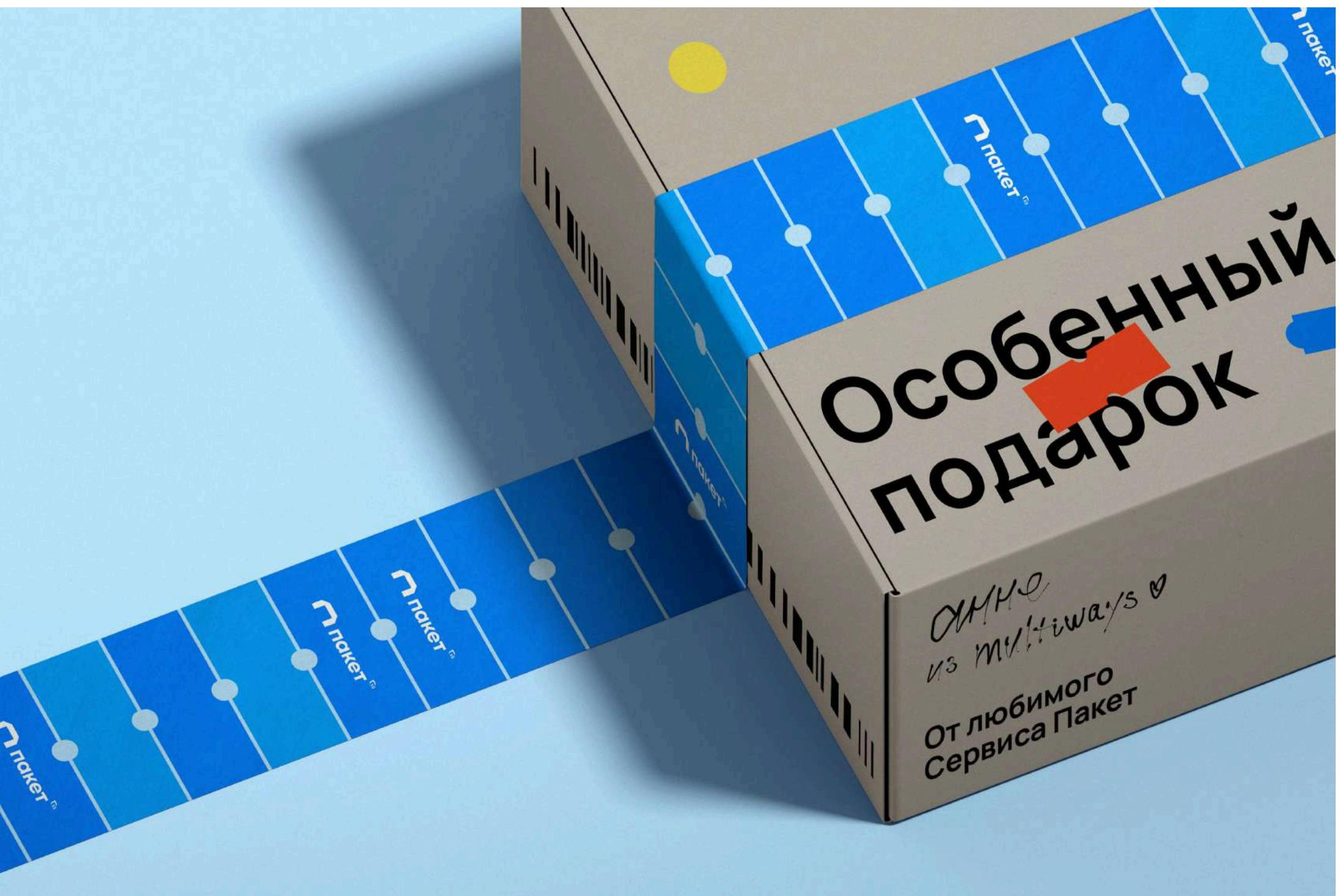
В оформлении ручки мы использовали более який и хаотичный паттерн из ценников.



Оффлайн-носители / Партнёры / Коробка и скотч

Упаковать все подарки и мерч можно в фирменные пакеты или коробки, обмотав их фирменным скотчем. Скотч из фирменных ценников с логотипом будет являться достаточно яркой и выделяющейся деталью, с его помощью можно забрендировать и украсить даже самую простую коробку.

При брендировании коробки используйте крупные и забавные слоганы, которые подчеркнут важность получателя и создадут уютное и тёплое ощущение от взаимодействия с сервисом «Пакет» – только оставьте место для ручной подписи. Коробку можно также украсить фирменными яркими ценниками разных цветов.



Оффлайн-носители / Промо / Кепка

Оформляя кепку для промоработников, используйте кепки фирменных синих цветов и вышивку для размещения слоганов. Также мы советуем не использовать логотип на плашке, чтобы сделать кепку более аккуратной – лучше используйте словосочетание на задней стороне кепки: Сервис «Пакет».



В оформлении дождевика мы использовали такой приём:
при снятом капюшоне мы не увидим надпись,
но как только пойдёт дождь и промоработник наденет
капюшон, мы увидим забавный слоган – «Дождь
из скидок». В поддержку к этому слогану мы добавили
хаотично разбросанные ценнички ярких цветов.
Вы можете подобрать любые другие слоганы, связанные
с дождём или плохой погодой.



В оформлении поло используйте небольшие композиции из фирменных векторных элементов, слоганов или логотипа. Используйте простые формы и небольшие слоганы, чтобы можно было считать информацию даже при небольшом размере надписи.



Промоработники – настоящие эксперты в том, о чём рассказывают, а наши свитшоты это поддерживают – на ценниках мы разместили недлинные слоганы «Твой эксперт по кешбэку» и «Я знаю всё про кешбэк». Свитшоты могут быть разных цветов – советуем выбирать более светлые выбеленные цвета, чтобы ценники на них выглядели достаточно контрастными. При выборе цветовых пар для ценников изучите раздел «Палитра».





диджитал-носители

Диджитал-носители / Примеры

1 2000 x 1500 px

2 1000 x 800 px

3 2000 x 2000 px

4 2000 x 2000 px

1

Сервис «Пакет» стал ещё выгоднее

Выбирайте 10 любимых
категорий «Х5 Клуба»



пакет^{xs} 5

3

Получайте до 50% кешбэка



пакет^{xs} 5

2

Умножайте выгоду

Ещё больше выгоды
по промокоду

AVOCADO

до 30.08

пакет^{xs} 5

4

Умножайте выгоду

Получайте
50% кешбэка на кофе
и чай ежедневно
с сервисом «Пакет»

50%

пакет^{xs} 5

На этой странице мы отмасштабировали макеты, чтобы их удобнее было рассматривать в формате презентации. Соотношения различных макетов друг к другу на этой странице не являются действительными, чтобы посмотреть диджитал-носители в правильных пропорциях, перейдите по ссылке.

Диджитал-носители / Примеры

1 728 x 80 px

2 468 x 60 px

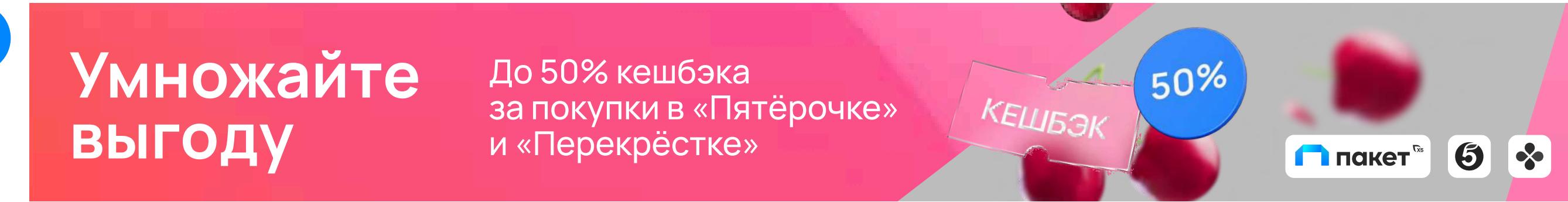
3 200 x 300 px

4 200 x 200 px

1



2



3



4

Получайте до 50% кешбэка с сервисом «Пакет»





Social Media

Social Media / Описание

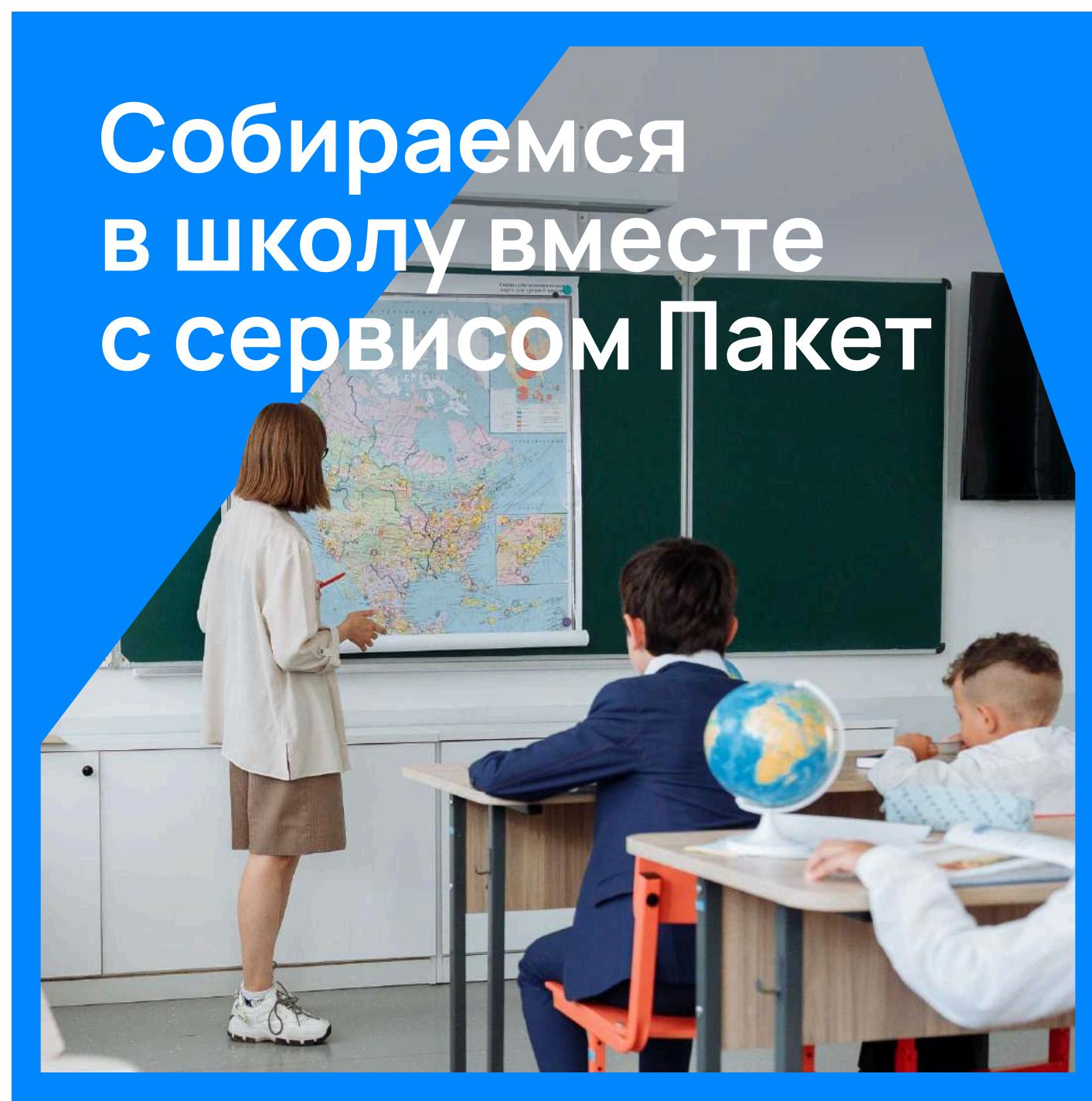
В макетах и креативах для SMM, медиа и посевов работают те же правила построения макетов, что для диджитал-макетов и офлайн-носителей. Макеты строятся по сетке из 12 колонок или 12 рядов, в зависимости от ориентации макета.

Используйте фирменные элементы и приёмы для создания SMM-креативов: обтравленные фото, 3D-иллюстрации и элементы, векторные и объёмные ценники, фирменный векторный луч.

Использование констант фирменного стиля может быть гибким. Форма луча может стать контейнером для фото, а из 3D-иллюстраций можно собирать различные композиции.

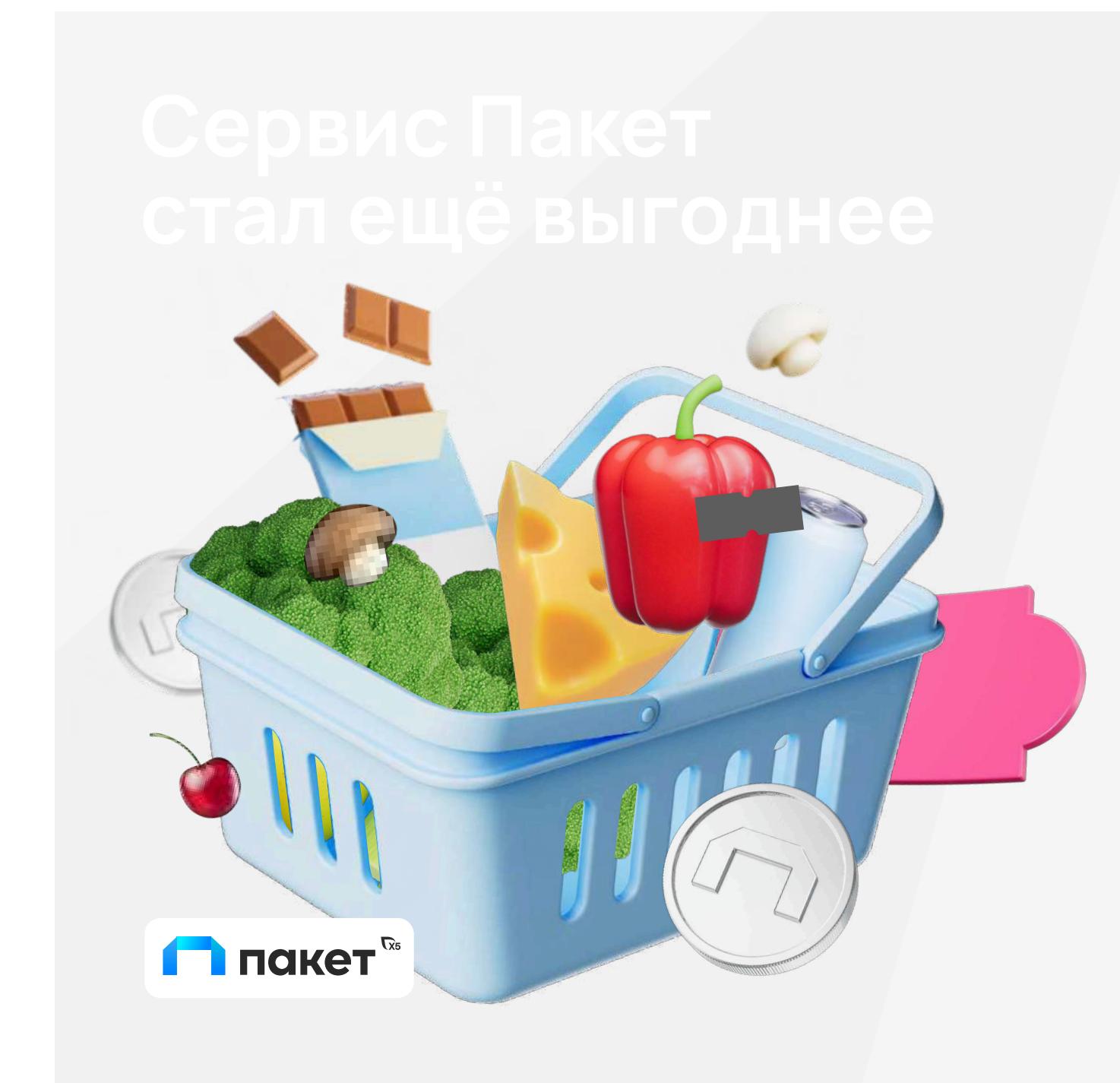
На коммуникациях малого размера используется логотип на плашке без дескриптора и название сервиса не заключается в кавычки.

Фотографии на этом слайде были взяты с [Unsplash](#) для демонстрации и не являются частью фотобанка сервиса «Пакет». Для использования в креативах проверьте лицензии и условия использования или же выкупите на другом стоке.



**Собираемся
в школу вместе
с сервисом Пакет**

**Бесплатный доступ
к сервису-партнёру**



Social Media / Примеры



Попробуйте сервис
«Пакет» за 1₽

В 10 раз больше кешбэка
в «Пятёрочке»
и «Перекрёстке»

РАКЕТ

1₽

 пакет xs





UI-библиотека

UI-библиотека / UI-палитра

В расширенную UI-палитру включены дополнительные более контрастные оттенки для различных состояний.

UI-палитру не рекомендуется использовать в рекламных макетах.

HEX #FFFBD6 RGB 255/251/214	HEX #FFF8B8 RGB 255/248/184	HEX #FFF387 RGB 255/243/135	HEX #FFEF5C RGB 255/239/92	HEX #FFE70A RGB 255/231/10
HEX #DAFCE2 RGB 218/252/226	HEX #B4F8C4 RGB 180/248/196	HEX #78E992 RGB 120/233/146	HEX #13CD3F RGB 68/238/108	HEX #28E114 RGB 40/225/20
HEX #D6FFF8 RGB 214/255/248	HEX #AEFFF2 RGB 174/255/242	HEX #94F6E2 RGB 148/246/230	HEX #7AEDD9 RGB 122/237/217	HEX #1DD7B8 RGB 29/215/184
HEX #EAF8FF RGB 234/248/255	HEX #DBF3FF RGB 219/243/255	HEX #CBEDFF RGB 203/237/255	HEX #BEE8FF RGB 190/232/255	HEX #85D4FF RGB 133/212/255
HEX #C2E2FF RGB 194/226/255	HEX #6FBCFF RGB 111/188/255	HEX #3DA5FF RGB 61/165/255	HEX #0088FE RGB 0/136/254	HEX #0075DB RGB 0/117/219
HEX #C6CCFA RGB 198/204/250	HEX #7A86F4 RGB 122/134/244	HEX #6970F1 RGB 105/112/241	HEX #5962F5 RGB 89/98/245	HEX #3E47F4 RGB 62/71/244
HEX #FFC2DA RGB 255/143/188	HEX #FF8FBC RGB 255/143/188	HEX #FF70A6 RGB 255/112/166	HEX #FF5092 RGB 255/80/146	HEX #FF3381 RGB 255/51/129
HEX #FFADB6 RGB 255/173/182	HEX #FF8693 RGB 255/134/147	HEX #FF6879 RGB 255/104/121	HEX #FF4B5F RGB 255/75/95	HEX #FF334B RGB 255/51/75
HEX #FEB49A RGB 254/180/154	HEX #FE936C RGB 254/147/108	HEX #FF744C RGB 255/116/76	HEX #FD582F RGB 253/88/47	HEX #FD3D0D RGB 253/61/13

UI-библиотека / Личный кабинет

Изображение для личного кабинета должно иметь фиксированную высоту 450 px и ширину до 375 px.

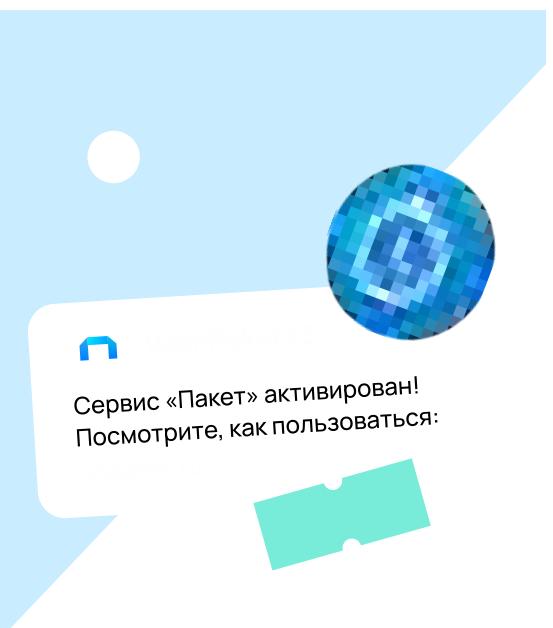
В композиции допустимо совмещение 3D-иллюстраций и 2D-элементов, а также скриншотов из интерфейса.

Для построения композиции рекомендуем использовать небольшое количество крупных элементов, чтобы они одинаково выразительно отображались на разных разрешениях и устройствах.



Войдите в сервис «Пакет»

Для завершения его оформления



Используйте карты магазинов

Обязательно предъявляйте карты при покупках. Именно на них начисляется увеличенный кешбэк от сервиса «Пакет».

Ваши карты отобразятся в личном кабинете. Если их нет, выпустите карты в «Х5 Клубе».



Дальше

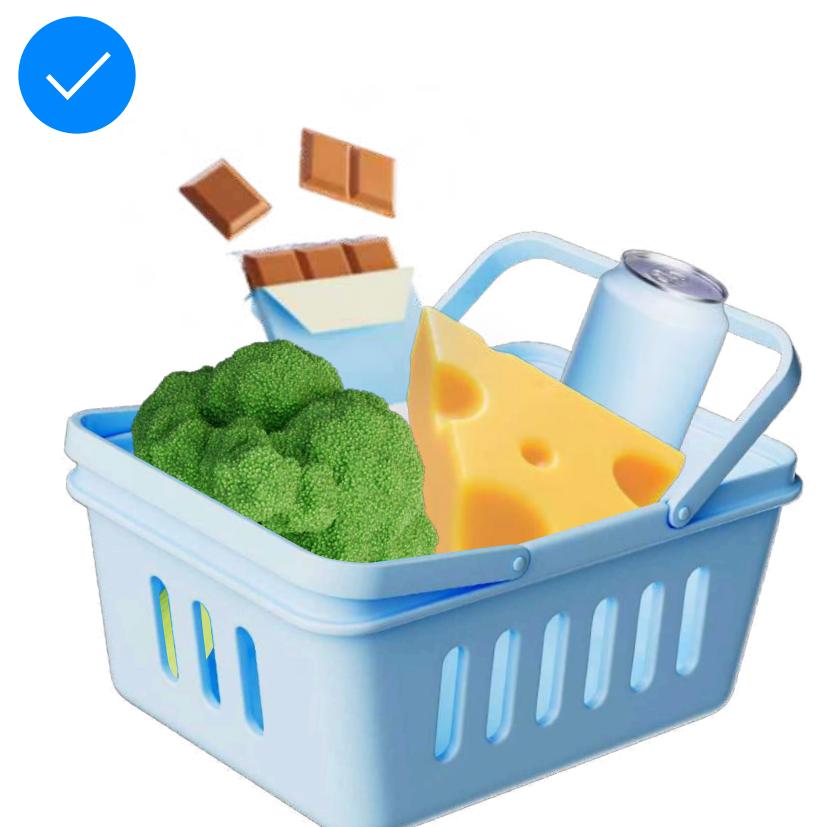
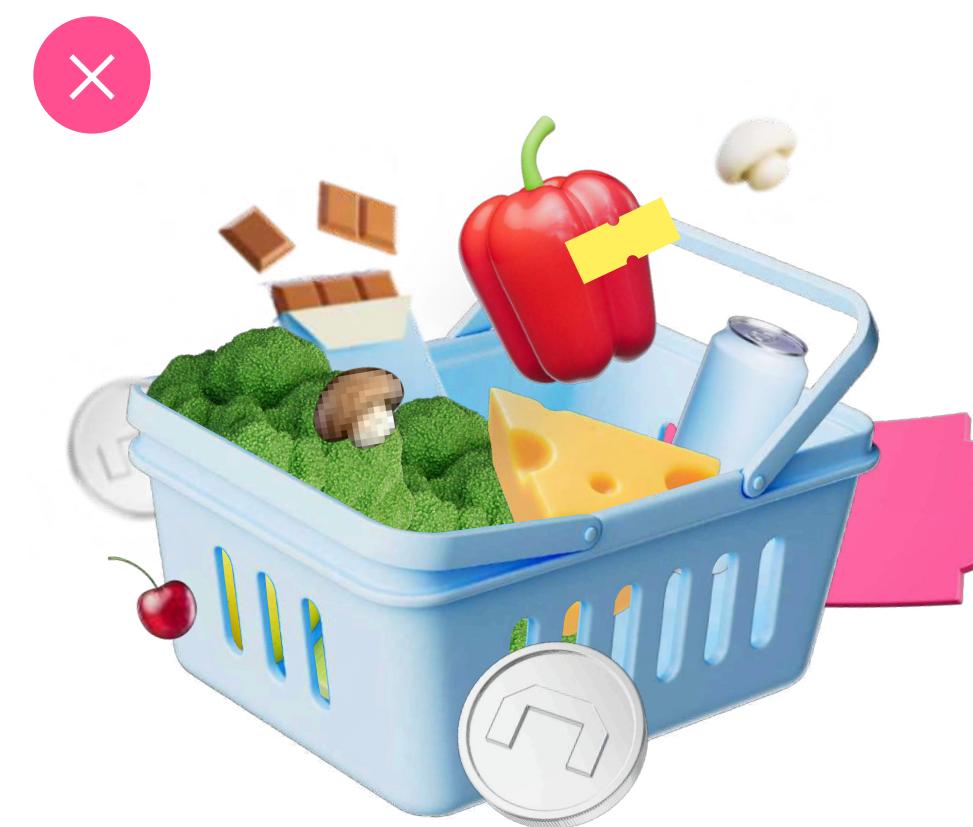
Дождитесь СМС

Мы подключаем сервис «Пакет», он скоро заработает.

Сразу после этого откроется доступ ко всем предложениям.



Дальше



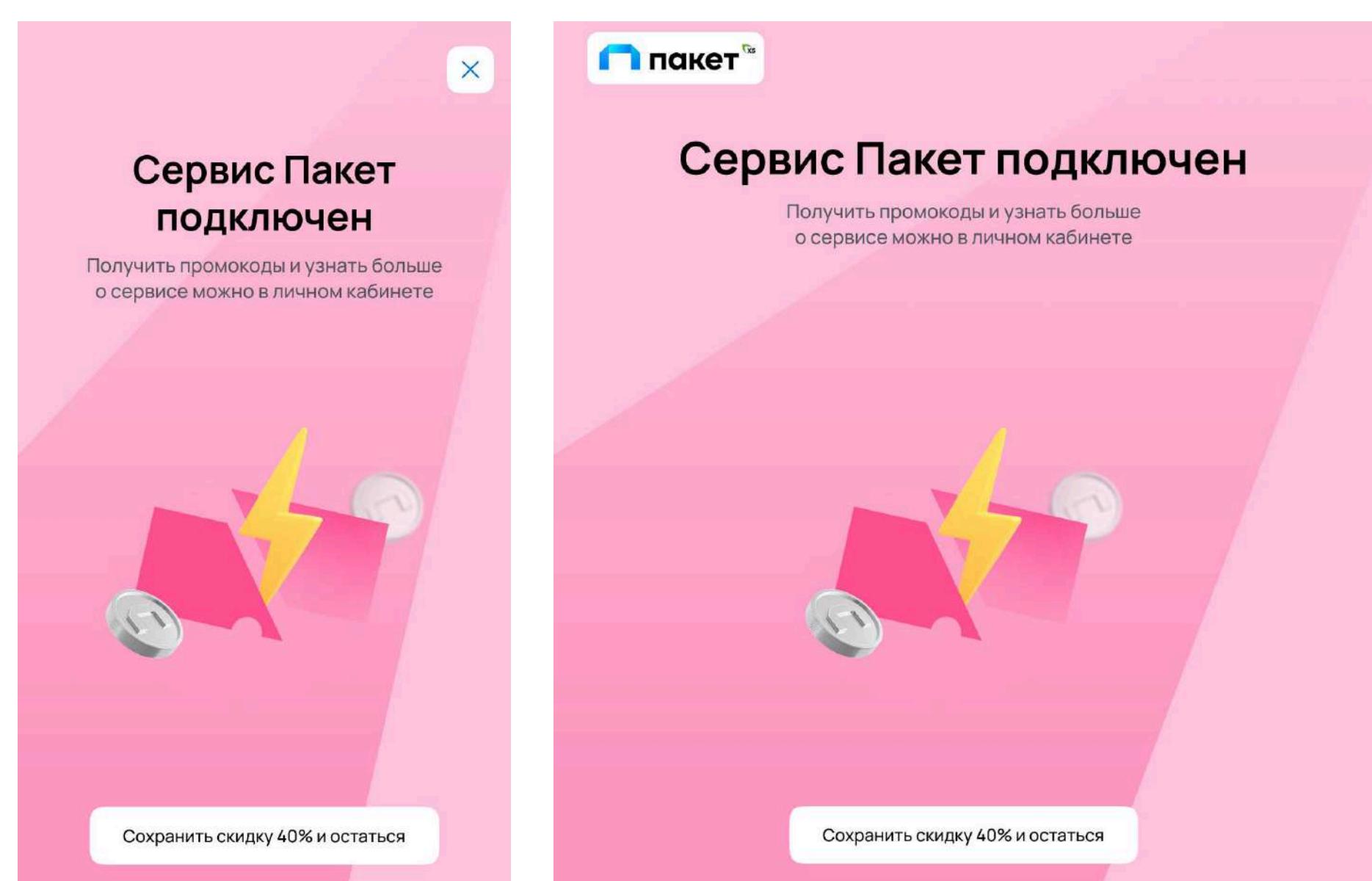
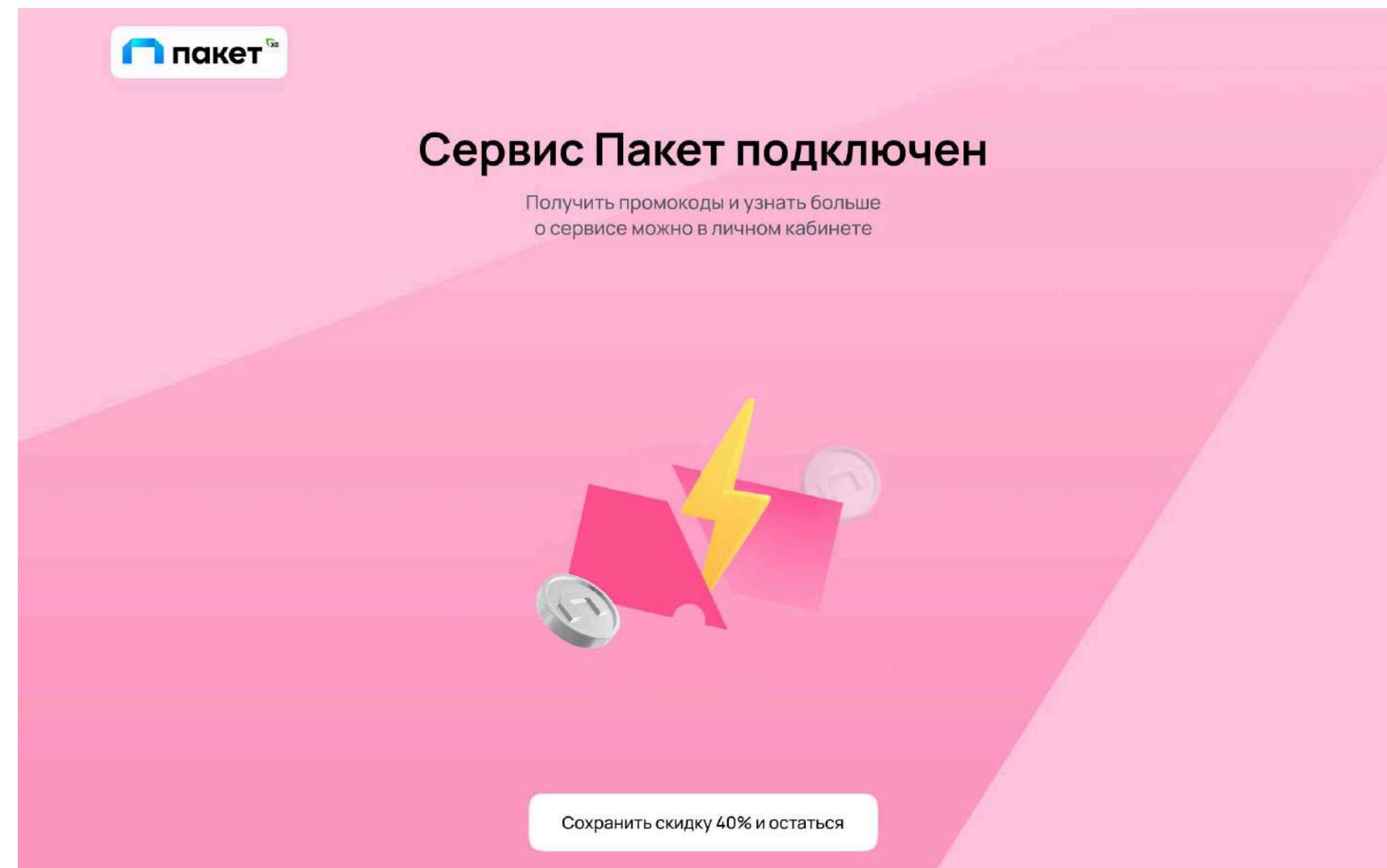
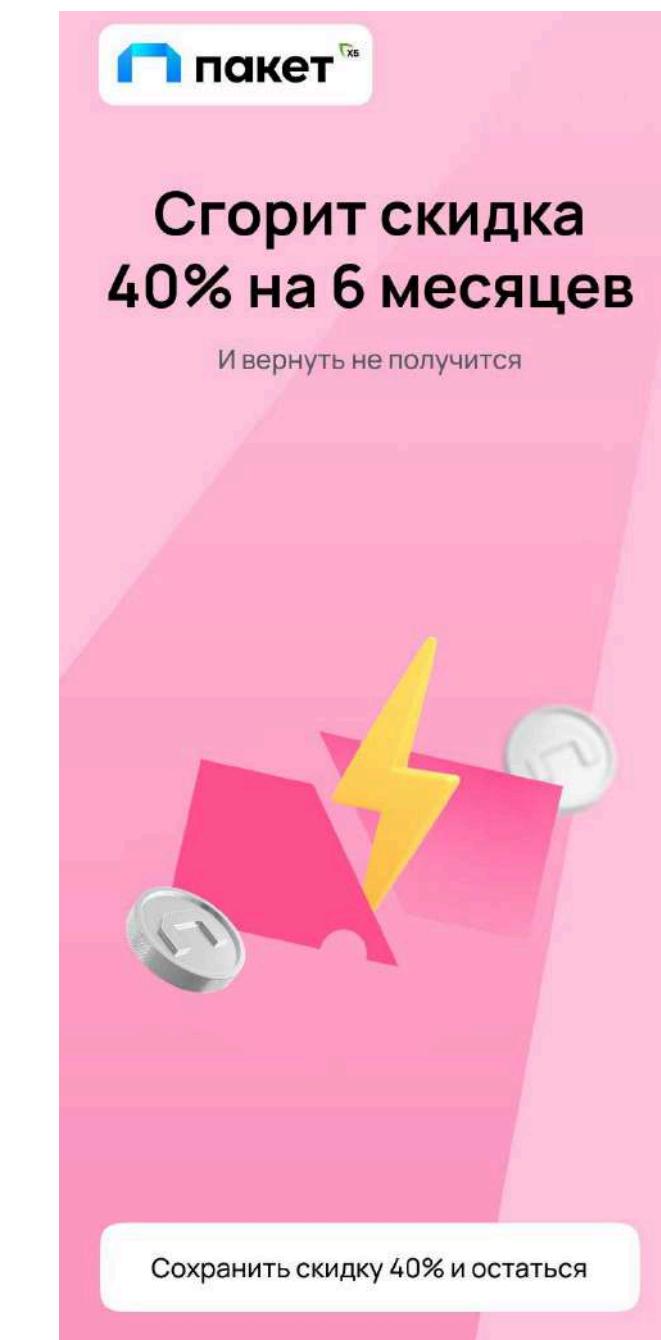
UI-библиотека / Личный кабинет

Композицию рекомендуется выравнивать по центру.

Композиция не должна выходить за рамки экрана
(если это не является частью концепции и не оговорено
с командой разработки).

Для макетов в личном кабинете внутренние отступы (охранные поля)
отсутствуют, поскольку, в отличие от рекламных макетов,
в интерфейсе уже установлены внутренние отступы от изображения
до текста и границ экрана.

При компоновке макета для личного кабинета желательно избегать
соприкосновения луча и краёв элементов изображения.

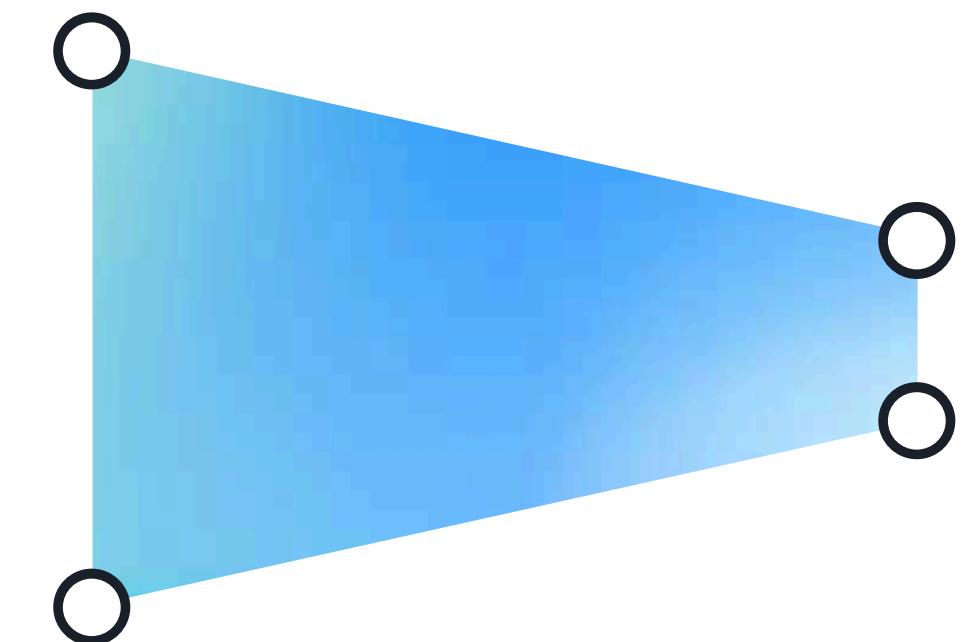
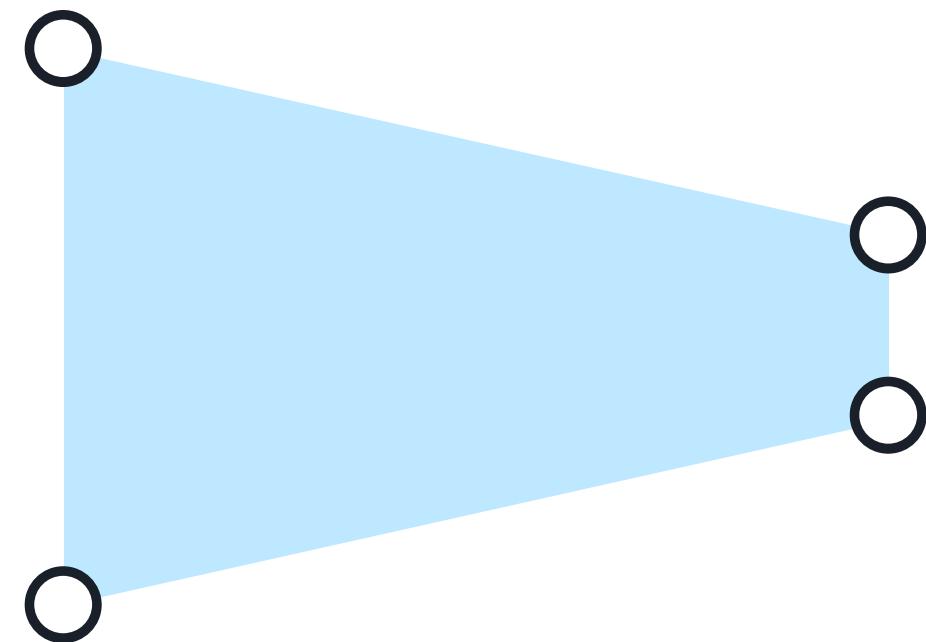


UI-библиотека / Фирменный элемент

Фирменным элементом векторной графики является луч света, направленный на продукты и различные товары. Этот приём позволяет выделить элементы на фоне, делает их особенными и привлекает внимание зрителя.

Луч используется на различных онлайн-носителях, взаимодействует с отправленной фотографией или 3D-иллюстрациями.

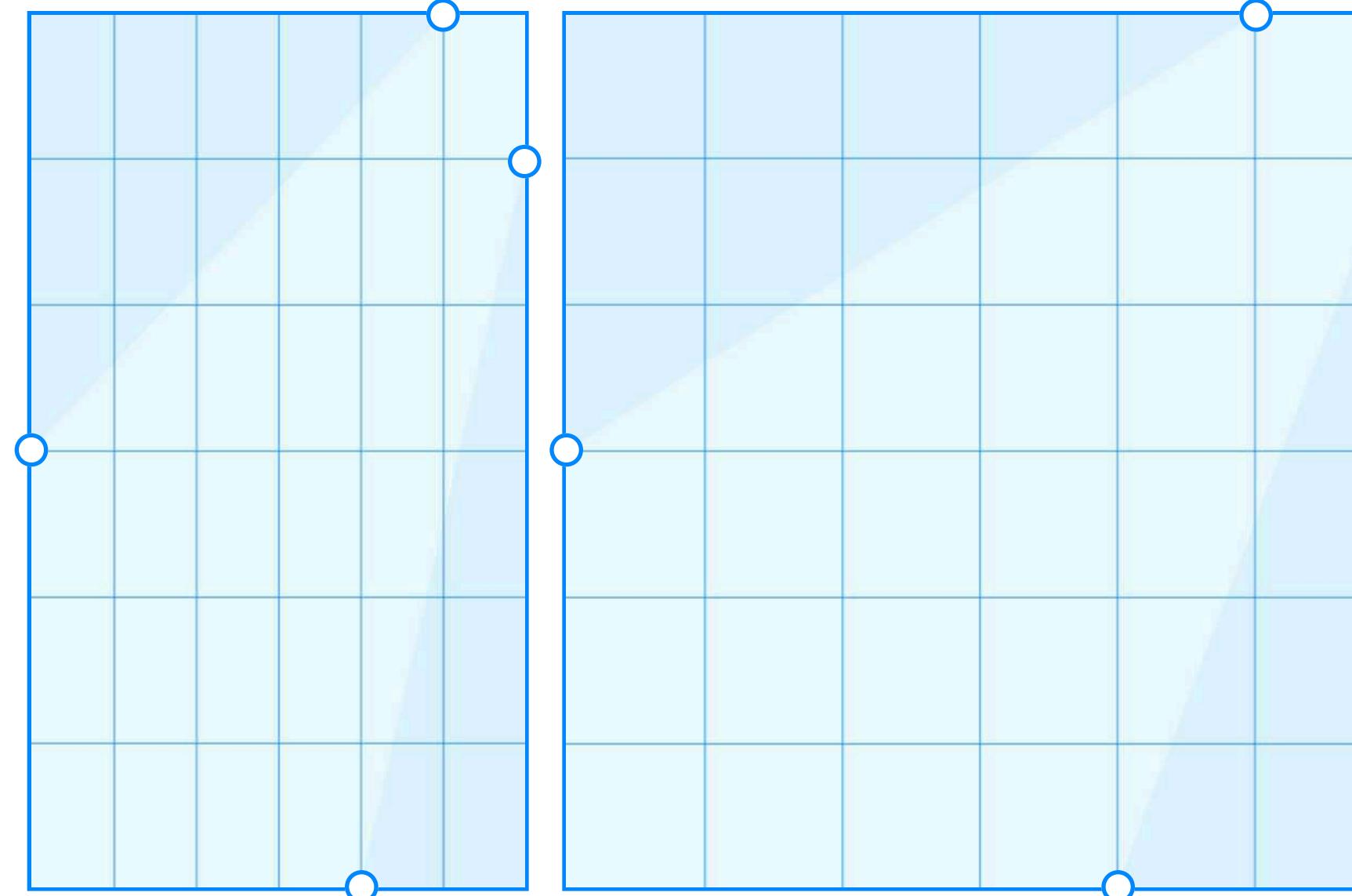
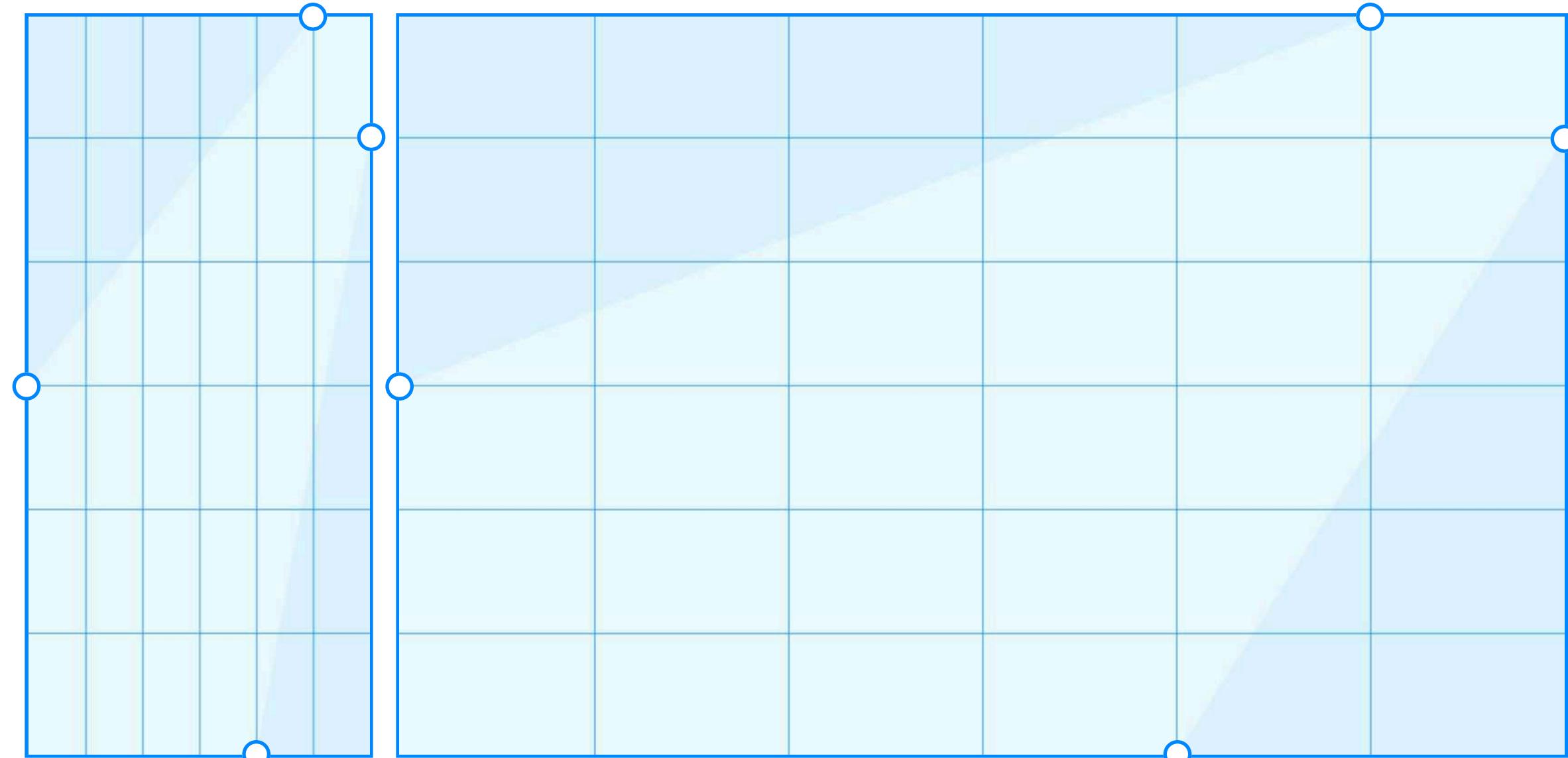
Луч представляет собой форму из четырёх точек. Фирменный луч окрашивается с помощью одного из цветов фирменной палитры или, при необходимости, становится контейнером для сложного или динамичного градиента.



A promotional graphic for a coffee delivery service. It features a large brown paper cup with a white lid. Several brown coffee beans are scattered around the cup. A light blue triangular beam is directed towards the cup. To the left of the cup, there is a black rectangular box with the text '100 %'. Below the cup, there is a logo for 'пакет' (paket) with a registered trademark symbol, followed by three small icons: a blue square with a white '5', a white square with a blue circle, and a white square with a blue cross.

UI-библиотека / Построение луча в ЛК

При построении луча, вне зависимости от формата, применяется сетка 6x6. Луч строится через ключевые точки, которые не подлежат изменению (см. пример). Благодаря единой сетке построенный луч может быть преобразован в компонент и использоваться для всех остальных форматов, без нарушения правил, растягиваясь по всей площади.



UI-библиотека / Однотонный луч и однотонный фон

Для покраски фона и луча используются оттенки одного цвета из дополнительной палитры.

В случаях, когда используется однотонный луч и однотонный фон, цвет фона должен быть темнее цвета луча.

Однотонный фон и однотонный луч используются в креативах с фотографиями и 3D-элементами и могут комбинироваться с градиентными фонами или лучами.

Так, например, если для фона используется синий **#0088FE**, то для луча можно использовать синие **#3DA5FF** и **#6FBCFF**.



UI-библиотека / Модульная сетка

При создании макетов требуется соблюдение отступов от края макета до важных элементов дизайна – текста, логотипов, плашек.

Безопасная зона формируется из горизонтальных и вертикальных отступов, равных 1/12 от меньшей стороны макета, округляя в большую сторону.

Так, например, для макета 2000 x 1500 px размер отступов – 125 px, а для макета 2000 x 3000 px – 167 px.

В макетах, где соотношение сторон больше, чем 9:16, допустим выход визуала за края макета.

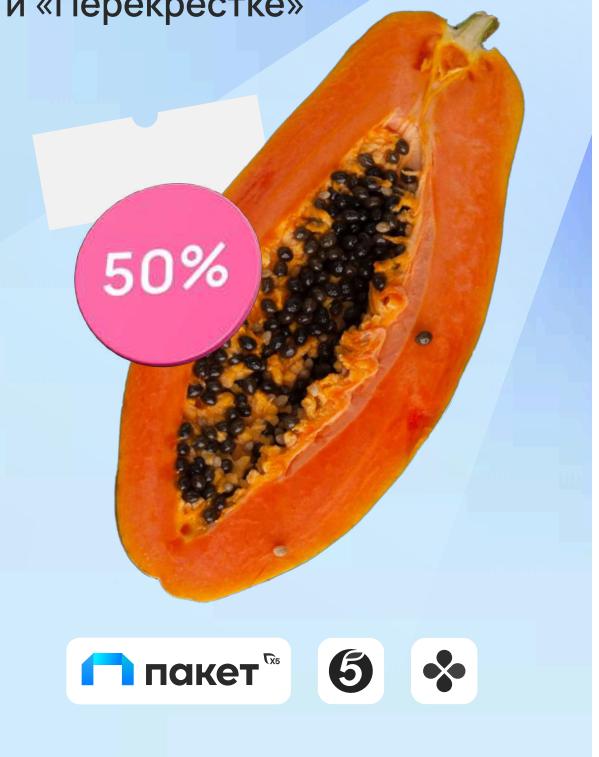
Умножайте выгоду

Получайте 50% кешбэка на кофе и чай ежедневно с сервисом «Пакет»



8 бесплатных доставок

С сервисом «Пакет» в «Пятёрочке» и «Перекрёстке»



Получайте до 50% кешбэка

С сервисом «Пакет»



При построении макета соблюдайте иерархию текста. На этой странице представлены оптимальные размеры и соотношения разных текстовых блоков.

Если кегль заголовка равен **1x**, то кегль подзаголовка – **0,5x**. Кегль текста на ценнике или плашке будет зависеть от количества букв в слове и размера плашки – создайте внутри ценника достаточно пустого пространства, чтобы улучшить читаемость текста.

На этой странице кегль текста на ценнике равен **0,6x**.

Для заголовка и текста на ценнике на этой странице используется начертание **Bold**, для подзаголовка – **Semibold**. При выборе начертаний текста обращайте внимание на смысловую составляющую.

Умножаем выгоду

До 50% кешбэка
на регулярные покупки

STICKER

UI-библиотека / Описание

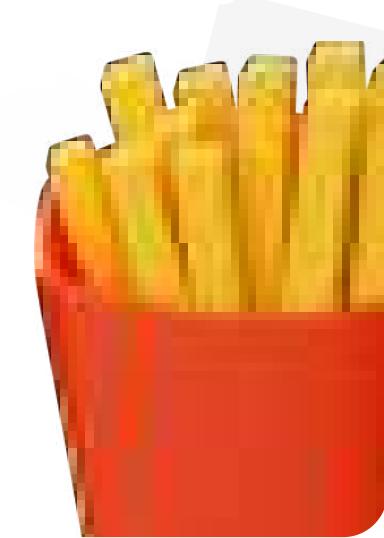
Для изображений внутри элементов использование 3D-иллюстраций, объемных ценников и фирменного векторного луча.

При использовании луча на элементе с цветом, не входящим в фирменную палитру, используется наложение цвета #FFFFFF с прозрачностью 60%.

5 ◊

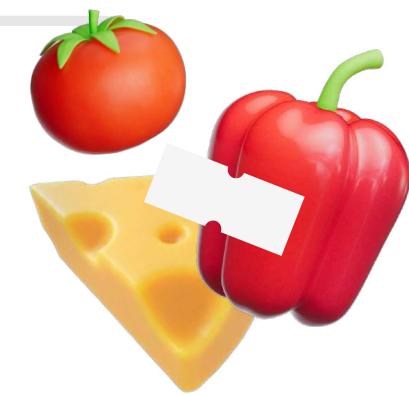
20%

кешбэк на готовую еду



5 ◊

Кешбэк 50%
на покупки



5

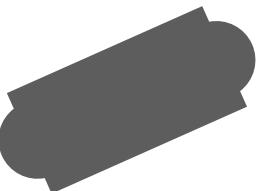
10%

скидка на 5 заказов
в «Пятёрочке»



Карта изменена

Следующее списание 4 июля 2024 года



1346

VISA

09/21

Вы могли вернуть
от 700 ₽ в этом месяце

Подробнее →



UI-библиотека / Правила

В элементах меньшего масштаба допускается использование фронтальной подсветки в форме круга или растягивание луча до правого края элемента.

Для элементов, связанных с выгодой и кешбэком используются стикеры-ценники и монеты.

В композициях с покупками желательно комбинировать продукты одной категории.

5 ◊

50%

кешбэк на кофе
и чай ежедневно



5 ◊

Бесплатная

доставка из «Пятёрочки»
и «Перекрёстка»



Вы могли бы накопить
Апельсинки с Пакетом*

28 500

Ввести промокод

Включится автопродление

Перейдите в личный
кабинет Яндекс Плюс

Для управления вашей подпиской



Перейти



UI-библиотека / Правила

Фавиконка с логотипом, которая используется для отображения веб-сайта в веб-браузерах. Отображается в углу веб-адреса или рядом с названием веб-сайта в закладках браузера, помогает пользователю идентифицировать сайт сервиса.

