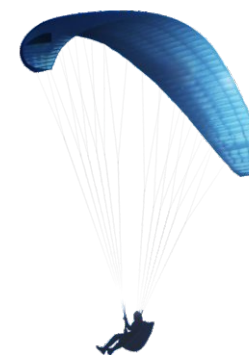




сенімді | надежное  
сақтандыру | страхование

# Руководство по применению фирменного стиля

Основные элементы и правила  
использования



## Введение

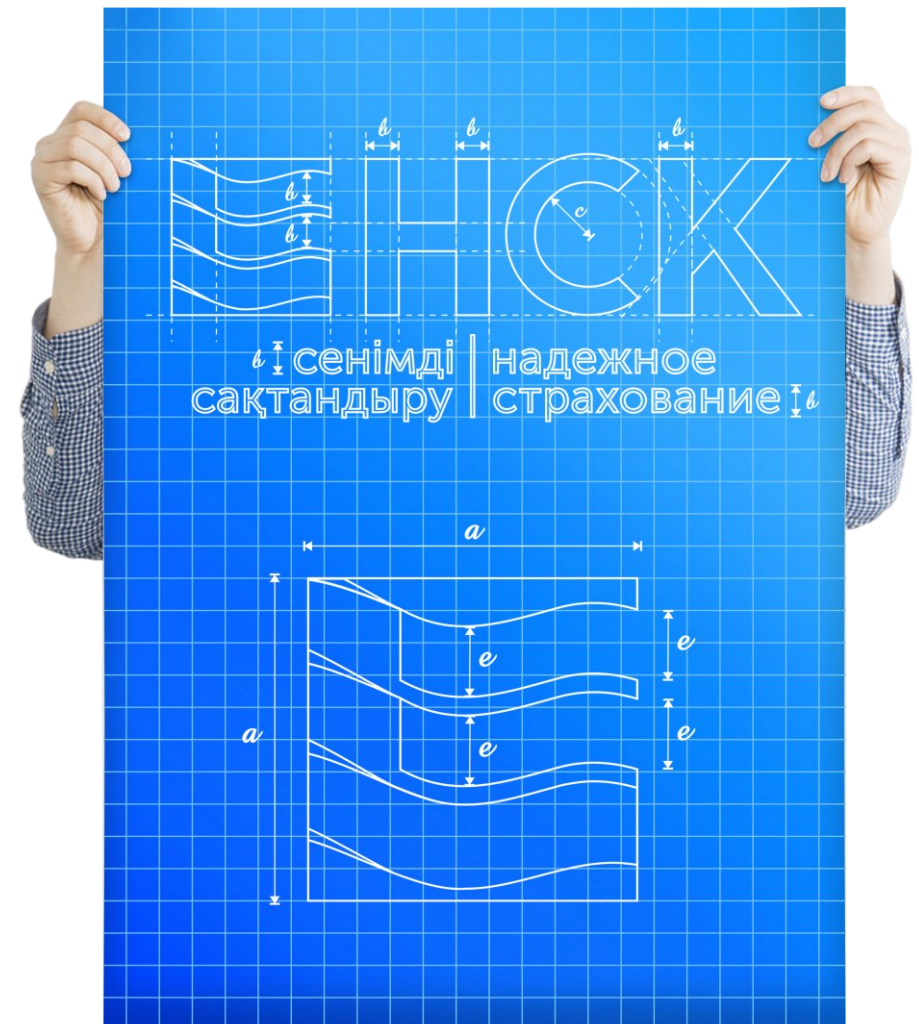
Фирменный стиль страховой компании АО «НСК» состоит из определенных элементов и правил. Таких как логотип, шрифты, цвета, пиктограммы и другие элементы, которые используются в соответствии с определенными в данном руководстве принципами.

Правильное применение элементов стиля при изготовлении деловых и рекламно-презентационных материалов позволит создать индивидуальность — то, что будет выделять компанию среди других страховых компаний.

Людам, которые работают со страховой компанией АО «НСК» необходимо изучить руководство, чтобы понять смысл, заключенный в фирменном стиле. Это поможет в создании внутренних и внешних стандартов и позволит контролировать качество их выполнения самими сотрудниками и людьми, которые будут работать с руководством по фирменному стилю компании. Не следует пытаться самостоятельно изменять и дополнять элементы фирменного стиля и позволять это делать кому-либо.

Необходимо внимательно относиться к выбору дизайнеров, которые будут работать с руководством во время создания рекламных материалов компании. Надо тщательно выбирать типографию, в которой будет печататься деловая документация и рекламные материалы. Не забывать следить за качеством выполняемых в соответствии с данным руководством работ и не допускать пренебрежения исполнителей к изложенным в нём правилам и рекомендациям.

Помните о том, что только четкое следование правилам данного руководства позволит сделать фирменный стиль компании узнаваемым.



## Логотип

Фундаментом корпоративного стиля страховой компании АО «НСК» является его основная символика - логотип.

Основная символика полностью соответствует позиционированию бренда и корпоративному стилю.

Дизайн логотипа отображает ключевые составляющие корпоративного стиля компании:

- Квадрат - как символ стабильности
- Волны - символизируют воздух, перемены
- Градации синего дополнительно подчеркивают воздушность знака
- Новые современные более легкие шрифты, окрашенные в чистые цвета – указывают на то, что компания идёт в ногу со временем.

[Скачать файл](#)

## Структура логотипа

Логотип компании представляет собой композицию из графического знака, шрифтового начертания и саблайна.

На данной странице представлена основная форма логотипа. Саблайн набран на двух языках – казахском и русском.

Элементы логотипа расположены на четко отмеренном расстоянии друг от друга.

При создании материалов, использующих логотип, необходимо помнить, что во избежание искажения логотипа, отображение знака можно осуществлять только с цифровых носителей, которые прилагаются к данному руководству.

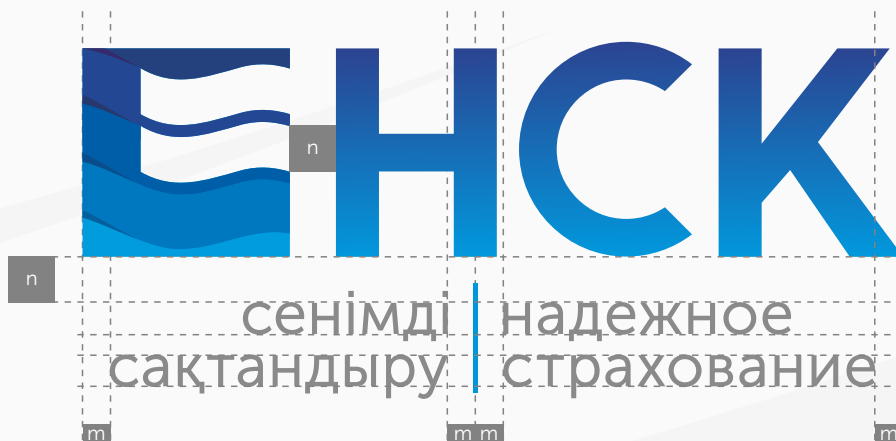


сенімді | надежное  
сақтандыру | страхование



## Линейные привязки логотипа

Саблайн опущен на высоту **n**, равную высоте волны в логотипе и расстоянию между знаком и надписью НСК. Саблайн набран одним кеглем в русской и казахской версии и расположен таким образом, чтобы языковые версии были равноотдалены от края логотипа и центральной линии (**m**).

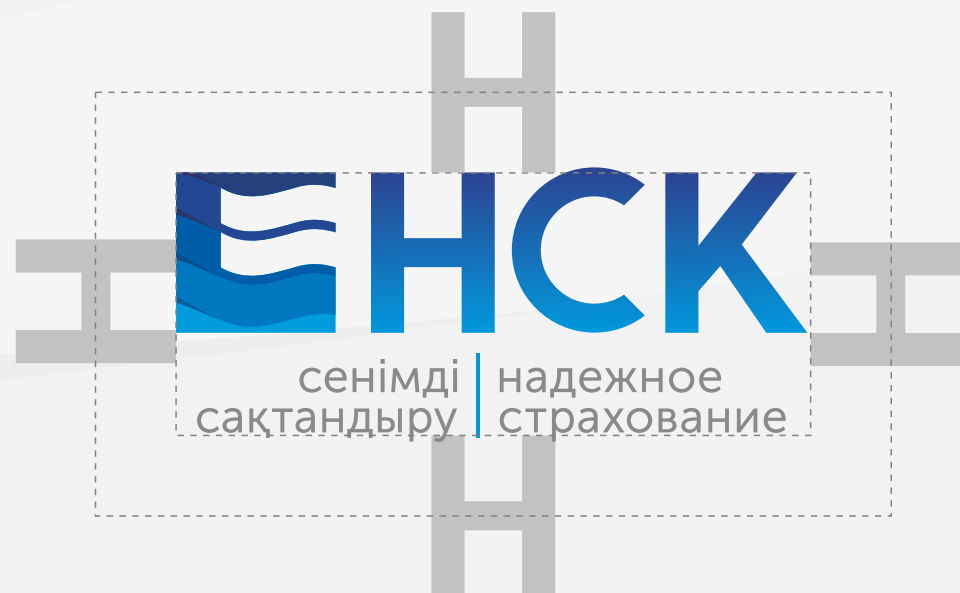


## Охранное поле

Чтобы обеспечить читаемость и необходимую заметность логотипа, достаточно пустого пространства — «охранное поле».

Рекомендованный размер охранного поля задается взятой за основу половиной высоты буквы Н надписи «НСК».

Логотип в пределах охранного поля не должен смешиваться или пересекаться с какими-либо иными элементами.



## Языковые версии логотипа

Логотип страховой компании АО «НСК» может использоваться в нескольких вариантах.

Предпочтительный вариант — основная символика - логотип с саблайном на двух языках: казахском и русском.

Дополнительный вариант – с саблайном на английском языке.

Это позволит применять логотип на различного рода носителях, сфокусированной на своей языковой аудитории.

[Скачать файл](#)

## Упрощенные версии логотипа

При небольших размерах логотипа (в печатной версии знак менее 5 мм в высоту, в веб - на усмотрение дизайнера), теряются детали знака. Для таких случаев предусмотрена упрощенная версия логотипа - с заливкой знака фирменным градиентом.

При невозможности исполнения мелких деталей саблайна возможно использование логотипа без него.

В выборе версии логотипа необходимо руководствоваться одним критерием: чётко ли отображаются волны в знаке. Если нечётко - необходимо применять упрощенную версию логотипа.

Отдельно знак применяется только там, где нет возможности использовать полностью логотип, либо необходимо указать иконкой компанию, например, фавиконка для сайта.

[Скачать файл](#)



Упрощенная версия логотипа с саблайном:



Упрощенная версия логотипа без саблайна:

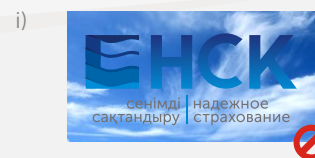
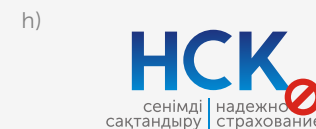


Фирменный знак:



## Недопустимые варианты использования логотипа

- a) Запрещено использовать символику в каких-либо иных цветах, кроме установленных.
- b) Запрещено менять элементы или масштаб элементов в символике.
- c) Запрещено менять организацию элементов в символике.
- d) Нельзя располагать логотип в рамке или контуре.
- e) Не допустимо непропорциональное масштабирование логотипа.
- f) Вертикальная компоновка логотипа не предусмотрена руководством и является недопустимой.
- g) Никогда не обрезайте логотип.
- h) Никогда не используйте логотип без символа.
- i) Никогда не используйте полноцветную версию логотипа на сходном по цвету, либо на сложном или насыщенном фоне, который уменьшает и заметность логотипа.



## Название компании

В материалах наружной рекламы, производстве аудио и видеоматериалов, имиджевой продукции, деловой документации и в прочих случаях, могут возникнуть ситуации, где требуется название компании. В таких случаях следует использовать данное утвержденное название.

## Миссия

Обеспечение комплекса страховых услуг на уровне международных стандартов в целях защиты интересов компаний и частных лиц.

**21 год**  
устойчивого развития

Восходящие линии роста: продаж, количества услуг, филиалов и представительств, качества обслуживания.

На казахском языке:

«Мұнай сақтандыру компаниясы» АҚ

На русском языке:

Страховая компания АО «НСК»

На английском языке:

«Oil insurance company» JSC

## Ценности

### Открытость

Мы верим в преимущество транспарентной работы, основанной на подлинном доверии.

### Клиенты

Мы ориентированы на клиента и нацелены на долгосрочное и взаимовыгодное сотрудничество.

### Надёжность

Мы выполняем свои обязательства, поэтому наши партнёры и клиенты уверены в нас.

### Профессионализм

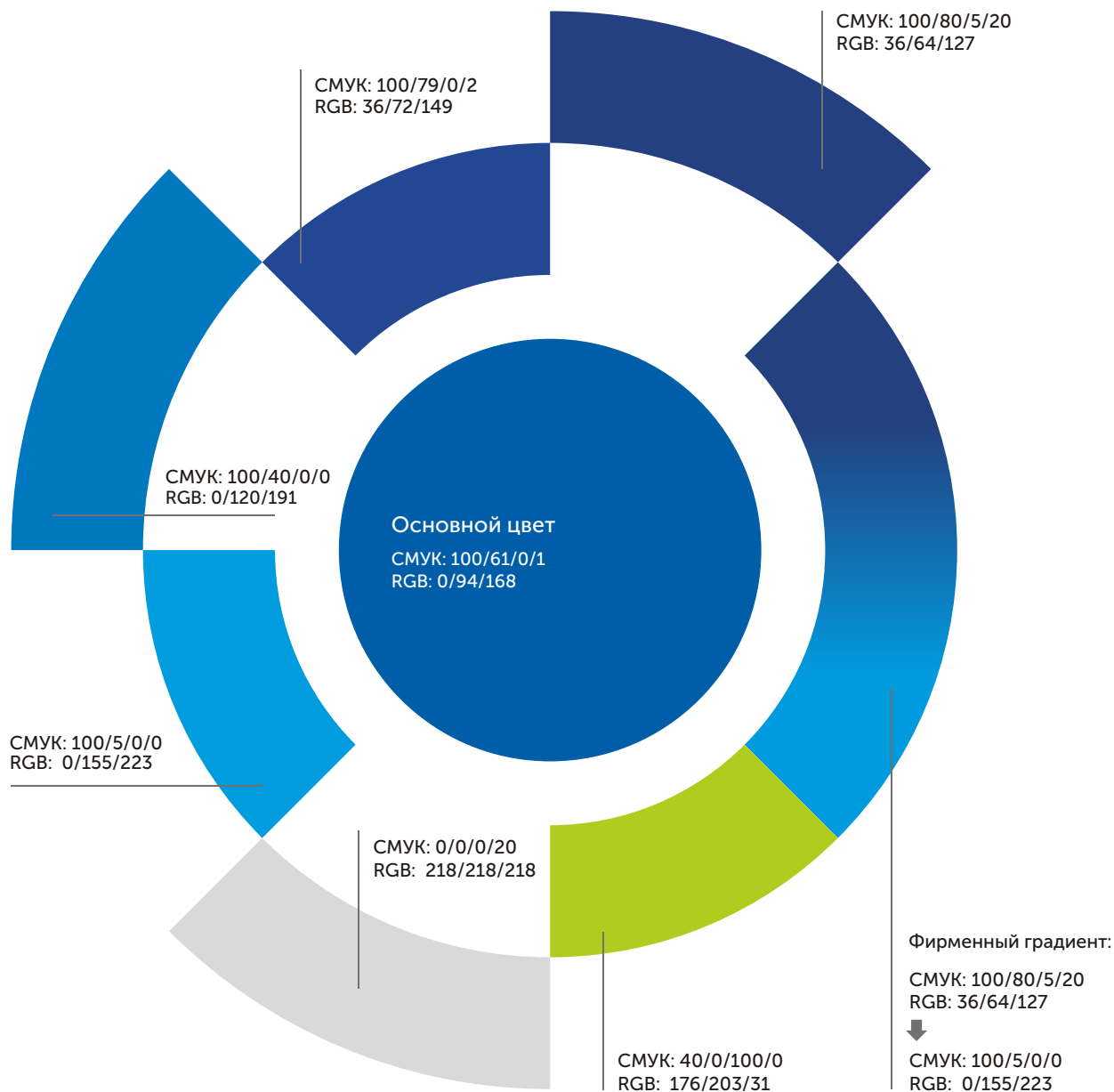
Мы постоянно повышаем свой профессиональный уровень для достижения намеченных целей.

### Ответственность

Мы убеждены, что успех компании складывается из добросовестности и дисциплинированности каждого сотрудника.

### Командный дух

Мы молодая, активная команда, единая в стремлении стать лучшей страховой компанией на нашем рынке.



## Фирменные цвета. Основная палитра.

Основная палитра играет важнейшую роль в цветовом восприятии бренда. Бренд HCK всегда был «синим», и новая цветовая палитра продолжает эту традицию. В этом залог узнаваемости и отражение стабильности, надежности и доверия — ставших неотъемлемыми свойствами, с которыми ассоциируется компания.

Цветовая палитра была оптимизирована и расширена, цвет стал чище, добавлены градации цвета как символ перемен и поступательного движения вперед.

За основной фирменный цвет принят яркий синий (CMYK: 100 61 0 1).

При печати офсетным, либо трафаретным способом с возможностью использования дополнительной краски, серый цвет заменяется на серебро (Pantone 877C).

Сочетание градаций синего и серебра считается приоритетным.



Цвет краски для отделочных работ (Tikkurila):

**N355**  
RGB: 71, 104, 153



## Допустимые цветовые решения логотипа

В целях обеспечения узнаваемости фирменного стиля, количество цветовых решений строго ограничено. Рекомендуемой является полноцветная версия логотипа.

Полноцветный логотип размещается на белых и светлых фонах таким образом, чтобы достигался максимальный контраст между логотипом и фоном. На темных и насыщенных фонах необходимо применять инверсную версию логотипа.

При отсутствии возможности полноцветной печати используется монохромный логотип (например при тампонной печати, шелкотрафаретной и прочее).

Черно-белый логотип используется на факсовых бланках.

Полноцветный логотип  
(основной):



Полноцветный логотип  
(упрощенный):



Монохромный синий логотип



Инверсия на синем фоне:



Монохромный серый логотип



Инверсия на сером фоне:



Черно-белый логотип



Инверсия на черном фоне:



## Фирменные шрифты

Фирменным шрифтом является семейство Museo Sans - современные рубленые шрифты с переменной толщиной штрихов. Широкий выбор начертаний позволяет интересно оформить любой текстовый блок. Поддерживает большое количество языков, включая казахский и спецсимволы (в том числе лигатуры, дроби и прочее).

[Скачать файл](#)

123 abc Museo Sans Cyril 100 (тонкий)

Аа Бб Вв Гг Дд Ее Ёё Жж Зз Ии Йй Кк Лл Мм Нн Оо Пп Рр Сс Тт Уу  
Фф Хх Цц Чч Шш Щщ Ъъ Ыы Ьь Ээ Юю Яя 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 @ # \$ % & () «»

123 abc Museo Sans Cyril 300 (вспомогательный)

Аа Бб Вв Гг Дд Ее Ёё Жж Зз Ии Йй Кк Лл Мм Нн Оо Пп Рр Сс Тт Уу  
Фф Хх Цц Чч Шш Щщ Ъъ Ыы Ьь Ээ Юю Яя 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 @ # \$ % & () «»

123 abc Museo Sans Cyril 500 (Основной наборный)

Аа Бб Вв Гг Дд Ее Ёё Жж Зз Ии Йй Кк Лл Мм Нн Оо Пп Рр Сс Тт Уу  
Фф Хх Цц Чч Шш Щщ Ъъ Ыы Ьь Ээ Юю Яя 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 @ # \$ % & () «»

123 abc Museo Sans Cyril 700 (Жирный)

Аа Бб Вв Гг Дд Ее Ёё Жж Зз Ии Йй Кк Лл Мм Нн Оо Пп Рр Сс Тт Уу  
Фф Хх Цц Чч Шш Щщ Ъъ Ыы Ьь Ээ Юю Яя 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 @ # \$ % & () «»

123 abc Museo Sans Cyril 700 (Акцидентный)

Аа Бб Вв Гг Дд Ее Ёё Жж Зз Ии Йй Кк Лл Мм Нн Оо Пп Рр Сс Тт Уу  
Фф Хх Цц Чч Шш Щщ Ъъ Ыы Ьь Ээ Юю Яя 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 @ # \$ % & () «»

СТРАХОВАНИЕ  
Сақтандыру компаниясы

+7 (727) 258 1800

ОС ГПО АВТОВЛАДЕЛЬЦЕВ  
Ипотечное страхование  
Строительно-монтажные риски

[www.nsk.kz](http://www.nsk.kz)  
КАСКО

Титульное страхование

МЕЖДУНАРОДНОЕ МЕДИЦИНСКОЕ СТРАХОВАНИЕ  
"СФЕРА ЗДОРОВЬЯ"

Страховая компания «НСК» может предложить Вам широкий ряд программ страхования ответственности, здоровья Ваших сотрудников, страхования имущества и других видов на индивидуальных условиях, и как всегда, с высоким сервисом.

## Вспомогательный фирменный шрифт

При невозможности использовать семейство Museo Sans по техническим причинам допустимо применение системной гарнитуры Tahoma. Использование Tahoma ограничивается такими областями, как создание документов в офисных программах семейства Microsoft Office, в том числе при создании презентаций в программе PowerPoint, документов всех типов в текстовом редакторе Word, а также в качестве наборного шрифта для почтовой корреспонденции и электронных писем.



## Фирменный паттерн

Для брендирования всевозможных материалов страховой компании АО «НСК» разработан фирменный паттерн.

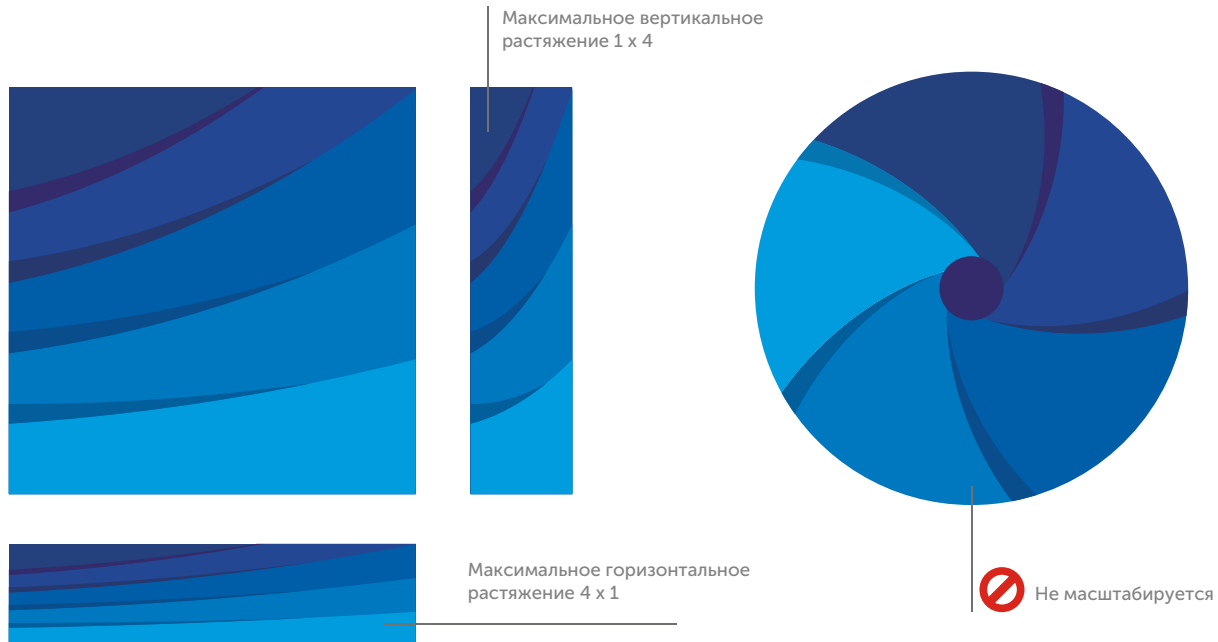
Графическую основу паттерна составляют волны в фирменных цветах, стремящиеся вверх.

[Скачать файл](#)



## Масштабирование паттерна

Основной паттерн квадратной формы имеет возможность масштабирования. Дополнительный паттерн круглой формы масштабировать нельзя.

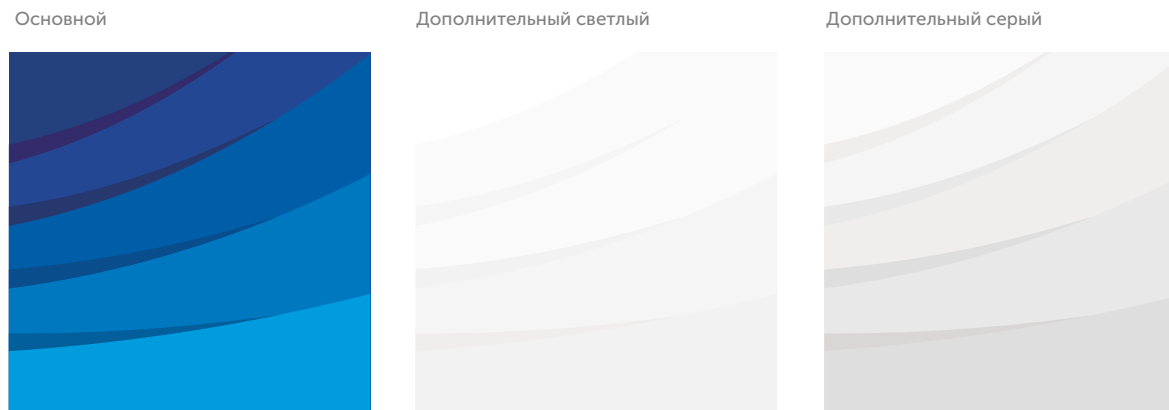


## Цветовые вариации паттерна

Основной паттерн исполнен в корпоративных синих цветах.

В случае если синий паттерн использовать невозможно (например при черно-белой печати) или дизайнер считает его использование не соответствующим творческому замыслу – можно использовать дополнительный серый паттерн.

Дополнительный светлый паттерн можно использовать в качестве фона деловой документации.



## Угловое кадрирование паттерна

Для частичного брендинга поверхностей (к примеру, вывесок, дорожных указателей, а также элементов деловой документации) применяется угловое кадрирование корпоративного паттерна.

Пропорции углового кадрирования могут быть определены произвольным соотношением в диапазоне от 1,5:1 до 4:1.

Угловое кадрирование  
корпоративного паттерна  
на белом фоне

Угловое кадрирование  
корпоративного паттерна  
на темно-синем фоне

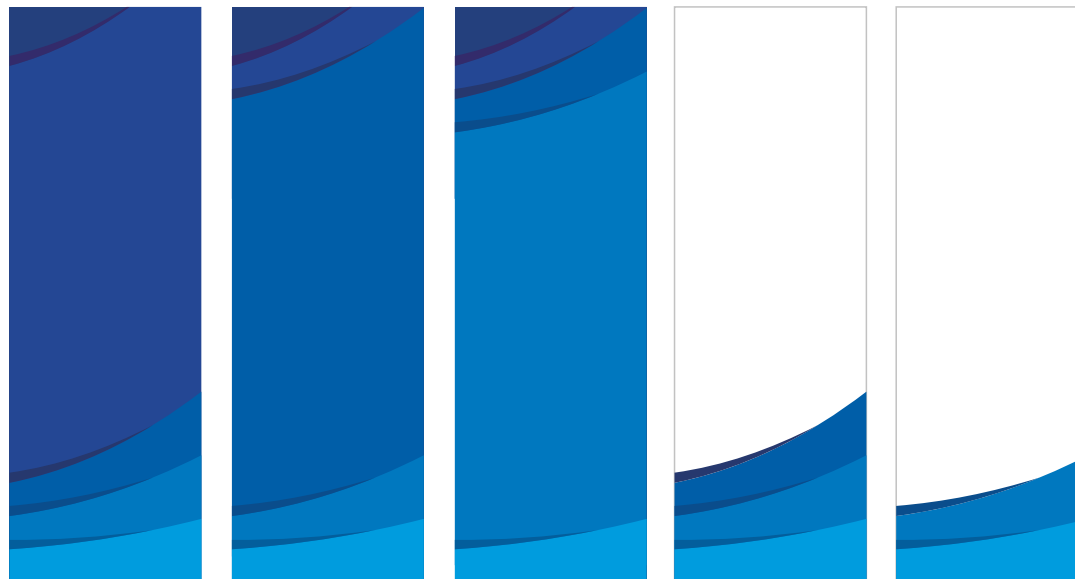
1,5:1

4:1

## Внутренние объёмы паттерна

Пластика корпоративного паттерна позволяет использовать внутренние объёмы цветового градиента для создания необходимого для внутренней компоновки тексто-графического контента пространства.

Для этого используется расширение одной из трёх внутренних цветовых плашек, с сохранением формы и пластики плашек всех остальных оттенков корпоративного градиента.



## Описание фотографического стиля компании НСК

Фотографический стиль выражает позиционирование компании. Правильное использование фотостилля в рекламных коммуникациях позволяет сформировать индивидуальный образ и визуализировать основные ценности компании. Фотоизображения для рекламной кампании разрабатываются под заказ, либо скачиваются с фотостоков.

Желательно ежегодно разрабатывать визуалы для каждого из продуктов и использовать их в рекламных материалах в течение года.

### Люди.

Конечная цель деятельности компании – защита клиентов от всевозможных рисков. Пользуясь услугами компании, потребитель должен быть уверен в её надёжности и наилучших условиях. Поэтому акцент на людях, как конечных потребителях услуг, крайне важен. Герои фотоизображений – современные люди, вне зависимости от возраста и социального положения. Они обладают активной жизненной позицией, ясными целями, активны, позитивны и жизнерадостны. При создании или подборе фотоизображений следует учитывать национальный аспект, то есть по возможности компоновать фотоизображения людей таким образом, чтобы европейских образов и образов коренной национальности страны было примерно поровну.

### Предметы и техника.

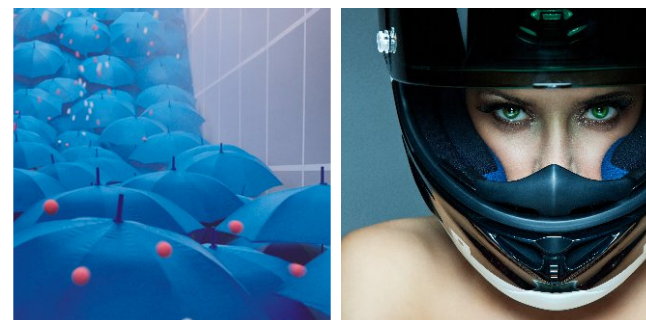
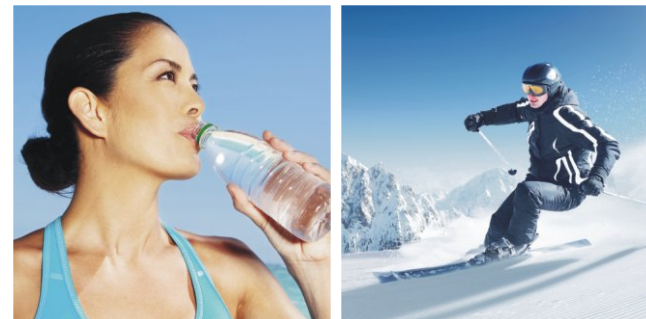
Сохранность имущества – один из главных приоритетов деятельности компании. Техника и предметы в качестве главной части композиции используются в рекламе или описании продуктов связанных прежде всего с транспортным или корпоративным страхованием. В зависимости от поставленной задачи это могут быть автомобили, промышленное оборудование, воздушный и морской транспорт, недвижимость, электроника и многое другое. Желательно использовать актуальную на данный момент технику: автомобили и электронику выпущенную не ранее одного года назад, реальные на данный момент пейзажи городов и т.д.

### Ситуации.

Ситуации с участием людей или предметов должны создавать ощущение динамики посредством композиции, ракурса, движения, кадрирования или крупных планов. Фотоизображения должны передавать атмосферу доверия и позитивного взаимодействия компании и клиента.

### Цветовая гамма и освещение.

Одним из основных визуальных признаков компании являются фирменные синие цвета. Присутствие этих цветов в фотоизображении является обязательным. Важно, чтобы введение этих цветов не выглядело искусственным, а органично интегрировалось в изображения. Это могут быть части одежды, предметы, фон, а также естественные цвета неба и воды. Естественное и искусственное освещение на фотоматериалах должно быть реалистичным и мягким. Тёмные фотоизображения, жесткий контрастный свет – не рекомендуются.



## Общие принципы построения рекламных модулей

Наружная реклама и реклама в печатных СМИ – одно из главных средств продвижения и распространения информации, формирующей позитивное отношение со стороны целевой аудитории. Поэтому к оформлению рекламных носителей стоит подходить с исключительным вниманием, избегая решений не соответствующих фирменному стилю.

При разработке материалов следует четко понимать к какому из двух видов относится данная реклама: имиджевая или продуктовая.

### Имиджевая реклама:

Отражает наше видение, показывает успехи компании и отличия от конкурентов.

Носители:

- а) Наружная реклама, билборды, мегаборды, лайтбоксы.
- б) Рекламные модули в прессе: только полноцветные высококачественные издания, только полосные (предпочтительно правая полоса) или разворотные публикации.
- в) Публикации в социальных сетях.

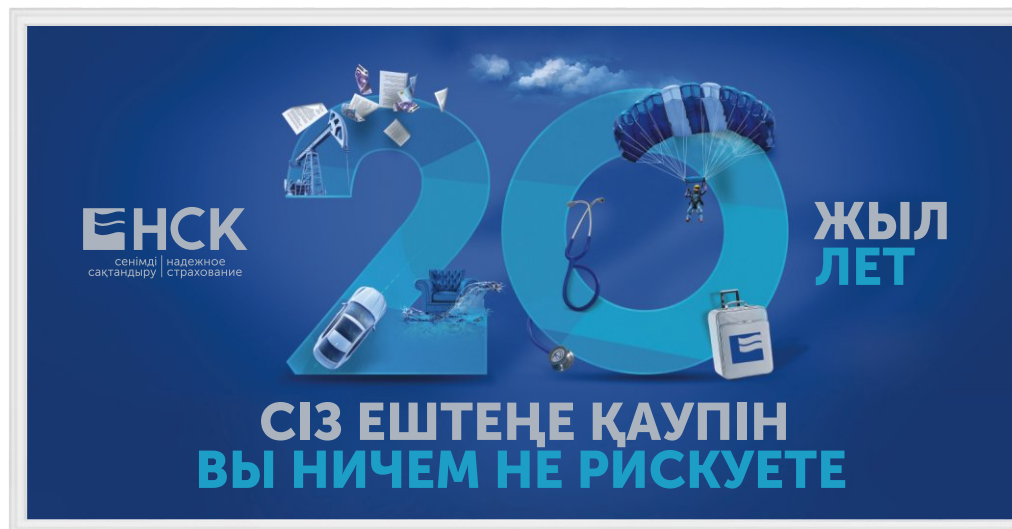
### Продуктовая реклама:

Представляет собой рекламу конкретных предложений.

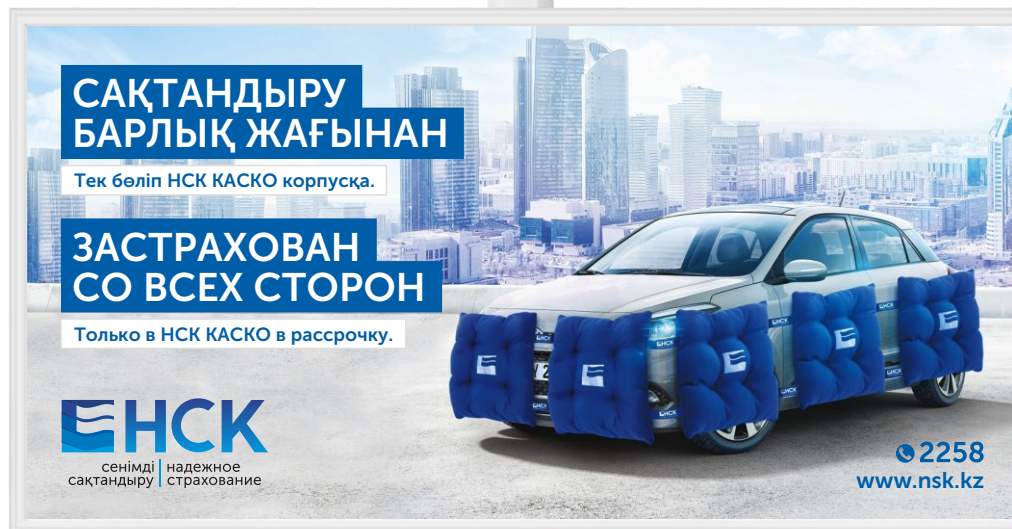
Носители:

- а) Наружная реклама, билборды, мегаборды, лайтбоксы, перетяжки.
- б) Рекламные модули в прессе: полно- и одноцветные издания, возможны менее чем полосные модули.
- в) Публикации в социальных сетях и интернет-баннеры.

Имиджевая



Продуктовая





## Оформление наружной рекламы

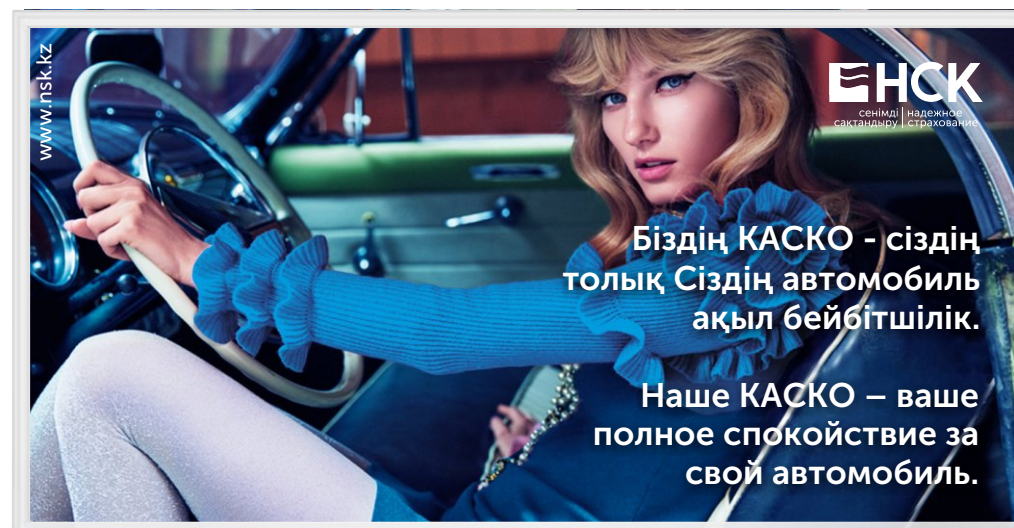
К наружной рекламе относятся билборды, мегаборды, лайтбоксы, перетяжки, стенды т.д. находящиеся в общественных местах. Оформляются в соответствии с принципами фирменного стиля и содержат, как правило, текстовое послание и фотоизображение.

Рекламные щиты рассчитаны на непродолжительный контакт с потребителем. Поэтому объем информации, размещенный на щите, должен быть минимальным и четко структурированным.

Для удобства считывания информации рекомендуемая максимальная длина строки заголовка не должна превышать 15 символов. Возможно разбиение заголовка на 2 строки. Таким образом общая длина заголовка не должна превышать 30 символов. Для информационного сообщения максимальная длина строки не должна превышать 50 символов. Возможно разбиение на 4 строки.

Рекомендуется использовать фотоизображения соответствующие фотостилью НСК и связанные по смыслу с текстовой информацией.

Согласно Законодательства, все тексты визуальной информации располагаются в следующем порядке: слева или сверху - на государственном, справа или снизу - на русском языках, пишутся одинаковыми по размеру буквами. По мере необходимости тексты визуальной информации могут быть приведены дополнительно и на других языках. При этом размеры шрифта не должны превышать установленных нормативными правовыми актами требований. Устная информация, объявления, реклама даются на государственном, русском и, при необходимости, на других языках. Закон Республики Казахстан «О языках в Республике Казахстан» от 11 июля 1997 года №151.





сенімді | надежное  
сақтандыру | страхование

 [nsk.kz](http://nsk.kz)  [nsk.kz](https://www.facebook.com/nsk.kz)  [nsk.kz](https://www.instagram.com/nsk.kz)  [nsk\\_kz](https://www.blogger.com/nsk_kz)

