

NEO TOOLS

Księga Marki



Wstęp

NEO to wysokiej klasy specjalistyczne i popularne narzędzia dla profesjonalistów, wymagających użytkowników oraz osób realizujących różne prace w domu. W skład marki wchodzi wiele kategorii produktowych. Główne filary marki stanowi kategoria moto oraz BHP. NEO Tools rozwija się również w zupełnie nowych obszarach, które idealnie wpisują się w męski świat. Marka pomaga realizować zarówno ciężkie zadania jak i swoje pasje. W produkcji wykorzystane są najnowsze technologie i materiały.

Narzędzia produkowane są w oparciu o nowoczesne materiały i technologie gwarantujące najwyższą trwałość i niezawodność. Niniejsza Księga Marki NEO zawiera zarówno przykłady realizacji materiałów promocyjnych, jak również precyzuje zasady ich projektowania. Przedstawione w dalszej części rozwiązania określają reguły użycia logo, czcionek, kolorów oraz wszelkich pozostałych elementów identyfikacji wizualnej marki.

Prezentowane w niej standardy powinny być bezwzględnie przestrzegane, tak aby wzmacniać budowanie spójnego i wyrazistego wizerunku marki.



Marka NEO

1. O marce
2. Identyfikacja wizualna
3. Branding produktowy
4. Nośniki mediowe
5. Social media



1.1 Marka NEO

O marce



The logo for NEO TOOLS features the word "NEO" in a large, bold, black, sans-serif font. Below it, the word "TOOLS" is written in a smaller, black, sans-serif font, with wide letter spacing.

W kompetencji marki NEO Tools leży dostarczanie **niezawodnych narzędzi przetestowanych** zarówno w sterylnych laboratoriach, jak i w miejscach pracy profesjonalistów.

Dzięki NEO użytkownicy mają **pewność wysokiej jakości i dobrze wykonanej pracy**. NEO ma naturę bohatera, który szuka ambitnych wyzwań i działa operatywnie, korzystając ze zdobyczy technologii i designu. Marka jest silna i zdecydowana.

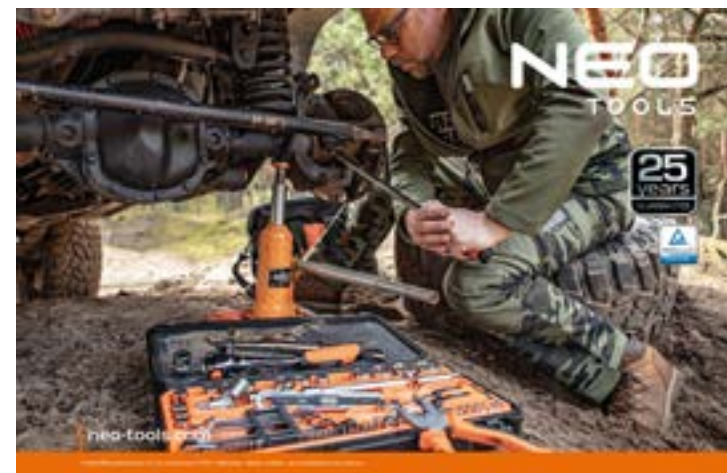
Najlepsza do prac w wymagających warunkach.

1.3 Świat marki NEO

Świat marki



Layout prasowy



Banner

Typografia Marki

PILL GOTHIC
PILL GOTHIC
PILL GOTHIC PF DIN TEXT COND PRO



Katalog



Identyfikacja wizualna

- 2.1 Znak podstawowy
- 2.2 Znak podstawowy, wersja dodatkowa
- 2.3 Znak podstawowy, niedopuszczalne warianty kolorystyczne
- 2.4 Znak podstawowy, pole ochronne
- 2.5 Kolory marki NEO
- 2.5 Kolory marki NEO
- 2.6 Dobór materiału ilustracyjnego
- 2.7 Dobór materiału ilustracyjnego
- 2.8 Dobór materiału ilustracyjnego - narzędzia
- 2.9 Dobór materiału ilustracyjnego - narzędzia
- 2.10 Typografia marki - krój główny
- 2.11 Typografia marki - krój główny i techniczny
- 2.12 Ikony, stylistyka ikon
- 2.13 Ikony, stylistyka ikony (25 lat gwarancji)



2.1 Identyfikacja wizualna

Znak podstawowy

Minimalna wielkość znaku to 20 mm.

Znak stanowi zamkniętą całość i nie powinien być poddawany zniekształceniom z wyjątkiem skalowania. Należy korzystać z wersji elektronicznej.





2.2 Identyfikacja wizualna

Znak podstawowy
wersja dodatkowa

Zaleca się używanie płaskich, uproszczonych logotypów.

NEO
TOOLS



2.3 Identyfikacja wizualna

Znak podstawowy,
niedozwolone
warianty
kolorystyczne



NIE



2.5 Identyfikacja wizualna

Kolory marki NEO

2 podstawowe kolory marki to: czarny i pomarańczowy.

Są one odzwierciedlone w logotypie marki.

Ważne jest aby dbać o ich obecność w systemie identyfikacji marki przy projektowaniu elementów związanych z marką.

Kolor pomarańczowy jest dodatkowym akcentem kolorystycznym wyróżniającym markę NEO na tle konkurencji.





2.6 Identyfikacja wizualna

Dobór materiału ilustracyjnego

Zdjęcia ilustrujące komunikację marki NEO pokazują silnych, wiarygodnych, kompetentnych mężczyzn, podczas różnego rodzaju prac.

Ukazani na zdjęciach profesjonalści jak i zaawansowani użytkownicy to osoby, dla których liczy się zarówno praca jak i jej końcowy efekt. Ważne jest, aby zdjęcie pokazywało skupienie na pracy, zaangażowanie oraz pasję. Mężczyźni ukazywani są w odzieży roboczej Neo.





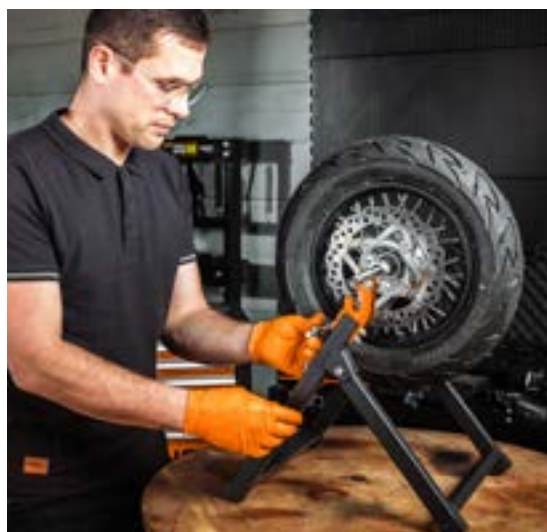
2.7 Identyfikacja wizualna

Dobór materiału ilustracyjnego

Zdjęcia marki NEO powinny pokazywać:

- człowieka (np. mechanika) przy pracy
- światło skupione na podstawowej czynności
- ekspresję uchwyconą poprzez kadr, sytuację, światło, kolor, zbliżenia

Dodatkowo zdjęcia powinny być ostre i wysokiej jakości.





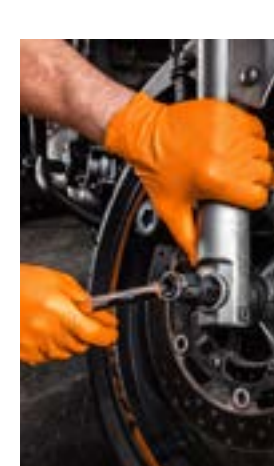
2.8 Identyfikacja wizualna

Dobór materiału ilustracyjnego - narzędzia

Zdjęcia narzędzi mają oddawać precyzję i jakość marki NEO, nie powinny wyglądać jak używane.

Narzędzia mogą być prezentowane w różny sposób:

- w akcji, trzymane w dłoni, dłoń może być w rękawicy
- leżące na płaszczyznach, bliskie kadry, zbliżenie na detal, pokazany błysk stali, gra światłem





2.9 Identyfikacja wizualna

Dobór materiału ilustracyjnego - narzędzia

Zdjęcia narzędzi powinny pokazywać jakość marki NEO, nie powinny wyglądać jak używane.

Powinny:

- operować zbliżeniem
- operować światłem, cieniem, szarościami
- wykorzystywać plan pierwszy i dalszy
- pokazywać detal



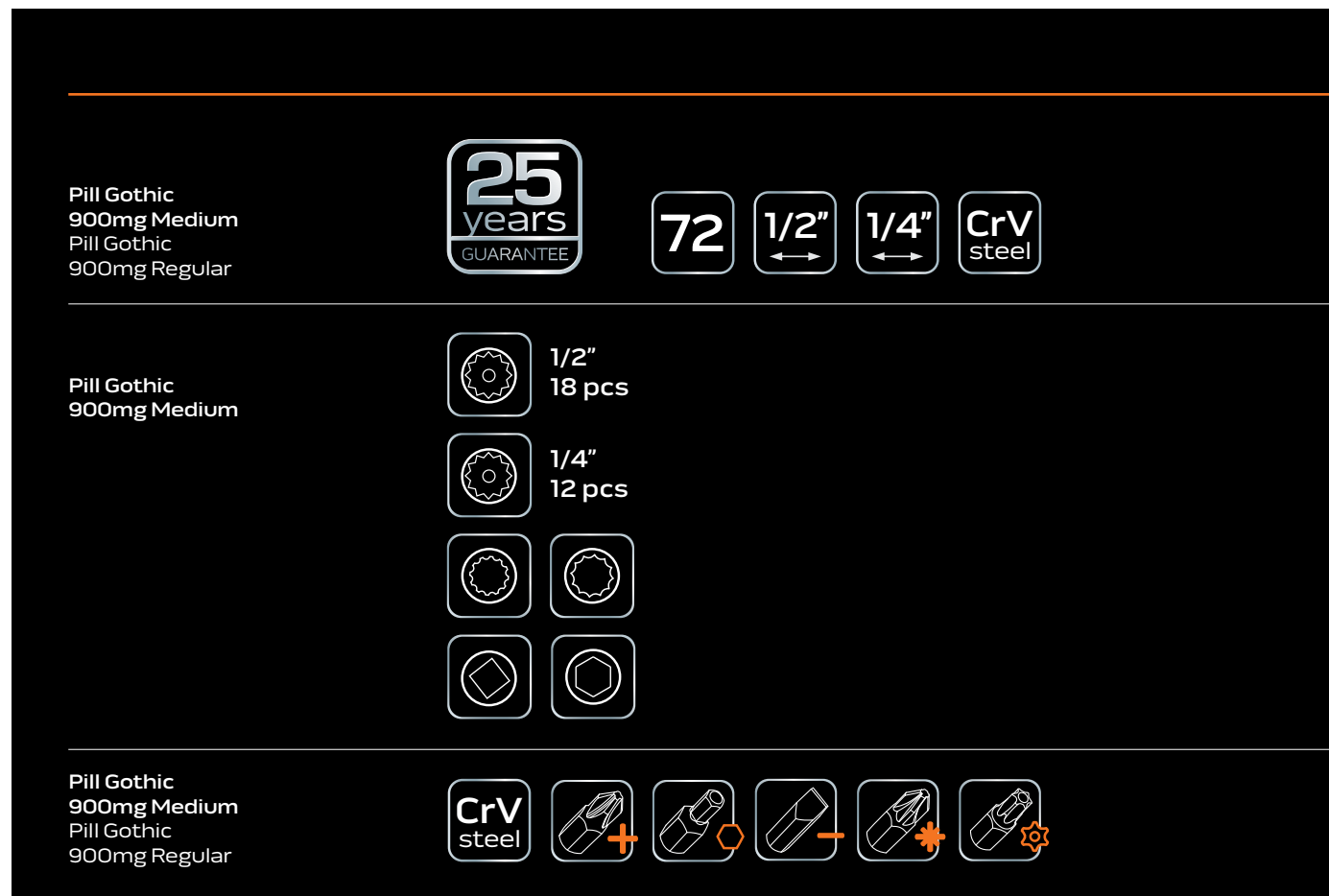
2.12 Identyfikacja wizualna

Ikony, stylistyka ikon

Ikony w systemie NEO są bardzo schematyczne, techniczne. Taka koncepcja nawiązuje do idei profesjonalnych rysunków technicznych. Rysowane są konturem.

Ramka ikony zbudowana jest ze srebrnego gradientu, rysunek w środku jest wykonany białą kreską.

Tło ikony jest czarne - ważne jest aby tak aplikować pattern w projekcie, żeby ikony nie wyglądały jak naklejone na nim.



Pill Gothic
900mg Medium
Pill Gothic
900mg Regular

25 years GUARANTEE

72

1/2" ↔

1/4" ↔

CrV steel

Pill Gothic
900mg Medium

1/2" 18 pcs

1/4" 12 pcs

Technical drawing icons showing different pill shapes and cross-sections.

Pill Gothic
900mg Medium
Pill Gothic
900mg Regular

CrV steel

Technical drawing icons showing different pill shapes and cross-sections with various symbols like a plus sign, a minus sign, and a gear.



2.13 Identyfikacja wizualna

Ikony, stylistyka ikony (25 lat gwarancji)

Ikona specjalną jest ikona 25 lat gwarancji - zbudowana w całości (ramka i napis w środku) ze srebrnego gradientu. Rekomendowane jest logo na czerni. Dopuszczalne jest tło pomarańczowe.



Zastosowanie ikony na czarnym tle

Ikona zbudowana jest ze srebrnego gradientu



Zastosowanie ikony na pomarańczowym tle

Ikona zbudowana jest ze srebrnego gradientu i czarnego koloru



Branding produktowy

- 3.1 Przykłady narzędzi
- 3.2 Przykłady opakowań



3.1 Branding narzędzi

Przykłady narzędzi

Narzędzia NEO powinny nawiązywać kolorystyką do głównych kolorów marki: srebrnego, czarnego i pomarańczowego.

Dopuszcza się 3 formy aplikacji logotypu:

- nadruk,
- tłoczenie logotypu
- nadruk laseru

Wyjątkowo, dopuszczalna jest aplikacja samego znaku NEO bez TOOLS na małych, drobnych powierzchniach np wkrętaki, wiertła.



3.2 Branding opakowań

Wytyczne do projektowania opakowań marki NEO

Podstawowe elementy pozwalające na wizualne wyróżnienie produktów marki NEO to:

- znak NEO
- zdjęcie/rysunek
- ikony techniczne

Wymienione elementy występują w różnej konfiguracji, budując spójny wizerunek marki.



Opakowanie Neo ECO



Nośniki

- 4.1 Layout reklamowy A4
- 4.2 Ulotka promocyjna
- 4.3 Katalog produktowy A4
- 4.4 Billboard
- 4.5 Roll up reklamowy
- 4.6 Ekspozycja w punktach sprzedaży
- 4.7 Stoiska wystawiennicze



4.1 Nośniki

Layout reklamowy A4





4.2 Nośniki

Ulotka promocyjna



Klucze nasadowe 46 szt.
10-004

Materiał:

- Narzędzia wykonane ze stali chromowo-wanadowej
- Uchwyt dwukierunkowy - NOWY WZÓR !!!
- Wkładka z czyszczyką i metalową przarką

Dodatkowe informacje:

- Wkładka z gąbką zapobiegającą przesuwaniu się narzędzi
- Zestaw kategorii MOTO BASE - warsztat

MOTO BASE

NEO TOOLS

ZESTAW RĘCZNYCH SEPARATORÓW DO ZACISKÓW HAMILCOWYCH

Model	Wzrost	Waga	Opis	Cena
11-103	122,00	45%		67,00
11-105	165,00	45%		43,00
11-101	174 i 178 mm	45%		67,00

SEPARATOR DO ZACISKÓW HAMILCOWYCH

SEPARATOR PNEUMATYCZNY ZACISKOWY

Model	Wzrost	Waga	Opis	Cena
11-126	170,00	45%		199,00
11-127	174 i 178 mm	45%		179,00

ZESTAW DO SPRAWDZANIA BŁYTA TARCZ HAMILCOWYCH

Model	Wzrost	Waga	Opis	Cena
11-130	170,00	45%		140,00
11-131	180,00	45%		87,00

ZESTAW DO MONTAŻU SZCZEK HAMILCOWYCH

PRZEKŁAD DO MODELOWANIA KORBOWYCH OSI

Model	Wzrost	Waga	Opis	Cena
11-132	170,00	45%		207,00
11-133	180,00	45%		140,00

NEO TOOLS

SPODNIE ROBOCZE

- Detalowe wykonanie zapewnia lepsze dopasowanie i większy komfort noszenia
- Wkładki w miejscach podwyższonej temperatury
- Profesjonalne kolano
- Siatki w miejscach podwyższonej temperatury
- Skórzane nasadki na dół nogawk
- Skórzane nasadki z logo
- Wzmocnienie w miejscach podwyższonej temperatury
- Składki przodu i tyłu
- Certyfikat CE na zgodność z normą EN ISO 13688:2013

Model	Wzrost
11-229-001	XS/M
11-229-002	S/M
11-229-003	M/L
11-229-004	L/XL
11-229-005	XXL/XXL
11-229-006	XXXL/XXL

DENIM

NEO TOOLS



4.3 Nośniki

Katalog produktowy A4

Produkty w katalogu powinny być ekspozowane w całości (niekadrowane), możliwie pod tym samym kątem, bez cienia. Na okładce stosujemy key visual.

Do opisów technicznych, w tabelach oraz tłumaczeń używamy kroju pisma PF Din Text Cond Pro Regular. Nawigację lokujemy na zewnętrznych marginesach strony. Kolorowe registry odpowiadają nazwom poszczególnych działów.

Szafka narzędziowa

Tool cabinet / Werkzeugschrank / Шкафчик для инструментов / Шкафчик инструментов / Мобильный / Dulap pentru scule / Skříňka na nářadí / Skříňka na nářadí / Omalica za orodje / Pranklj spiritalé / Instrumentu skapis / Тримініталі / Шкафчик за инструменти / Omalica za alate / Omalica za alate / Mobilizator ya उपकरण / Armario de almacenamiento para herramientas / Carrello porta utensili / Estante p. Ferramentas / Armario a saku / Gereedschapkast



Ref.	D (mm)	W (mm)	H (mm)	capacity (kg)	EAN
84-221	480	780	750	200	0/1 590755842276
Ref.	D (mm)	W (mm)	H (mm)	capacity (kg)	EAN
84-220	460	810	980	300	0/1 5907558418293



126 elements

84-236 84-230 84-240 84-238 84-232 84-231

84-243 84-234 84-235 84-249

174 elements

84-235 84-231 84-237 84-232 84-231 84-247

84-236 84-230 84-242 84-234 84-235 84-233

Ref.	D (mm)	W (mm)	H (mm)	capacity (kg)	EAN
84-223-G	480	780	750	200	0/1 590755847097
Ref.	D (mm)	W (mm)	H (mm)	capacity (kg)	EAN
84-220-G	465	775	978	300	0/1 5907558465020

Szafka narzędziowa

Tool cabinet / Werkzeugschrank / Шкафчик для инструментов / Шкафчик инструментов / Мобильный / Dulap pentru scule / Skříňka na nářadí / Skříňka na nářadí / Omalica za orodje / Pranklj spiritalé / Instrumentu skapis / Тримініталі / Шкафчик за инструменти / Omalica za alate / Omalica za alate / Mobilizator ya उपकरण / Armario de almacenamiento para herramientas / Carrello porta utensili / Estante p. Ferramentas / Armario a saku / Gereedschapkast



Ref.	D (mm)	W (mm)	H (mm)	capacity (kg)	EAN
84-222	460	680	1030	280	0/1 5907558422238
Ref.	D (mm)	W (mm)	H (mm)	capacity (kg)	EAN
84-222	460	680	1030	280	0/1 5907558422245



149 elements

84-237 84-239 84-238 84-230 84-231 84-232

84-233 84-234 84-236 84-249

129 elements

84-237 84-238 84-236 84-240 84-230 84-242

84-235 84-234 84-232 84-249

Ref.	D (mm)	W (mm)	H (mm)	capacity (kg)	EAN
84-223-G	480	780	750	200	0/1 5907558425840
Ref.	D (mm)	W (mm)	H (mm)	capacity (kg)	EAN
84-222-G	460	680	1030	280	0/1 5907558425857



4.4 Nośniki

Billboard





4.5 Nośniki

Roll up reklamowy





4.6 Nośniki

Ekspozycja
w punktach
sprzedaży





4.7 Nośniki

Stoiska
wystawiennicze





Social media

- 5.1 Facebook (product post)
- 5.2 Instagram
- 5.3 Tik Tok
- 5.4 Posty
- 5.5 Rolki
- 5.6 Rozmiar i rozdzielczość grafik – Facebook i Instagram: rolki, posty, relacje
- 5.7 Foto, copy



5.1 Social Media

Typy postów:

FACEBOOK

Posty produktowe

prezentowanie produktów z podkreśleniem ich korzyści

Nowoczesny, minimalistyczny, prosty layout

Limitowana paleta kolorów



#f6f6f6



#e7dbc6



#ff6900

Czcionka: Pill Gothic 900mg (Regular)



5.1 Social Media

Posty RTM

Real Time Marketing - okazje, sezonowość, wydarzenia





5.2 Social Media

INSTAGRAM

Stories:

prezentacja produktu z naciskiem na jego zalety Stories lub testimoniale to materiały, które są widoczne dla użytkownika tylko przez 24 godziny.

W stories pokazujemy bieżące wydarzenia z życia marki, np. targi, spotkania, wizyty w sklepach, wydarzenia dla klientów, w których bierzemy udział.

Produkty pokazujemy w bardziej naturalny sposób niż wyretuszowana reklama. Warto dodać krótki tekst lub emotikonę i dopasowaną muzykę. Zachęcamy klientów do tworzenia "testymonialii" na swoich kontach instagramowych, a następnie udostępnianie ich we własnych "testymonialach" - zwiększa to zasięg.

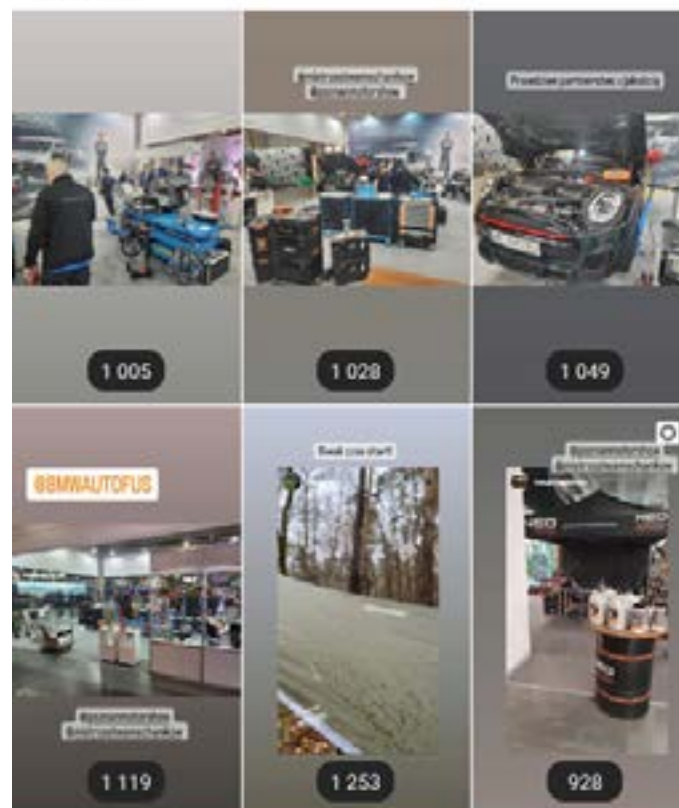
← Zawartość

Relacje

Ostatnie 30 dni



Zasięg





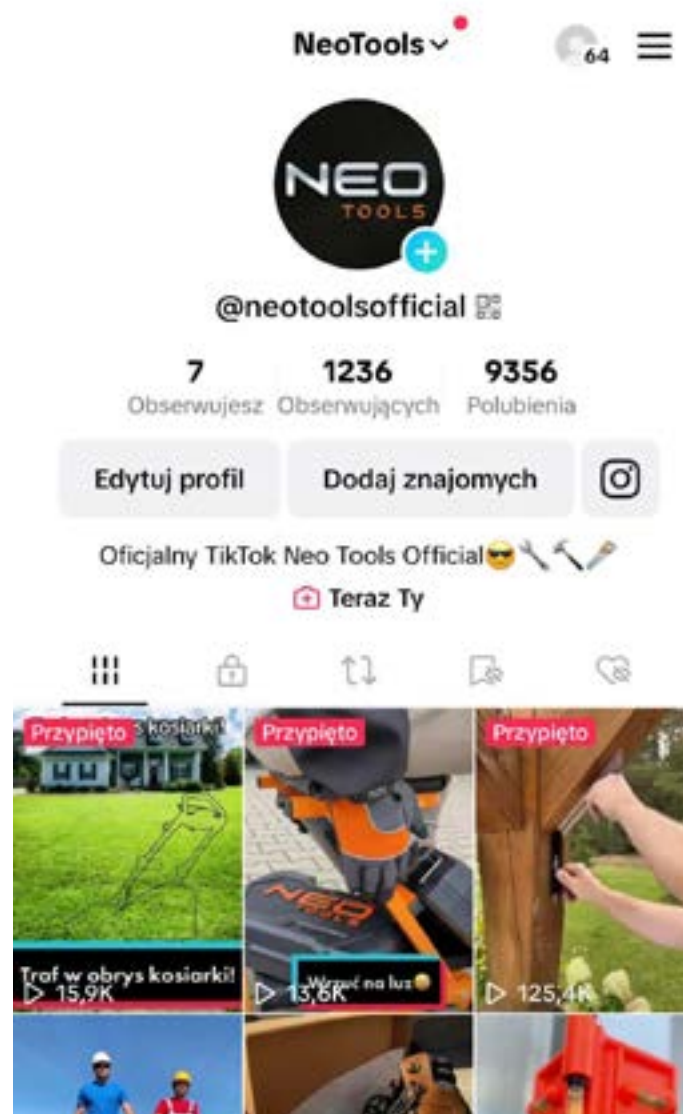
5.3 Social Media

TIK TOK

Krótkie filmy:

Prezentacja produktu w kreatywny sposób, przyciągająca uwagę widza- potencjalnego klienta. Pierwsza sekunda filmu wpływa na zasięg. Musi być dynamiczna, skłaniająca do dalszego oglądania. Maksymalna długość filmu na TikToku to 10 minut. Preferowana długość to 15-60 sekund.

Filmy powinny być ciekawe, zabawne, przekazujące pozytywne emocje, kreatywne i angażujące. Platforma skupia się na szybkim przekazywaniu treści, dlatego popularne są filmy o krótkim czasie trwania. Krótsze filmy mają większą szansę na obejrzenie ich do końca, co przekłada się na statystyki.

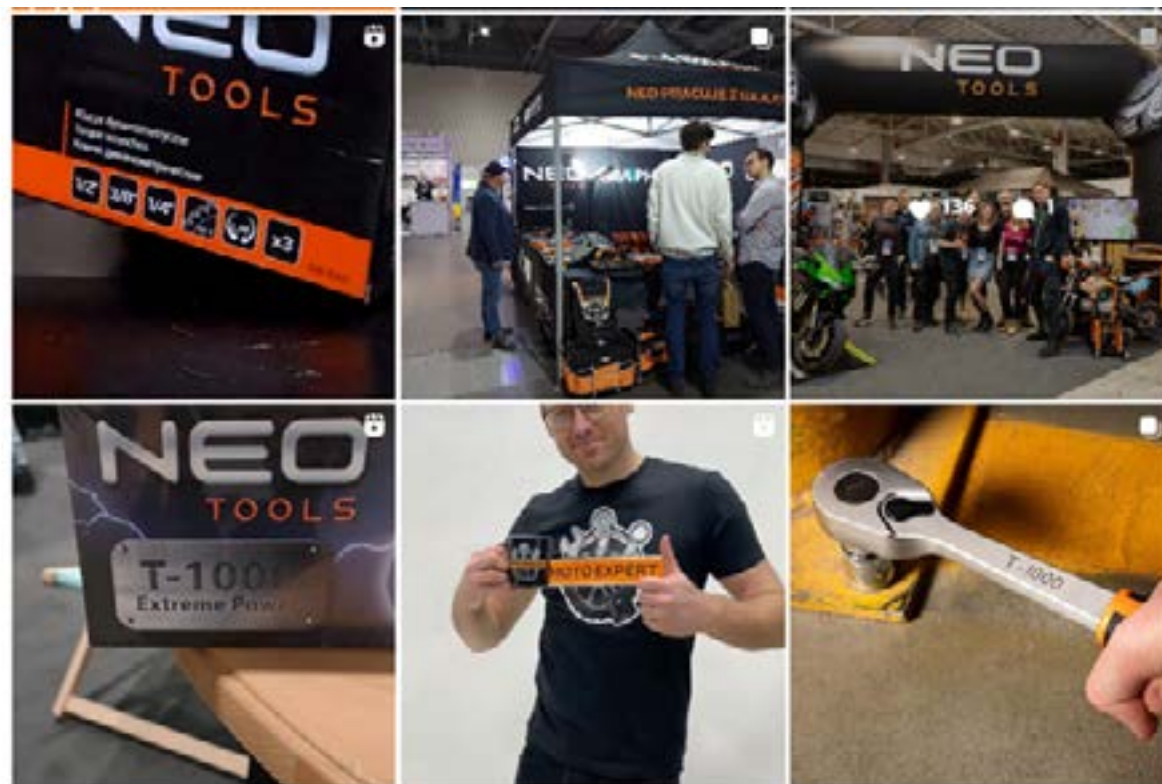




5.5 Social Media

Posty:

W przypadku postów używamy zdjęć lub filmów z aranżacjami produktów, które również automatycznie stają się rolkami. W opisie używamy emotikonów, hashtagów lub tagów partnerskich.





5.6 Social Media

Rolki:

video powinno mieć co najmniej 3 sekundy długości i nie przekraczać 60 sekund. Jednak najbardziej optymalna długość wynosi między 10 do 15 sekund, co sprawia, że widzowie czują się mniej znudzeni i chętniej oglądają wideo.

Tworząc film możemy nagrać go bezpośrednio w aplikacji Instagram, korzystając z dostępnych efektów, filtrów i muzyki, lub wgrać gotowy filmik.

Maksymalna długość filmu na TikToku to 10 minut. Preferowana długość to 15-60 sekund.

← Zawartość

Rolki

Ostatnie 3 miesiące



Zasięg





5.7 Social Media

Rozmiary i rozdzielczość grafik - Facebook, Instagram i Tik Tok

Niezależnie od wymiarów i specyfiki grafiki, zapisuj je jako pliki .PNG.

Staraj się przygotowywać pliki o wadze do 100 kB, ponieważ zwiększa to szanse na udaną kompresję.

Zminimalizuj ilość tekstu w grafikach. Facebook zezwala na wyświetlanie reklam, gdy tekst nie przekracza 20% obszaru obrazu, ale kieruj się zasadą mniej znaczy więcej.

Zwróć uwagę na to, jak dana grafika wyświetla się (przycina) w różnych obszarach witryny i na różnych urządzeniach.

POST PIONOWY. Pionowe grafiki przyciągają uwagę widza, ponieważ wyświetlane na smartfonach, zajmują większość miejsca na ekranie.

Obecnie coraz więcej marek decyduje się na publikowanie postów z grafiką tylko w tej orientacji. Sugerowane proporcje boków dla tego typu grafik to 2:3 a wymiary to 640 x 960 pikseli.

HORIZONTAL POST. Dla postu z poziomą grafiką najlepszy wymiar to 1200 x 900 pikseli. Jeśli jednak dopasowanie wybranego obrazu do tego rozmiaru okaże się problematyczne, nic straconego. Dzieje się tak, ponieważ w tym przypadku Facebook nie narzuca konkretnych proporcji boków.

KWARDATOWY POST. Aby kwadratowe grafiki były wyświetlane w najlepszej możliwej jakości, obecnie zalecany rozmiar to 1080 x 1080 pikseli.

STORIES - FACEBOOK

"Stories" lub "testymoniale" na Facebooku powinny mieć proporcje 9:16. Jeśli publikujesz wideo lub statyczny obraz, upewnij się, że 250 pikseli na dole i na górze nie zawiera napisów, przycisków, etc, ponieważ podczas oglądania przyćmią treść. Grafika powinna mieć rozdzielczość 900 x 1600 px.

INSTAGRAM

Relacje (Stories): proporcje: 9:16, 16:9 i 4:5.
1080 x 1920 px, dla IGTV 1920 x 1080 px.

Rollki: proporcje: 9:16, 1080 x 1920 pikseli: 9:16.

TIK TOK

Filmy: 9:16, 1080 x 1920 pikseli: 9:16.

Typ pliku: .mp4, .mov, .mpeg, .3gp, lub .avi

Grafiki: 200 x 200 pikseli, JPEG lub PNG



5.8 Social Media

Zdjęcia

Najlepiej z bazy lub zdjęć stockowych Adobe



Copy

Uniwersalny, zwyczajny język bez skomplikowanych zwrotów i żargonu. Proste zwroty oraz jasne i przejrzyste sformułowania. Mile widziane zadawanie pytań, aby aktywować użytkowników. Używanie emotikonów pasujących do treści - najlepiej przedstawiających narzędzia, pojazdy, miejsce pracy: 🛠️ 🔧 🚗 🏠

