quos

Навык подарков и аксессуаров

BRANDBOOK

О бренде

Название Quos произходит от англійского слова "question" — вопрос, и это отражает наш фирменный стиль.

Бренд Quos — это о том, как сочетать эстетику и функциональность, как подарить радость и вдохновение через вещи, которые окружают нас ежедневно.

Мы верим, что каждый вопрос — это начало пути к чему-то большему, к открытию и решению. Когда человек приходит к нам, он часто задаётся вопросом: *Что мне нужно, чтобы сделать кому-то свой день уютнее?* или *Где найти обязательный подарок, который поразит работу?*

Мы стремимся не просто продать товар, а помочь найти ответ на этот вопрос.

Результаты работ за 7 месяцев.

Рост продаж в пиковый сезон- **+186% (новогодний пик)**

Количество клиентов в пиковый сезон- **+303%**

Рост продаж к концу периода- **+89%**

Количество клиентов к концу периода- **+214%**

Даже после сезонного спада выручка **почти в 2 раза выше стартовой**

Чистый ROMI = 3069%

Что было сделано

Провели ребрендинговые работы: ушли от коммерческого формата магазина к концепции «навык — более тёплой и аутентичной модели бренда».

Разработали новый фирменный и айдентику, полностью обновили визуальную коммуникацию.

Провели работу с ассортиментом: сместили фокус с товаров для подростков на позиции, интересные более взрослой аудитории, что подготовило стратегию запуска второго магазина с товарами для дома.

Использовали тайных клиентов для оценки и улучшения работы консультантов и качества сервиса.

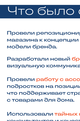
Запустили системное продвижение в Instagram: тестировали аутпосты по форматам контента, масштабировали работающие, что позволило выйти на вирусные охваты; усилили результат таргетированной рекламой.

Организовали офлайн-мероприятия с блогерами и провели/или рассылки информеров для расширения охвата и привлечения новой аудитории.

ЛОГОТИП

Руководство по фирменному стилю

Основной логотип



Версия моноцвет

ПОСТРОЕНИЕ ЛОГОТИПАИ ЕГО БЕЗОПАСНАЯ ЗОНА

Безопасная зона вокруг логотипа обеспечивает его узнаваемость. В основной версии логотипа минимальный размер такой зоны. Но чем он больше, тем более четко будет виден логотип.

В эту зону не должны попадать другие графика или текст

Защитное поле

ФИРМЕННЫЕ ЦВЕТА

Модель используют при полной CMYK цветной печати. Модель используют для обозначения RGB цветов в электронных носителях информации, например веб-сайт, презентация. Рекламные макеты, которые будут использоваться в печати, выносы наружные или внутренние, баннеры в Интернете, телевизионная реклама, создаются с использованием основных фирменных цветов

Не допускаются отсебятины наборов, в которых бы фигурировали не основные цвета.

Основные цвета

RGB 4250 HTML 0C0C0C

RGB 0000 CMYK 0 0 0 100

RGB 255 HTML FFFFFF

Дополнительные цвета

RGB 8d8b8b CMYK 0 0 0 50

RGB 3f3f3f CMYK 0 0 0 75

RGB 6d6d6d CMYK 0 0 0 60

RGB 9d9d9d CMYK 0 0 0 40

RGB 1d1d1d CMYK 0 0 0 85

RGB fdfdfd CMYK 0 0 0 1

Синий цвет логотипа символизирует безграничные возможности и глубокую силу, отражая восхищение и мечты о знании. Небо передает ощущение свободы и перспективы, символизируя открытость к новым вариантам и идеям.

Охваты, со своей глубиной и мощью, воплощаются со спокойствием и стабильностью, на таком скрывает в себе потенциал и знакомо для роста.

ФИРМЕННЫЕ ШРИФТЫ

Фирменный шрифт используется в оформлении упаковочной продукции, фирменных канцелярских принадлежностей, рекламных материалов, рекламной продукции и т.п.

TT Travels Next Trial Variable

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789!?@%$&()[]{}<>/\|+-=*:;,.'"
ΦΨΩ ΔΩΣΩΔΩΣΦΨΩΔΩΣΦΨΩΣΩΔΩΣΦΨΩΔΩΣΩΔΩΣΦΨΩΔΩΣΩΔΩΣΦΨΩΔ