

БРЕНД ПЛАТФОРМА ТА ГАЙДЛАЙН

PROVET



PROVET

Вступ до брендбуку	4	Шрифт	37
Елементи бренду	5	Образ турботи у типографіці	38
Потреби	7	Стиль фотографії	39
Території бренду	8	Візуальні приклади	40
Цільова аудиторія №1	9	Правила дизайну пакування	42
Цільова аудиторія №2	10	Носії стилю	57
Цільова аудиторія №3	11	Візитні картки	58
Сходинки переваг	12	Воблери	60
Емоційні потреби	13	Пакети	61
Висновок	15	Roll-Up	62
Бренд PROVET	16	Монетниця	63
Особистість бренду	17	Автомобіль	64
Цінності бренду	18	Табличка відкрито-закрито	66
Для кого?	19	Віндер	67
Інсайт	20	Флажки	68
Tone of voice	21	Вивіска	69
Аргументи	22	Цінник	70
Висновок	23	Шелфтокер	71
Фірмовий стиль та гайдлайн	24	Дісплей	72
Про правила айдентики	25	Презентція-шаблон	73
Ключові слова айдентики	26	Ручки	74
Ідея стилю	27	Рецептурник	75
Система елементів	29	Google - баннери	76
Логотип та пропорції	30	Каталог	77
Охоронне поле	31	Флаєри	79
Графічні елементи	32	Чашки	80
Кольорова ідентифікація	33	Подарункові пакети	81
Колір та параметри	34	Точка продажу	82
Сисиема градієнтів	35	Фірмовий одяг	86
Образ у фірмовій у типографіці	36		

ВСТУП

Брендбук є офіційним керівництвом, що допомагає керувати брендом. Це документ для внутрішнього використання компанії, що допомагає зрозуміти позиціонування, концепції, цінності та основні ідеї бренду. Він містить гайдлайн, в якому описані умови візуального оформлення бренду, а також концептуальну частину.

У концептуальній частині описано цільову аудиторію компанії, аватари клієнтів та основні характеристики покупців. Також є основні цінності бренду, стратегії просування, фірмовий стиль.

ГОЛОВНА МЕТА БРЕНДБУКА —
ВИЗНАЧИТИ БАЧЕННЯ КОМПАНІЇ,
ЯКЕ ЛЕГКО ДОНЕСТИ ДО КОЖНОГО
СПІВРОБІТНИКА ТА СПРЯМУВАТИ
ЇХНЮ ДІЯЛЬНІСТЬ НА БЛАГО
СПІЛЬНИХ ЦІЛЕЙ.



ЕЛЕМЕНТИ БРЕНДУ

Якщо ми абстрагуємося від інформації, якою володіємо, і подивимося на поточний стан бренду очима споживача, то можемо виділити основні елементи, які споживач бачить та сприймає при контакті з брендом.

Проаналізувавши поточні елементи бренду «PROVET», можна виділити декілька ключових компонентів, які формують його ідентичність і надають певні асоціації. На даному етапі бренд вже має наступні елементи:

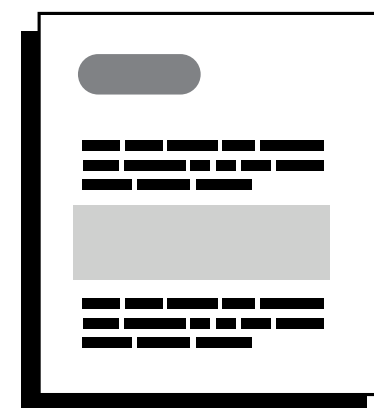
СІРИЙ ЛОГОТИП
У ФОРМІ ПІГУЛКИ



НЕЙМІНГ
З ЧАСТИНАМИ

VET / PRO

ЛАКОНІЧНИЙ
СТИЛЬ



ВИСНОВКИ

ЯКУ ІДЕЮ НЕСЕ ЦІ КОМУНІКАЦІЯ?
ЩО БАЧИТЬ СПОЖИВАЧ?

Сірий логотип в формі пігулки може вказувати на те, що цей бренд спеціалізується на виробництві лікарських засобів для тварин. Неймінг з частинами «VET» та «PRO» також підкреслює спрямованість бренду на продукти для тварин. Лаконічний стиль може свідчити про сучасний та професійний підхід компанії до виробництва своїх продуктів. Зображення тварин як найяскравіші елементи комунікації можуть створювати позитивні асоціації з цим брендом, а гарні та здорові тварини на зображеннях можуть вказувати на ефективність продуктів компанії та підвищувати довіру споживачів до бренду.

ЗОБРАЖЕННЯ ТВАРИН,
ЯКІ Є НАЙЯСКРАВИШИМИ
ЕЛЕМЕНТАМИ КОМУНІКАЦІЇ



ЗОБРАЖЕННЯ ТВАРИН,
ГАРНИХ І КРАСИВИХ,
А ЗНАЧИТЬ ЗДОРОВИХ



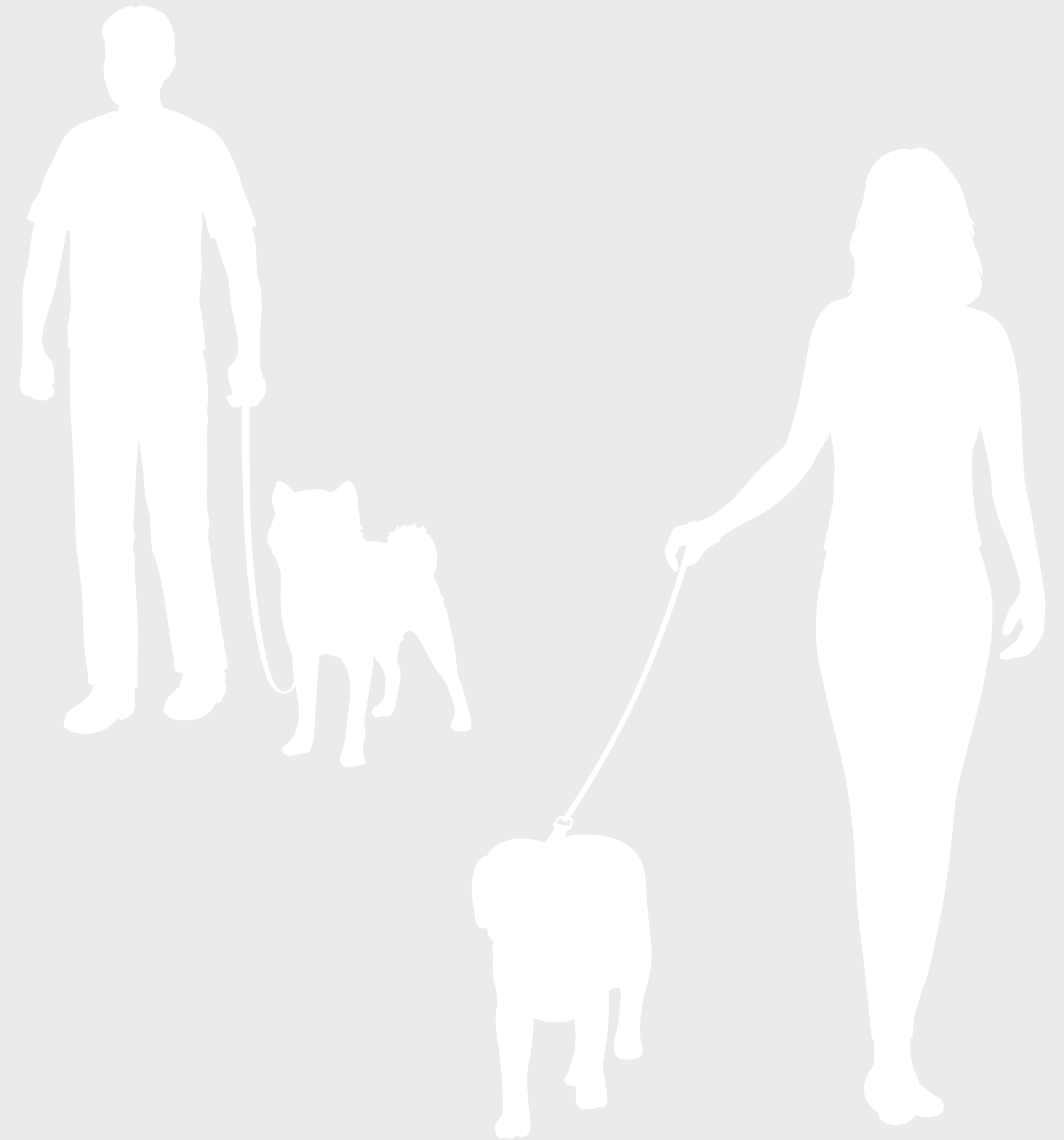
ШИРОКИЙ АСОРТИМЕНТ
ПРЕПАРАТІВ



ЕЛЕМЕНТИ БРЕНДУ

Ці елементи здатні активувати у споживача певні думки та асоціації, але їх не достатньо для того, щоб зробити конкретні висновки про бренд, його унікальність та позиціонування порівняно з конкурентами. Необхідно з'ясувати, яке саме повідомлення нам надсилає бренд, на що саме він фокусується та яку конкретну мету він має, щоб досягти більш чіткого позиціонування.

**ВРЕШТІ-РЕШТ,
НАМ ТРЕБА
ВІДПОВІСТИ
НА ПИТАННЯ:
ЯКОЮ САМЕ
Є ІДЕНТИЧНІСТЬ
БРЕНДУ?**



ПОТРЕБИ*

Ми проводимо аналіз потреб всієї категорії «фармацевтичні препарати для тварин». У нашому дослідженні ми зосередимося на першому мотиві, який спонукає споживачів до придбання препарату, а саме на їх перших думках та потребах.

1

Профілактика
запобігання можливих
проблем у тварин

2

Захист та лікування
тварини від хвороб.
Підтримання здоров'я
тварин, щоб вони
залишалися активними
та здоровими

3

Захист людини від
можливих хвороб,
що можуть передаватися
від тварини

4

Піклування, тварина,
як моя дитина, як член
сім'ї, про яких я пікуюсь

5

Страх, боюсь, що
тварина захворіє,
боюсь блох,
боюсь і тому купую

6

Рекомендація
ветеринара

7

Наявність проблеми,
наприклад, блохи,
і хочу її вирішити

8

Відповідальне
та осознане життя

9

Бажання,
щоб тварина
жила довше

10

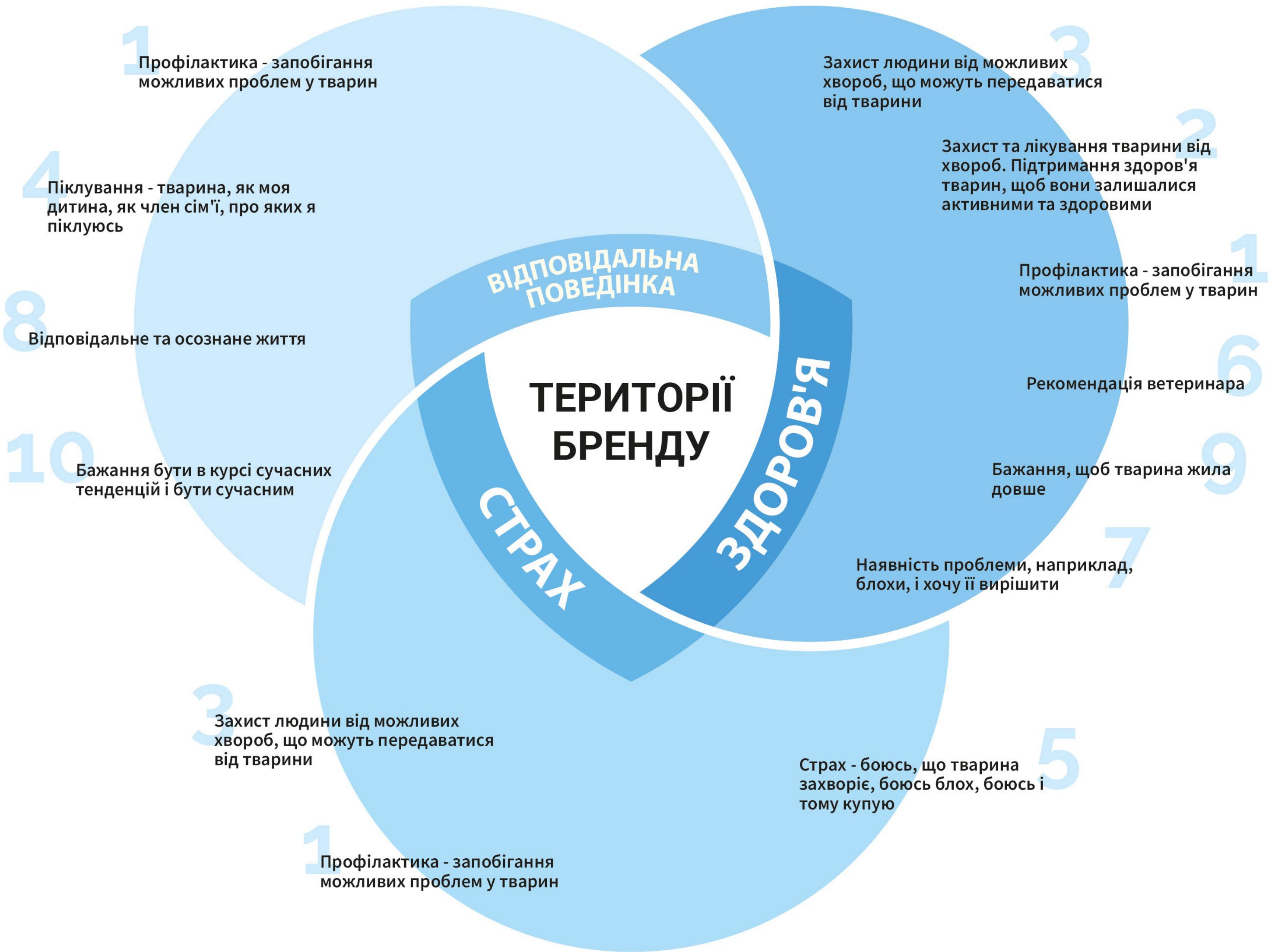
Бажання бути в курсі
сучасних тенденцій
і бути сучасним

ТЕРИТОРІЇ БРЕНДУ

Якщо розглянути, чому люди купують наші препарати, то можна виділити кілька спільних мотивів, які можна об'єднати в групи. Ці групи мотивів допоможуть нам визначити території нашого бренду.

ТЕРИТОРІЯ БРЕНДУ
ОПИСУЄ КОНЦЕПТУАЛЬНУ
ПРОСТОРОВУ ЗОНУ, в якій
БРЕНД ІСНУЄ ТА ВЗАЄМОДІЄ
ЗІ СВОЇМИ СПОЖИВАЧАМИ.

З огляду на виявлені території бренду рекомендуємо залишити для подальшого розгляду перші дві. Територія «Здоров'я» та територія «Відповідальність».





СПОЖИВАЧІ

ЦІЛЬОВА АУДИТОРІЯ

ПОРТРЕТ #1

ТЕТЯНА

Тетяні 50 років, працює у невеликій приватній компанії. Заробляє близько 20 тис. на місяць, дохід сім'ї середній. Одружена, доросла дочка живе окремо. Гроші витрачає обережно.

У неї вдома кіт екзот Хрюндель 11 років та звичайна кішка Ліза 4 роки (підбрала на вулиці кошеням). Тетяна дуже любить свійських тварин, у неї завжди вдома 2-3 вихованця. Кішки дають їй спокій, почуття будинку, затишку, безпеку. У кожного вихованця свій характер і кожен дає їй щось своє. Радіє, коли коти її ввечері зустрічають.

При виборі ветеринарних препаратів відштовхується від рекомендацій ветеринара, продавця у магазині та відгуків в інтернеті. У сім'ї усі ветеринарні препарати купує вона. Орієнтовно 1 раз на півроку. Найбільша проблема при виборі ветеринарних препаратів - їхня різноманітність. Важливо співвідношення ціна-якість.

ХОЧЕ, ЩОБ УСІ НАВКОЛО
БУЛИ ЗДОРОВІ, ВКЛЮЧАЮЧИ
СВІЙСЬКИХ ТВАРИН.

Вважає ветеринарію невід'ємною частиною життя будь-якої тварини— це також важливо як щеплення для людей. Не заощаджує на здоров'ї тварин, там де питання стосується здоров'я - грошей не шкода, на відміну від інших сфер життя. Вибирає відомі перевірені торгові марки, вважає їх добрими та можливо не такими шкідливими, як інші.

У ДУШІ ПИШАЄТЬСЯ,
ЩО МОЖЕ ДОЗВОЛИТИ
СОБІ ТАКІ ПРЕПАРАТИ.

СПОЖИВАЧІ

ЦІЛЬОВА АУДИТОРІЯ

ПОРТРЕТ #2

СВІТЛАНА. ДОМОГОСПОДАРКА

Світлана, 39 років, домогосподарка, живе разом із чоловіком та донькою (4 роки). На роботу виходити не планує. Весь вільний час присвячує своєму захопленню - здорове харчування. Тому багато часу проводить на кухні. Мріє відпочити, смачно поїсти, не дотримуючись дієти. На здоров'я грошей не шкодує, дохід сім'ї середній +.

У неї вдома кіт Нафаня 6 років (стерилізований), він є членом сім'ї. Світлана дуже любить кота, він дає можливість розслабитися і трохи відпочити. Профілактичні ветеринарні препарати не застосовують, т.к. вважає, що кіт, який на вулиці не буває, цього не потребує. Оскільки кіт хворіє, то змушена звертатися до ветеринара, чиї рекомендації повністю виконує. Здоров'ям кота займається тільки вона та препарати для кота також купує сама. Ветеринарних препаратів боїться, т.к. вважає їх токсичними, а вона сама дотримується здорового способу життя. Жаліється, що на ринку немає гомеопатичних препаратів.

ХОЧЕ, ЩОБ ЇЇ РОДИНА БУЛА ЗДОРОВОЮ, **ЩОБ
ВОНА МЕНШЕ ПРОВОДИЛА ЧАСУ НА КУХНІ
ТА БІЛЬШЕ ВІДПОЧИВАЛА.**





СПОЖИВАЧІ

ЦІЛЬОВА АУДИТОРІЯ

ПОРТРЕТ #3

ВІКТОР. ПЕНСІОНЕР

Віктор, 56 років, пенсіонер, колишній військовий, мешкає сам. У вільний час дивиться фільми, їздить на дачу, гуляє із собакою у лісі, часто відвідує доньку та онуку, які мешкають окремо. Для Віктора актуальні питання здоров'я, підтримки та допомоги близьким людям. Хочє більше часу проводити з рідними та більше подорожувати. Дбайливий, працьовитий, комунікабельний, борється за справедливість. Переживає за здоров'я рідних, їхнє благополуччя.

Має собаку таксу Весту, їй 7 років. Ветеринарні препарати купує 1 раз на квартал-препарати від бліх, кліщів, глистів, лікує алергію у собаки. Покупки здійснює сам у зоомагазинах, ветеринарних клініках. Перед покупкою вивчає відгуки в інтернеті чи консультується з продавцем. Довіряє імпортним торговим маркам, решту брендів готов використувувати за рекомендацією продавця-фахівця. Від препаратів очікує швидкого ефекту, помірної ціни, вважає, що препарати не повинні завдавати шкоди здоров'ю.

**ЯКЩО СОБАКА ЗАХВОРЮЄ,
ТО ГОТОВИЙ КУПИТИ ВСЕ, ЩО
ЗАВГОДНО.**

СХОДИНКИ ПЕРЕВАГ

ЕМОЦІЙНІ ПЕРЕВАГИ:

- Почуття затишку та безпеки, яке виникає під час застосування препаратів даного бренду
- Усвідомлення, що тварина отримує необхідну допомогу та піклування від свого власника
- Сприяння збереженню здоров'я тварин та профілактиці захворювань.
- Почуття відповідальності та гордості за свою здатність дбати про тварин.
- Відчуття задоволення та гармонії від спілкування з улюбленцем, який є здоровим і щасливим завдяки якісному догляду.

ФУНКЦІОНАЛЬНІ ПЕРЕВАГИ:

- Гарантована ефективність препаратів, що забезпечує покупцю максимальний результат від лікування або профілактики захворювань тварин.
- Наявність широкого асортименту продукції, що дозволяє знайти необхідний препарат для будь-якого випадку.
- Використання тенденцій нових міжнародних досліджень при фармакорозробці препаратів
- Виробництво сертифіковано та відповідає сучасним європейським стандартам
- Комплексний препарат
- Варіативність форми випуску, зручне дозування
- Можливість самостійного застосування в домашніх та будь-яких інших умовах
- Співвідношення ціна- якість
- Підтримка українського виробника

АТРИБУТИ БРЕНДУ:

- Сірий логотип в формі пігулки
- Наймінг з частинами «Vet» та «Pro»
- Лаконічний стиль
- Зображення тварин, які є найяскравішими елементами комунікації;
- Зображення тварин, які є гарними, красивими, а значить здоровими
- Широкий асортимент

ДЕКОМПОНУЄМО БАЗОВІ (ФУНКЦІОНАЛЬНІ) ПОТРЕБИ НА БІЛЬШ ГЛИБИННІ, ЕМОЦІЙНІ

Це допомагає нам виявити емоційні потреби, які впливають на рішення споживача на підсвідомому рівні.



ЕМОЦІЙНІ ПОТРЕБИ, ЩО ВПЛИВАЮТЬ НА РІШЕННЯ СПОЖИВАЧІВ

ПОТРЕБА У ВЗАЄМОДІЇ ТА СПІЛКУВАННІ.
ПІКЛУВАННЯ МОЖЕ ДОПОМОГТИ
ЗАБЕЗПЕЧИТИ ЯКІСНЕ ТА ПРОДУКТИВНЕ
СПІЛКУВАННЯ ЗІ СВОЇМИ ТВАРИНАМИ

**ЗБЕРІГАТИ СВОЇХ
УЛЮБЛЕНЦІВ ЗДОРОВИМИ,
ЩО ЗАБЕЗПЕЧУЄ ЇМ ЕМОЦІЙНИЙ
КОМФОРТ ТА СПОКІЙ**

Я ЦЕ ВЖЕ ПРОХОДИВ,
БІЛЬШЕ НЕ ХОЧУ

ПІДТРИМАННЯ ЇХНЬОГО ЗДОРОВ'Я МОЖУТЬ
ДОПОМОГТИ ЗАДОВОЛЬНИТИ ЕМОЦІЙНУ
ПОТРЕБУ У СПІВЧУТТІ ТА ЕМПАТІЇ

**Я ДОВІРЯЮ АВТОРИТЕТАМ.
ПРИЗНАЧИВ ВЕТЕРИНАРА.
ВІН ЛІКАР, ТОМУ КРАЩЕ
ЗНАЄ**

**ЛЮБОВ ДО ТВАРИНИ,
ПРАГНЕННЯ ЗАБЕЗПЕЧИТИ
ТВАРИНІ БІЛЬШ ЯКІСНЕ
ЖИТТЯ**

Я ХОЧУ КОНТРОЛЮВАТИ
СВОЄ ЖИТТЯ, А ТАКОЖ
ЗДОРОВ'Я СВОЄЇ ТВАРИНИ

ЛЮДИ МОЖУТЬ ПЕРЕЖИВАТИ
СТРАХ ПЕРЕД МОЖЛИВІСТЮ
ЗАРАЖЕННЯ ВІД ТВАРИН

Я ПІКЛЮЮСЬ О ТВАРИНІ,
БО ХОЧУ БУТИ ХОРОШОЮ
ЛЮДИНОЮ

Я МОЖУ ПЕРЕКЛАСТИ
СВОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ
НА АВТОРИТЕТНУ ОСОБУ

Я ВІДЧУВАЮ ЗАДОВОЛЕННЯ,
ВІД ТОГО, ЩО ПІКЛУВАВСЯ
ЗА ТВАРИНОЮ, І ВОНА СЕБЕ
ДОБРЕ ПОЧУВАЄ

**Я РЕАЛІЗУЮ ПІКЛЮЮСЬ ПРО
КОЖНОГО ЧЛЕНА СВОЄЇ
РОДИНИ. ТВАРИНИ ДЛЯ МЕНЕ
ТАКОЖ Є ЧЛЕНАМИ СІМ'Ї,
АБО НАВІТЬ ДІТЬМИ**

ЯКЩО Я НЕ БУДУ ЦЬОГО
РОБИТИ, ТВАРИНА МОЖЕ
ПОМЕРТИ

Я ГОТОВИЙ КУПИТИ
БУДЬ ЩО, АБИ ТІЛЬКИ
ТВАРИНА НЕ ХВОРИЛА

**Я НЕ ХОЧУ
ЩОБ ТВАРИНА
СТРАЖДАЛА**

ВИСНОВОК

Аналізуючи найважливіші глибинні потреби, які впливають на прийняття рішень, можна помітити спільні риси. Якщо їх класифікувати за подібними характеристиками, можна виділити гіпотезу позиціонування, яка базується на концепції стурбованості власників щодо здоров'я тварин.



PROVET

ТУРБОТА ПРО ЗДОРОВ'Я ТВАРИН: ГЛИБОКЕ РОЗУМІННЯ ПРОБЛЕМ — УСПІШНІ РІШЕННЯ!

Наша позиція ґрунтується на глибокому розумінні проблем здоров'я тварин та на вмінні їх успішно вирішувати. Ми маємо широкі знання та експертизу, які дозволяють ефективно запобігати проблемам, що впливають на здоров'я тварин, і знаходити оптимальні рішення для їх розв'язання.

Головна мета полягає в забезпеченні добробуту тварин, оскільки ми розуміємо, що здоров'я тварин є основою для їх тривалого та повноцінного життя. Тому ми не тільки надаємо лікування хворобам, але й приділяємо велику увагу їх профілактиці.

Бренд PROVET пропонує широкий асортимент фармацевтичних засобів, спрямованих на підтримку та поліпшення здоров'я тварин.

Володіємо глибоким розумінням проблем і маємо великий досвід у їх успішному вирішенні.

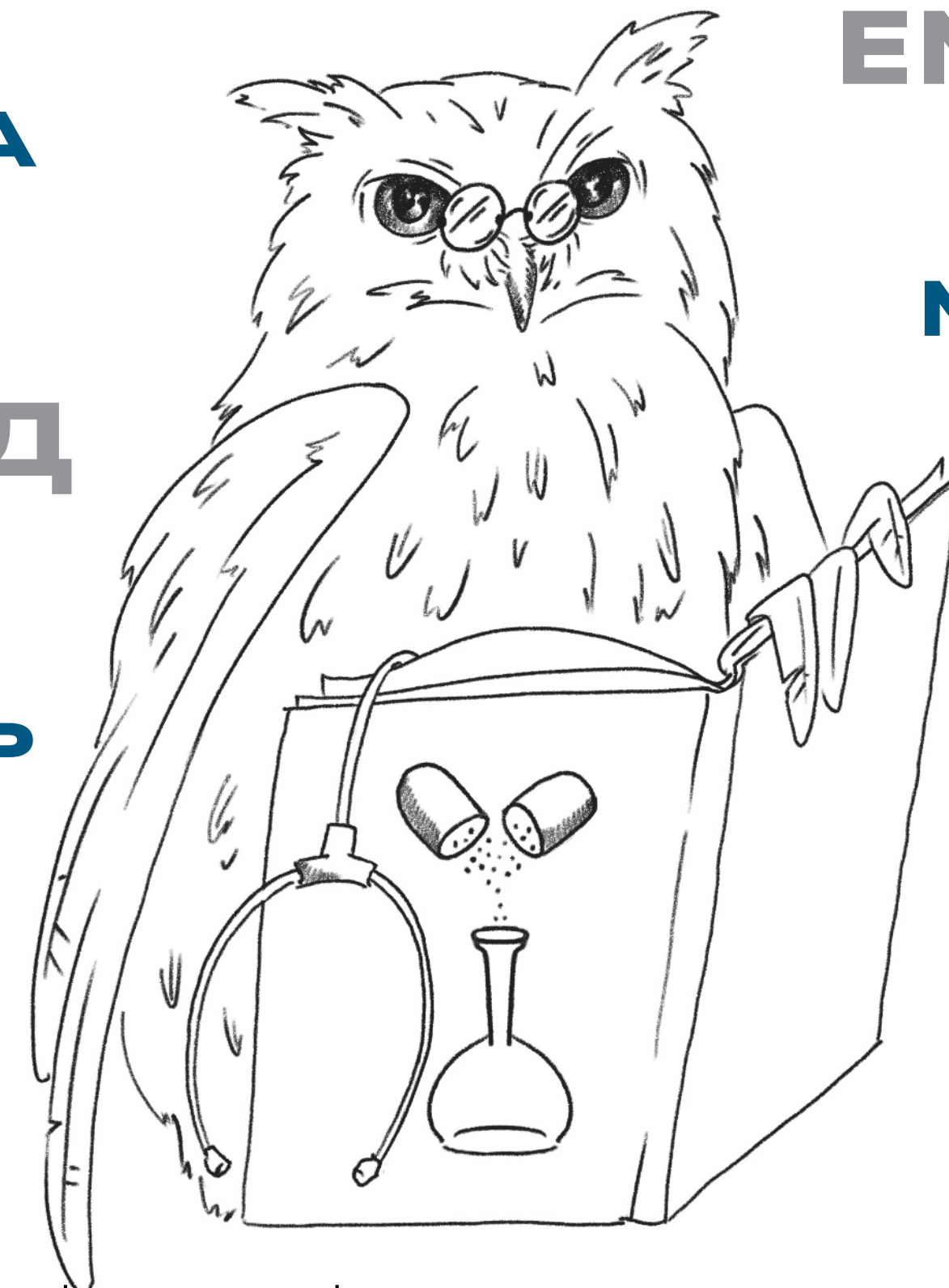
Ми ставимо перед собою завдання стати надійними партнерами для власників тварин, надаючи їм високоякісні продукти та заслуговуючи їх довіру.

ОСОБИСТІСТЬ БРЕНДУ* СОВА ЛІКАР

Сова Лікар втілює мудрість, досвід та експертизу у сфері здоров'я тварин. Вона є втіленням глибокого розуміння проблем тварин і вміння знаходити успішні рішення. Її розум та проникливість допомагають їй відшукати корінні причини хвороб, а її уважність та турбота роблять її незамінною у справі збереження здоров'я та благополуччя. Завдяки своїй мудрості і здібності до аналізу, «Сова Лікар» надійний і неперевершений партнер для всіх власників тварин, готова надати їм професійну допомогу та підтримку.

ЕФЕКТИВНІСТЬ ПРОФЕСІОНАЛІЗМ

ТУРБОТА
ЕМПАТІЯ
ДОСВІД
МУДРІСТЬ
АНАЛІТИЧНІСТЬ



* — Особистість бренду це набір людських якостей, які асоціюються з брендом і відрізняють його від конкурентів.

ЦІННОСТІ БРЕНДУ

ТУРБОТА

Має велику турботу про благополуччя та добробут тварин. Вона проявляє чуйність, співпереживання та відданість у своїй роботі з тваринами.

ПРОФЕСІОНАЛІЗМ

Володіє високим рівнем професійної компетентності. Вона постійно підтримує свої знання в актуальному стані та застосовує передові методики та технології для досягнення максимальної ефективності у своїй роботі.

ЕМПАТІЯ

Вона виявляє здатність співпереживати та розуміти почуття тварин. Вона ставить себе на місце тварин і прагне надати їм максимальний комфорт та піклування.

НАДІЙНІСТЬ

Є надійним партнером для власників тварин. Вона завжди дотримується своїх обіцянок і зобов'язань, забезпечуючи високу якість допомоги та довіру.

ЕФЕКТИВНІСТЬ

«Сова Лікар» визначається своєю ефективністю, поєднуючи свої знання, досвід та уміння, щоб досягати успішних результатів у лікуванні та профілактиці захворювань.

АНАЛІТИЧНІСТЬ

Вона володіє здатністю до ретельного аналізу та розуміння складних проблем здоров'я тварин. Вона здатна виділити головні аспекти та знайти оптимальні рішення.

МУДРІСТЬ

Є символом мудрості, тому їх експертиза перевірена часом

ДОСВІД

Має багато різного досвіду в сфері як запобігання так і вирішення проблем, що трапляються в житті тварин.

ДЛЯ КОГО?

Це позиціонування може бути близьким тим, хто цінує здоров'я та добробут своїх тварин, і хто прагне мати доступ до фармацевтичних засобів та рішень, спрямованих на попередження та лікування проблем здоров'я тварин. Власники тварин, які розуміють, що їхні улюбленці потребують не лише медичної допомоги, але й систематичного догляду та підтримки, можуть відчувати себе залученими до цього бренду.

Цільова аудиторія, якій близьке таке позиціонування, може мати обізнаність щодо потреб та вимог у догляді за тваринами, вони можуть вкладати час, ресурси та зусилля в забезпечення здоров'я та щастя своїх улюбленців. Таке позиціонування може привернути тих, хто прагне бути інформованим, має інтерес до сучасних методів та рішень у галузі ветеринарної медицини та догляду за тваринами.



Окрім того, це позиціонування може бути привабливим для тих, хто має сильну емоційну зв'язок зі своїми тваринами і прагне надати їм максимальну турботу та довіру. Власники тварин, які вбачають свою роль у забезпеченні добробуту і здоров'я своїх улюбленців,

ІНСАЙТ

Інсайт іде від імені персонажу бренду.

“

Я не лише розумію проблеми тварин, але й маю знання та навички, щоб успішно їх вирішувати. Моє глибоке розуміння здоров'я тварин допомагає мені знаходити ефективні рішення для їхнього благополуччя. Я надаю надійну турботу та надійне піклування про кожну тварину в цьому лісі.

”



ТОНЕ OF VOICE

Нашого бренду може бути емоційно співчутливим, дбайливим та довірливим. Він передає повагу до власників тварин і розуміння їхньої важливої ролі в забезпеченні добробуту своїх улюбленців. Голос бренду може бути експертним та авторитетним, заснованим на глибокому розумінні проблем здоров'я тварин і здатності їх успішно вирішувати. Водночас, він може відображати надію, підтримку та співпереживання відносно власників та їхніх тварин.

Загалом, голос бренду має передавати привітність, професіоналізм та ангажованість у забезпеченні найкращої можливої турботи про здоров'я тварин. Він може спілкуватися з власниками тварин у спокійному, доброзичливому та доречному тоні, спонукаючи до взаєморозуміння та довіри.



ІСНУЄ КІЛЬКА АРГУМЕНТІВ, ЩО ПІДТРИМУЮТЬ ПОЗИЦІЮ, ЗОСЕРЕДЖЕНУ НА ТУРБОТІ ПРО ЗДОРОВ'Я ТВАРИН ТА ГЛИБОКОМУ РОЗУМІННІ ЇХ ПРОБЛЕМ:

ЕКСПЕРТИЗА І ЗНАННЯ

Бренд, який має глибоке розуміння проблем здоров'я тварин і вміє їх успішно вирішувати, може базуватися на експертній думці і довгостроковому досвіду. Це робить їх авторитетними в галузі і надає споживачам впевненість у якості продуктів та послуг.

ДОВІРА ТА ВЗАЄМОДІЯ

Бренд, який позиціонується як маючий глибоке розуміння проблем здоров'я тварин і вміння їх успішно вирішувати, будує довіру.

ЗДОРОВ'Я ТВАРИН - ПРІОРИТЕТ

Бренд, який має глибоке розуміння проблем здоров'я тварин і вміє їх успішно вирішувати, може базуватися на експертній думці і довгостроковому досвіду. Це робить їх авторитетними в галузі і надає споживачам впевненість у якості продуктів та послуг.

ІНДИВІДУАЛЬНИЙ ПІДХІД

Бренд, що має глибоке розуміння проблем здоров'я тварин, може пропонувати індивідуальні рішення і підходи до кожної тварини. Це означає, що власники тварин отримують персоналізовану та уважну турботу, що відповідає унікальним потребам їхніх улюбленців.

ПРОФІЛАКТИКА І ЛІКУВАННЯ

Завдяки глибокому розумінню проблем здоров'я тварин і вмінню їх успішно вирішувати, бренд може пропонувати не тільки засоби профілактики, але й ефективні методи лікування різноманітних захворювань. Це робить їх цінним партнером для власників тварин, які прагнуть забезпечити повний догляд і підтримку для своїх улюбленців.

ПАРТНЕРСТВО З ВЛАСНИКАМИ ТВАРИН

Бренд, який проявляє глибоке розуміння та вміння вирішувати проблеми здоров'я тварин, вступає в партнерство з власниками тварин. Вони сприяють власникам у розумінні потреб та надають поради, щоб забезпечити оптимальний стан здоров'я своїх тварин.

ЕТИЧНІСТЬ І ДОВІРА

Бренд, що позиціонується як турботливий і з високим рівнем розуміння проблем тварин, може підкреслювати свою етичність та відповідальність у відношенні до тваринного благополуччя. Це робить їх привабливим для споживачів, які підтримують етичне та моральне ставлення до тварин.

ВИСНОВОК

Бренд повинен визначати себе відповідно до потреб своїх цільових споживачів, бути унікальним та відрізнятися від конкурентів, мати чітку та зрозумілу концепцію, яка відповідає цінностям та інтересам цільової аудиторії.



ФІРМОВИЙ СТИЛЬ ТА ГАЙДЛАЙН



ПРО ПРАВИЛА АЙДЕНТИКИ

В основі фірмового стилю лежать кілька основних елементів: логотип, елементи стилю, шрифт. Вони є відправною точкою під час вирішення будь-яких оформлювальних завдань. Перед вами інструкція з експлуатації стилю. Вона дозволить стежити за дотриманням вироблених стандартів, з якими матимуть справу співробітники компанії, дизайнери та поліграфісти. Викладені тут правила допоможуть їм виконати роботу коректно та якісно.

До посібника додаються всі зображення та макети фірмового стилю. Завжди використовуйте готові файли. У випадку, коли застосування фірмового стилю не було описано гайдом, порадьтеся з командою, яка брала участь у створенні даного керівництва.



Сторінки в гайдлайні, зазначені цим символом, вказують на наявність документів розділу в електронному вигляді.



КЛЮЧОВІ СЛОВА АЙДЕНТИКИ

Ключові слова, що характеризують стиль виконання рекламних, корпоративних та POS матеріалів торгової марки.

ВІЛЬНИЙ ПРОСТІР

УВАГА ДО ДРІБНИЦЬ

ПРОСТОТА

ІНФОРМАТИВНІСТЬ

ТУРБОТА

ПРОФЕСІОНАЛІЗМ

ЕФЕКТИВНІСТЬ

АНАЛІТИЧНІСТЬ

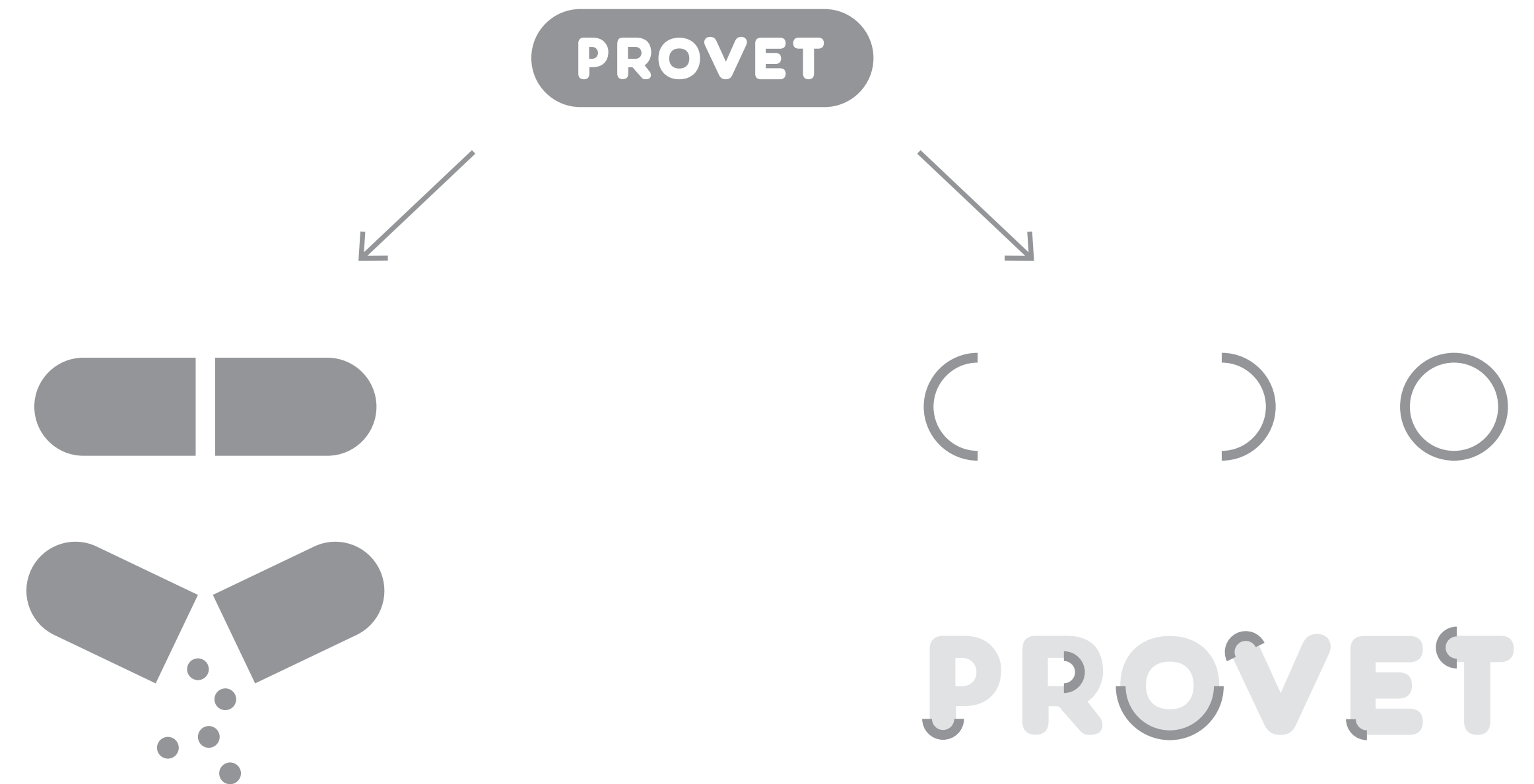
ІДЕЯ СТИЛЮ

ФІРМОВА ФОРМА – ТАБЛЕТКА-КАПСУЛА.
ВКАЗУЄ НА ВИД ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.

Символізує ідею медицини та знання про-
блем тварини, а також є відповіддю на ці
проблеми – є їх вирішенням.

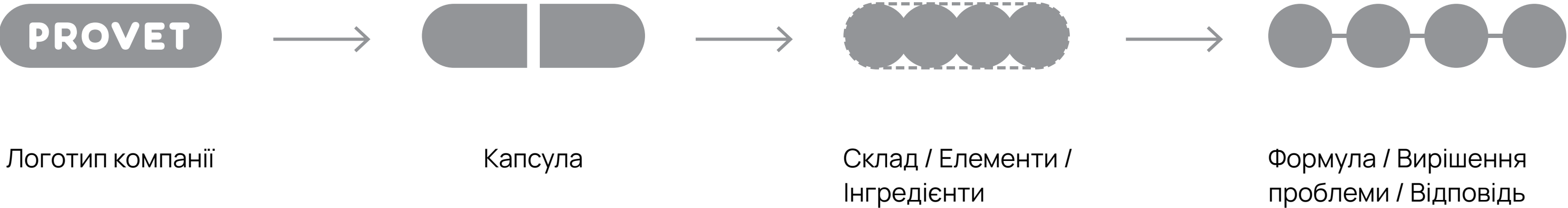
Форми елементів округлі та м'які — переда-
ють більш дружній підхід компанії порівняно
з виключно науковим чи медичним напрям-
ком. Чудово підходять до образу турботи та
дбайливого ставлення до здоров'я наших
домашніх тварин.

У процесі розробки ідеї фірмо-
вого стилю ми використовували
основні сенси та особливос-
ті логотипу компанії.

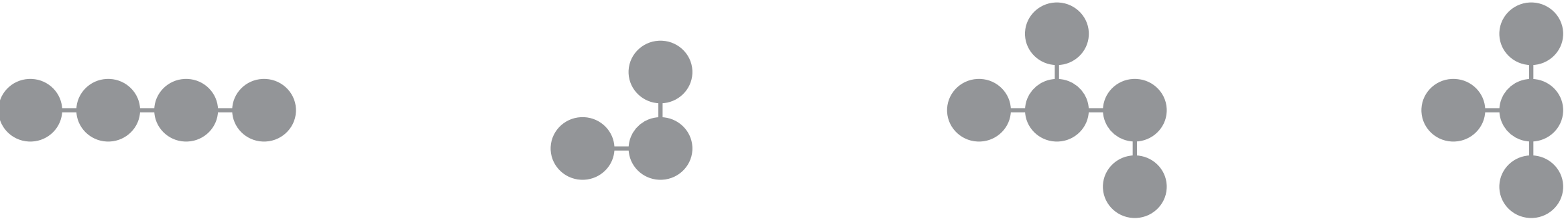


ІДЕЯ СТИЛЮ

ОСНОВНІ ГРАФІЧНІ ЕЛЕМЕНТИ ТА ФОРМИ
НАРОДЖУЮТЬСЯ З ЛОГОТИПУ ТА ЙОГО ІДЕЇ



«Змінюючи формулу» або «Створюючи нову», ми можемо отримати нові послідовності та нові рішення для наших домашніх тварин



ТАКИМ ЧИНОМ, МИ ОТРИМУЄМО ГРАФІЧНІ
ЕЛЕМЕНТИ, ЩО СИМВОЛІЗУЮТЬ СУТЬ
ДІЯЛЬНОСТІ КОМПАНІЇ PROVET –
РІЗНІ МЕДИЧНІ РІШЕННЯ ПРОБЛЕМ ТВАРИН

СИСТЕМА ЕЛЕМЕНТІВ

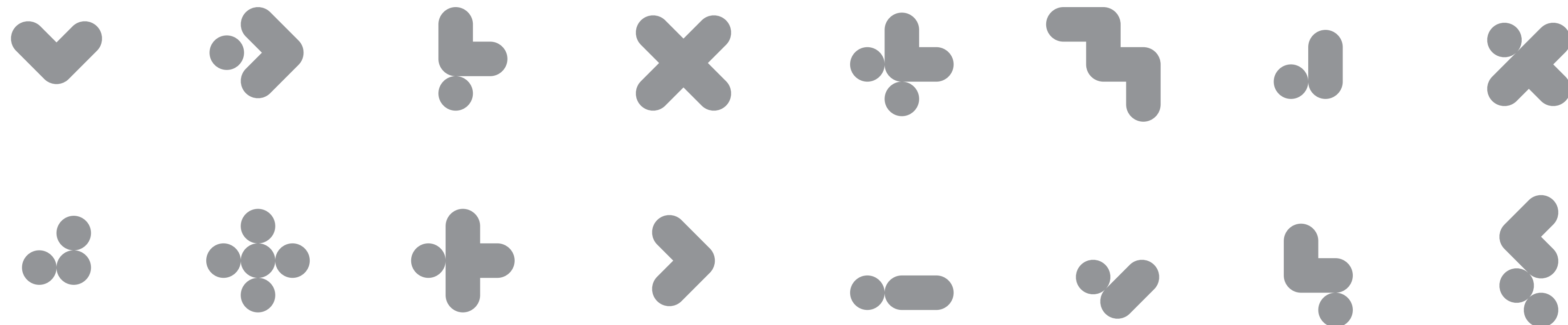
Проста округла форма



Змінюємо графічні елементи
відповідно до стилістики логотипу



Отримуємо широку лінійку фірмових
графічних форм та елементів



ЛОГОТИП ТА ПРОПОРЦІЇ

Існує єдина версія логотипу. Складається зі знаку та дескриптору. Може бути розділений. На упаковці розміщення без дескриптору. На носіях стилю бажано використовувати повну версію. Усі можливі варіанти логотипу доступні.

Усі деталі логотипу повинні бути помітними. Мінімальний допустимий розмір використання основного логотипу у друку дорівнює 7 мм за довжиною у пропорції. Друк шовко-трафаретним методом дозволяє друкувати лінії не тонкіше 0,3 мм.



ВЕТЕРИНАРІЯ ТА ДОГЛЯД



ВЕТЕРИНАРІЯ
ТА ДОГЛЯД



ВЕТЕРИНАРІЯ
ТА ДОГЛЯД

ОХОРОННЕ ПОЛЕ ЛОГОТИПУ ТА НЕПРИПУСТИМІ ВИКОРИСТАННЯ



Розмір мінімальної охоронної зони дорівнює 2X з усіх боків у пропорційному співвідношенні від знаку.



**ЗАБОРОНЕНО ВИКОРИСТОВУВАТИ
ЛОГОТИП У КОМПОНОВКАХ
ТА КОЛЬОРАХ НЕ ВКАЗАНИХ
У ПОСІБНИКУ.**

ГРАФІЧНІ ЕЛЕМЕНТИ СТИЛЮ

Гнучкий фірмовий стиль дозволяє легко оформляти всі необхідні графічні та рекламні матеріали та має необмежений потенціал для розширення. Отримані графічні елементи можуть бути використані у якості:

- ФОНОВИХ ЕЛЕМЕНТІВ
- КОНТЕЙНЕРІВ ДО ТЕКСТІВ
- КОНТЕЙНЕРІВ ДЛЯ ФОТОГРАФІЙ
- БУЛЕТІВ
- НАВІГАЦІЇ
- ІКОНОГРАФІЇ ТА ІН.

у макеті каталогу можна побачити приклад використання подібних елементів.



ВВОДИМО ІДЕНТИФІКАЦІЮ КОЛЬОРОМ

Для розширення емоційної складової та покращення запам'ятовування, ми ввели додаткові кольори. Стримана і водночас сучасна, яскрава палітра чудово підходить до виду діяльності компанії – дозволяє створювати різноманітні рекламні та поліграфічні матеріали.

Компанія PROVET вже містить сірий колір, як основний, що каже про професіоналізм та науковий підхід у своїй роботі.

PROVET

Колір логотипу у носіях стилю може бути будь яким з набору кольорів стилю у відповідній гармонії маси кольору того чи іншого носія. Також дозволено використання градієнтів.

НАПИС PROVET **ЗАБОРОНЕНИЙ
БУТИ ЧОРНОГО КОЛЬОРУ.**



КОЛІР ТА ЙОГО ПАРАМЕТРИ

У системі кольорів існують ключові та другорядні кольори. Ключові задають напрямок, другорядні відтінки для легкості поєднання у різних носіях. При цьому стиль та характер палітри не змінний.

materials/імя носія/...

ГРАФІК МАСИ
КОЛЬОРУ
ПРИ СТВОРЕНІ
ДИЗАЙНУ НОСІЇВ

C 100	R 0	#005983
M 60	G 89	
Y 25	B 131	
K 15		

C 80	R 0	#00b7ce
M 0	G 183	
Y 20	B 206	
K 0		

ГОЛОВНІ
КОЛЬОРИ
СТИЛЮ

C 0	R 147	#939598
M 0	G 149	
Y 0	B 152	
K 50		

PROVET

PROVET

PROVET

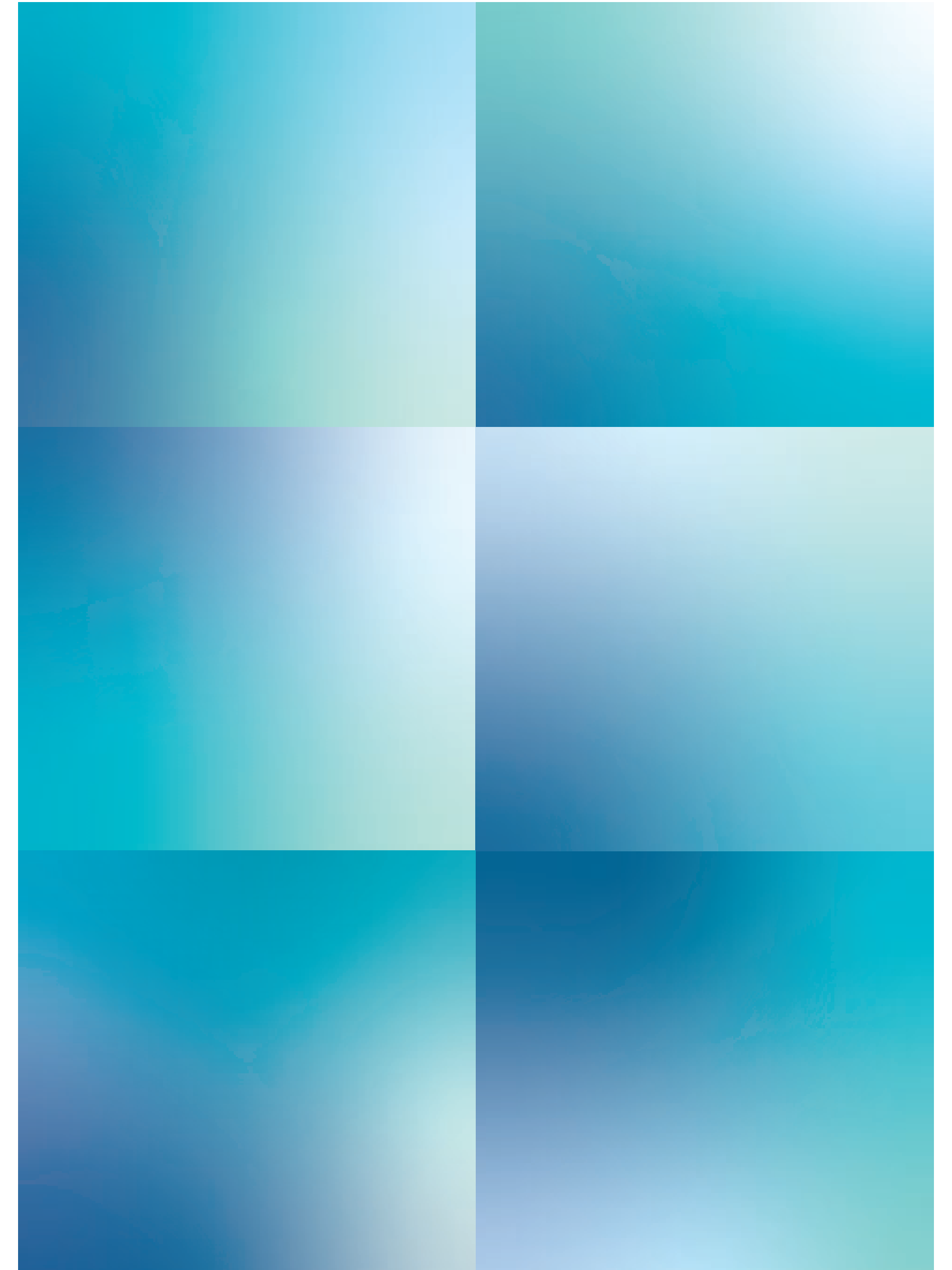
PROVET

СИСТЕМА ГРАДІЄНТІВ

У кольоровій ідентифікації існує система градієнтів та gradient mesh. Допустиме створення будь яких mesh з використанням палітри кольорів з гайдлайну. Приклади використання наведені у поточному гайдлайні.

Використання градієнтів може бути як самостійне так і у поєднанні з чистими кольорами. Градієнти можуть бути як прості з 2х кольорів, так і складні сітки з 3-х чи більше.

 materials/і'мя носія/...



ОБРАЗ ТУРБОТИ У ФІРМОВІЙ СТИЛІСТИЦІ

Форми елементів округлі та м'які - передають більш дружній підхід компанії порівняно з виключно науковим чи медичним напрямком.

Прекрасно підходять до образу турботи та дбайливого ставлення до здоров'я наших вихованців.

PROVET

НАША ГОЛОВНА КОМПЕТЕНЦІЯ

Ми розуміємо наших улюбленців, маємо глибоке знання ринку зоотоварів, створюємо вітчизняні ветеринарні продукти європейської якості за доступними цінами.

НАША КОМАНДА – СПЕЦІАЛІСТИ ТА ОДНОДУМЦІ, НАТХНЕНІ ЛЮБОВ'Ю ДО ДОМАШНІХ ВИХОВАНЦІВ. МИ ПРАГНЕМО ЗРОБИТИ ЖИТТЯ УЛЮБЛЕНЦІВ І ЇХНІХ ГОСПОДАРІВ БІЛЬШ КОМФОРТНИМ І БЕЗПЕЧНИМ.

З 2014 року ми виготовляємо широкий спектр препаратів для профілактики та лікування домашніх улюбленців. Виробництво продукції здійснюється на власних потужностях, оснащених високотехнологічним обладнанням за передовими технологіями.



МИ ПИШАЄМОСЯ ВИКОНАНОЮ РОБОТОЮ, ОСОБЛИВО НАШОЮ ДОСВІДЧЕНОЮ ТА ТВОРЧОЮ КОМАНДОЮ.

PROVET

PROVET

НАША ГОЛОВНА КОМПЕТЕНЦІЯ

Ми розуміємо наших улюбленців, маємо глибоке знання ринку зоотоварів, створюємо вітчизняні ветеринарні продукти європейської якості за доступними цінами.

НАША КОМАНДА – СПЕЦІАЛІСТИ ТА ОДНОДУМЦІ, НАТХНЕНІ ЛЮБОВ'Ю ДО ДОМАШНІХ ВИХОВАНЦІВ. МИ ПРАГНЕМО ЗРОБИТИ ЖИТТЯ УЛЮБЛЕНЦІВ І ЇХНІХ ГОСПОДАРІВ БІЛЬШ КОМФОРТНИМ І БЕЗПЕЧНИМ.

НАША ГОЛОВНА КОМПЕТЕНЦІЯ

Ми розуміємо наших улюбленців, маємо глибоке знання ринку зоотоварів, створюємо вітчизняні ветеринарні продукти європейської якості за доступними цінами.

НАША КОМАНДА – СПЕЦІАЛІСТИ ТА ОДНОДУМЦІ, НАТХНЕНІ ЛЮБОВ'Ю ДО ДОМАШНІХ ВИХОВАНЦІВ. МИ ПРАГНЕМО ЗРОБИТИ ЖИТТЯ УЛЮБЛЕНЦІВ І ЇХНІХ ГОСПОДАРІВ БІЛЬШ КОМФОРТНИМ І БЕЗПЕЧНИМ.

З 2014 року ми виготовляємо широкий спектр препаратів для профілактики та лікування домашніх улюбленців. Виробництво продукції здійснюється на власних потужностях, оснащених високотехнологічним обладнанням за передовими технологіями.

PROVET



ШРИФТ

У стилі використовуються два шрифти:

**NUNITO SANS
10PT EXPANDED**

Застосовується в 3-х накресленнях: Regular, Medium, Black

Manrope

Застосовується у накресленнях: Regular, SemiBold, Bold

Рекомендації щодо використання: Nunito Sans 10 PT Expanded використовується для заголовків, акцентування в текстових блоках, а також у ключових рекламних повідомленнях ТМ. Manrope застосовується при верстці текстів та великих текстових масивів.

**НАША
ГОЛОВНА
КОМПЕТЕНЦІЯ**

Ми розуміємо наших улюбленців, маємо глибоке знання ринку зоо товарів, створюємо вітчизняні ветеринарні продукти європейської якості за доступними цінами.

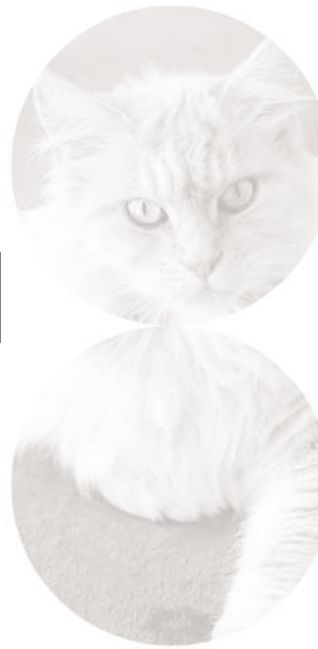
Наша команда — спеціалісти та однодумці, натхненні любов'ю до домашніх вихованців. Ми прагнемо зробити життя улюбленців і їхніх господарів більш комфортним і безпечним.

ПРОДУКЦІЯ™ PROVET
ДОБРЕ ВІДОМА В УКРАЇНІ
ТА ЗА КОРДОНОМ, МАЄ
БАГАТО НАГОРОД І ВІДЗНАК.

ОБРАЗ ТУРБОТИ У ТИПОГРАФІЦІ

Як основний шрифт заголовків було обрано широкий і водночас впевнений шрифт.

Широкий шрифт сприймається як більш дружній і добре підходить до образу турботи.



НАША КОМАНДА -
СПЕЦІАЛІСТИ
ТА ОДНОДУМЦІ

PROVET



PROVET

НАША
КОМАНДА —
СПЕЦІАЛІСТИ
ТА ОДНОДУМЦІ

PROVET



НАША ГОЛОВНА КОМПЕТЕНЦІЯ

Ми розуміємо наших улюбленців, маємо глибоке знання ринку зоотоварів, створюємо вітчизняні ветеринарні продукти європейської якості за доступними цінами.

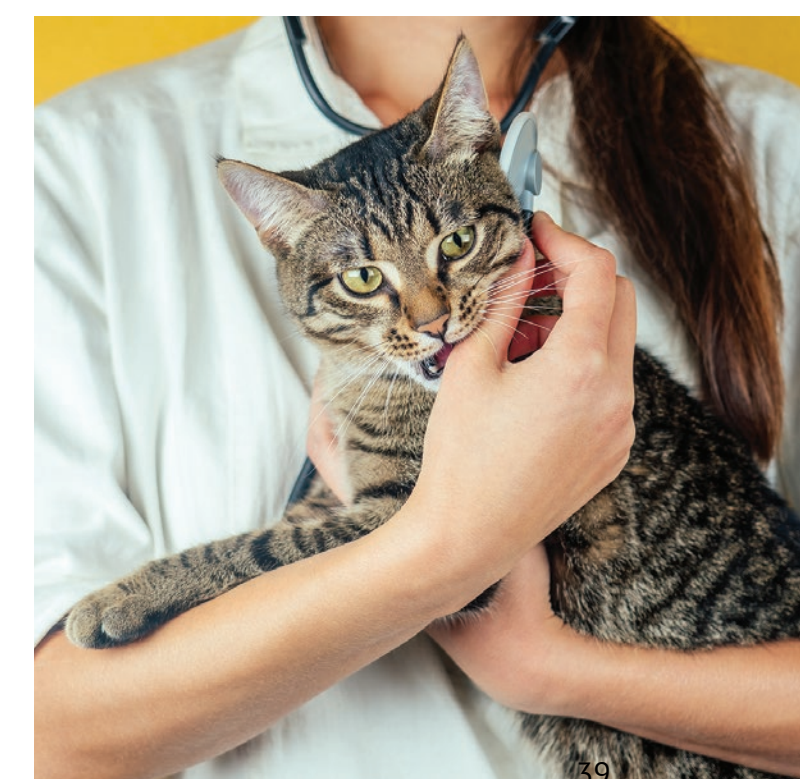
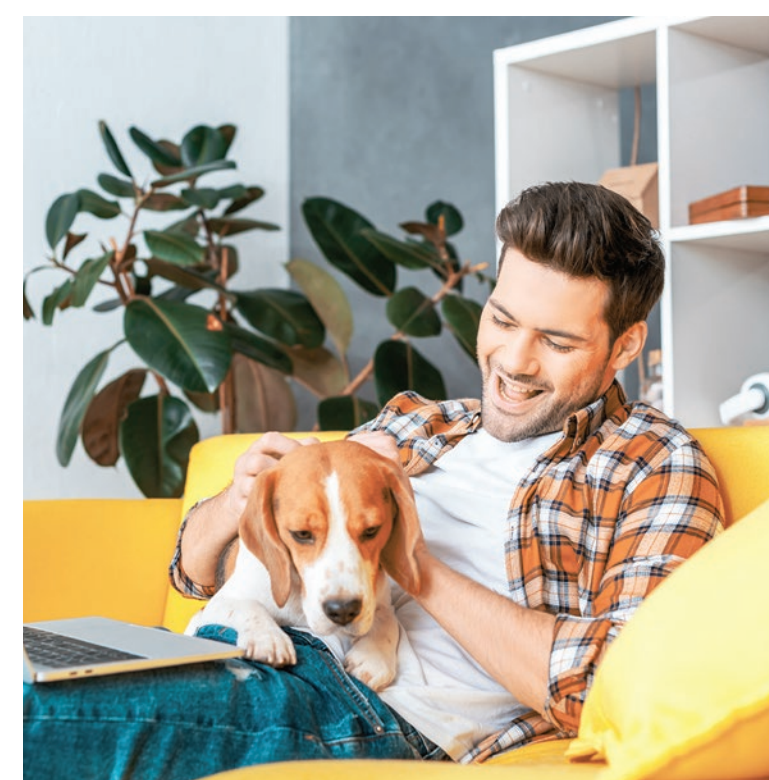
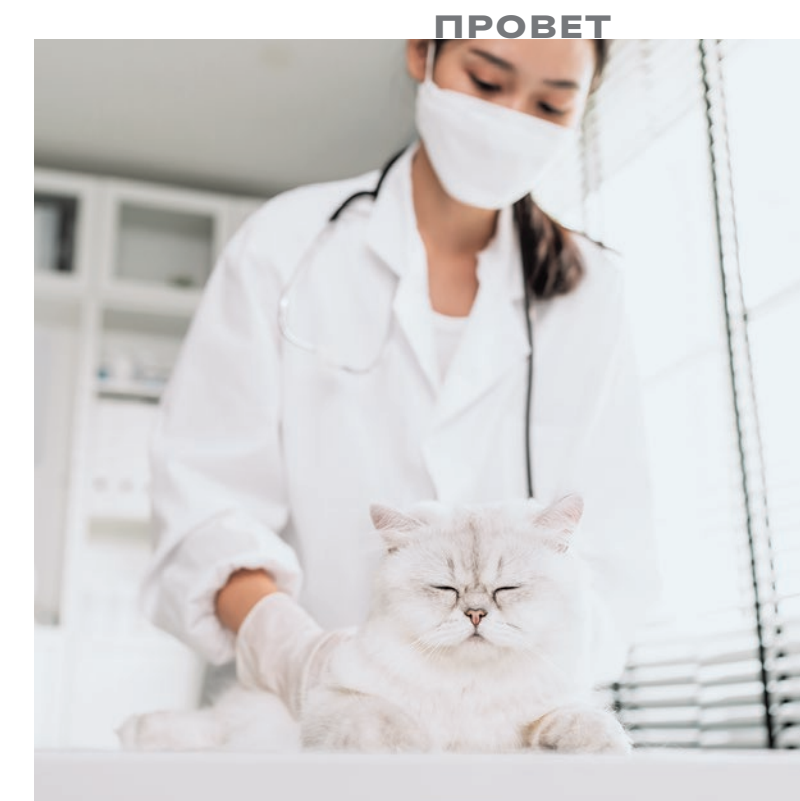
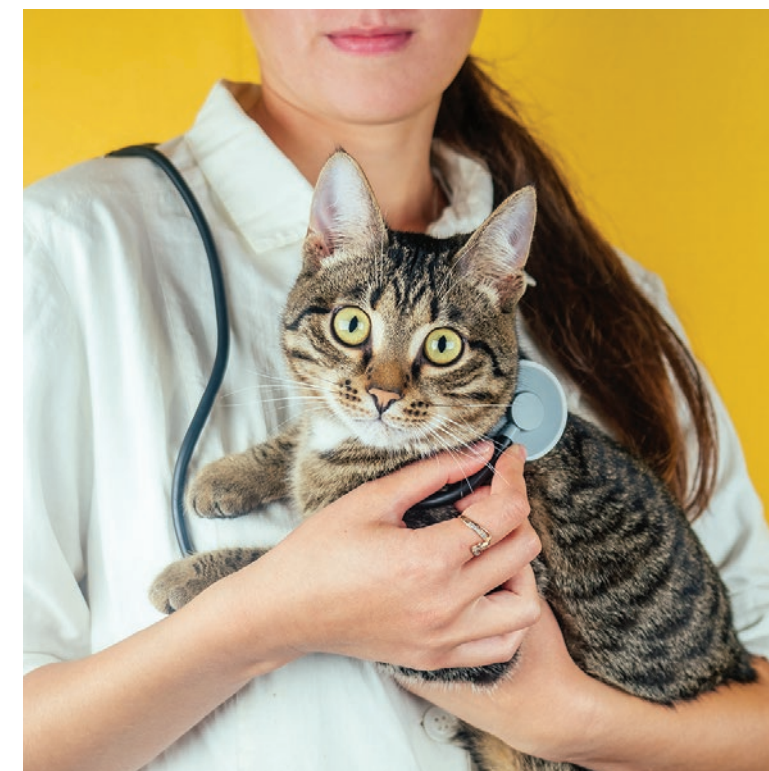
НАША КОМАНДА — СПЕЦІАЛІСТИ ТА ОДНОДУМЦІ, НАТХНЕНІ ЛЮБОВ'Ю ДО ДОМАШНІХ ВИХОВАНЦІВ. МИ ПРАГНЕМО ЗРОБИТИ ЖИТТЯ УЛЮБЛЕНЦІВ І ЇХНІХ ГОСПОДАРІВ БІЛЬШ КОМФОРТНИМ І БЕЗПЕЧНИМ.

З 2014 року ми виготовляємо широкий спектр препаратів для профілактики та лікування домашніх улюбленців. Виробництво продукції здійснюється на власних потужностях, оснащених високотехнологічним обладнанням за передовими технологіями.

ОБРАЗ ТУРБОТИ ТА ЕКСПЕРТНОСТІ У ФОТОГРАФІЇ

Для створення образу турботи, або експертності використовуються відповідні фотографії.

Використовуючи відповідні фотографії, легко регулювати настрій тих чи інших рекламних та маркетингових матеріалів.



ДЕКІЛЬКА
ВІЗУАЛЬНИХ
ПРИКЛАДІВ

PROVET

НАША
ГОЛОВНА
КОМПЕТЕНЦІЯ

Ми розуміємо наших улюбленців, маємо глибоке знання ринку зоотоварів, створюємо вітчизняні ветеринарні продукти європейської якості за доступними цінами.

НАША КОМАНДА – СПЕЦІАЛІСТИ ТА ОДНОДУМЦІ, НАТХНЕННІ ЛЮБОВ'Ю ДО ДОМАШНІХ ВИХОВАНЦІВ. МИ ПРАГНЕМО ЗРОБИТИ ЖИТТЯ УЛЮБЛЕНЦІВ І ЇХНІХ ГОСПОДАРІВ БІЛЬШ КОМФОРТНИМ І БЕЗПЕЧНИМ.

З 2014 року ми виготовляємо широкий спектр препаратів для профілактики та лікування домашніх улюбленців. Виробництво продукції здійснюється на власних потужностях, оснащених високотехнологічним обладнанням за передовими технологіями.

НАШІ
ДОСЯГНЕННЯ

Участь у фахових міжнародних виставках, постійна робота з ветеринарами та заводчиками дає нові ідеї, розуміння світових трендів, спонукає до запровадження новітніх методів виробництва та контролю якості продукції.

PROVET



PROVET



МИ ПИШАЄМОСЯ ВИКОНАНОЮ РОБОТОЮ, **ОСОБЛИВО НАШОЮ ДОСВІДЧЕНОЮ ТА ТВОРЧОЮ КОМАНДОЮ.**

PROVET

НАША
ГОЛОВНА
КОМПЕТЕНЦІЯ

Ми розуміємо наших улюбленців, маємо глибоке знання ринку зоотоварів, створюємо вітчизняні ветеринарні продукти європейської якості за доступними цінами.

НАША КОМАНДА – СПЕЦІАЛІСТИ ТА ОДНОДУМЦІ, НАТХНЕННІ ЛЮБОВ'Ю ДО ДОМАШНІХ ВИХОВАНЦІВ. МИ ПРАГНЕМО ЗРОБИТИ ЖИТТЯ УЛЮБЛЕНЦІВ І ЇХНІХ ГОСПОДАРІВ БІЛЬШ КОМФОРТНИМ І БЕЗПЕЧНИМ.

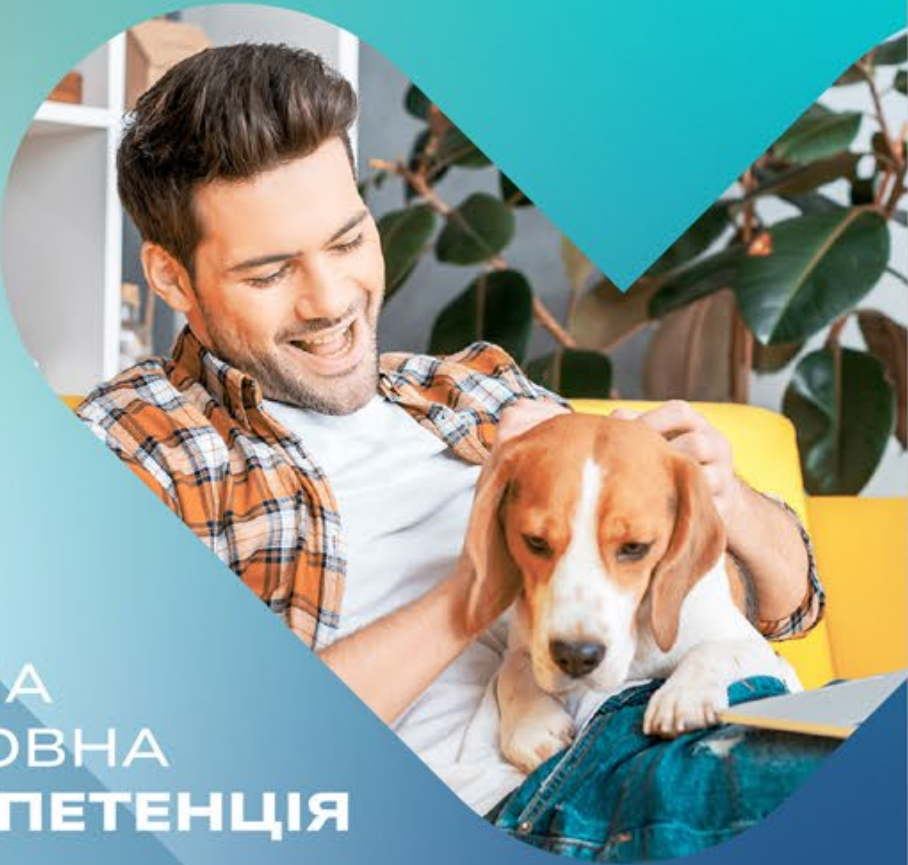
З 2014 року ми виготовляємо широкий спектр препаратів для профілактики та лікування домашніх улюбленців. Виробництво продукції здійснюється на власних потужностях, оснащених високотехнологічним обладнанням за передовими технологіями.

PROVET



ДЕКІЛЬКА
ВІЗУАЛЬНИХ
ПРИКЛАДІВ

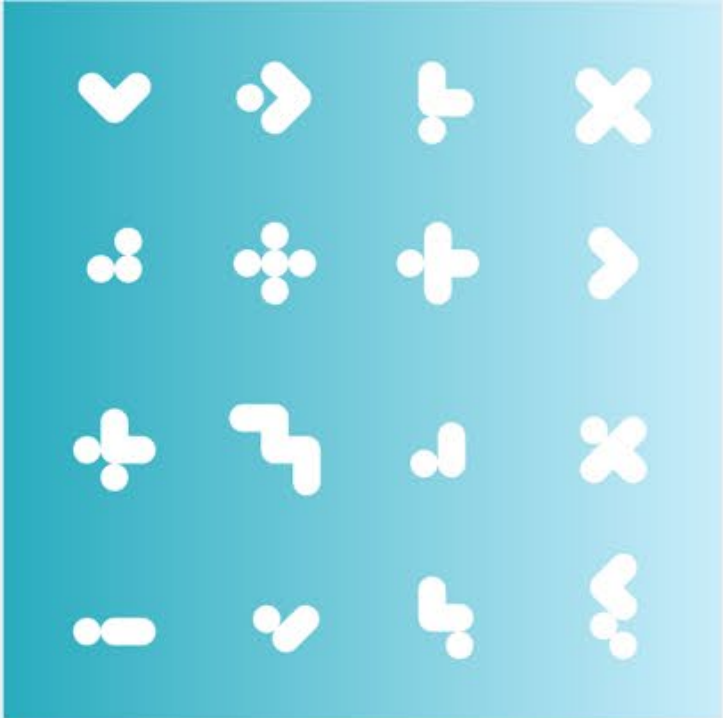
PROVET



НАША
ГОЛОВНА
КОМПЕТЕНЦІЯ

Ми розуміємо наших улюбленців, маємо глибоке знання ринку зоотоварів, створюємо вітчизняні ветеринарні продукти європейської якості за доступними цінами.

НАША КОМАНДА – СПЕЦІАЛІСТИ ТА ОДНОДУМЦІ, НАТХНЕННІ ЛЮБОВ’Ю ДО ДОМАШНІХ ВИХОВАНЦІВ. МИ ПРАГНЕМО ЗРОБИТИ ЖИТТЯ УЛЮБЛЕНЦІВ І ЇХНІХ ГОСПОДАРІВ БІЛЬШ КОМФОРТНИМ І БЕЗПЕЧНИМ.



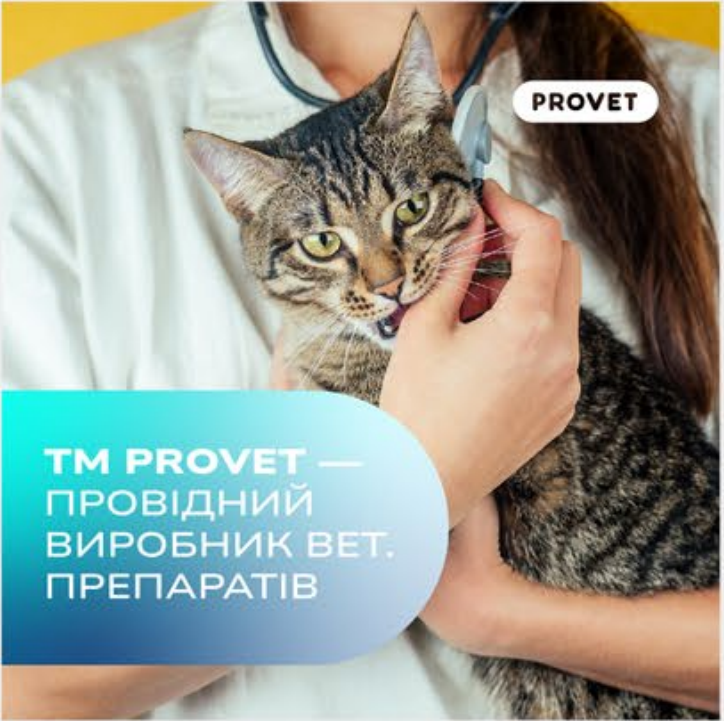
PROVET



НАША
КОМАНДА —
СПЕЦІАЛІСТИ
ТА ОДНОДУМЦІ



PROVET



ТМ PROVET —
ПРОВІДНИЙ
ВИРОБНИК ВЕТ.
ПРЕПАРАТІВ

ТМ PROVET —
ПРОВІДНИЙ
ВИРОБНИК ВЕТ.
ПРЕПАРАТІВ

PROVET

НАША
ГОЛОВНА
КОМПЕТЕНЦІЯ

PROVET



PROVET



НАША
КОМАНДА -
СПЕЦІАЛІСТИ
ТА ОДНОДУМЦІ



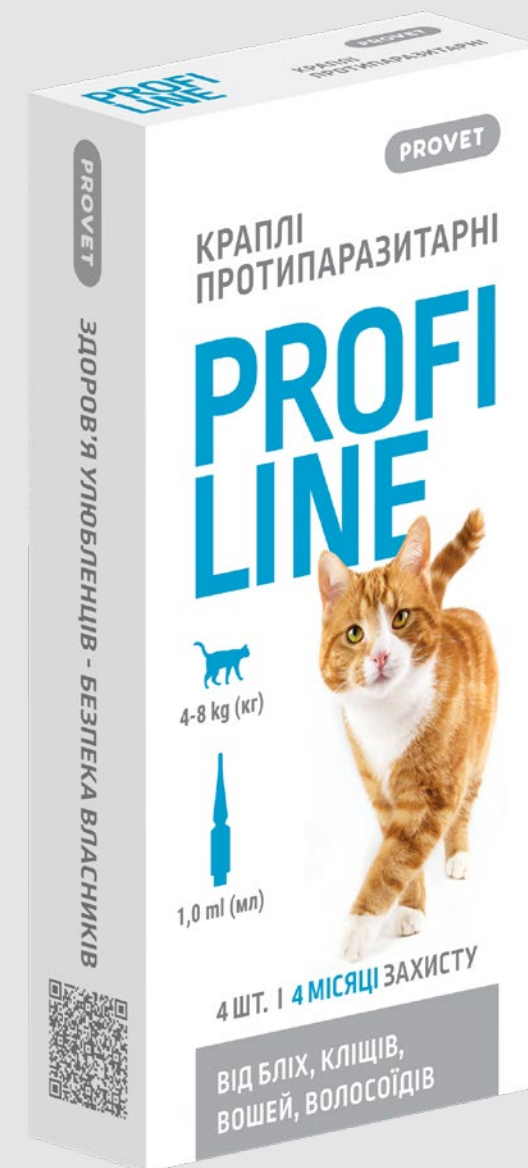
PROVET

PROVET



ПРАВИЛА ДИЗАЙНУ ЛІНІЙОК

ХАРАКТЕРИСТИКИ УПАКОВКИ **PROFILINE**

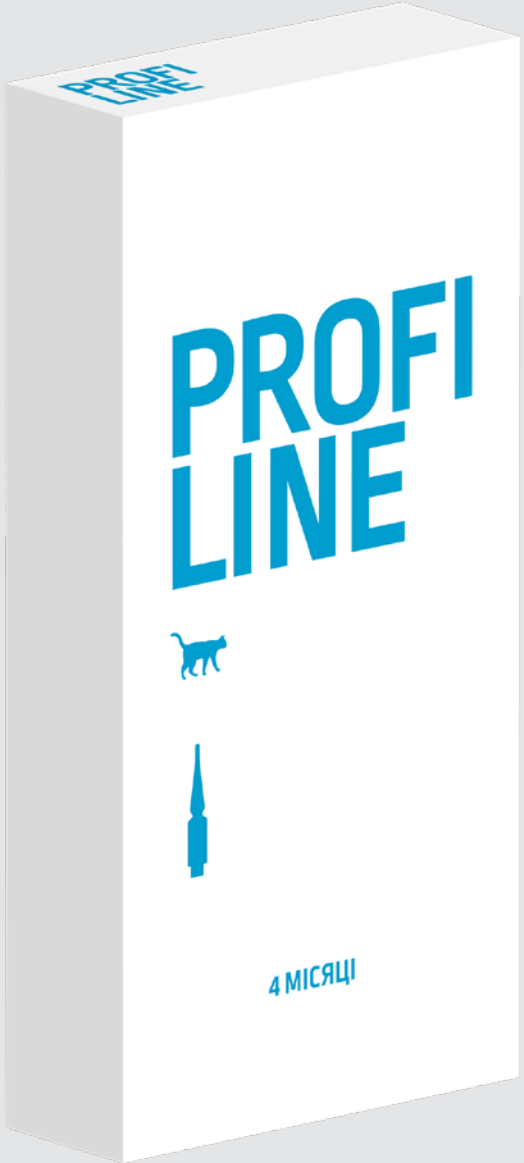


Характеристики упаковок лінійки PROFILINE: біла, чиста та мінімалістична. Дизайн передає відчуття професіоналізму та експертності.

Особливою характеристикою є відсутність будь-яких зайвих елементів у дизайні, а саме: паттернів, фонів, малюнків, графічних елементів.

Головним кольором упаковок PROFILINE є білий і він займає найбільшу площу.

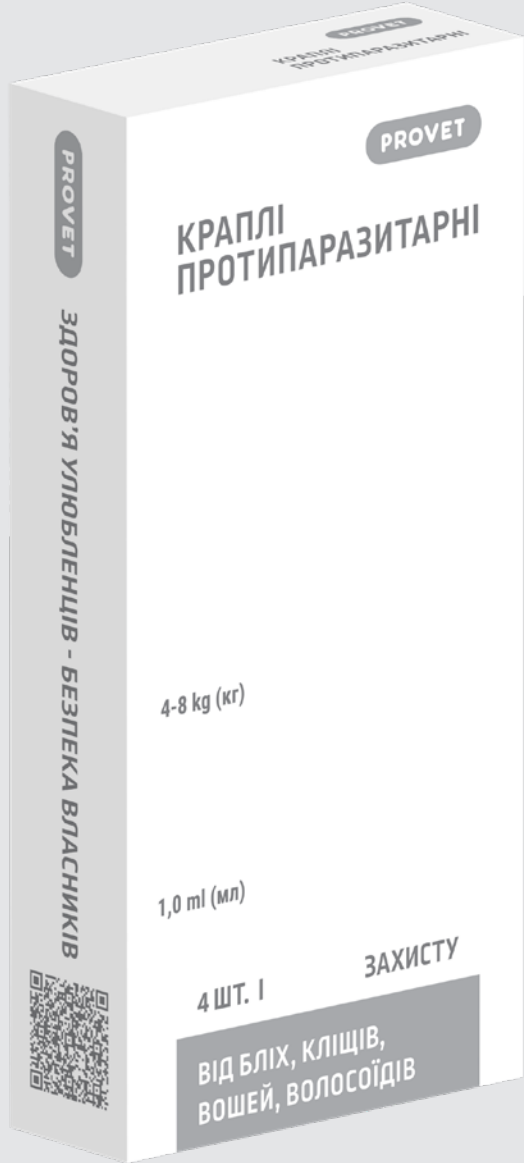
На всіх упаковках обов'язково присутні: логотипи PROVET та PROFILINE, кольорова фотографія здорових тварин та додаткова інформація.



СИНІЙ КОЛІР

Основним кольором в упаковках PROFILINE є фірмовий синій.

Цей колір використовується як колір логотипу PROFILINE, а також для виділення іконок, особливих характеристик, тощо.

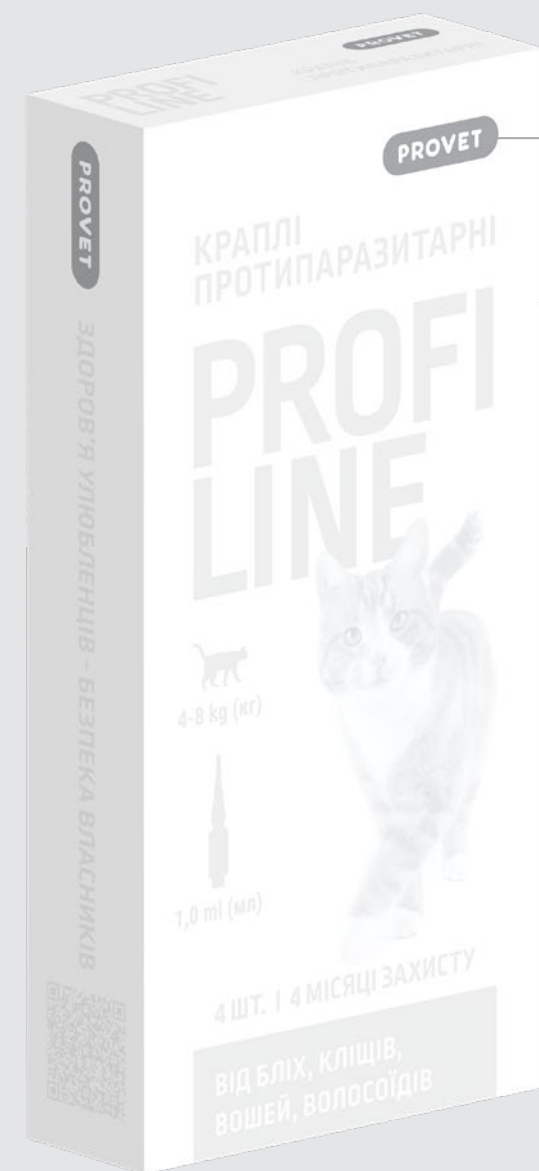


СІРИЙ КОЛІР

Додатковим кольором в усіх упаковках лінійки PROFILINE є сірий колір.

Він використовується для логотипу PROVET, а також для оформлення назви препаратів, характеристик та супутньої інформації.



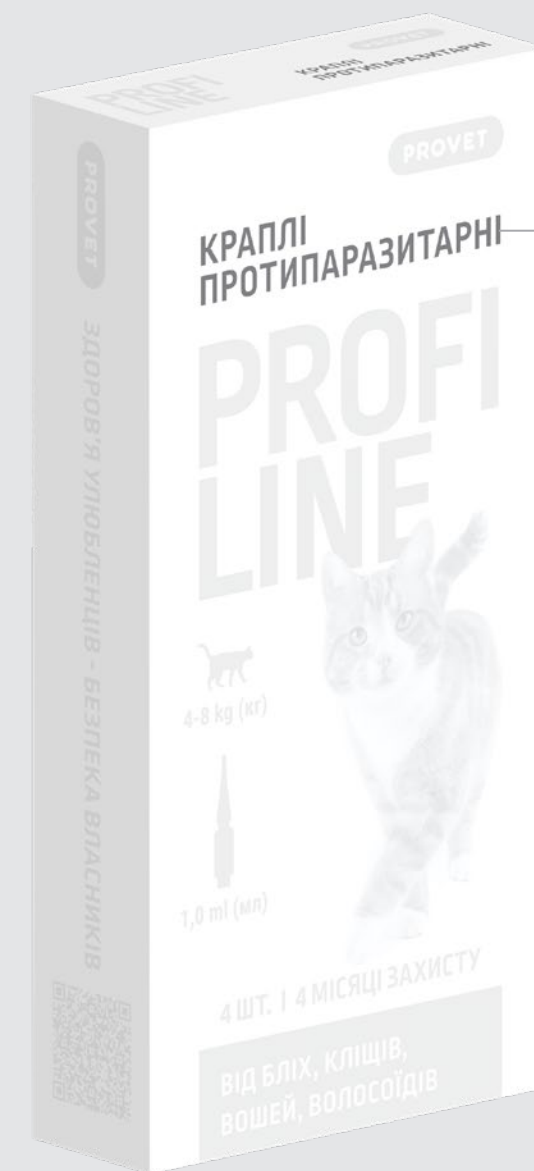


ЛОГОТИП PROVET

На усіх упаковках лінійки має бути присутнім логотип бренду PROVET.

Основним місцем розташування має бути верхній правий кут упаковки. Логотип може бути розміщено в іншому місці, якщо це продиктовано форматом упаковки та кількістю інформації. Основним критерієм має бути добра читабельність логотипу.

Логотип має розташовуватись на білому фоні без перехресть з текстом або фотографіями.



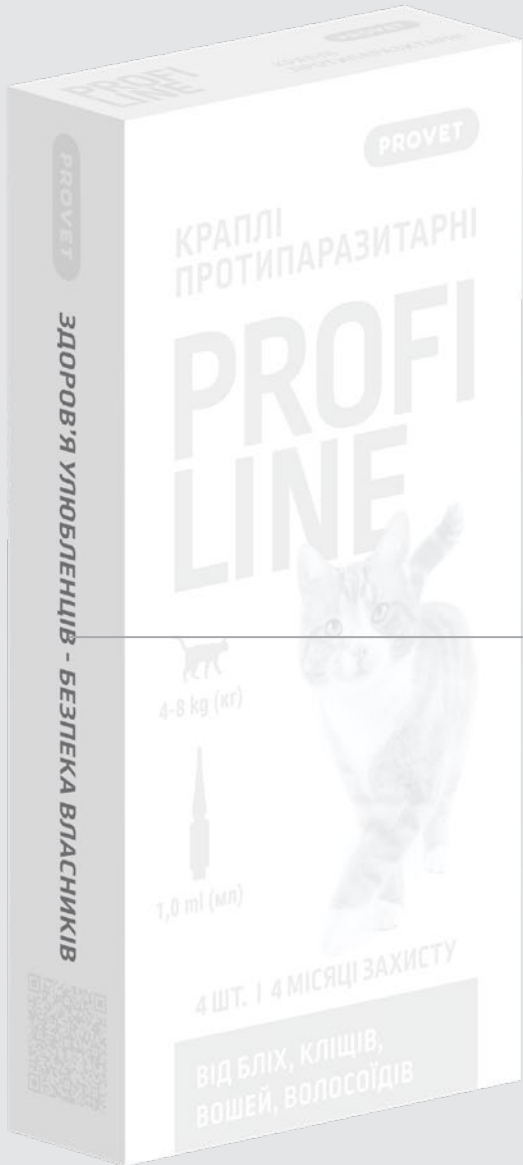
ПРОДУКТ

На всіх упаковках має бути присутня назва препарату.

Назва препарату має бути меншою за логотип PROFILINE.

На фронтальній частині упаковки вона розміщується над логотипом PROFILINE та вирівнюється по лівому краю.

В інших частинах упаковки назва препарату має бути розміщена із врахуванням контенту та вільного місця.

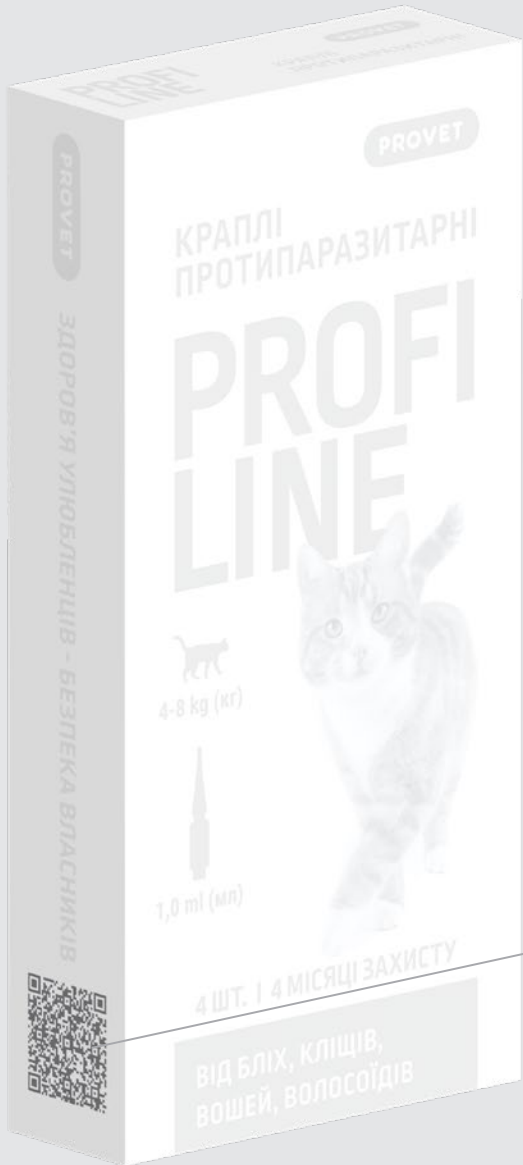


СЛОГАН

На упаковках, де є можливість, розміщується слоган.

Він має бути присутнім не на фронтальній частині упаковки.

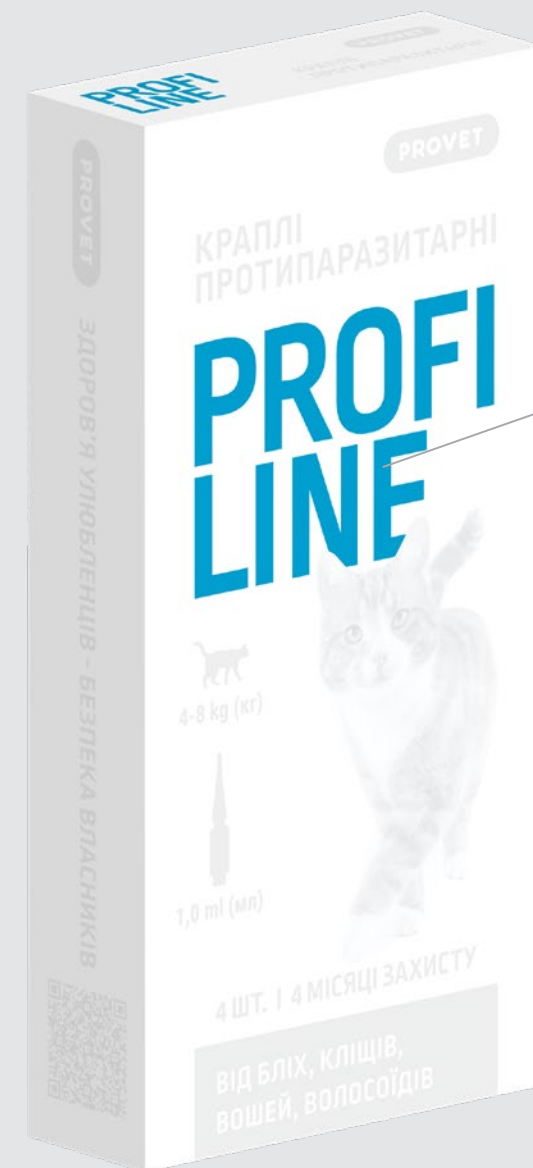
Рекомендовано використовувати бокові або задню частини упаковки.



QR КОД

Бокові або задня частини упаковки також використовуються для розміщення QR коду із посиланням на сайт.

QR код розміщується, якщо дозволяє вільний простір.

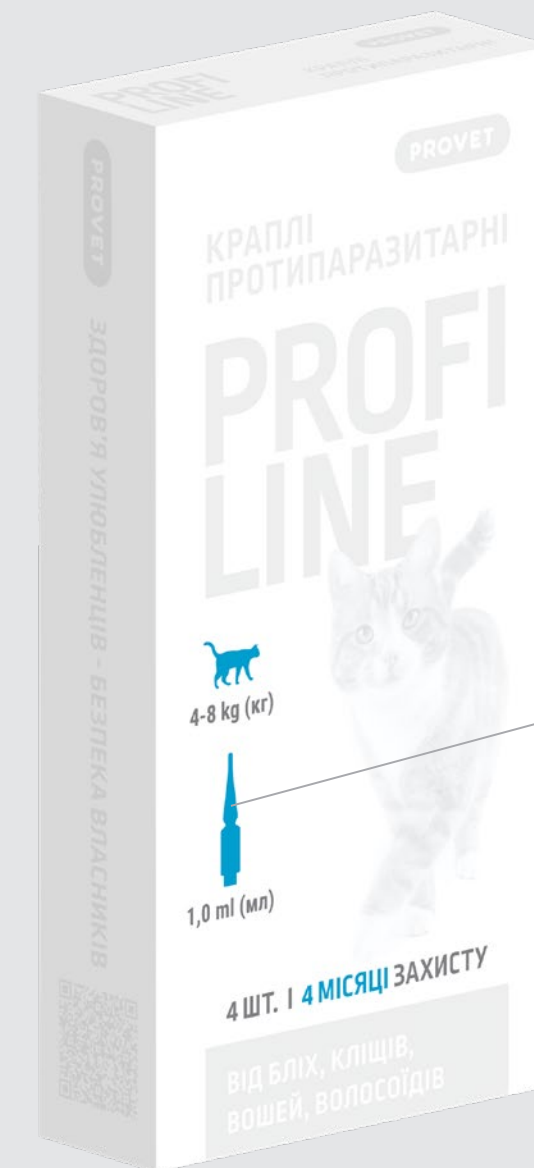


ЛОГОТИП PROFILINE

Основним графічним елементом упаковок лінійки PROFILINE має бути логотип.

Він є великим елементом та за можливістю, займає весь простір по ширині.

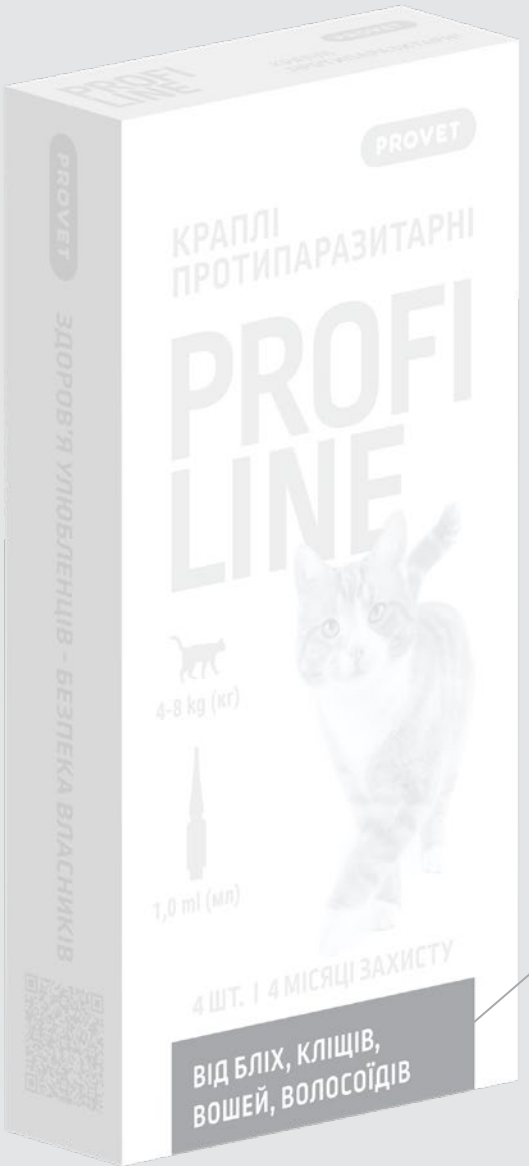
Також, логотип PROFILINE може бути дещо перекритий фотографією в області літер N та E. При цьому, літери N та E мають зберегти свою читабельність.



ХАРАКТЕРИСТИКИ

На фронтальній частині упаковок зазвичай розміщуються додаткова інформація.

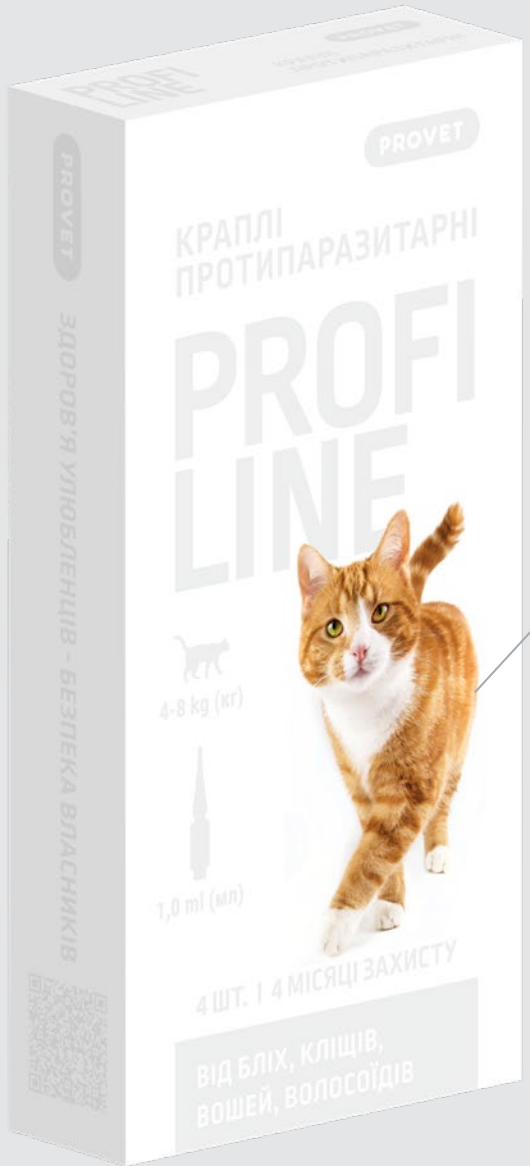
Її обсяг не має бути великим, щоб зберегти чистоту дизайну в цілому, та вільний простір.



ДОДАТКОВА ІНФОРМАЦІЯ

Особливістю дизайну упаковок PROFILINE також є сіра плашка знизу.

Вона є місцем для розміщення інформації про дію препарату чи іншої додаткової інформації.



ФОТОГРАФІЯ

Також, одним із обов'язкових елементів, що має бути присутнім на упаковці, є фотографія тварини.

Це має бути кольорова фотографія здорової тварини, що підтверджує компетенцію виробника.



ХАРАКТЕРИСТИКИ УПАКОВОК У ЛІНІЙЦІ «СТОП»

Упаковка лінійок СТОП також має стриманий та чистий вигляд.

Дизайн не містить додаткової чи зайвої графіки: градієнтів, малюнків, фонів, тощо.

Основною характеристикою дизайну є акцент на логотипі та фотографії тварини, що має на меті привернення уваги.

Загальна стилістика упаковок в лінійці СТОП має подібні до лінійки ПРОФІЛАЙН графічні рішення, що об'єднує їх під спільним брендом PROVET.



ОСНОВНИЙ КОЛІР

Загальна маса кольору (у даному випадку ЧЕРВОНИЙ у лінійці МЕГА-СТОП) не має бути домінантною.

Основний колір є акцентом та ідентифікатором конкретного препарату.



ЛОГОТИП PROVET

Кожна упаковка лінійки СТОП містить також логотип PROVET.

Він розміщується зверху посередні на фронтальній частині упаковки.

На інших частинах упаковки логотип PROVET має бути розміщений з урахуванням контенту та вільного простору.



ПРОДУКТ

На кожній упаковці лінійок СТОП має бути присутня назва препарату.

Місце розміщення обирається з урахуванням вільного простору та особливостей упаковки.



СЛОГАН

На упаковках, де є можливість, розміщується слоган.

Він має бути присутнім не на фронтальній частині упаковки.

Рекомендовано використовувати бокові або задню частини упаковки.



QR КОД

Бокові або задня частини упаковки також використовуються для розміщення QR коду із посиланням на сайт.

QR код розміщується, якщо дозволяє вільний простір.



НАЗВА

Основним елементом дизайну упаковок у лінійці СТОП є назва.

Це найбільший елемент упаковки. Він не може бути перекритий іншою графікою, фотографіями або текстом.

Також, це має бути найбільший за розміром текст на упаковці.



ХАРАКТЕРИСТИКИ

На фронтальній частині упаковок зазвичай розміщуються додаткова інформація.

Її обсяг не має бути великим, щоб зберегти чистоту дизайну в цілому та вільний простір.



ДОДАТКОВА ІНФОРМАЦІЯ

Особливістю дизайну упаковок СТОП також є кольорова плашка знизу.

Вона є місцем для розміщення інформації про дію препарату чи іншої додаткової інформації.



ФОТОГРАФІЯ

Одним із ключових елементів дизайну упаковок лінійки СТОП є фотографія тварини чи тварин.

Тварина має бути розміщена таким чином, що має бути видно тільки верхня частина її голови. Фотографія не може бути ширшою за назву препарату.

Таким чином робиться акцент на тому, що тварина є під захистом конкретного препарату (конкретна назва препарату).



РІЗНОМАНІТТЯ У ЛІНІЙЦІ

Різні препарати у лінійці СТОП мають відокремлюватись кольором, що було обрано для конкретної лінійки.

Також назва конкретного препарату має бути написана з використанням цього кольору.



УЛЬТРА

Якщо один із препаратів має маркування УЛЬТРА, то він має виглядати так:

- Основний колір та білий мають бути інвертовані. Таким чином майже вся упаковка стає кольоровою.
- Усі текстові елементи мають бути написані білим, або фірмовим сірим кольорами.
- Фотографія тварини має бути контрастною по відношенню до кольору упаковки.

НОСІЇ СТИЛЮ



ВІЗИТНІ КАРТКИ



ВІЗИТНІ КАРТКИ



ВОБЛЕРИ



ПАКЕТИ



ROLL-UP



МОНЕТНИЦЯ



АВТОМОБІЛЬ



АВТОМОБІЛЬ



ТАБЛИЧКА ВІДКРИТО-ЗАКРИТО



ФЛАГ ВІНДЕР



КОРПОРАТИВНІ ФЛАЖКИ



ЗОВНІШНЯ ВИВІСКА



ЦІННИК



ШЕЛФТОКЕР

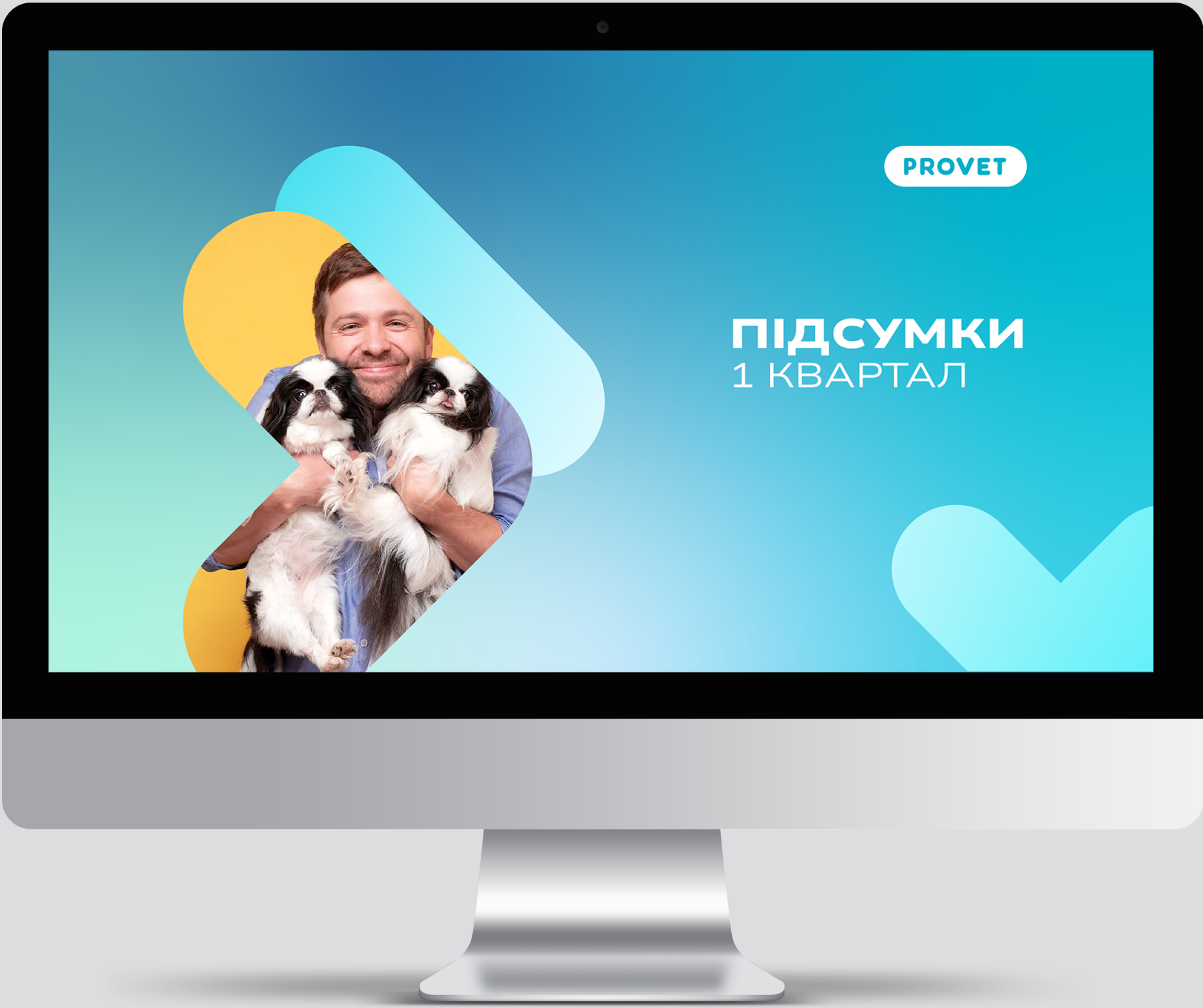
PROVET

ВЕТЕРИНАРІЯ ТА ДОГЛЯД

ДІСПЛЕЙ



ПРЕЗЕНТАЦІЯ



РУЧКИ ТА БЛОКНОТ



РЕЦЕПТУРНИК

УКРАЇНСЬКИЙ
ВИРОБНИК
ВЕТПРЕПАРАТІВ

PROVET

Ветеринарна клініка

Кличка тварини

Порода

Контактний телефон

Вік

Діагноз

Призначення

П.І.Б.лікаря

Підпис лікаря

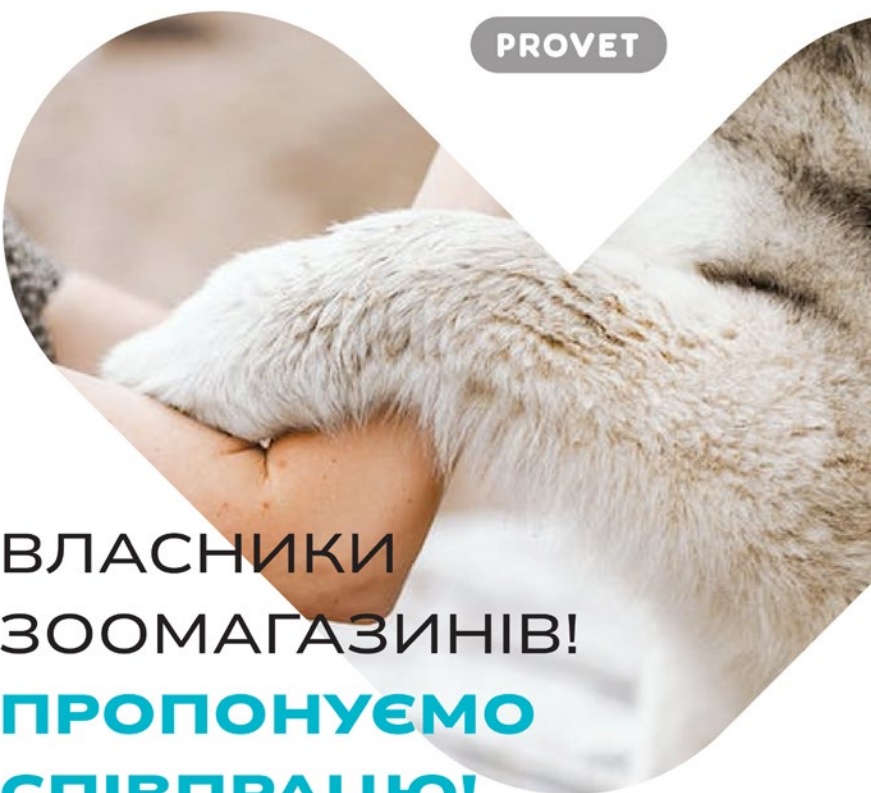
Дата

ЗДОРОВ'Я УЛЮБЛЕНЦІВ
— БЕЗПЕКА ВЛАСНИКІВ

PROVET.UA



GOOGLE БАНЕРИ



ВЛАСНИКИ
ЗООМАГАЗИНІВ!
ПРОПОНУЄМО
СПІВПРАЦЮ!

PROVET

ВЛАСНИКИ
ЗООМАГАЗИНІВ!
ПРОПОНУЄМО
СПІВПРАЦЮ!



PROVET

PROVET

КУПУЙ ВІД 3 РІЗНИХ
SKU PROFILINE
З ДОДАТКОВОЮ
ЗНИЖКОЮ

-15%



КУПУЙ ВІД 3 РІЗНИХ
SKU PROFILINE
З ДОДАТКОВОЮ
ЗНИЖКОЮ -15%



PROVET

КАТАЛОГ



КАТАЛОГ

PROVET

З 2014 РОКУ ТОРГОВА МАРКА PROVET ПРАЦЮЄ В НАПРЯМКУ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОЇ ПРОФІЛАКТИКИ ПАРАЗИТІВ. З 2019 РОКУ НАЛАГОДЖЕНО ВИРОБНИЦТВО НА ВЛАСНИХ ПОТУЖНОСТЯХ.

МИ ПОСТІЙНО ВЕДЕМО РОЗРОБКУ НОВИХ ПРОДУКТІВ І ВДОСКОНАЛЮЄМО СИСТЕМУ КОНТРОЛЮ ЯКОСТІ ДЛЯ МАКСИМАЛЬНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ.



ПЕРЕВАГИ ТМ PROVET

- Широкий спектр препаратів для всіх видів профілактики з урахуванням особливостей усіх улюбленців
- Доступна ціна
- Використання новітнього обладнання
- Спеціально розроблений матеріал нашіпчиків (покращене поглинання й утримання діючих речовин; еластичність і зручність)
- Контроль якості продукції на кожному етапі виробництва
- Використання рецептур кращих зарубіжних аналогів
- Унікальні продукти (лінійки «Megastop» і «ЕкоВет»)
- ТМ ProvET - єдиний виробник препаратів хобі-групи, атестований за системою GMP



PROVET

ІНСЕКТОАКАРИЦИДНІ ПРЕПАРАТИ

PROFILINE КРАПЛІ СПОТ-ОН

Склад і фармакологічні властивості

Препарат містить діючі речовини: фипроніл - 10%, S-метопрен - 10%. Допоміжні речовини: пропіленгліколь. Препарат належить до комбінованих інсектоакарицидних препаратів. Має виражену дію на преімгінальні та імгінальні фази розвитку блох (Stenopsylla spp.), вошей (Linognathus spp.), волоцюг (Pulex spp.), кліщів (Ixodes spp.), які паразитують на тілі собак та котів.

Механізм дії фипронілу полягає в блокуванні ГАМК-залежних рецепторів, паразити порушують нервові імпульси, що призводить до ураження нервової системи ектопаразитів і загибелі. Фипроніл не впливає на центральну нервову систему тварин. S-метопрен - аналог ювенільного гормону, який діє як регулятор росту комах, пригнічує їхній ріст та морфологічний розвиток на стадіях яйця, личинки і лялечки завдяки антагонізму з ексдиномом, який відповідає за ріст та розвиток личинки. Овацідація для S-метопрену проявляється в результаті прямого проминення в оболонку відкладених яєць.

Показання до застосування

Профілактика і лікування собак та котів при захворюваннях, спричинених ектопаразитами: блохами (Stenopsylla spp.), вошами (Linognathus spp.),

волоцюгами (Pulex spp.), кліщами (Ixodes spp., Dermacentor spp., Ixodes spp.). Профілактика та лікування собак і котів при блошино-алергічному дерматиті.

Спосіб застосування та дозування

Препарат застосовують зовнішньо, наносячи його безпосередньо на шкіру у місці, недоступній для злизування (дівка хови та задок хребта). Препарат наносять на суху неушкоджену шкіру. Виймають піпетку з однією дозою, і тримаючи вертикально, відраховують і кліник. Розділяють шерсть тварини і наносять препарат безпосередньо на шкіру між лопатками біля основних.

Препарат застосовують різного фазування відповідно до мінімальної дози, яка залежить від маси тіла тварини. Обробку тварин проводять протягом сезону активності паразитів за необхідності, але не частіше ніж один раз на 30 діб.

З метою профілактики ураження ектопаразитами необхідно періодично змивати або обробляти відповідними інсектицидними засобами підстилки для тварин та проводити регулярне прибирання місць їхнього перебування.



Art. PR240988

0,5 мл - 4 краплі
Кількість в упаковці
6 шт



Art. PR241265

0,5 мл - 1 крапля
Кількість в упаковці
10 шт



Art. PR240989

1,0 мл - 4 краплі
Кількість в упаковці
6 шт

Art. PR241267

1,0 мл - 1 крапля
Кількість в упаковці
10 шт

Art. PR240990

0,5 мл - 4 краплі
Кількість в упаковці
6 шт

Art. PR241266

0,5 мл - 1 крапля
Кількість в упаковці
10 шт

ФЛАЕР

PROVET

МЕГАСТОП

ДЛЯ КОТІВ ТА СОБАК



Гарантований захист від бліх та кліщів

МЕГАСТОП КРАПЛІ СПОТ-ОН

Ефективний препарат нового покоління на основі фіпронілу – гарантований захист від ектопаразитів з додаванням рослинних екстрактів.



Має високу ефективність щодо різних ектопаразитів

- Іксодових кліщів
- Коростяних кліщів
- Бліх
- Вошей
- Волосієдів
- Хейлетиелл (так звана, «жива пупа»)

На сьогоднішній день найзручніша форма випуску – краплі спот-он (краплі на холку)

- Обробляти тварину просто, навіть не маючи досвіду
- При нанесенні тварина не має можливості злизувати препарат
- Просто дозувати, що дуже важливо для дрібних тварин, а також кошенят і цуценят

Препарат «Мегастоп» випускається для цуценят, кошенят і собак дрібних порід (вагою до 3 кг) і окремо для дорослих (для дорослих котів і собак) – упаковані в картонні коробки по 6 штук.

PROVET

PROFILINE

РОЗПРОЩАЙСЯ З ПАРАЗИТАМИ ЕЛЕГАНТНО



Протипаразитні засоби

PROFILINE КРАПЛІ СПОТ-ОН

Сучасний інсектоакарицидний комплекс «Pro» складі високоефективні діючі речовини, фіпроніл та тарантуль тривалий захист від ектопаразитів



Застосування комплексу «Profiline» дає найкращий результат:

- позбавляє від різних ектопаразитів (бліх, вошей, волосієдів, іксодових та інших паразитоформних кліщів);
- надовго захищає тварину від повторного зараження;
- знищує комах на всіх стадіях розвитку, як на тваринах, так і в місцях утримання
- S-метопрол розв'язує личинок і личок, запобігає появі;
- захищає від іксодових кліщів протягом 4 тижнів;
- захищає від бліх, вошей та волосієдів протягом 8 тижнів.

Форма випуску – полімерні піпетки по:

0,5 мл для котів масою тіла > 4 кг	0,5 мл для собак масою тіла > 4 кг	2,0 мл для котів масою тіла 4-8 кг	2,0 мл для собак масою тіла 10-20 кг
1,0 мл для котів масою тіла > 4 кг	1,0 мл для собак масою тіла 4-8 кг	3,0 мл для котів масою тіла 8-12 кг	3,0 мл для собак масою тіла 20-30 кг

Упаковані у картонні коробки по 1 та 4 шт

ЧАШКИ



ПОДАРУНКОВІ ПАКЕТИ



ТОЧКА ПРОДАЖУ

Система брендування

ЗОВНІШНІ ПЛОЩИНІ

Брендування розміщується на групі площин фасаду,

Розміщення на вітрині біля входу у доступній комбінації:

Вивіска виносна, виконана у фірмовому стилі

Брендування на вітрині чи постер на вітрині

Плакат на входних дверях

Виносний стопер або roll-up

Вивіска «Відчинено-Зачинено»



АЛЬТЕРНАТИВНЕ РОЗМІЩЕННЯ

Як що використання усіх атрибутів неможливе, то ми застосовуємо вільну комбінацію з будь яких елементів набору:

Перпендикулярна вивіска

Постер чи плакат на входній групі (A2, A3)

Виносний стопер або roll-up



ТОЧКА
ПРОДАЖУ*



* - візуальний приклад

ТОЧКА ПРОДАЖУ*



ВНУТРІШНЯ ТЕРИТОРІЯ

Для брендування приміщень магазинів,
ми використовуємо такі атрибути:

Монетниці

Постери

Шелфтокери

Дісплей

Флажки

Roll-up

Воблери

Додаткові матеріали
виходячи з умов
торгової площі

**ПРИ РОЗМІЩЕННІ БАННЕРІВ
НАД СТЕЛАЖАМИ** ЗАЙМАЄМО
ПОВНІСТЮ ВСЮ ПЛОЩИНУ

НЕ ВИКОРИСТОВУЄМО!

При брендуванні точок продажу PROVET:

Обклеювання фасадів

Розміщення поруч із конкурентами
та іншими ТМ

Розміщення в зоні «біля ніг»



ФІРМОВИЙ ОДЯГ



PROVET

PROVET