

Брендбук

VÖGEL_{OIL}

Year

2026

Содержание



01

Введение

02

Айдентика

03

Стратегия бренда

04

Коммуникация

05

Продукция



ВВЕДЕНИЕ





Введение



Настоящий брендбук является основным документом, определяющим идентичность бренда VOGELoil, правила его визуального и коммуникационного представления. Документ разработан для обеспечения единообразия восприятия бренда во всех точках контакта с аудиторией: от упаковки продукции до коммуникации в социальных сетях и взаимодействия с партнерами.

Брендбук предназначен для:

сотрудников компании, занимающихся разработкой и продвижением продукции; маркетологов и дизайнеров, создающих рекламные и презентационные материалы; партнеров и дилеров, представляющих бренд; подрядных организаций, участвующих в создании контента и рекламных носителей. Соблюдение изложенных в брендбукe принципов гарантирует целостность и узнаваемость бренда, формирует доверие аудитории и усиливает конкурентные преимущества.



О бренде



VOGELoIL Lubricants GmbH— это современные технологии и высококачественные материалы, воплощенные в точное решение задач. Бренд VOGEL представляет смазочные материалы профессионального уровня, объединяющие немецкие технологии и современное производство на территории промышленного кластера Северо-Западного региона России. Производственная площадка сертифицирована по международной системе менеджмента качества ISO 9001:2015, что гарантирует стабильность характеристик и неизменное высокое качество продукции вне зависимости от места производства.

Лозунг: VOGEL — немецкие технологии с локализованным в России производством.

В продукции VOGEL используются только базовые масла высочайшей степени очистки с высоким индексом вязкости, обладающие мировой репутацией и пакет присадок “Большой четверки”.

АЙДЕНТИКА





Основной дизайн логотипа

VÖGEL_{OIL}

Название

Шрифт Arial Black
Стиль шрифта Regular
Цвет черный
Расстояние между буквами -75
Размер 25 и 6,16 (OIL растянут)



Фирменный знак



Логотип

Горизонтальный логотип



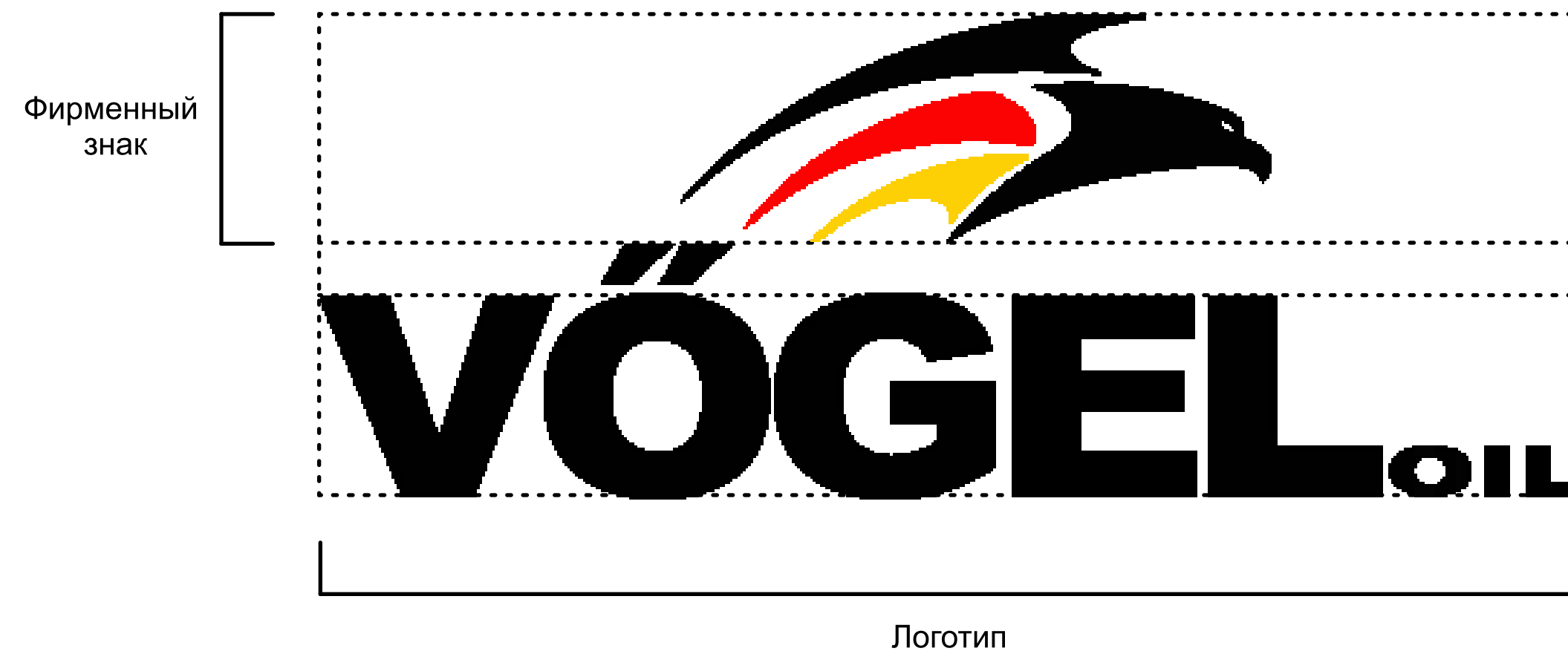
Раздел «Горизонтальный логотип» в брендбуке описывает правила использования и представления логотипа бренда в горизонтальном формате. Этот раздел особенно важен, когда логотип имеет вертикальное или многострочное исполнение и требуется его горизонтальная версия для размещения в определённых пространствах или на конкретных носителях.



Вертикальный логотип



Раздел «Вертикальный логотип» в брендбуке описывает правила использования и представления логотипа бренда в вертикальном формате. Этот раздел особенно важен, когда логотип имеет горизонтальное или многострочное исполнение и требуется его вертикальная версия для размещения в определённых пространствах или на конкретных носителях.





Цветной логотип

Раздел «Цветной логотип» в брендбуке описывает правила использования и представления логотипа бренда в цветном формате. Этот раздел особенно важен для обеспечения точного и последовательного воспроизведения логотипа в различных медиа и контекстах.





Монохромный логотип

Раздел «Монохромный логотип» в брендбук описывает правила использования и представления логотипа бренда в одноцветном формате. Этот раздел особенно важен в тех случаях, когда логотип необходимо воспроизводить в условиях ограниченной цветопередачи — например, в черно-белых изданиях или когда печать в несколько цветов невозможна.

В брендбук содержатся инструкции по использованию логотипа в монохромном формате, а также указывается конкретный цвет, который должен применяться.



Охранная зона



Раздел «Охранная зона» в брендбуке описывает правила минимального расстояния, которое должно соблюдаться между логотипом бренда или другими элементами дизайна и прочими визуальными объектами, такими как текст, изображения или иные графические элементы.



Буква V шрифта Arial Black
Размер 23 стиль Regular

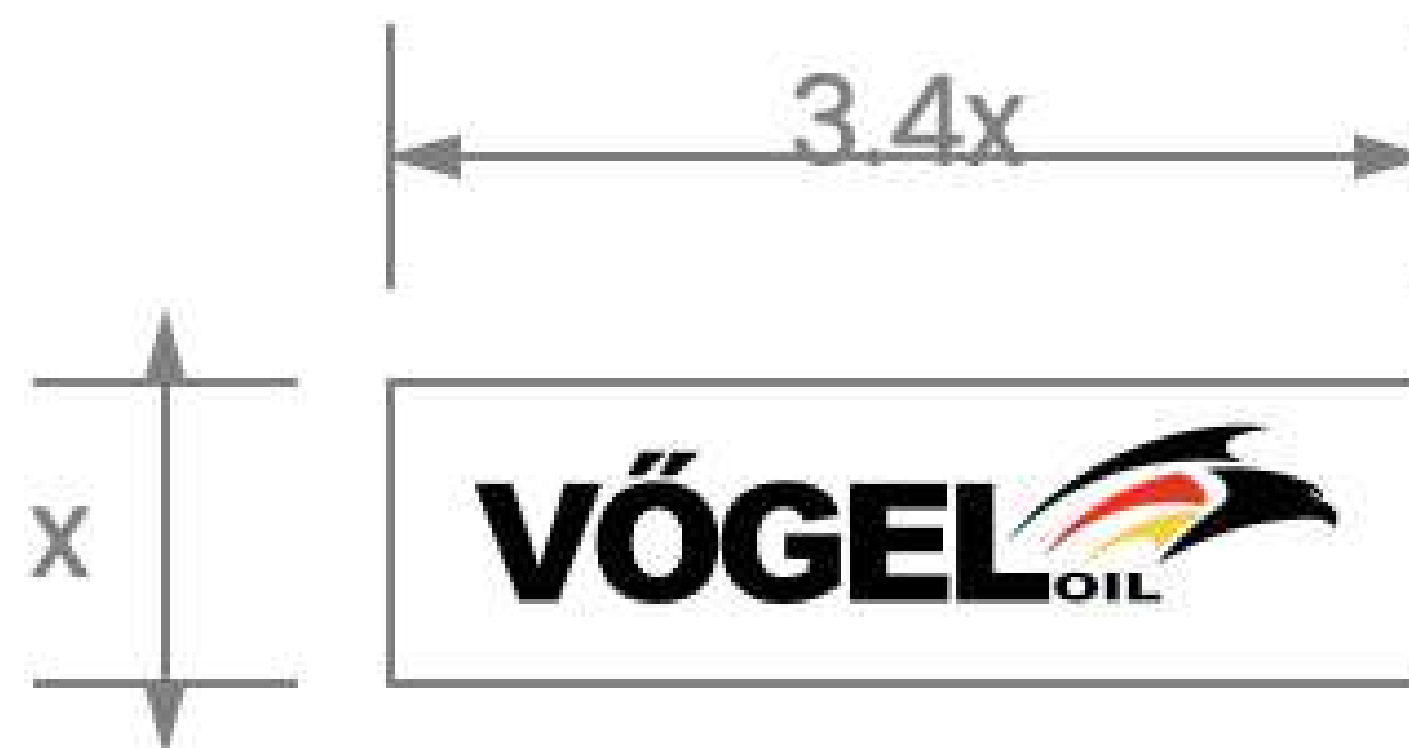
Минимальный размер



Логотип VOGELoil никогда не должен быть меньше 100 пикселей в цифровых носителях или 28 мм в печатных материалах.



Пропорции



Ошибки логотипа

Раздел «Ошибки логотипа» в брендбуке описывает, чего нельзя делать с логотипом бренда, чтобы избежать искажения образа бренда или нанесения ущерба его репутации. Этот раздел особенно важен для предотвращения ненадлежащего использования логотипа или его применения способами, противоречащими ценностям и посланиям бренда.



Do not distort or alter the proportions of the logo



Do not add contours to the logo



Do not add a drop shadow to the logo



Do not make the logo bolder



Do not change any elements respective to each other



Do not rotate the logo to any angle



Цветовая палитра

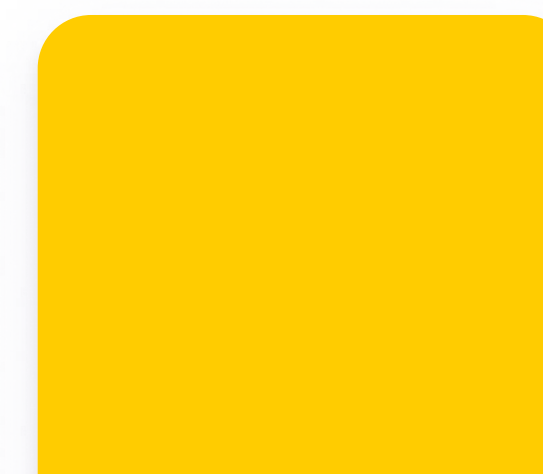
Раздел «Цветовая палитра» в брендбуке описывает цвета, ассоциируемые с брендом, а также правила их использования в различных медиа и контекстах. Этот раздел особенно важен для обеспечения целостности и узнаваемости визуальной идентичности бренда в разных применениях.

В брендбуке содержится информация об основных цветах бренда, а также о любых дополнительных или акцентных цветах, которые могут использоваться вместе с ними.



Красный

#DD0000
RGB 221, 0, 0
SMYK 0, 100, 100, 0
Pantone 485



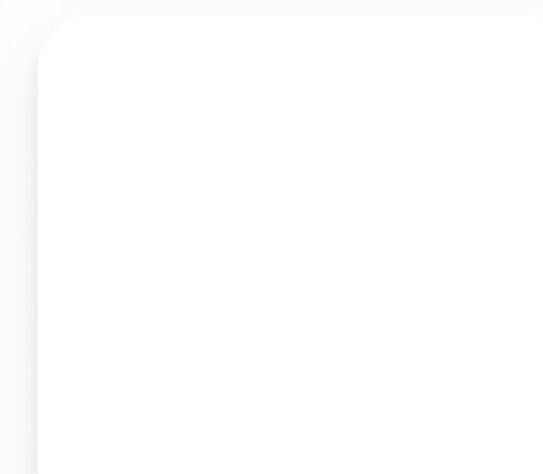
Желтый

#FFCC00
RGB 255, 204, 0
SMYK 0, 12, 100, 5
Pantone Custom Mix



Черный

#000000
RGB 0,0,0
SMYK 0, 0, 0, 100
Pantone Black



Белый

#FFFFFF
RGB 255, 255, 255
SMYK 0, 0, 0, 0
Pantone White

Типографика

Раздел «Типографика» в брендбуке описывает шрифты и правила оформления текста, ассоциируемые с брендом.



Arial Regular

Arial Bold

Arial Italic

Arial Bold Italic

Arial

AaBbCcdDd

AaBbCcdDd

AaBbCcdDd

AaBbCcdDd

Типографика

Акцентный шрифт



Arial Black Regular

AaBbCcDd

Arial Black

Типографика

Дополнительный шрифт



Calibri Regular

Calibri Bold

AaBbCcdDd

AaBbCcdDd

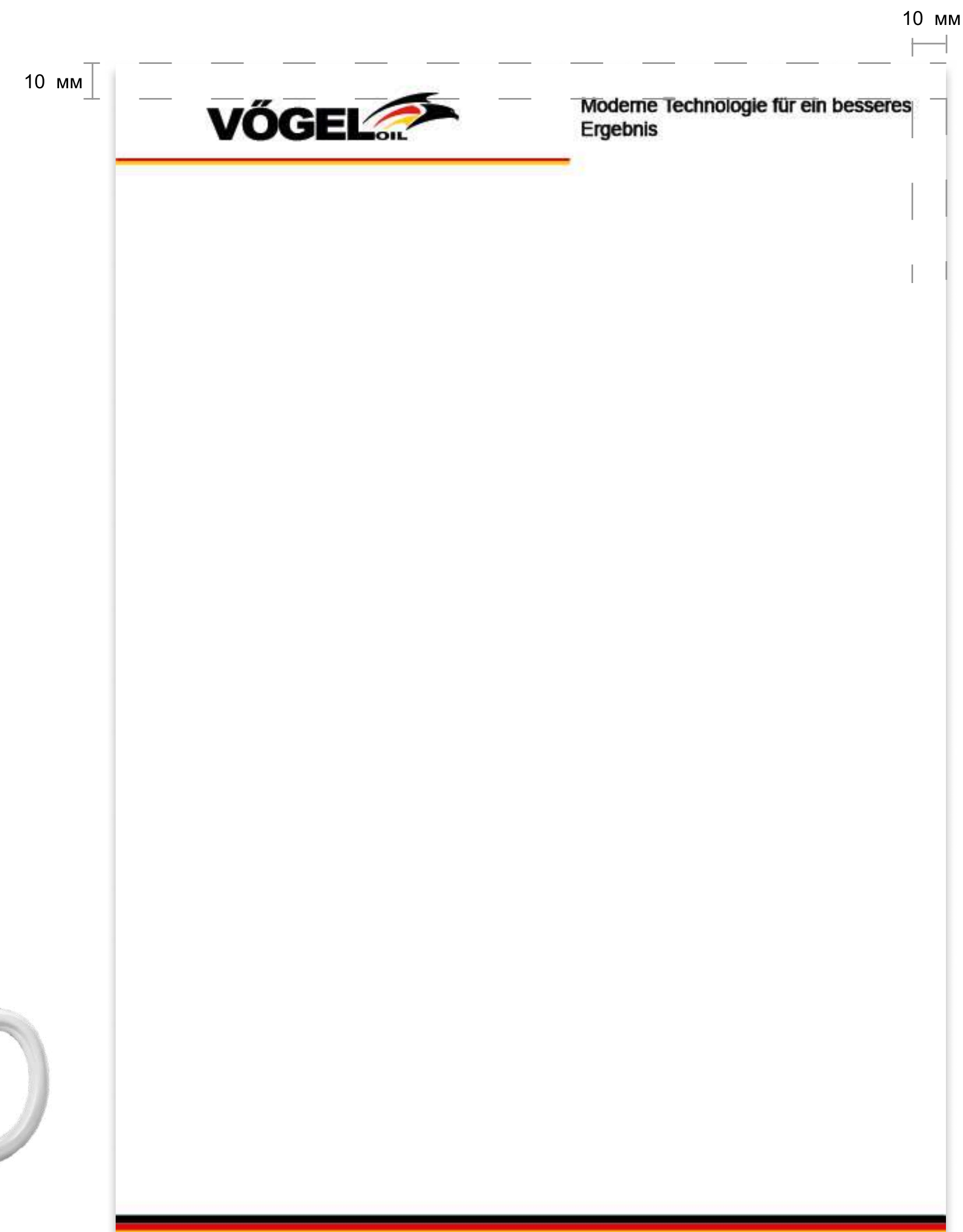
Calibri

Визуал





Документы и презентация

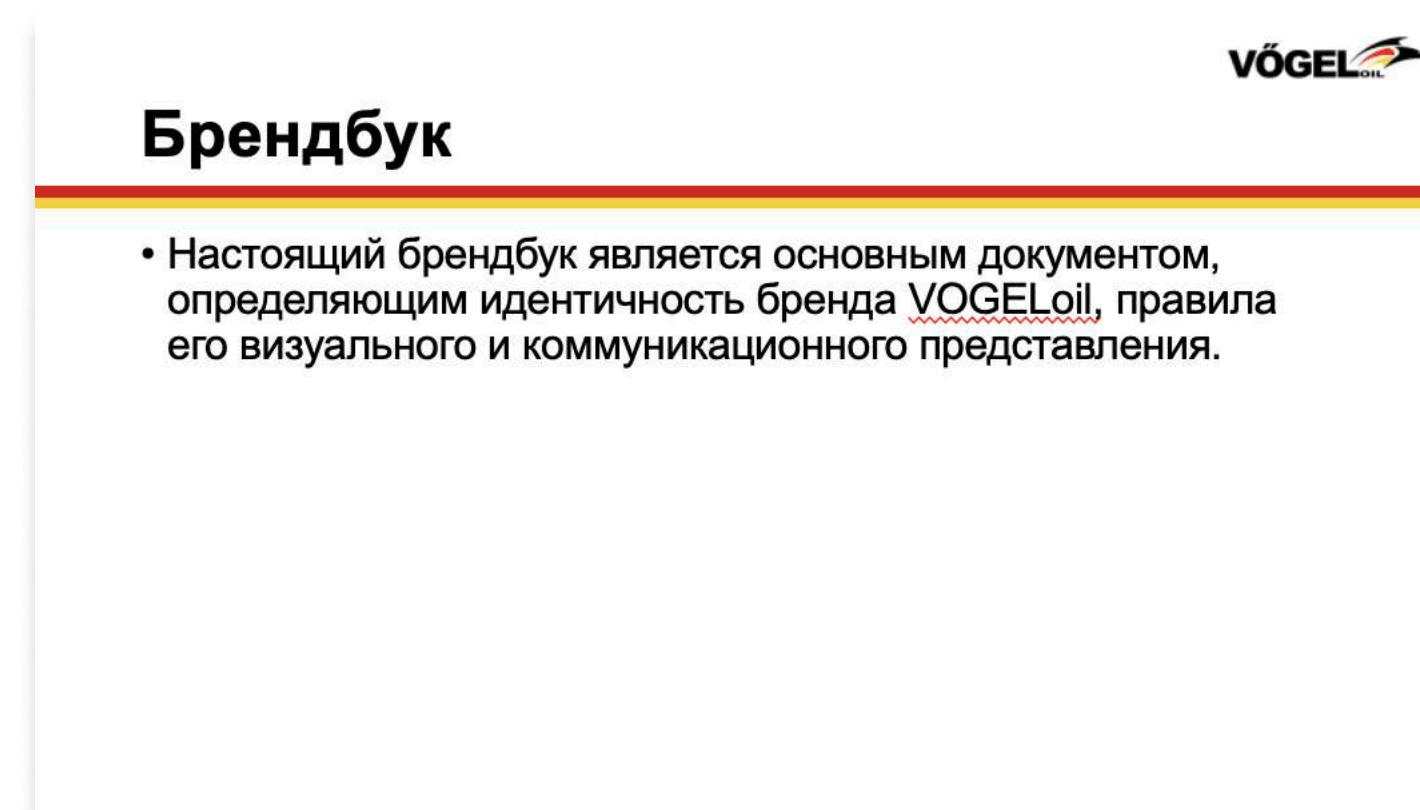




Документы и презентация



На усмотрение можно
вставлять картинку орла





Корпоративный автомобиль



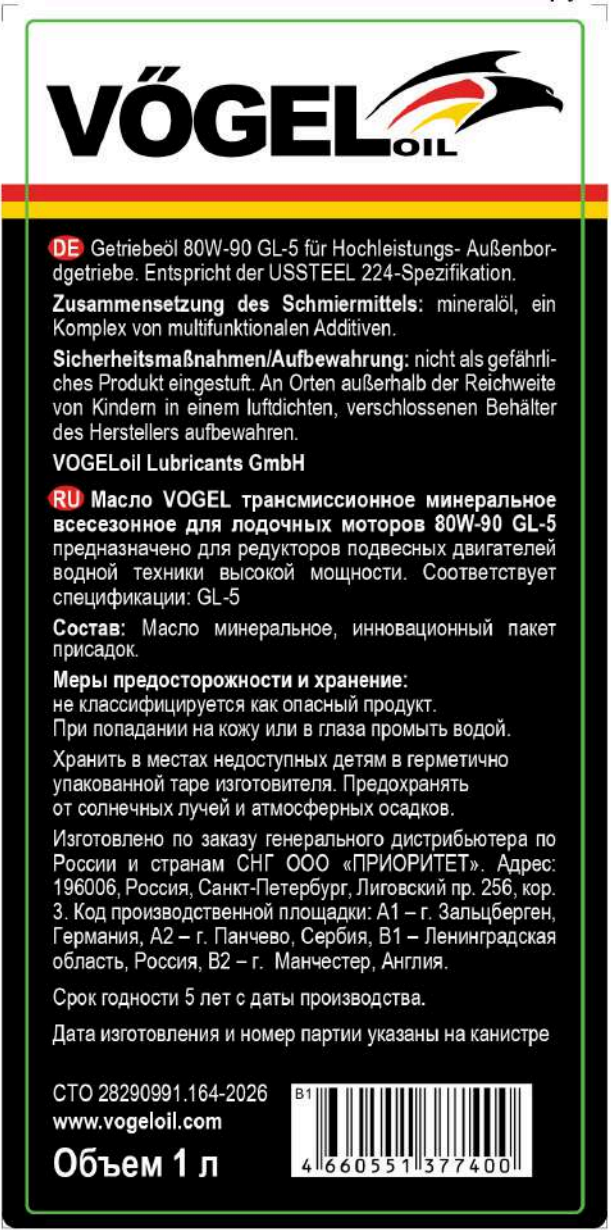
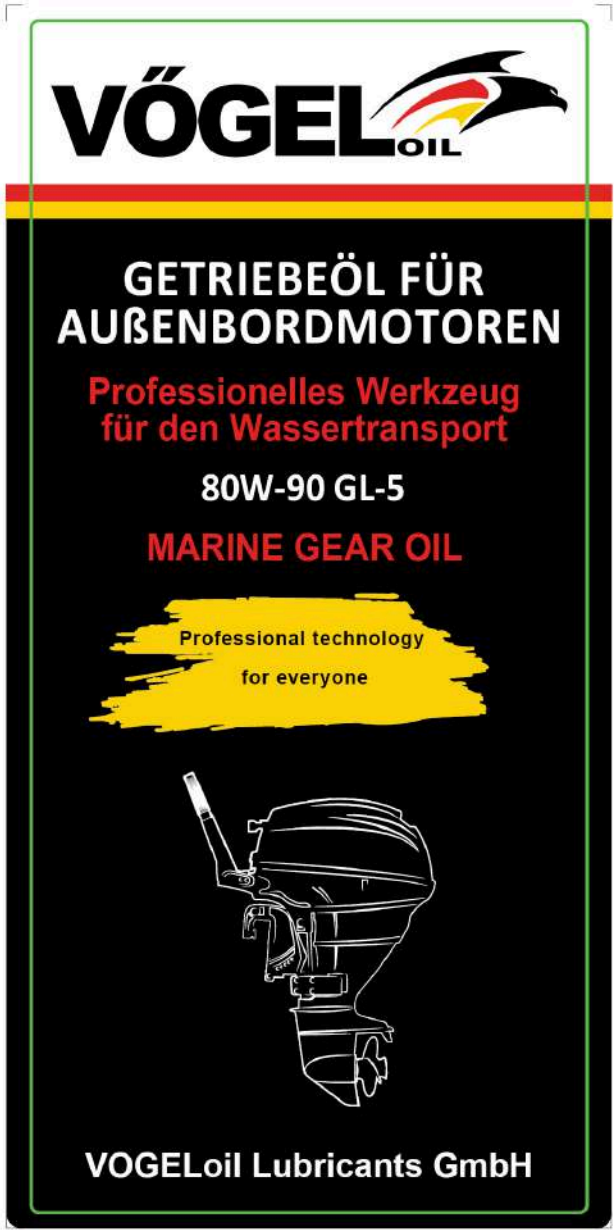
Корпоративный
автомобиль

Этикетки

Аэрозоли



Канистра 1 литр



ЭТИКЕТКИ



Канистры 20 литров



Mo

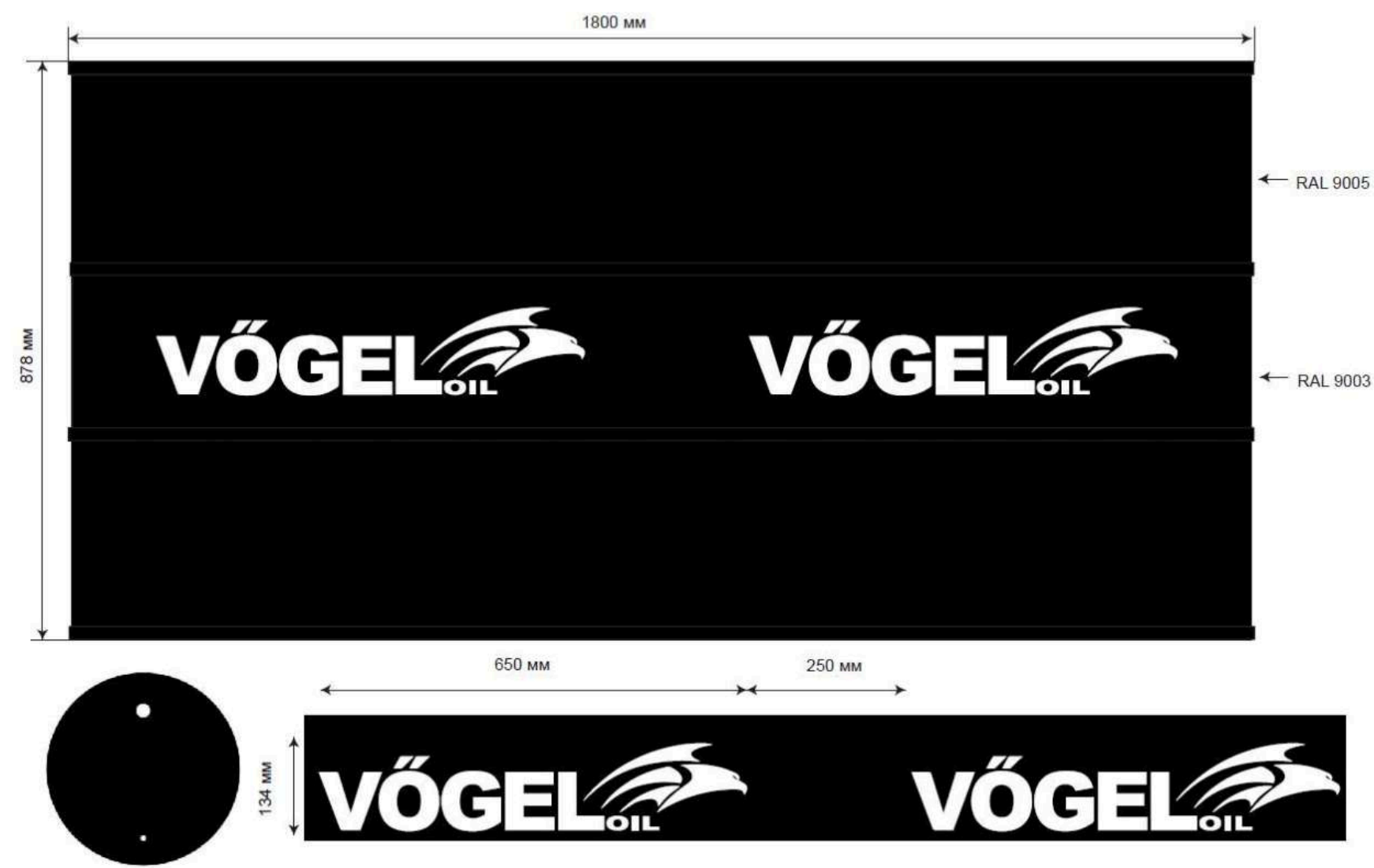


Этикетки

Этикетки



Указанные размеры дизайн-макета имеют погрешность +/- [2] мм.



Указанные размеры дизайн-макета имеют погрешность +/- [1] мм.

Бочка



Этикетки

СТРАТЕГИЯ БРЕНДА



Миссия



Обеспечивать промышленные предприятия, автосервисы и профессионалов смазочными материалами и техническими жидкостями, объединяющими передовые немецкие технологии, безупречное качество и гарантированную стабильность поставок.

- Качество мирового уровня — использование немецких рецептов и пакетов присадок “Большой четверки”.
- Доступность без компромиссов — продукт премиального сегмента по привлекательной цене благодаря локализации производства.
- Надежность для клиента — защита от санкционных рисков, валютных колебаний и проблем с импортом.
- Уверенность в завтрашнем дне — стабильность поставок и неизменное качество каждой партии.

Ценности



Технологичность: Мы используем официально переданные немецкие рецептуры и пакеты присадок от мировых лидеров.

Надежность: Каждая партия продукции проходит лабораторный контроль и сопровождается паспортом качества. Сертификация ISO 9001:2015 — наша гарантия.

Стабильность: Локализация производства в России исключает риски ухода бренда, санкционные ограничения и валютные колебания.

Честность: Мы открыто говорим о происхождении технологий, составе сырья и локализации производства. Никакого «серого» импорта.

Клиентоцентричность: Мы не просто продаем продукцию, а предлагаем решения под задачи клиента — от консультации до технического сопровождения.

Позиционирование



УТП :

Один из лучших брендов на российском рынке, предлагающий смазочные материалы премиум-класса, произведенные в России по лицензионной немецкой технологии с гарантией стабильных поставок.

Немецкие технологии. Российское производство. Стабильность качества.

Целевая аудитория



1. ПРОМЫШЛЕННОСТЬ (металлургия, машиностроение, тяжелое машиностроение, энергетика, нефтегазовый сектор, нефтехимическая промышленность, горнодобывающая промышленность, цементная промышленность, лесоперерабатывающая промышленность, деревообработка, целлюлозно-бумажная промышленность, пищевая промышленность, табачная промышленность, фармацевтическая промышленность, текстильная промышленность, полиграфическая промышленность, производство стройматериалов, стекольная промышленность, автомобилестроение, судостроение и судоремонт, железнодорожное машиностроение, авиастроение. оборонная промышленность)

2. АВТОТРАНСПОРТ (грузовые автопарки, пассажирские автопредприятия, спецтехника, коммунальная техника, пожарная техника, топливозаправщики, тяжеловозы, прицепы и полуприцепы)

3. СПЕЦТЕХНИКА И МОБИЛЬНЫЕ МАШИНЫ (строительная техника, дорожно-строительная техника, карьерная техника, лесозаготовительная техника, сельскохозяйственная техника, подъёмно-транспортная техника, буровая техника, туннелепроходческая техника, железнодорожная техника, портовое оборудование, аэродромная техника)

Целевая аудитория



4. АВТОСЕРВИС (B2B) (универсальные СТО, дилерские центры, шиномонтажные мастерские, специализированные сервисы по обслуживанию техники, кузовные и покрасочные цеха, диагностические центры, моторные сервисы, трансмиссионные сервисы, гидравлические сервисы, сервисы по обслуживанию конвейеров и промышленного оборудования, мобильные сервисные бригады)

5. DIY-СЕГМЕНТ (B2C) (владельцы легковых автомобилей, мототехники, водной техники, велосипедов, садовой техники, малой сельхозтехники, домашние мастера, мастера по ремонту бытовой техники, мастера по ремонту электроинструмента)

6. СЕЛЬСКОЕ ХОЗЯЙСТВО (агрохолдинги, средние фермерские хозяйства (КФХ), личные подсобные хозяйства (ЛПХ), сервисные центры сельхозтехники, элеваторы и зернохранилища, мелиоративные предприятия, тепличные комплексы, животноводческие комплексы, предприятия по переработке сельхозпродукции)

7. СПОРТИВНАЯ И РЕКРЕАЦИОННАЯ ТЕХНИКА (владельцы лыжной техники, владельцы спортивных мотоциклов, владельцы картов и багги, владельцы квадроциклов и скутеров)

Конкурентная среда



Импортные премиум-бренды: Liqui Moly, Motul, Ravenol, Shell, Mobil, Total

Локальные производители (средний сегмент): ЛАДОГА, SINTEC, LUKOIL, Rosneft

Локальные производители (бюджетный сегмент): KERRY, NORD, различные мелкие фасовщики

Нишевые специализированные бренды: VAG, BMW, Mercedes-Benz, Yamaha, Mercury (оригинальные масла)

Ключевые отличия от конкурентов:

Liqui Moly / Motul / Ravenol: Полная независимость от импорта, стабильная цена, отсутствие санкционных рисков

ЛАДОГА / SINTEC: Официально лицензированная немецкая рецептура, прозрачность происхождения технологий

LUKOIL / Rosneft: Фокус на премиум-сегмент и нишевые применения (водная техника, промышленность), а не масс-маркет

KERRY / NORD: Подтвержденное качество, премиальное позиционирование, доверие через лицензию

КОММУНИКАЦИЯ



Стиль общения



Общие принципы: Голос бренда VOGEL — это голос уверенного эксперта, который говорит на языке фактов и технологий, но без высокомерия. Мы сочетаем немецкую точность и прагматичность с уважением к клиенту и его потребностям.

Экспертный, но доступный - Сложные технические детали объясняем просто, без потери смысла. Не упрощаем до примитива, но и не перегружаем терминологией.

Уверенный, но не высокомерный - Говорим с позиции лидера, основанной на фактах и лицензионных технологиях, а не на громких лозунгах.

Честный и прозрачный - Открыто говорим о происхождении технологий, составе сырья и локализации производства.

Практичный и ориентированный на решение - Не продаем «масло», продаем решение: защиту двигателя, стабильность работы оборудования, бесперебойные поставки.

Стабильный и надежный - Исключаем излишнюю эмоциональность и панические формулировки («санкции», «дефицит»).

Акцент — на гарантиях и стабильности.

Характеристика тона



Технологичный - Используем термины «пакет присадок Большой четверки», «ISO 9001:2015», «немецкие технологии».

Надежный - Говорим о стабильности поставок, паспортах качества, техническом надзоре экспертами.

Уважительный - Обращаемся к профессионалам на «Вы», ценим их экспертизу. В B2C — доверительно, но без развязности.

Спокойный - Избегаем крикливых заголовков и превосходных степеней без доказательств («лучшее в мире»).

Понятный - Адаптируем сложную техническую информацию под уровень аудитории.

Запрещенные формулировки



«Аналог Mobil / Shell / Liqui Moly» - Создает ощущение копии, а не самостоятельного продукта - «Эффективная альтернатива импортным продуктам» или «Произведено по лицензионной немецкой технологии»

«Дешевый / бюджетный / эконо́м» - Противоречит премиальному позиционированию - «Доступный», «Привлекательное соотношение цены и качества»

«Не уступит немецкому» - Звучит неуверенно, как будто мы сами сомневаемся - «Произведено по лицензионной немецкой технологии VOGELoli Lubricants GmbH»

«Санкции / импортозамещение / уход брендов» как главный аргумент - Риск ассоциации с «серым» импортом и спекуляцией на панике - «Гарантия стабильных поставок. Локализация производства в России»

«Уникальный / революционный / прорывной» - Громкие слова без доказательств снижают доверие - Указываем конкретные характеристики (нагрузка сваривания 2607 Н, диапазон температур от -30 до +200 °С)

«Наверное / вероятно / скорее всего» - Проявляет неуверенность - Только утвердительные формулировки, подкрепленные фактами

VÖGEL_{OIL}

Year

2026