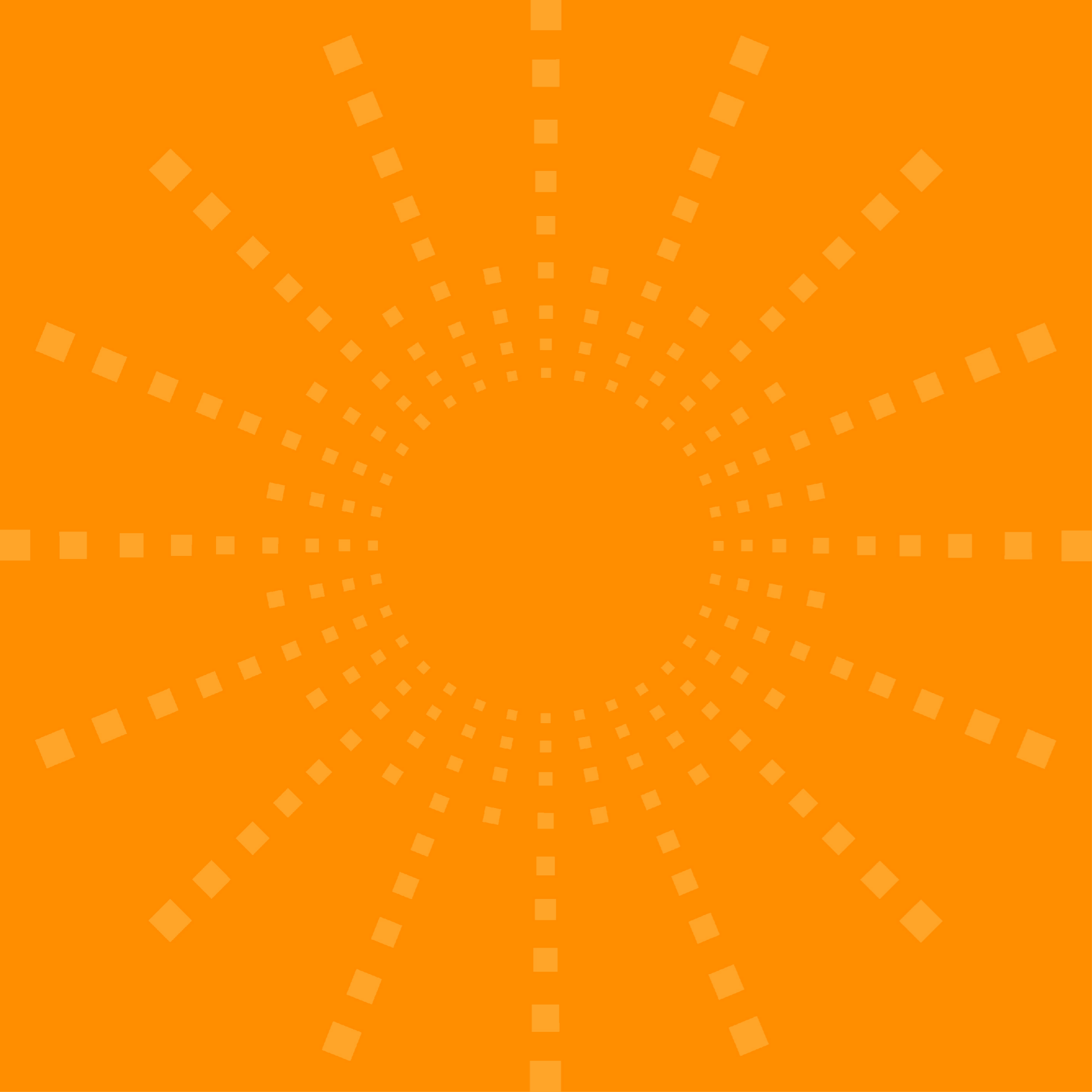


**ПОЧТА
РОССИИ**





В современном мире нельзя позволить себе останавливаться на достигнутом ни на миг.

Сегодня Почта России – динамично развивающееся предприятие. Мы предоставляем широкий спектр услуг на территории России и по всему миру, непрерывно совершенствуя сервис и повышая качество.

Визуальная коммуникация с потребителями – важная составляющая формирования и продвижения бренда Почта России. Единство бренда и правила его использования позволяют нам быть узнаваемыми на рынке, воспитывают уважительное и бережное отношение к имиджу и высокой миссии Предприятия.

Сильный бренд, который мы создаем прямо сейчас, станет синонимом современной, надежной, клиентоориентированной и эффективной Компании для наших партнеров и клиентов по всей стране.

ПОЧТА РОССИИ 

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ

- 1.1 Бренд Почты России
- 1.2 Конкурентное окружение
- 1.3 Позиционирование бренда
- 1.4 Платформа бренда

1

КОНСТАНТЫ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ

- 2.1 Фирменный блок
- 2.2 Логотип
- 2.3 Некорректное отображение фирменного блока и его элементов

2

ВИЗУАЛЬНЫЙ ЯЗЫК

- 3.1 Корпоративный шрифт
- 3.2 Цветовая палитра
- 3.3 Цветовая палитра для РИМ
- 3.4 Цветовые решения ОПС Будущего
- 3.5 Набор фирменной инфографики

3

АРХИТЕКТУРА БРЕНДА

- 4.1 Основной бренд
- 4.2 Внешние суббренды
- 4.3 Внутренние суббренды

4

ФИРМЕННЫЙ САЙТ

- 5.1 Принципы дизайна
- 5.2 Верстка

5

КОРПОРАТИВНАЯ ПОЛИГРАФИЯ

- 6.1 Визитная карточка
- 6.2 Корпоративный бланк
- 6.3 Бланк уведомления о вручении
- 6.4 Бланк оформления наложенного платежа
- 6.5 Бланк заказа периодических изданий
- 6.6 Корпоративная газета
- 6.7 Корпоративный буклет
- 6.8 Плакат
- 6.9 Листовка
- 6.10 Лифлет

6

СТАНДАРТНАЯ УПАКОВКА

- 7.1 Конверты
 - 7.1.1 Конверт с зоной иллюстрации
 - 7.1.2 Конверт с вырубным окном
 - 7.1.3 Конверт международный
 - 7.1.4 Конверт Авиа
 - 7.1.5 Конверт Отправление 1 класса
 - 7.1.6 Конверт Внутригородское отправление 1 класса
 - 7.1.7 Мультиконверт
 - 7.1.8 Конверт Служебный
- 7.2 Открытка
- 7.3 Пакет почтовый
- 7.4 Скотч
- 7.5 Коробка стандартная + Бланк
- 7.6 Коробка Отправление 1 класса + Бланк
- 7.7 Пакеты розница. Паттерн
- 7.8 Пакеты розница. Город

7

УПАКОВКА ОПС БУДУЩЕГО

- 8.1 Конверт
- 8.2 Скотч
- 8.3 Пакет почтовый полиэтиленовый
- 8.4 Конверт с прослойкой из воздушно-пузырчатой пленки
- 8.5 Тубус
- 8.6 Коробка

8

КОРПОРАТИВНАЯ АТТРИБУТИКА

- 9.1 Корпоративная презентация
- 9.2 Корпоративная форма
- 9.3 Сувенирная продукция
- 9.4 Почтовые ящики
- 9.5 Корпоративный бейдж
- 9.6 Наградная атрибутика
- 9.7 Пресс-релиз
- 9.8 Подложка для спецгашения
- 9.9 Оформление мероприятий
- 9.10 Корпоративный флаг
- 9.11 Контактная информация

9

ВВЕДЕНИЕ

Бренд Почты России

Конкурентное окружение

Позиционирование бренда

Платформа бренда



БРЕНД ПОЧТЫ РОССИИ

Сегодня выбор потребителем Почты России в качестве поставщика услуг происходит не только благодаря сложившемуся имиджу компании и предпочтению ее перед конкурентами, но и благодаря сохранившейся традиции получать ряд услуг именно в отделениях почтовой связи (отправка почтовых отправлений, осуществление денежных переводов, оплата коммунальных платежей и т. д.). Кроме того, немалую роль при выборе играет и обширная география расположения отделений почтовой связи на территории РФ.

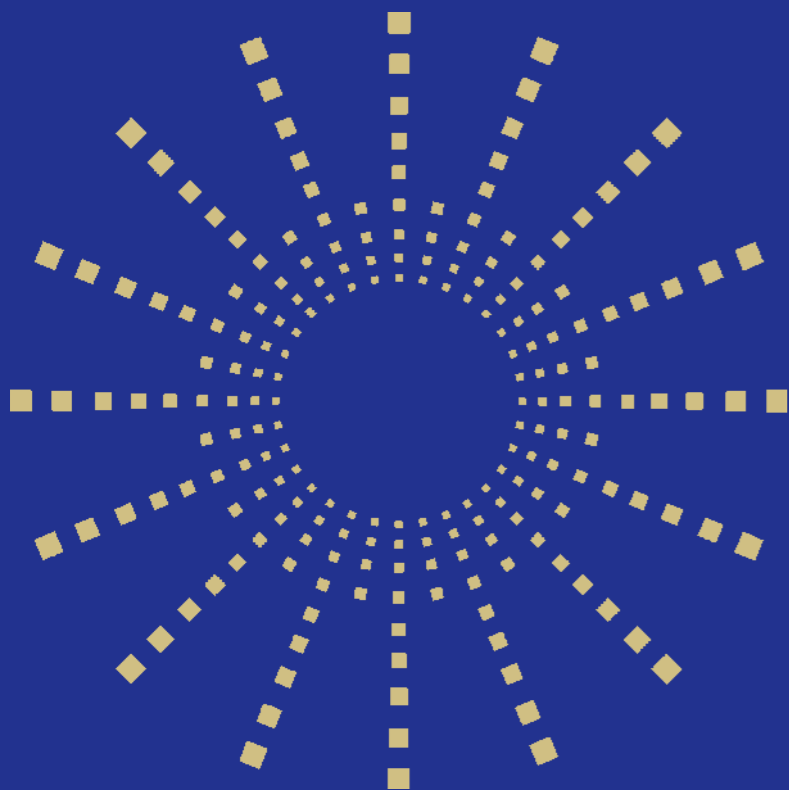
Как показывают исследования, знание потребителями бренда Почты России уникально: более 90% физических и юридических лиц пользуются услугами почты. На российском рынке больше нет примеров такого количества обращений в одну компанию.

Развитие бренда во многом зависит от мотивации выбора потребителя. Пользование услугами Почты России должно быть осознанным, а для осознанного выбора должны быть мотивы. Создание мотивов – это важнейшая задача продвижения бренда, формировать мотивы нужно, основываясь на функциональности услуг – скорость, качество, сервис, а также на эмоциональных характеристиках компании – надежная, лояльная, доступная и т.д.

Бренд Почты России обладает значительным позитивным капиталом:

- Компания полностью соответствует миссии универсального оператора – предоставляет доступные услуги для населения и организаций России.
- Компания воспринимается потребителем:
 - на уровне необходимости – как нужная и доступная;
 - на уровне уважения – надежная;
 - на уровне отношений с потребителями – «внимательная» и «приветливая» для физических лиц, «помощник» и «партнер» для юридических лиц.





ДЛЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПОЧТЫ РОССИИ НА РЫНКЕ ХАРАКТЕРНО НЕСКОЛЬКО НАПРАВЛЕНИЙ КОНКУРЕНЦИИ:

Почта России как универсальный оператор, предоставляющий целый комплекс услуг, конкурирует по каждой отдельно взятой услуге с компаниями, предоставляющими данную услугу в масштабах региона или страны. В перспективе – конкуренция с компаниями на международном рынке.

Конкуренты:

- По услугам экспресс-доставки:
 - международные операторы;
 - крупные российские операторы.
- По финансовым услугам (денежные переводы, погашение кредитов, прием коммунальных платежей и т.д.):
 - крупные банки России;
 - системы денежных переводов российских банков и банков СНГ.
- По почтовым услугам:
 - региональные курьерские службы;
 - региональные почтовые операторы, имеющие лицензию на осуществление почтовых услуг.
- По услугам подписки:
 - агентства по приему подписки.
- По услугам выплаты пенсий и пособий:
 - альтернативные каналы доставки пенсий.

Для Почты России, как структуры, предоставляющей разноплановые услуги, характерна внутренняя конкуренция при предоставлении взаимозаменяющих услуг:

- Услуги телефонии и электронной почты как услуги-заменители почтовой связи.
- Электронные денежные переводы как услуга-заменитель почтовых переводов.
- Розничная торговля прессой конкурентна услуге по подписке на периодические издания.
- Традиционная розничная торговля конкурентна посылочной, дистанционной торговле.
- Банковские услуги, предоставляемые банками через Почту России, конкурентны аналогичным услугам, предоставляемым самой Почтой России (денежные переводы, погашение кредитов и т.д.).

Почта России как оператор розничной торговли и как канал дистрибуции товаров и услуг других производителей конкурирует с предприятиями, предоставляющими сходные услуги, а также с точками, реализующими аналогичный ассортимент товаров:

- Конкуренция с транспортными агентствами, реализующими авиа- и железнодорожные билеты.
- Конкуренция с предприятиями, имеющими точки продаж фотоуслуг.
- Конкуренция с предприятиями, реализующими книжную, сувенирную и другую продукцию, представленную в почтовых отделениях.

Почта России как общественный институт и компания, имеющая функции исполнительной государственной власти.

Конкуренция с другими общественными институтами в смежных областях деятельности за перераспределение объемов работ.

Основные конкуренты:

- Пенсионный Фонд России;
- Сбербанк России.



ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ

Построение уникальной позиции бренда в сознании потребителя. Позиционирование осуществляется через коммуникацию с потребителем. Уникальная позиция бренда может строиться через уникальное предложение на рынке. Она также может формироваться на фоне позиции конкурентов или на фоне позиции самой компании путем сравнения ее состояния в прошлом и будущем. Эффективное позиционирование достигается в том случае, если характеристики бренда постоянно и полностью отвечают потребностям целевой аудитории.

ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ

- способствует более быстрому пониманию и запоминанию рекламы, а значит росту эффективности коммуникаций;
- является объединяющим стержнем для разных коммуникаций;
- способствует изменению имиджа в заданном направлении;
- формирует четкое и мотивированное отличие от конкурирующих брендов;
- соответствует текущим задачам сбыта и развития бренда.

Любые декларации и тезисы, не отвечающие данным требованиям, позиционированием не являются.

Почта России как предприятие, оказывающее целый комплекс разноплановых услуг, не имеет аналогов на российском рынке. Поэтому прямых конкурентов, которые предоставляют населению тот же перечень услуг и в тех же масштабах, у Почты России нет.

Но есть компании, которые представляют на рынке каждую отдельно взятую категорию услуг, которая входит в комплекс услуг Почты России. Например, альтернативные почтовые операторы оказывают услуги по доставке почтовых отправлений, банки осуществляют денежные переводы и погашение кредитов, подписные агентства предлагают подписку на периодические издания и т.д. Соответственно, построить уникальную позицию на фоне позиции конкурентов возможно только при продвижении отдельной категории услуг. Но при этом позиционируется не отдельная услуга, а бренд целого Предприятия.

Основным и наиболее продуктивным фоном позиционирования бренда целого Предприятия является сама Почта России, ее прошлое, текущее или будущее состояние.

Позиционирование Почты России как мультисервисной компании, т.е. компании, оказывающей целый комплекс услуг, может осуществляться с двух позиций.

Первая позиция – это позиционирование через «стержневую услугу». «Стержневой услугой» является та услуга, которая в сознании потребителя четко связана с данной конкретной компанией, в случае Почты России – это доставка почтовых отправлений. Для потребителя характерно восприятие бренда компании через определенную «стержневую» услугу, даже в том случае, когда предоставляется широкий ассортимент разноплановых услуг.

Например, приходя на почту (в сознании потребителя – отправить/получить письмо), можно оплатить коммунальные платежи или можно оформить подписку.

Такая позиция была присуща Почте России на протяжении многих лет.

Вторая позиция – это позиционирование бренда компании, оказывающей целый комплекс услуг, при этом все услуги, включая «стержневую», являются равноправными. В этом случае, в сознании потребителя вытесняется представление, что данному предприятию в первую очередь присуща «стержневая услуга», а постепенно формируется восприятие, что все услуги, предоставляемые компанией, являются основными и оказываются одинаково качественно.



ПЛАТФОРМА БРЕНДА

Платформа бренда лежит в основе всех видов коммуникаций с целевыми аудиториями.

Платформа определяет позиционирование бренда на рынках, формы и методы продвижения продуктов и услуг, фирменный стиль компании.

ОСНОВНЫМИ ЭЛЕМЕНТАМИ ПЛАТФОРМЫ ЯВЛЯЮТСЯ СУТЬ И ЛИЧНОСТЬ БРЕНДА.

Суть и Личность бренда реализуются через конкретные дизайнерские решения, образующие в целом «визуальный язык» или фирменный стиль компании.

СУТЬ БРЕНДА

НАДЕЖНАЯ ДОСТАВКА

НАДЕЖНАЯ ДОСТАВКА – обеспечение потребителей самым необходимым

НАДЕЖНАЯ ДОСТАВКА – завоевание доверия потребителей

НАДЕЖНАЯ ДОСТАВКА – добавление уверенности бренду

ЛИЧНОСТЬ БРЕНДА

Личность нашего бренда лежит в основе визуальных коммуникаций и любая дизайнерская идея должна сверяться с базовыми понятиями личности правильного визуального представления бренда.

Каждое слово (определение) по отдельности характеризует Личность бренда, а объединяясь, слова создают индивидуальный и характерный образ Личности бренда, определяющий язык дизайна, язык визуальных коммуникаций.

Важно понимать, почему были выбраны именно эти определения, характеризующие бренд, и какой смысл мы вкладываем в каждое из них, поэтому на следующих страницах мы рассмотрим каждое определение отдельно и объясним, как их можно использовать в работе.

ОПРЕДЕЛЕНИЯ ЛИЧНОСТИ БРЕНДА ДЛЯ СОЗДАНИЯ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ:

ПРОСТОЙ

ОПЫТНЫЙ

ОТКРЫТЫЙ

СОВРЕМЕННЫЙ

ВНИМАТЕЛЬНЫЙ

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ

Простые и четкие рекламные образы, содержащие понятные послания, позволяют поддерживать эффективные коммуникации с потребителями.

ПРОСТОЙ

ЧЕТКИЙ, СИЛЬНЫЙ, СИМВОЛИЧНЫЙ



ОТКРЫТЫЙ

Открытость, естественность в общении – важная составляющая Личности бренда. Стиль обращения к потребителю – дружелюбный, но, в то же время, деловой, информативный.

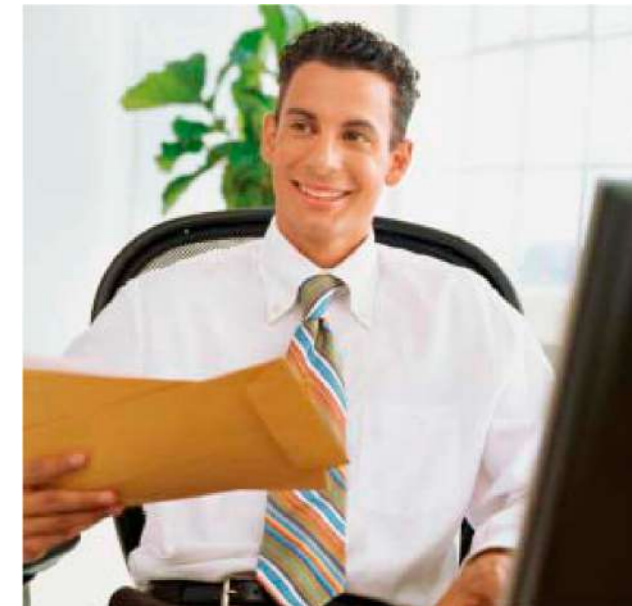
**Приветливый
Дружелюбный
Естественный**

Стремление предугадывать желания потребителей, внимание к их проблемам – важный элемент Личности бренда.

ВНИМАТЕЛЬНЫЙ

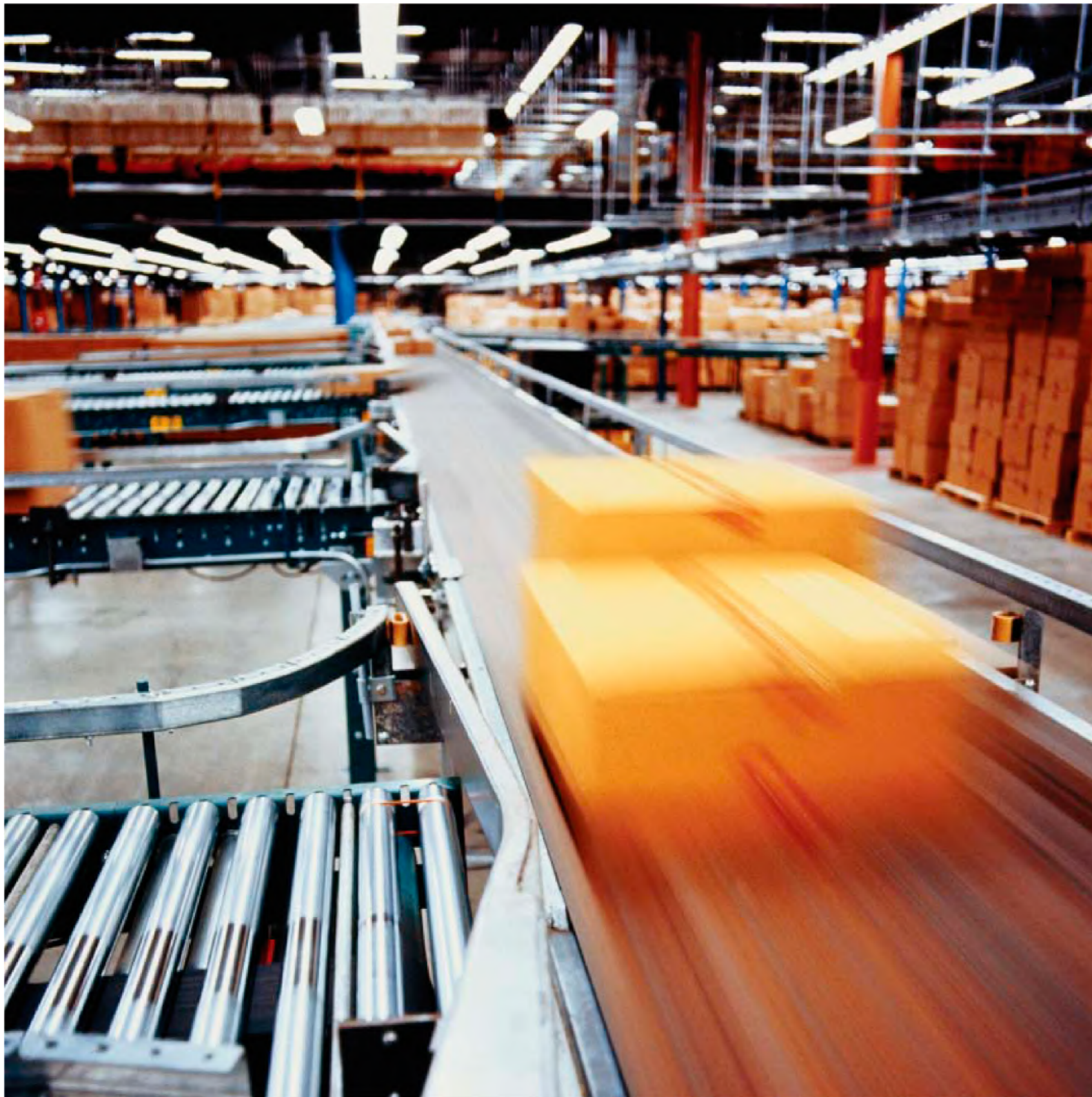
Понимающий
Заботливый
Доступный

ОПЫТНЫЙ



Уверенный
Эрудированный
Компетентный

Длительный успешный
опыт работы на рынке
дал нам практические
знания и уверенность
в собственных силах.



Бренд позволяет создавать четкие и гибкие маркетинговые коммуникации, способные быстро реагировать на динамику рыночной ситуации и меняющиеся потребности целевых аудиторий.

Новый
Технологичный
Соответствующий требованиям

СОВРЕМЕННЫЙ



Профессионализм сотрудников – важная составляющая Личности бренда. Последовательность в действиях и постоянная работа на результат позволяет оказывать услуги потребителям на высоком качественном уровне.

**ВСЕГДА
РЯДОМ,
ВСЕГДА
ВОВРЕМЯ**

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ

**Уверенный
Последовательный
Работающий на результат**

**КОНСТАНТЫ
ФИРМЕННОГО СТИЛЯ**

Фирменный блок

Логотип

Некорректное отображение
фирменного блока
и его элементов

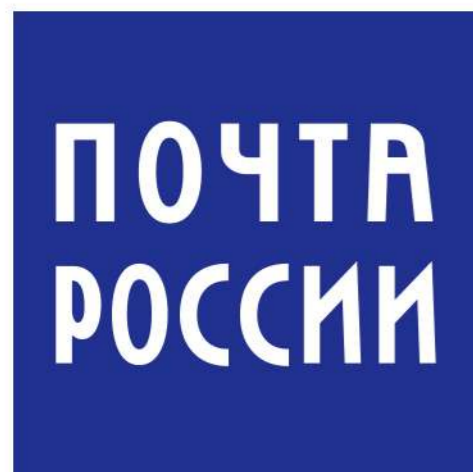


ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ

Визуальное представление бренда Почта России способствует формированию имиджа торговой марки.

На следующих страницах разъясняются принципы фирменного стиля, которые постоянны и не меняются ни при каких обстоятельствах.

Строгое следование принципам фирменного стиля, закрепленным в настоящем **БРЕНДБУКЕ** – необходимое условие правильного донесения до целевых аудиторий сути бренда – надежная доставка.



Логотип квадратный



Фирменный блок и логотипы

ФИРМЕННЫЙ БЛОК

Объединенные в композицию фирменный знак и логотип, поясняющие надписи (слоган, наименование филиала).

ЛОГОТИП

Специально разработанное, оригинальное начертание полного наименования Компании.

ЗНАК (ДВУГЛАВЫЙ ОРЕЛ)

Графический элемент, условное символическое изображение, служащее для индивидуализации компании. Фирменный блок и логотип являются основой фирменного стиля и главными элементами визуальной идентификации. Их применение на материалах, используемых во всех видах маркетинговых коммуникаций носит обязательный характер. Фирменный блок и логотип имеют установленные пропорции. Эти элементы фирменного стиля должны воспроизводиться только с оригинального файла, их произвольное воссоздание или редактирование запрещается.



Эскиз логотипа для размещения на ограниченном пространстве (ребро одного квадрата – менее 25 мм, высота орла – менее 16,5 мм)



Минимально допустимый размер нанесения (ребро одного квадрата фирменного блока – 10 мм)



Английская версия



Тиснение золотом



Тиснение серебром

ПОЧТА РОССИИ

ПОЧТА РОССИИ



Надпись без фирменного знака (орла)

Надпись с фирменным знаком (с орлом)

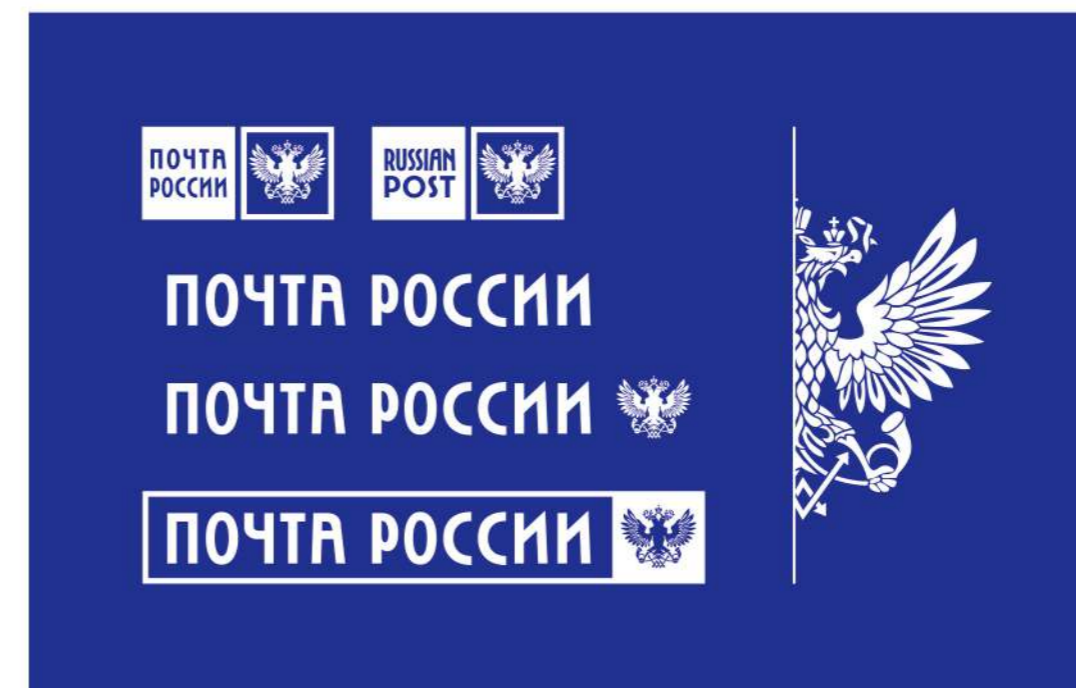


Логотип прямоугольный на плашке



Изображение 1/2 фирменного знака (орла)

Инверсия фирменных знаков



РАЗНООБРАЗИЕ И ФУНКЦИОНАЛ ЛОГОТИПОВ

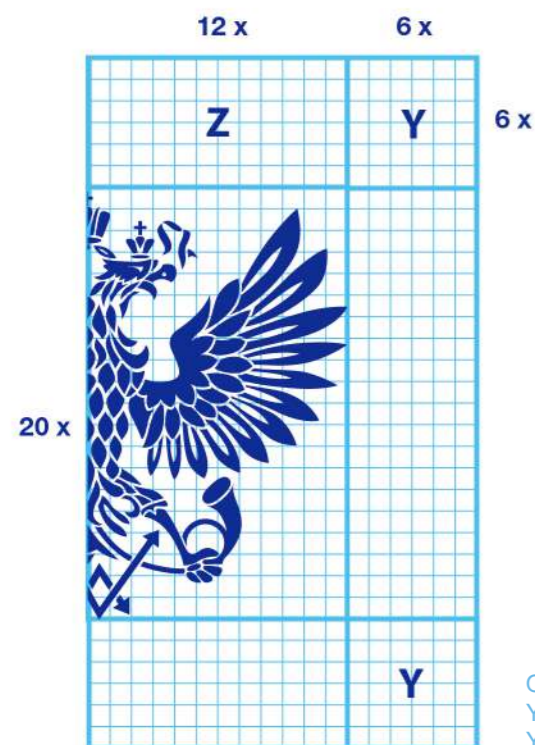
В зависимости от области нанесения, материала, размеров и фона поверхности, которую необходимо забрендировать, фирменный стиль Почты России предусматривает несколько вариантов начертания логотипа. Все корректные варианты начертания фирменного знака представлены в БРЕНДБУКЕ, иные интерпретации логотипа считаются некорректными.



Пропорции и размеры.
Привязка
к масштабно-
координатной сетке

Отступы
Y=1/2 ребра квадрата
фирменного блока

16x

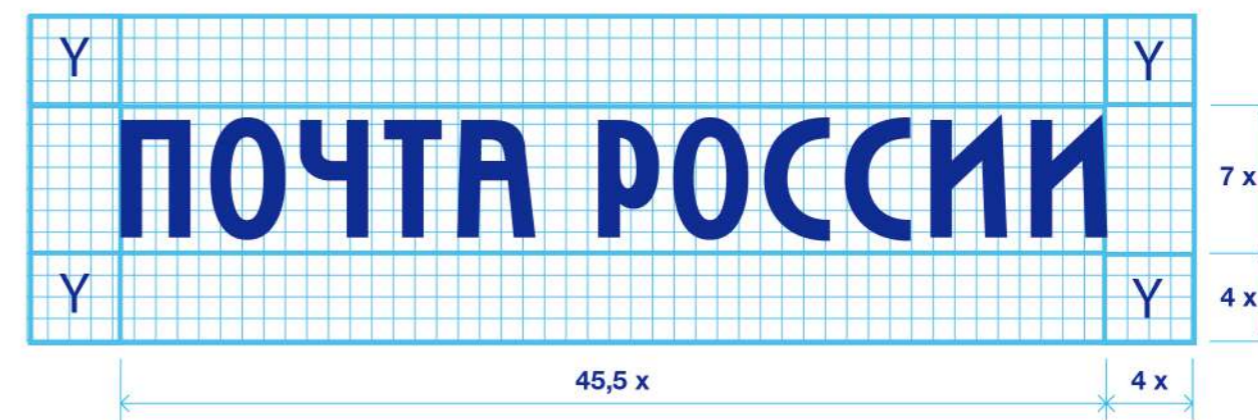


Отступы
Y – охрannое поле
Y=1/2 Z

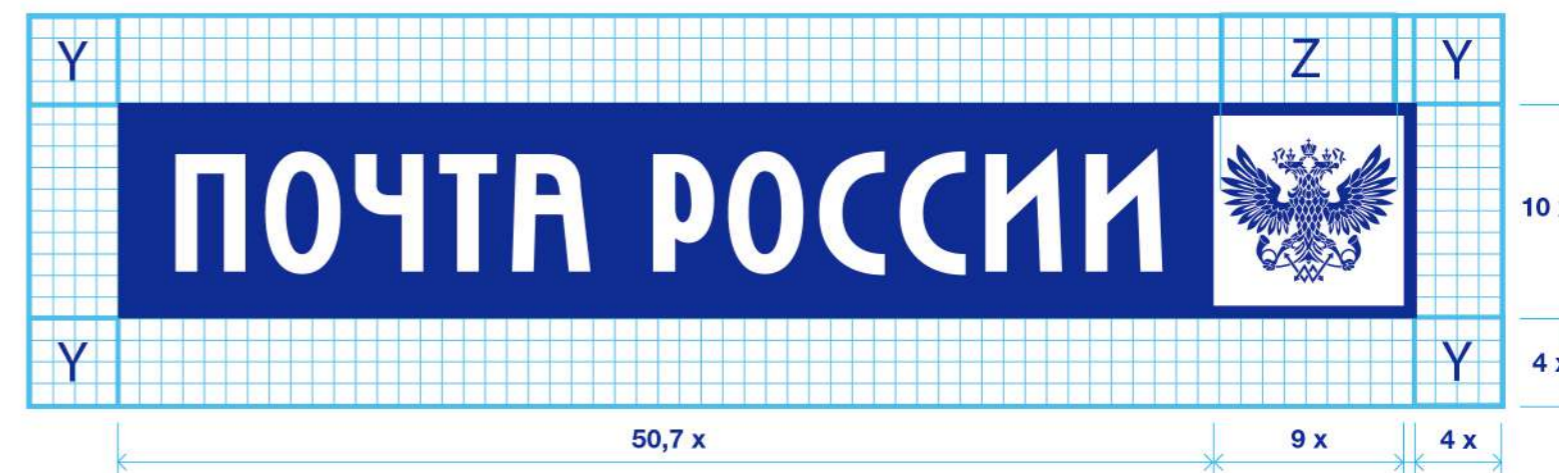
ОСНОВНЫЕ ПРАВИЛА ВОСПРОИЗВЕДЕНИЯ ФИРМЕННОГО БЛОКА И ЛОГОТИПА

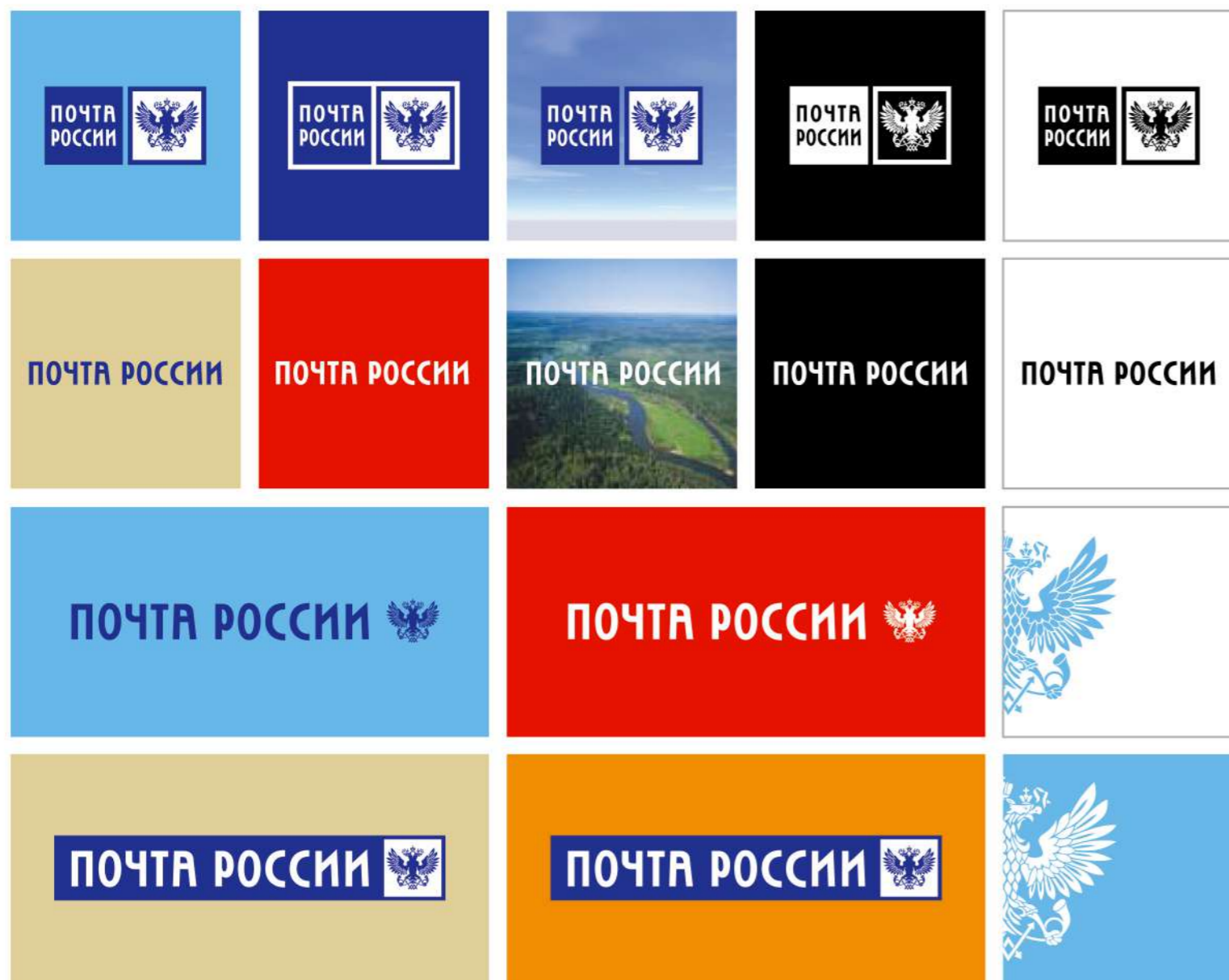
Фирменный блок и логотип следует воспроизводить с соблюдением стандартных пропорций и размеров.

Привязка фирменного блока к масштабно-координатной сетке является основой для воспроизведения логотипа ручным способом на сверхкрупных форматах в целях соблюдения пропорций фирменного блока. При размещении фирменного блока и логотипа на макете необходимо соблюдение отступов от границ фирменного блока до внешних объектов. На схеме минимальный отступ обозначен буквой Y. Внешними объектами могут быть: текст, фотографии и иллюстрации, не являющиеся фоновыми, таблицы и диаграммы, логотипы других компаний и прочие графические элементы.



Отступы
Y – охрannое поле
Y=1/2 Z (4x)

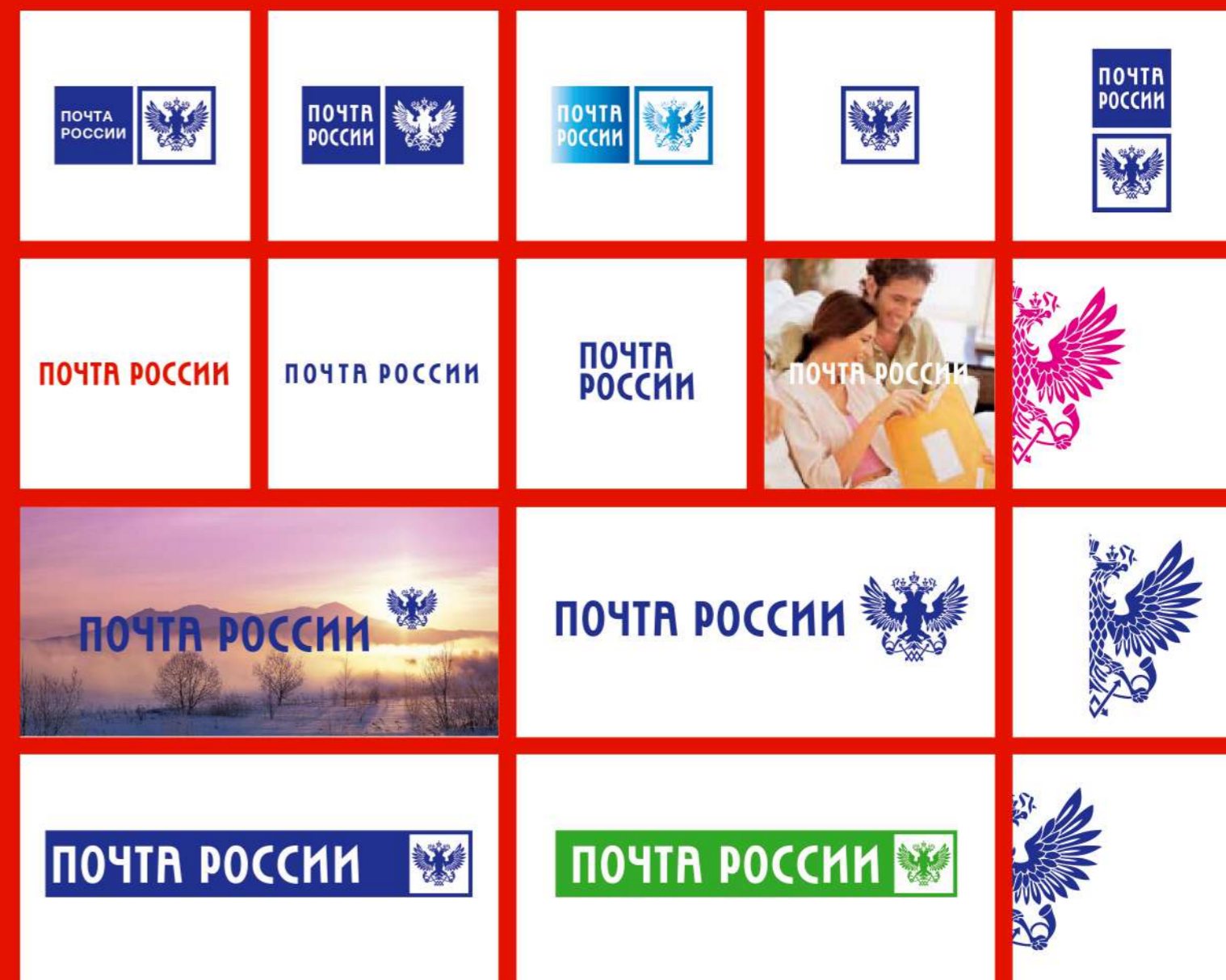




ПРИМЕРЫ КОРРЕКТНОГО ОТОБРАЖЕНИЯ ФИРМЕННОГО БЛОКА И ЛОГОТИПА

Основные принципы корректного отображения фирменного блока и логотипа: хорошая видимость всех деталей, выгодная контрастность с фоном, целостность формы.

На черном фоне и градациях серого, насыщенность которого составляет более 40% от черного, рекомендуется инверсивно воспроизводить фирменный блок и логотип белого цвета. На градациях серого, насыщенность которого составляет менее 40% от черного, рекомендуется воспроизводить фирменный блок и логотип черного цвета. Также допустимо воспроизведение фирменного блока корпоративного синего цвета на белой плашке. В таком случае, ширина от края логотипа до края белой плашки должна быть равна расстоянию между квадратами.



ПРИМЕРЫ НЕКОРРЕКТНОГО ОТОБРАЖЕНИЯ ФИРМЕННОГО БЛОКА И ЛОГОТИПА

К ошибочному отображению фирменного блока и логотипа можно отнести:

изменение фирменного шрифта; изменение установленного синего цвета на какие-либо другие, за исключением инверсии и градаций серого; использование градиентной заливки; несоблюдение отступов; изменение пропорций/форм; замена или удаление элементов; произвольная компоновка фирменного блока логотипа; применение фильтров и эффектов; изображение логотипа на недостаточно контрастном фоне. В случае логотипа с изображением 1/2 орла разрешается применять исключительно фирменные цвета и категорически запрещается размещать его не в край поверхности, либо обрезать в произвольном формате.

ВИЗУАЛЬНЫЙ ЯЗЫК

Корпоративный шрифт

Цветовая палитра

Цветовая палитра для РИМ

Цветовые решения
ОПС Будущего

Набор фирменной
инфографики



а б в

Helvetica Neue Cyrillic Roman
АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПР
СТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя
0123456789 !«»№;%;:?*()_+=-V.,

Helvetica Neue Cyrillic Medium
АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПР
СТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя
0123456789 !«»№;%;:?*()_+=-V.,

Helvetica Neue Cyrillic Bold
АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПР
СТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя
0123456789 !«»№;%;:?*()_+=-V.,

Helvetica Neue Cyrillic Medium Italic
АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПР
СТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя
0123456789 !«»№;%;:?*()_+=-V.,

Helvetica Neue Cyrillic Light
АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПР
СТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя
0123456789 !«»№;%;:?*()_+=-V.,

Helvetica Neue Cyrillic Thin
АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПР
СТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя
0123456789 !«»№;%;:?*()_+=-V.,

1
2
3

ОСНОВНЫЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ИСПОЛЬЗОВАНИЮ ШРИФТА

ШРИФТ – ВАЖНАЯ ЧАСТЬ ВИЗУАЛЬНОГО ЯЗЫКА. ЗАГОЛОВКИ ДОЛЖНЫ ЛЕГКО ЧИТАТЬСЯ НА ФОНЕ ОСНОВНОГО ТЕКСТА, ВЫДЕЛЕНИЕ МОЖЕТ ПРОИСХОДИТЬ КАК ЗА СЧЕТ ДРУГОГО ШРИФТА, ТАК И ДРУГОГО ЦВЕТА.

Основной рекомендованный шрифт – Helvetica Neue Cyrillic Roman.
Для заголовков и подзаголовков рекомендуется Helvetica Neue Cyrillic Bold.

Заголовки должны быть короткими, емкими, привлекающими внимание потребителей.

Для придания «динамики» материалу, крупные текстовые блоки могут периодически «разбавляться» цитатами, выполненными другим шрифтом из палитры фирменных шрифтов. Количество использованных шрифтов на одной полосе не должно быть больше 3-х.

Если же по каким-то причинам использование основного рекомендованного шрифта неприемлемо, возможно использование шрифта Arial.

ПРИМЕРЫ НЕКОРРЕКТНОГО ОТОБРАЖЕНИЯ ШРИФТОВ

**НЕОБХОДИМО ИЗБЕГАТЬ
СЛЕДУЮЩИХ НЕКОРРЕКТНЫХ
ВАРИАНТОВ ОТОБРАЖЕНИЯ
ШРИФТОВ:**

- изменение фирменных шрифтов
- изменение пропорций/форм шрифтов
- изменение установленных межбуквенных интервалов
- применение неутвержденных цветовых сочетаний
- применение фильтров и эффектов

ПОЧТА РОССИИ

Почта России

Почта России

Почта России

Почта России

Roboto Black

119002

Roboto Black

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОП
АВСDEFGHIJKLMNOP
1234567890

Шрифтовая схема ОПС Будущего

Фирменные шрифты являются важным элементом оформления интерьера и экстерьера ОПС. Их систематическое использование способствует повышению узнаваемости бренда. Основной рекомендованный шрифт – Roboto.

Roboto Bold

Отделение
ПОЧТОВОЙ СВЯЗИ

Roboto Bold

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОП
АВСDEFGHIJKLMNOP
1234567890

Roboto Medium

Начните
отсюда

Roboto Medium

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОП
АВСDEFGHIJKLMNOP
1234567890

Roboto Regular

Письменная корреспонденция
Отправления 1 класса
Экспресс-доставка

Roboto Regular

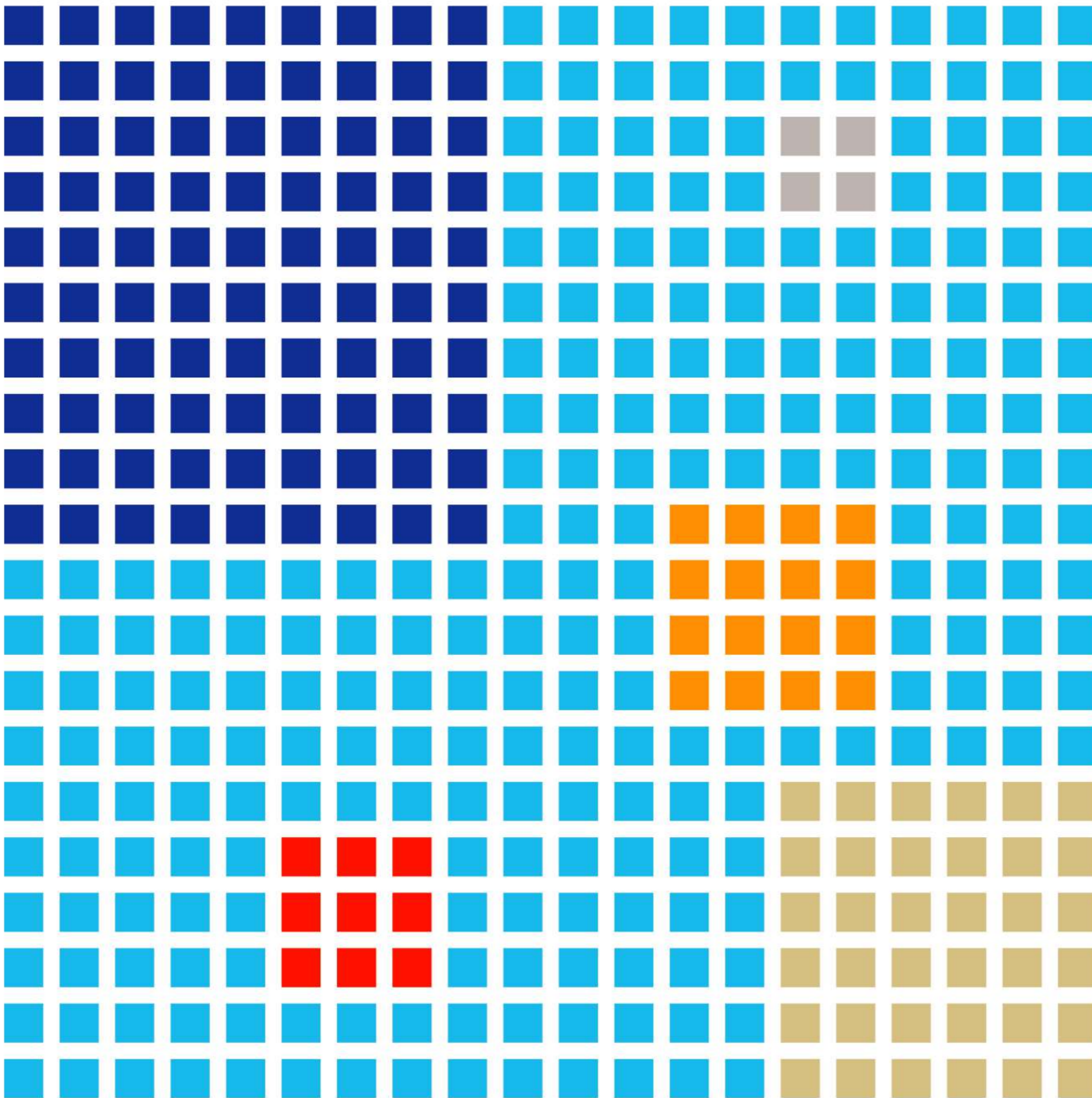
АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОП
АВСDEFGHIJKLMNOP
1234567890

Roboto Light

Выплата пенсий и пособий
Прием коммунальных платежей
Страховые услуги
Вклады/Депозиты
Погашение кредитов на почте

Roboto Light

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОП
АВСDEFGHIJKLMNOP
1234567890



Pantone **Reflex Blue**
 CMYK 100; 89; 0; 0
 RGB 0; 20; 137
 HEX/HTML #001489
 RAL 5002
 ORACAL 641 №049
 ORACAL 8500 №007

ЦВЕТОВАЯ ПАЛИТРА

Использование установленных цветов и цветовых сочетаний позволяет достичь единого образа бренда и выгодно отличаться от конкурентов.

В том случае, когда у цвета Pantone нет конкретного цвета в палитре ORACAL, допускается использование печати сольвентными красками соответствующего цвета на белой самоклеящейся пленке.

В том случае, когда у цвета Pantone нет конкретного цвета в системе RAL, допускается применение колеровки краски для максимального приближения к цвету Pantone.

Pantone **Warm grey 4**
 CMYK 11; 13; 15; 27
 RGB 182; 173; 165
 HEX/HTML #B6ADA5
 RAL 7030

Pantone **4525**
 CMYK 9; 12; 47; 18
 RGB 197; 183; 131
 HEX/HTML #C5B783
 RAL 1000

Pantone **292**
 CMYK 59; 11; 0; 0
 RGB 105; 179; 231
 HEX/HTML #69B3E7
 ORACAL 641 №056

Pantone **485**
 CMYK 0; 95; 100; 0
 RGB 218; 41; 28
 HEX/HTML #DA291C
 RAL 3020
 ORACAL 641 №032
 ORACAL 8500 №032

Pantone **144**
 CMYK 0; 51; 100; 0
 RGB 237; 139; 0
 HEX/HTML #ED8B00
 ORACAL 8500 №015



Почтовый бизнес



Финансовый бизнес



Посылочный бизнес

Цветовая палитра для РИМ

Цветовая палитра для основных рекламно-информационных материалов Почты России варьируется в зависимости от направления бизнес-деятельности, для которой предназначен данный материал.

Заголовок располагается на плашке строго определенного цвета – Pantone Reflex Blue.

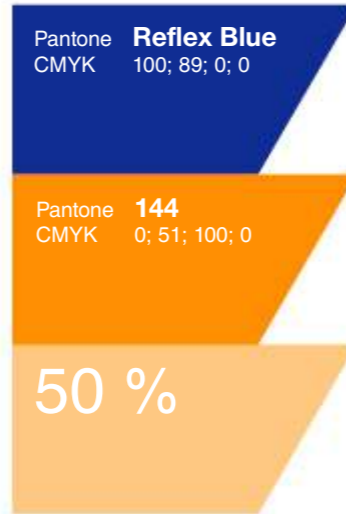
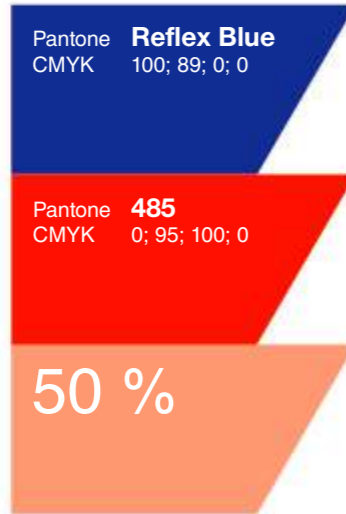
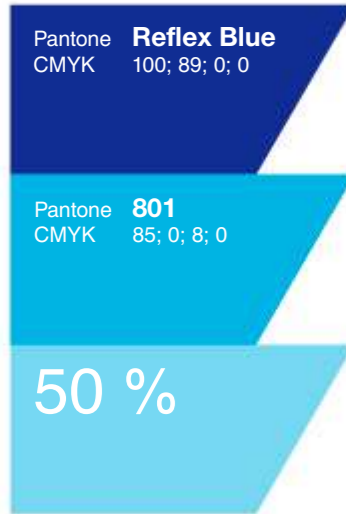
Подзаголовок располагается на плашке, цвет которой может варьироваться в зависимости от направления бизнес-деятельности:

Почтовый бизнес –
Pantone 801

Финансовый бизнес –
Pantone 485

Посылочный бизнес –
Pantone 144

Указанные цвета можно также использовать с прозрачностью, равной 50%, в случае необходимости в дополнительных цветах для оформления рекламно-информационных материалов.



RAL 5002
ORACAL 641 №049
ORACAL 8500 №007
CMYK 100; 89; 0; 0
RGB 0; 20; 137

Зона почтовых услуг

CMYK 17; 100; 58; 7
RGB 204; 0; 61
RAL 3027
ORACAL 8500 №017

Зона финансовых услуг

CMYK 5; 20; 50; 10
RGB 210; 170; 109
RAL 1011
ORACAL 8500 №081

Зона выдачи и получения посылок

RAL 9002
RAL 7010

Стены, мебель и элементы оборудования

RAL 9006
RAL 7035

Элементы оборудования и задняя часть акцидентных ниш

ORACAL 641 №056

Центр обслуживания Юридических лиц

ORACAL 8500 №015

Участок курьерской доставки

Цветовые решения ОПС Будущего

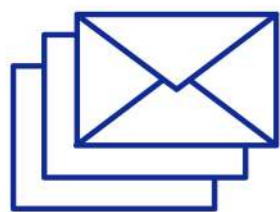
Использование установленных цветов позволяет достичь единого образа в оформлении ОПС.

Основной цвет всех отделений – белый для стен и мебели. Это делает пространство легким и современным. Все пространство ОПС разделено на зоны, которые визуальнo разделяются друг от друга цветом. Для зоны почтовых услуг используется темно-синий цвет, финансовые услуги – малиновый, зона выдачи и получения посылок окрашивается в песочный цвет, а в транзитных зонах на стены наносится фотопанно.

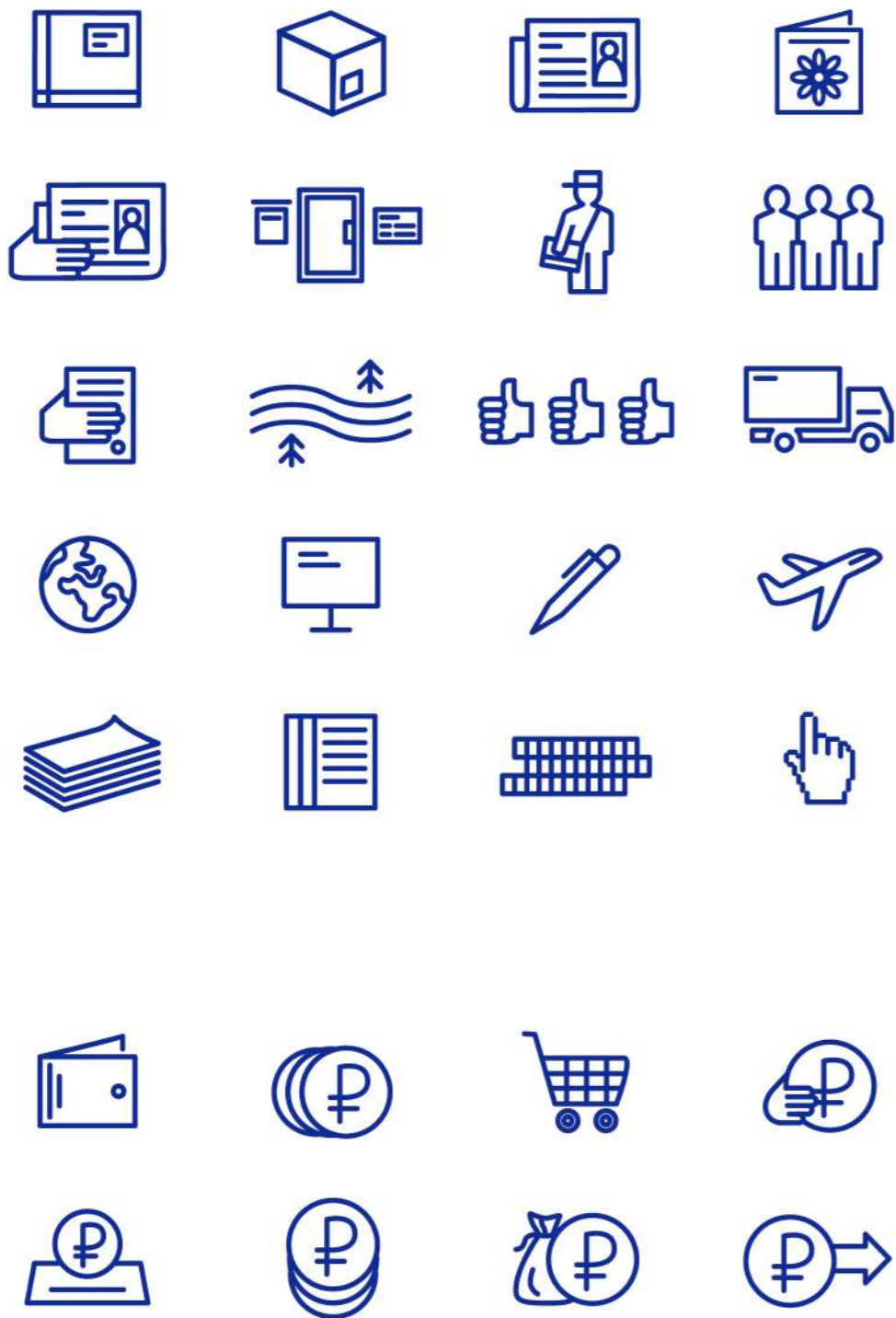
Дополнительно в каждой зоне цветом выделяются фокусные стены в операционном зале и навигационные элементы.

Задняя часть акцидентных ниш и элементы оборудования окрашиваются в нейтральный серый цвет, который хорошо сочетается с цветом любой из зон.

Для вывесок специализированных отделений «Центр обслуживания Юридических лиц» используется голубой цвет. Для входной группы отделений «Участок курьерской доставки» актуален оранжевый цвет.



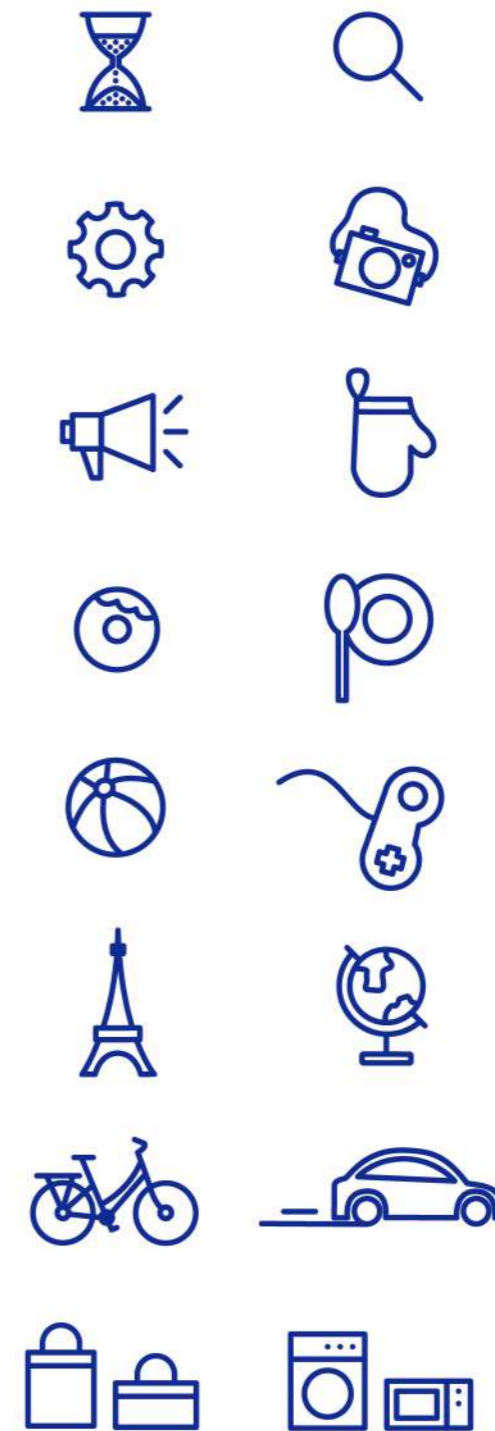
Почтовые услуги



Финансовые услуги



Дополнительные иконки



Набор фирменной инфографики

ИНФОГРАФИКА

Инфографика – это графический способ подачи информации, целью которого является быстро и чётко преподнести сложную информацию. Это неотъемлемая часть информационного дизайна. С помощью инфографики можно передать максимальное количество информации на минимальных площадях. Кроме того, присутствие инфографики делает сообщение удобочитаемым, живым и ярким. Инфографика, используемая в коммуникациях Компании, должна быть выполнена в едином фирменном стиле. Рекомендованный стиль инфографики для Почты России представляет собой линейный дизайн с толщиной линии = 2,1 pt.



Набор фирменной инфографики представляет собой библиотеку готовых иконок в едином фирменном стиле с изображением услуг, предметов, ситуаций, которые можно использовать в работе над макетами. При необходимости создания иконок, которых нет в наборе, следует строго соблюдать стиливые и технические особенности инфографики, представленные в БРЕНДБУКЕ.

АРХИТЕКТУРА БРЕНДА

Основной бренд

Внешние суббренды

Внутренние суббренды

4

АРХИТЕКТУРА БРЕНДА

АРХИТЕКТУРА БРЕНДА ПРЕДСТАВЛЯЕТ СОБОЙ МОДЕЛЬ, ОПИСЫВАЮЩУЮ РОЛИ И СВЯЗИ МАТЕРИНСКОГО БРЕНДА С СУББРЕНДАМИ, А ТАКЖЕ ВСПОМОГАТЕЛЬНЫМИ КОММУНИКАЦИОННЫМИ ОБЪЕКТАМИ И ОКРУЖЕНИЕМ

АРХИТЕКТУРА БРЕНДА, В ЗАВИСИМОСТИ ОТ СВОЕЙ СПЕЦИФИКИ, ОПРЕДЕЛЯЕТ ПУТИ РАЗВИТИЯ ПОРТФЕЛЯ БРЕНДОВ, ТОРГОВЫХ МАРОК И КОММУНИКАЦИОННЫХ ОБЪЕКТОВ КОМПАНИИ

Определение ключевых элементов архитектуры бренда необходимо для решения вопросов:

- что продвигается в первую очередь;
- что является основным брендом, предоставляющим предложение потребителю;
- что играет вспомогательную роль.

Для Почты России именно материнский бренд является ключевым элементом архитектуры.

Для Почты России характерно отсутствие независимых брендов, которые можно купить вне отделений почтовой связи.

Вспомогательные коммуникационные объекты должны усиливать сообщение, но не затмевать материнский бренд.

ВНЕШНИЕ СУББРЕНДЫ

В этой категории представлены логотипы суббрендов, которые выходят за пределы внутренней сети.



УКД



ПОЧТАБАНК



ФОРСАЖ



АДРЕСНАЯ ПОЧТА



ГЕО ПОЧТА



ЦВПП



ДЕРЕВО ДОБРА



ОТПРАВЛЕНИЯ 1 КЛАССА



ВНУТРИГОРОДСКИЕ ОТПРАВЛЕНИЯ

ВНУТРЕННИЕ СУББРЕНДЫ

В этой категории представлены логотипы суббрендов, которые не выходят за пределы внутренней сети и участвуют в корпоративной жизни предприятия.

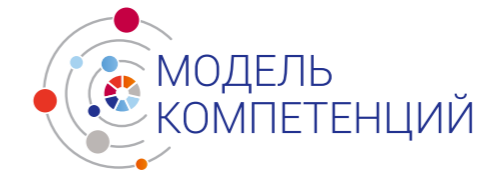


ПРИЗНАНИЕ

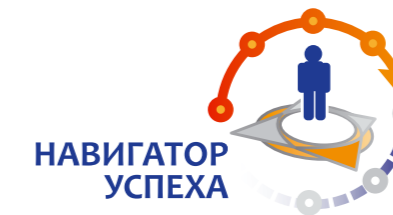


ВАША ПОЧТА

Ваша
Почта



МОДЕЛЬ
КОМПЕТЕНЦИЙ



НАВИГАТОР
УСПЕХА

5

ФИРМЕННЫЙ
САЙТ

ФИРМЕННЫЙ САЙТ – ЭТО САЙТ КОМПАНИИ, ЕЕ ОФИЦИАЛЬНОЕ ВИРТУАЛЬНОЕ ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВО В ИНТЕРНЕТЕ. ОСОБОЕ ВНИМАНИЕ УДЕЛЯЕТСЯ ДИЗАЙНУ, ВЕДЬ ФИРМЕННЫЙ САЙТ – ЭТО В ПЕРВУЮ ОЧЕРЕДЬ ИМИДЖЕВЫЙ ИНСТРУМЕНТ. ОН ДОЛЖЕН СООТВЕТСТВОВАТЬ СТИЛЮ КОМПАНИИ, ВЫЗЫВАТЬ ДОВЕРИЕ У ПОТЕНЦИАЛЬНЫХ КЛИЕНТОВ, ПАРТНЕРОВ И СМИ.



Принципы дизайна

1. Чистота. Белый цвет – основной, «почтовый» синий используется только в качестве акцентов на интерактивных элементах. Вся графика относительно крупная и верстается с использованием большого количества «воздуха».

2. Ясность. Вся коммуникация ведется простым языком с минимальным использованием жаргона и англицизмов. Иконке с нетривиальной метафорой мы предпочитаем текст.

СЕТКА

В десктопной версии сайта используется несколько сеток:


– мелкочастотная модульная сетка с шагом в 6 пикселей, по которой отрисовывается вся графика, интерфейсные элементы, отступы (интерлиньяж у текста тоже кратен 6 пикселям);

– большая колонка (960 пикселей) и малая «мобильная колонка» (642 пикселя);


– различные вариации 12-колонника (все отступы в котором кратны 6 пикселям), например, раздел «Руководство» (3-колонник).

Pantone Reflex Blue CMYK 100; 89; 0; 0 RGB 0; 20; 137	Pantone 801 CMYK 85; 0; 8; 0 RGB 0; 154; 206	Pantone 292 CMYK 59; 11; 0; 0 RGB 105; 179; 231	Pantone 485 CMYK 0; 95; 100; 0 RGB 218; 41; 28	Pantone 144 CMYK 0; 51; 100; 0 RGB 237; 139; 0
--	---	--	---	---


100 %	80 %	60 %	40 %	25 %	10 %	5 %
-------	------	------	------	------	------	-----




Личный кабинет
Сохраняйте список трек-номеров и получайте уведомления.




Получение на дом
За 100 рублей почтальон принесет посылку на дом на следующий день.




Мобильное приложение
iOS, Android, Windows Phone



Обычный
5-8 дней



Ускоренный
3-7 дней



Курьерский

Отследить

Загрузка файлов...
Если ничего не произошло, [нажмите сюда](#)

[Что нового на сайте?](#)

🔍 ↶ ✓ ▾ 📄 ⚠

- Работает круглосуточно 24/7
- Отправления свыше 20 кг
- Отправления EMS
- Перевод «Форсаж»
- Перевод Western Union

Зарегистрируйтесь, чтобы сохранять номера отправлений и получать уведомления по электронной почте

[Зарегистрироваться](#)

Укажите пункт назначения, чтобы узнать, какой вид посылки вам нужен

Отправление EMS по России, 2 кг

Для отправки посылки ее нужно упаковать, заполнить бланки и предъявить сотруднику Почты удостоверение личности. Стандартный пластиковый пакет EMS предоставляется бесплатно.
Требования к упаковке

Максимальная длина упаковки – 1,5 м. Сумма трех сторон упаковки – не более 3 м.

Требования к содержимому посылки EMS

460 руб.

Пластиковый пакет EMS предоставляется бесплатно.

Тариф на доставку EMS

7 дней

Срок доставки отправления Москва - Анапа. Трек-номер для отслеживания посылки будет написан в чеке, который Вы получите при отправке.

Отправляется в специализированных отделениях Почты России или с курьером.

Вызвать курьера можно на сайте emspost.ru

[Вызвать курьера](#)

Опись вложения ф.107

Найти отделение Почты России

[Скачать бланк в PDF](#)

Отправления

- Письма
- Посылки
- Открытки
- Денежные переводы

Сервисы

- Отследить отправление
- Найти отделение
- Заполнить бланк
- Мобильные приложения

Помощь

- Популярные вопросы
- Написать в чат поддержки
- Другие вопросы

О компании

- Новости
- Миссия компании
- Руководство
- Контакты
- Филиалы



Укажите пункт назначения, чтобы узнать, какой вид посылки вам нужен

Roboto для web

Roboto Light 40/48

Почта доставляет

Roboto Light 32/36

Заголовок внутренний

Roboto 22/26

Подзаголовок **Активный заг** Показать больше

Roboto 18/24

То, что ввёл пользователь Подсказка в инпутах

Ссылка большая

Roboto 14/18

Мелкий интерфейсный	Интерфейсная подсказка	Ссылка маленькая
------------------------	---------------------------	---------------------

Внимание напоминание	Вы делаете всё правильно	Что-то пошло не так
-------------------------	-----------------------------	------------------------

Arial для e-mail

Arial 22/24

Прибыло в отделение

Arial 18/24

129114, Игнатьевский пер., 24

Arial 14/18

Возьмите с собой удостоверение личности
Посылка из Китая от 2.02.14,

Arial 10/12

[Настроить уведомления](#) или [отписаться](#)

Верстка

Текстовые блоки верстаются только левым флагом с использованием мягких переносов. Максимально допустимая длина строки в текстовом блоке — 60–70 знаков. Недопустимы висячие предлоги.

ВЫДЕЛЕНИЕ В ТЕКСТЕ

Для выделения в тексте допустимо жирное начертание. Для специальных элементов, например, адреса, можно использовать курсив.

СПЕЦИАЛЬНЫЕ СИМВОЛЫ

Недопустимо использование дефиса в качестве тире, для этих целей надо использовать длинное тире: —. Диапазоны обозначаются малым тире: –.

Для размеров используется знак умножения в виде крестика: x. В плоских нумерованных списках используется знак умножения в виде точки: ·.

В качестве кавычек строго используются только кавычки-елочки: «». Использование машинописных кавычек ("") недопустимо. Также мы не используем букву «ё».

ЦВЕТ ТЕКСТА

Цвет для основного текста — приглушенный черный (Hue: 0, Saturation: 0, Brightness: 80). Полностью черный цвет используется только в тех местах, где пользователь вводит данные. Для всех интерактивных элементов используется синий цвет.

ЦЕНЫ И ЦИФРЫ

В цифрах разделять разряды тонким неразрывным пробелом: 12 000 000. Иностранные валюты обозначаются специальными знаками слева от цены: \$0.99. Рубли обозначаются с помощью сокращения «руб.» справа от цены: 12 000 руб.

Официальное название издательства

Официальное название издательства

Официальное название издательства

Нельзя использовать латиницу

Электронная почта

Электронная почта

galochka@kommersant.ru

.....



руб.

Мобильный телефон

+7 988 888 88 88

Формат

A4 или меньше

Примерный вес

Вещи до 10 кг

Печатные издания до 2 кг

Вещи до 2 кг

Вещи до 5 кг

Вещи до 10 кг

Вещи до 20 кг

Вещи до 50 кг

Где вы находитесь?

Маросейка 3/13



Если вы ищете круглосуточное или другое отделение с дополнительными услугами — воспользуйтесь [расширенным поиском](#).

Санк|

Санкт-Петербург

Россия

Санкт-Галлен

Швейцария

поселок **Санкино**

Алапаевский район, Свердловская область, Россия

Санккос

Луканас, Аякучо, Перу

поселок **Санкино**

Гаврилово-Посадской район, Ивановская область, Россия

КОРПОРАТИВНАЯ ПОЛИГРАФИЯ



6.1

ВИЗИТНАЯ КАРТОЧКА
РУССКАЯ И АНГЛИЙСКАЯ ВЕРСИЯ
ФОРМАТ: 90 x 50 mm

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ
УНИТАРНОЕ ПРЕДПРИЯТИЕ**




ИВАНОВ
Иван Иванович
Руководитель Отдела корпоративных финансов
Департамента казначейства

131000, г. Москва
Варшавское шоссе, д. 37
ТЕЛ.: +7 (495) 956-20-67 доб. 4136
E-MAIL: Ivan.Ivanov@russianpost.ru



**FEDERAL STATE UNITARY ENTERPRISE
RUSSIAN POST**



IVANOV
Ivan
Head of Corporate Finance Division
Treasury Department

37, Varshavskoe shosse
131000, Moscow
TEL: +7 (495) 956-20-67 ext. 4136
E-MAIL: Sergey.Kovyazin@russianpost.ru



КОРПОРАТИВНЫЙ БЛАНК
ФОРМАТ: А4

6.2

МИНИСТЕРСТВО СВЯЗИ И МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
 Варшавское ш., д. 37, Москва, 131000
 Тел.: +7 495 956-20-67
 Факс: +7 495 956-99-51
 E-mail: office@russianpost.ru

ОКПО 13080559
 ОГРН 1037724261610
 ИНН 7724261610
 КПП 997750001



ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ
УНИТАРНОЕ ПРЕДПРИЯТИЕ

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР

№ _____
на № _____ от _____

[_____]



6.3

БЛАНК УВЕДОМЛЕНИЯ О ВРУЧЕНИИ
 ФОРМАТ: 148 x 105 mm

Ф. 119

УВЕДОМЛЕНИЕ о вручении:

Простое
 Заказное

Обведенное жирной чертой заполняется отправителем

Письма Бандероли Посылки Отправление 1 класса
 Заказного(ой) С объявленной ценностью Обыкновенной

Уведомление подлежит возврату по адресу:

Кому _____
 Адрес _____

Индекс места назначения _____

(оттиск КППШ ОПС места приема почтового отправления)

Для дополнительных отметок отправителя _____

ПОЧТА РОССИИ

почтовое отправление №: _____

Обведенное жирной чертой заполняется отправителем

Письмо Бандероль Посылка Отправление 1 класса
 Заказное(ая) С объявленной ценностью Обыкновенное(ая)

адрес _____

Вручено « ____ » 20 ____ г. лично
 по доверенности _____ (кому)

Получил _____ (подпись) _____ (Ф И О)

Руководитель ОПС: _____ (подпись)

(оттиск КППШ ОПС места вручения уведомления) (оттиск КППШ ОПС места оформления уведомления)

Место для клея

6.4

БЛАНК ОФОРМЛЕНИЯ НАЛОЖЕННОГО ПЛАТЕЖА
 ФОРМАТ: А4

Ф. 1123П

ПОЧТА РОССИИ **Приём**
 № _____ (по накладной ф.16)

Контроль _____ (дата) _____ (подпись) _____ (оттиск ККМ) _____ (наименование двухмерного матричного кода)

Почтовый перевод

на _____ руб. _____ коп. _____ (рубли прописью, копеечки цифрами)

Наложённый платеж с доставкой на дом с уведомлением

SMS о поступлении почтового перевода в ОПС вышл(а): +7 _____
 номер мобильного телефона адресата:
 SMS о выгоде почтового перевода получателю +7 _____
 номер мобильного телефона отправителя:

Кому _____ (для юридического лица - полное или краткое наименование, для физического лица - ФИО)
 Куда _____ (полный адрес получателя) _____ (индекс)

Сообщение или реквизиты л/с _____

Заполняется при приеме перевода на расчетный счет

ИНН _____ Кор/счѐт _____
 Наименование банка _____
 Рас/счѐт _____ БИК _____

От кого _____ (для юридического лица - полное или краткое наименование, для физического лица - ФИО)
 Адрес отправителя _____ (юр. лицо - фактический почтовый адрес, физ. лицо - адрес места нахождения/пребывания) _____ (индекс)

Адрес регистрации отправителя _____ (юр. лицо - адрес местонахождения по месту государственной регистрации, физ. лицо - адрес _____ (индекс)
 места жительства/регистрации, заполняется при несопадении с адресом отправителя, а также до востребования или на имя _____)

Не заполняется при приеме перевода от физ. лица с расчетом наличными денежными средствами

ИНН _____ Кор/счѐт _____
 Наименование банка _____
 Рас/счѐт _____ БИК _____
 ОГРН _____ Платёжное поручение № _____ дата _____ (при безналичной форме оплаты)

Данные отправителя (физ. лица) / представителя отправителя юр. лица

Предъявлен _____ Серия _____ № _____ выдан _____ г.
номер/наименование документа

Имя _____
наименование учреждения, выдавшего документ, код подразделения (если известен)

Гражданство _____ Дата рождения _____ ИНН _____ (при его наличии)

Дополнительно для нерезидентов России заполняется

Миграционная карта Серия _____ № _____ Дата выдачи: _____ г. Срок пребывания с _____ по _____

ФИО _____
Фамилия, Имя, а также Отчество (если иное не вытекает из закона или национального обычая) полностью представителя юридического лица

Адрес регистрации: _____ (адрес: место жительства/регистрации получателя юридического лица) _____ (индекс)

Является ли Вы должностным лицом публичных международных организаций или лицом, замещающим (замещающая) государственные должности Российской Федерации, должности члена Совета директоров Центрального банка Российской Федерации, должности федеральной государственной службы, назначен на которую в соответствии с законодательством Российской Федерации или Президентом Российской Федерации, должности в Центральном банке Российской Федерации, государственных корпораций и иных организациях, созданных Российской Федерацией на основании Федеральных законов, включенных в перечень должностей, определяемых Президентом Российской Федерации _____ (подпись) ДА НЕТ

Согласен(а) на направление информации о новых сервисах и услугах, оказываемых в отделениях почтовой связи на указанный выше номер мобильного телефона отправителя. Подтверждаю, что данный номер является моим номером моб. телефона, выделенным мне оператором сотовой связи.

_____ (подпись отправителя) _____ (подпись оператора)

Обведенное жирной чертой заполняется отправителем перевода или РПО

Обведенное жирной чертой заполняется отправителем перевода

Исправления не допускаются

Исправления не допускаются

ПОЧТА РОССИИ ф. СП-1
Бланк заказа периодических изданий

Абонент на Газету Журнал (Индекс издания)

Наименование издания _____ Кол-во _____

На 20 _____ г. 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12
по месяцам: _____

Кому _____
ФИО, наименование юридического лица

Куда _____

Индекс _____ +7 _____

линия отреза

Доставочная карточка на
 Газету Журнал (Индекс издания) ПВ место литер

Наименование издания _____ Кол-во _____

Стоимость	подписки		Кол-во комплектов
	руб.	коп.	
	каталожная	руб.	
переадресовки	руб.	коп.	

На 20 _____ г. 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12
по месяцам: _____

Индекс _____ +7 _____

город/село _____

область _____

район _____

улица _____ дом _____

корпус _____ квартира _____

ФИО _____

ПРОВЕРЬТЕ ПРАВИЛЬНОСТЬ ОФОРМЛЕНИЯ АБОНЕМЕНТА

На абонементе должен быть проставлен оттиск контрольно-кассовой машины.

При оформлении (переадресовки) подписки без контрольно-кассовой машины на абонементе проставляется оттиск календарного штампа почтового отделения. В этом случае абонемент выдается подписчику с квитанцией об оплате стоимости подписки (переадресовки). Всю моральную и материальную ответственность за нарушение условий подписки и качество полиграфического исполнения несут издательства и редакции периодических изданий.

Срок хранения периодических печатных изданий, адресованных «до востребования»:
газеты – 10 дней,
журналы – 1 месяц.
За превышение сроков хранения с подписчика взимается плата в соответствии с установленными тарифами.

Для оформления подписки на газету или журнал, а также для переадресования издания бланк абонемента с доставочной карточкой заполняется подписчиком чернилами, разборчиво без сокращений, в соответствии с условиями, изложенными в каталогах.

Заполнение месячных клеток при переадресовании издания, а также клеток «ПВ, место, литер» производится почтовыми работниками.

Срок хранения периодических печатных изданий, адресованных «до востребования»:
• газеты – 10 дней,
• журналы – 1 месяц.
За превышение сроков хранения с подписчика взимается плата в соответствии с установленными тарифами.

Подпись подписчика: _____

18720 ЧАСОВ ЭКОНОМИИ В ГОД

ПОЧТОВЫЕ ВЕСТИ № 7 (379) 29 августа – 2 октября 2016 года

ПОЧТА МАКРО РЕГИОН СИБИРЬ БЕЗ БУМАГ

стр. 04 РЕПОРТАЖ: ОТКРЫТИЕ ПЕРВОГО ПОЧТОВОГО КАДРОВОГО ЦЕНТРА

стр. 07 «СНОВА В ШКОЛУ»: ИЩЕМ СПРЯТАННЫЕ СОКРОВИЩА

стр. 15 НОВЫЙ ПРОЕКТ: ПОЧТОВЫЙ ДЕТЕКТИВ МИХАИЛА НЕСТЕРОВА

КТО СТАНЕТ ЛУЧШИМ ПОЧТАЛЬОНОМ-2016?
В ФИЛИАЛАХ ПОЧТЫ РОССИИ ПРОХОДЯТ РЕГИОНАЛЬНЫЕ ЭТАПЫ ВСЕРОССИЙСКОГО КОНКУРСА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МАСТЕРСТВА

В конкурсе принимают участие почтальоны по доставке почтовых отправлений, имеющие непрерывный стаж работы на Почте России не менее 1 года по данной профессии и не имеющие действующих дисциплинарных взысканий.

При определении победителей финальных этапов конкурса особое внимание обращается на четкость выполнения участниками конкурсных заданий, профессиональную компетентность, стрессоустойчивость, уверенность в себе, манеру и этикет поведения, умение решать проблемы клиента. Кроме того, в обязательном порядке учитываются отсутствие жалоб и наличие похвальных отзывов со стороны клиентов и коллег конкурсантов, а также поощрения со стороны руководства филиала/предприятия.

Финальные этапы конкурса будут завершены к 15 сентября.

Макрорегиональные этапы конкурса проводятся среди участников, занявших первые места в своих филиалах. Видом конкурсных заданий: домашнее задание (подготовленный участником проект на тему «Повышение процента вручения почтовых отправлений в почтовый ящик: творческое тестирование плюс специальный вопрос от председателя жюри конкурса; практическое задание.

К 1 ноября 2016 года определится десятка финалистов конкурса. Сам финал пройдет в декабре, в Москве. В рамках домашнего задания почтальоны предлагают проекты на тему «Секреты успешных продаж современного почтовика». В конкурсе участники должны продемонстрировать профессиональные знания. Практическое задание – это моделирование рабочей ситуации.

Победители финала конкурса, занявшие 1-е, 2-е и 3-е места, награждаются дипломами соответствующих степеней с присвоением звания «Лучший почтальон 2016 года», подарками, а также памятными знаками.

ЦИФРА НОМЕРА
2 млн
жителей России зарегистрированы на сайте федеральной почтовой службы «Почта России», в том числе активно кабинеты, электронные сервисы с мобильными приложениями. Напомним, что личный кабинет на сайте федеральной почтовой службы позволяет получать онлайн-отправлений, получать уведомления об их перемещении по электронной почте, а также заказывать доставку почтальонами в пределах Москвы и Санкт-Петербурга.

6.7

КОРПОРАТИВНЫЙ БУКЛЕТ
ФОРМАТ: 210 x 210 mm



6.8

ПЛАКАТ
ФОРМАТ: А4, А3



УПАКОВКА СТАНДАРТНАЯ





7.1 КОНВЕРТЫ

КОНВЕРТ С ЗОНОЙ ИЛЛЮСТРАЦИИ
 ФОРМАТ: 162 x 114 mm, 220 x 110 mm,
 229 x 162 mm, 324 x 229 mm, 353 x 250 mm

7.1.1

Отправитель

Адрес

Телефон

Индекс

Получатель

Адрес

Телефон

Индекс

ПОЧТА РОССИИ

7.1.6

ВНУТРИГОРОДСКОЕ ОТПРАВЛЕНИЕ 1 КЛАССА
ФОРМАТ: 162 x 114 mm, 220 x 110 mm

Отправитель

Адрес

Телефон

Индекс

ВНУТРИГОРОДСКОЕ

ОТПРАВЛЕНИЕ 1 КЛАССА

Получатель

Адрес

Телефон

Индекс

ПОЧТА РОССИИ

МУЛЬТИКОНВЕРТ
ФОРМАТ: 220 x 130 mm

7.1.7

Отправитель

Адрес

Телефон

Индекс

МУЛЬТИКОНВЕРТ

Получатель

Адрес

Телефон

Индекс

ПОЧТА РОССИИ

7.1.8

КОНВЕРТ СЛУЖЕБНЫЙ
ФОРМАТ: С4, С5, С6, Е65

МИНИСТЕРСТВО СВЯЗИ
И МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Варшавское ш., д. 37, Москва, 131000
Тел.: +7 495 956-20-67
Факс: +7 495 956-99-51
E-mail: office@russianpost.ru

СЛУЖЕБНОЕ

**ПОЧТА
РОССИИ**

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ
УНИТАРНОЕ ПРЕДПРИЯТИЕ

Получатель
Кому

Улица

дом: корп.: стр.: кв.:

Населенный пункт

Район

Республика,
край, область

Индекс места назначения

ИНДЕКС МЕСТА НАЗНАЧЕНИЯ

--	--	--	--	--	--	--

7.2

ОТКРЫТКА
ФОРМАТ: 148 x 105 mm, 195 x 103 mm

Отправитель

Адрес

.....

Телефон

Индекс

Получатель

Адрес

.....

Телефон

Индекс

ПОЧТА
РОССИИ

7.5

КОРОБКА СТАНДАРТНАЯ + БЛАНК

ФОРМАТ:

КОРОБКА № 1 – 220 x 185 x 50 mm, № 3 – 265 x 165 x 190 mm,
 № 4 – 425 x 165 x 190 mm, № 5 – 425 x 265 x 190 mm,
 № 6 – 265 x 425 x 380 mm; БЛАНК – 95 x 170 mm



7.6

КОРОБКА ОТПРАВЛЕНИЕ 1 КЛАССА + БЛАНК

ФОРМАТ: Е1 – 265 x 165 x 50 mm
 БЛАНК – 210 x 148 mm



7.7

ПАКЕТЫ РОЗНИЦА. ПАТТЕРН

ФОРМАТ: Бумажный – 245 x 350 x 90 mm,
Майка – 380 x 640 mm, 500 x 650 mm,
Полиэтиленовый – 500 x 500 mm



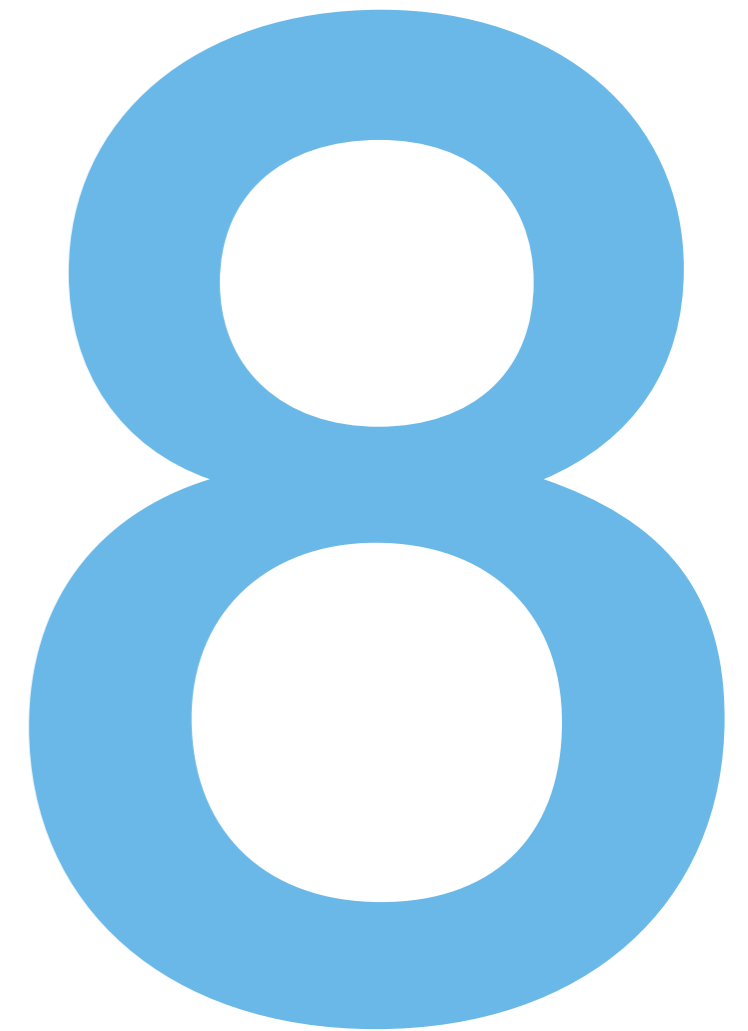
7.8

ПАКЕТЫ РОЗНИЦА. ГОРОД

ФОРМАТ: Майка – 380 x 650 mm, 430 x 700 mm, 620 x 890 mm
Полиэтиленовый – 500 x 500 mm



УПАКОВКА ОПС БУДУЩЕГО



8.1

КОНВЕРТ

ФОРМАТ: 162 x 114 mm, 220 x 110 mm, 229 x 162 mm,
324 x 229 mm, 353 x 250 mm

СКОТЧ
ШИРИНА: 50 mm

8.2

Отправитель

Адрес

Телефон



Индекс

Получатель

Адрес

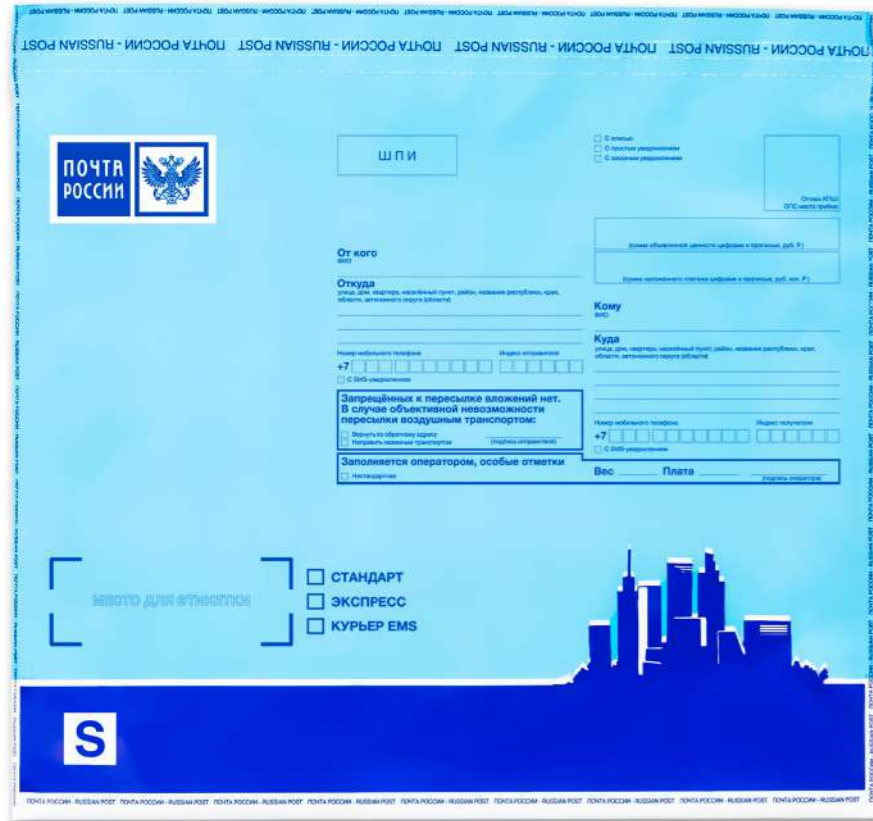
Телефон

Индекс



8.3

ПАКЕТ ПОЧТОВЫЙ ПОЛИЭТИЛЕНОВЫЙ
 ФОРМАТ: S – 280 x 380 mm, M – 360 x 500 mm,
 L – 500 x 545 mm, XL – 600 x 695 mm



8.4

КОНВЕРТ С ПРОСЛОЙКОЙ
ИЗ ВОЗДУШНО-ПУЗЫРЧАТОЙ ПЛЕНКИ
 ФОРМАТ: S – 270 x 200 mm, M – 320 x 260 mm



8.5

ТУБУС
ФОРМАТ ЭТИКЕТКИ: 244 x 620 mm



КОРОБКА

ФОРМАТ: S – 260 x 170 x 80 mm, M – 300 x 200 x 150 mm,
L – 400 x 270 x 180 mm, XL – 530 x 360 x 220 mm

8.6



9

**КОРПОРАТИВНАЯ
АТТРИБУТИКА**



ПОЧТА РОССИИ

Название презентации
Arial 36 pt

Lorem ipsum dolor sit amet
Подзаголовок Arial 24 pt

20 апреля 2015 г. Конфиденциально



ПОЧТА РОССИИ

1 Название раздела, Arial 18pt




ПОЧТА РОССИИ

Название презентации
Arial 36 pt

Lorem ipsum dolor sit amet
Подзаголовок Arial 24 pt

20 апреля 2015 г. Конфиденциально



ПОЧТА РОССИИ


1 Название раздела, Arial 18pt

Оглавление

Раздел 1	2
Раздел 2	6
Раздел 3	8
Раздел 4	12
Раздел 5	15
Раздел 6	18

>Lorem ipsum. Заголовок Arial 24 pt, максимум две строки



Вводный текст Arial 18 pt. Почта России предлагает юридическим лицам сотрудничество и открывает новые возможности присутствия вашего бизнеса в каждом населенном пункте России. Почта России работает для вас. Корпоративным клиентом может стать компания любого масштаба — юридическое лицо или индивидуальный предприниматель. Для этого необходимо заключить договор, предоставив пакет документов.



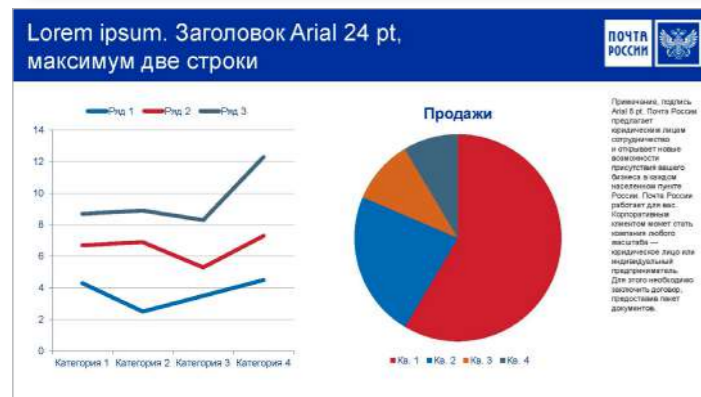
Оглавление

Раздел 1	2
Раздел 2	6
Раздел 3	8
Раздел 4	12
Раздел 5	15
Раздел 6	18

>Lorem ipsum. Заголовок Arial 24 pt, максимум две строки

Примечание, подпись, логотип. Почта России предлагает юридическим лицам сотрудничество и открывает новые возможности присутствия вашего бизнеса в каждом населенном пункте России. Почта России работает для вас. Корпоративным клиентом может стать компания любого масштаба — юридическое лицо или индивидуальный предприниматель. Для этого необходимо заключить договор, предоставив пакет документов.

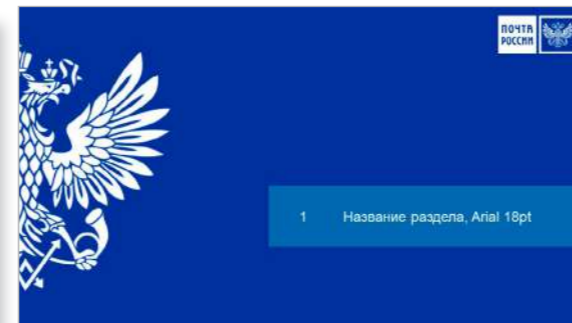
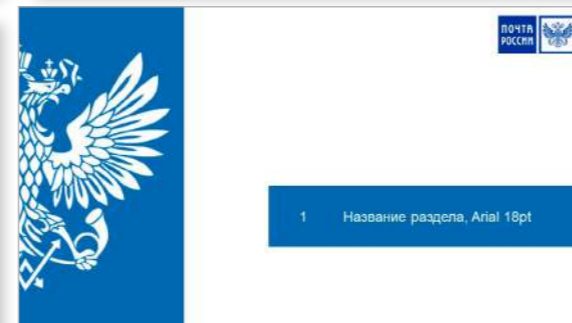


>Lorem ipsum. Заголовок Arial 24 pt, максимум две строки

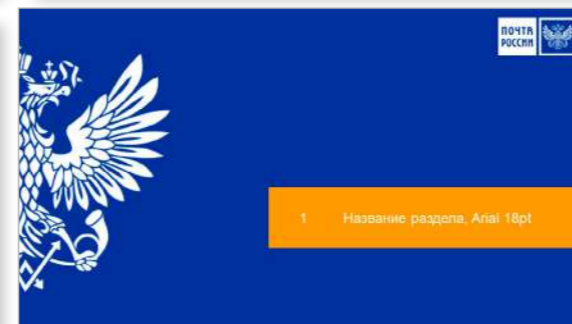
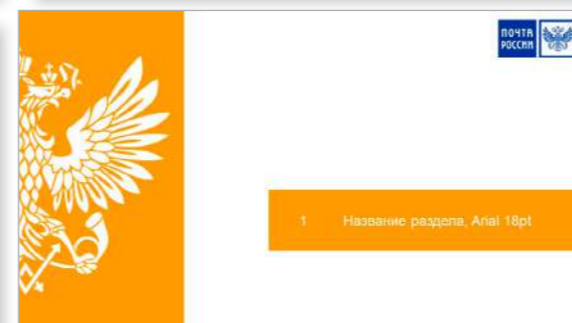
Секция 1	Секция 2	Секция 3	Секция 4	Секция 5	Секция 6	Секция 7	
Параметр 1	Инструкция		4	Удобно и просто отслеживать отправленные в наших мобильных приложениях		7	
Параметр 2	8	9	10	11	12	13	
Параметр 3	14	15	Отслеживание операций обработки РПО по почтовому идентификатору			19	
Параметр 4	20	21	22	23	24	25	
ИТОГО	Почтовый идентификатор: 11512780151384			29	Универсальные услуги почтовой связи		31



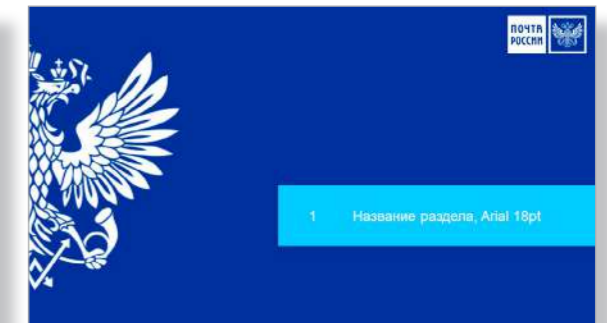
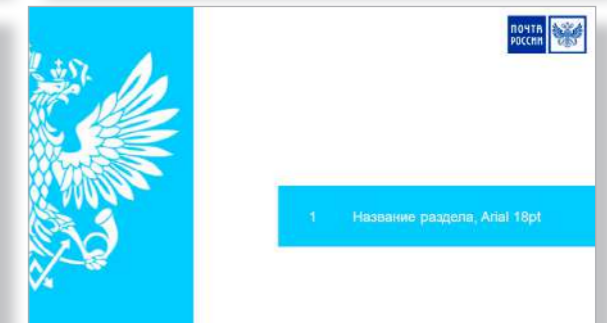
Почтовый блок

Почтовый блок
Инверсия

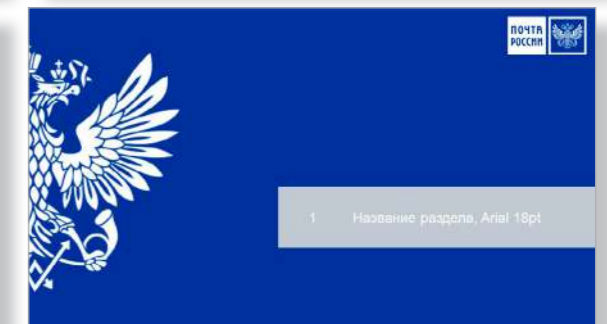
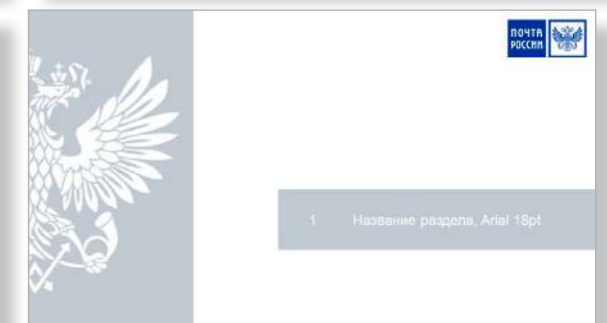
Посылочный блок

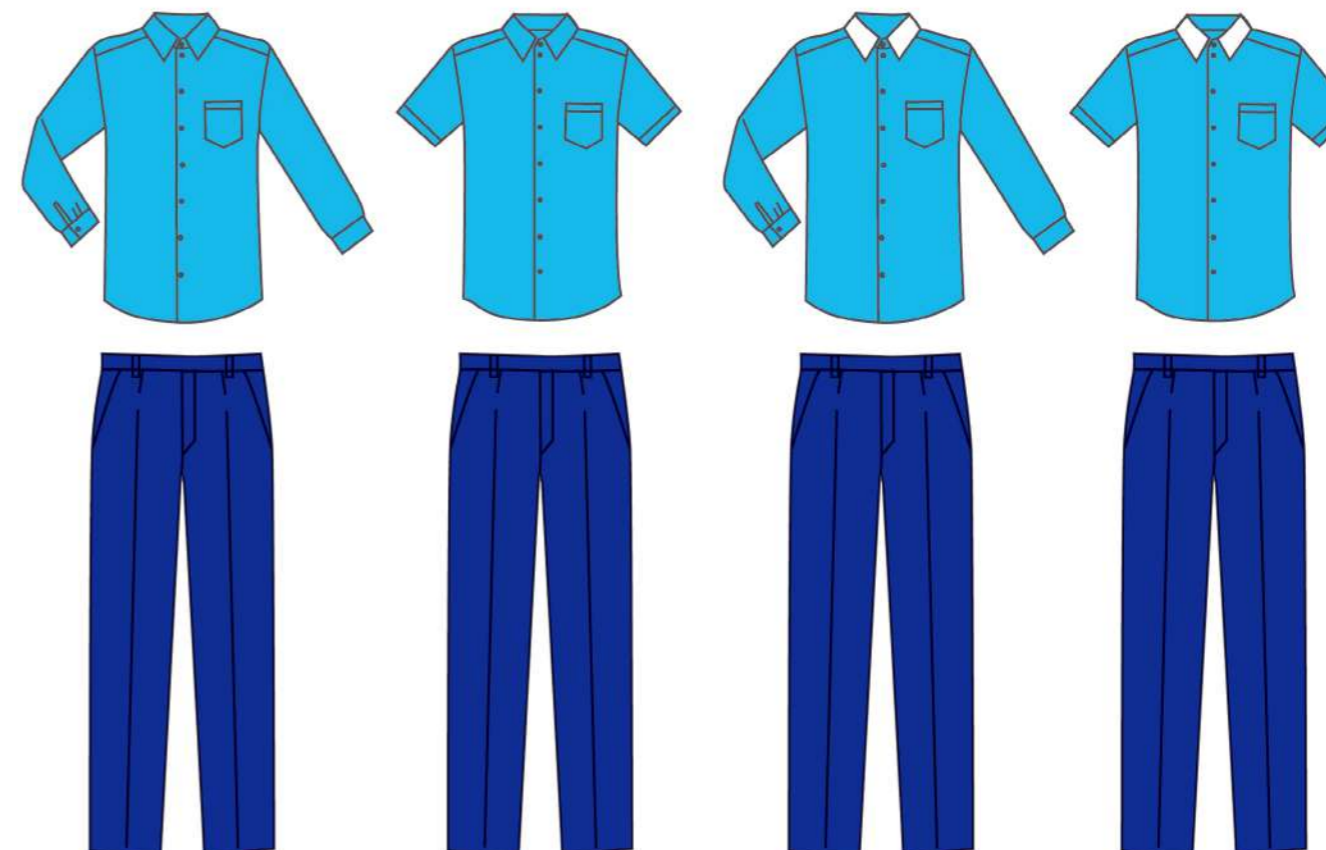
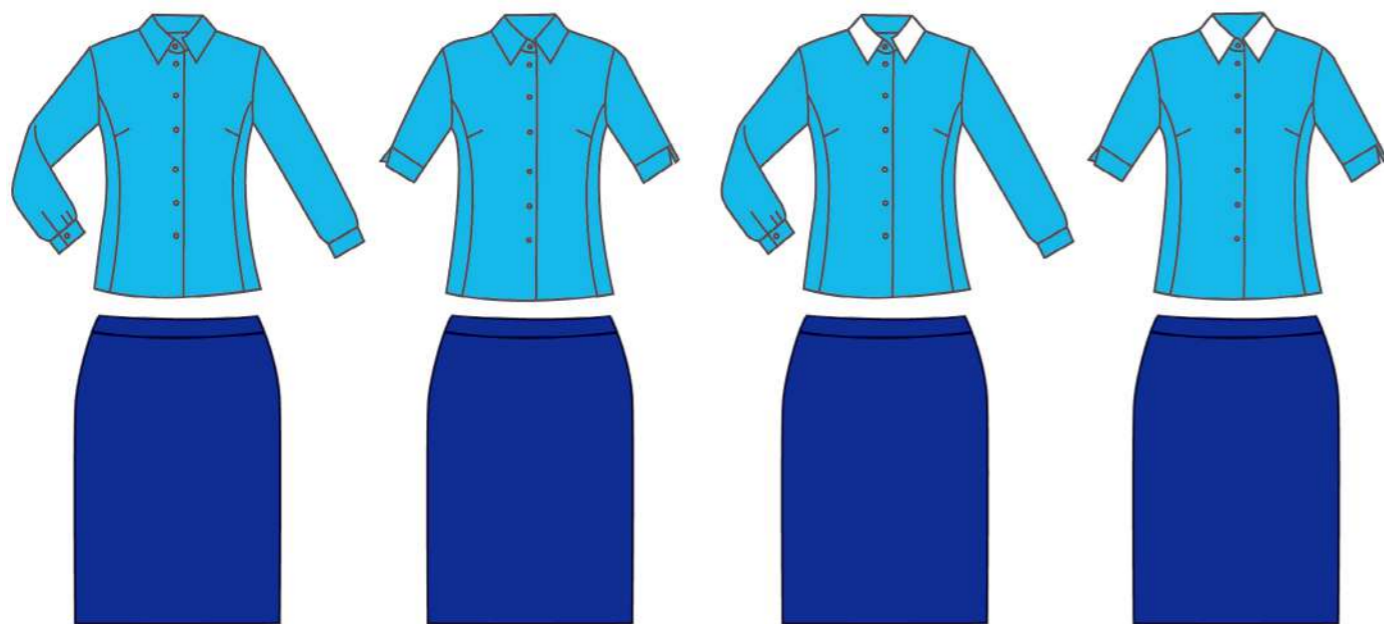
Посылочный блок
Инверсия

Финансовый блок

Финансовый блок
Инверсия

Руководство

Руководство
Инверсия



9.3

СУВЕНИРНАЯ ПРОДУКЦИЯ
СТАНДАРТНАЯ



СУВЕНИРНАЯ ПРОДУКЦИЯ
ПАТТЕРН

9.3



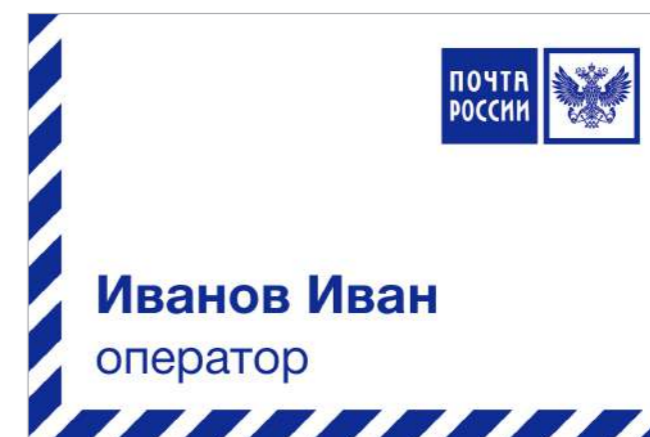
9.4

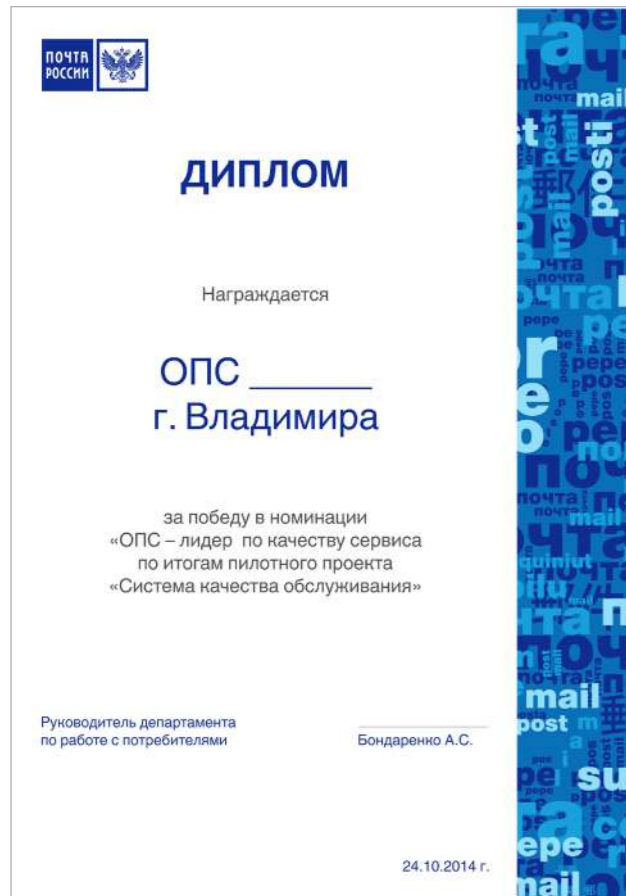
ПОЧТОВЫЕ ЯЩИКИ

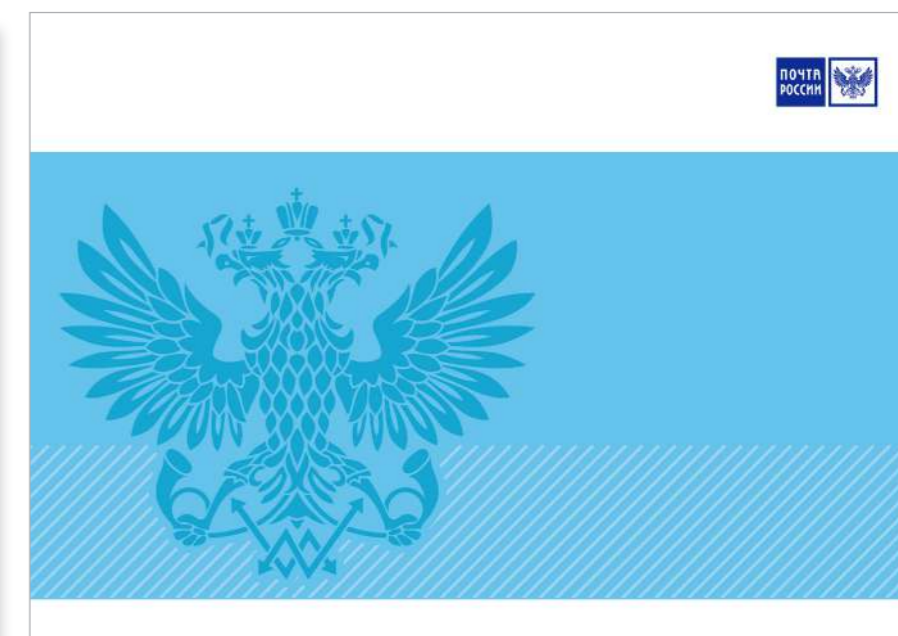
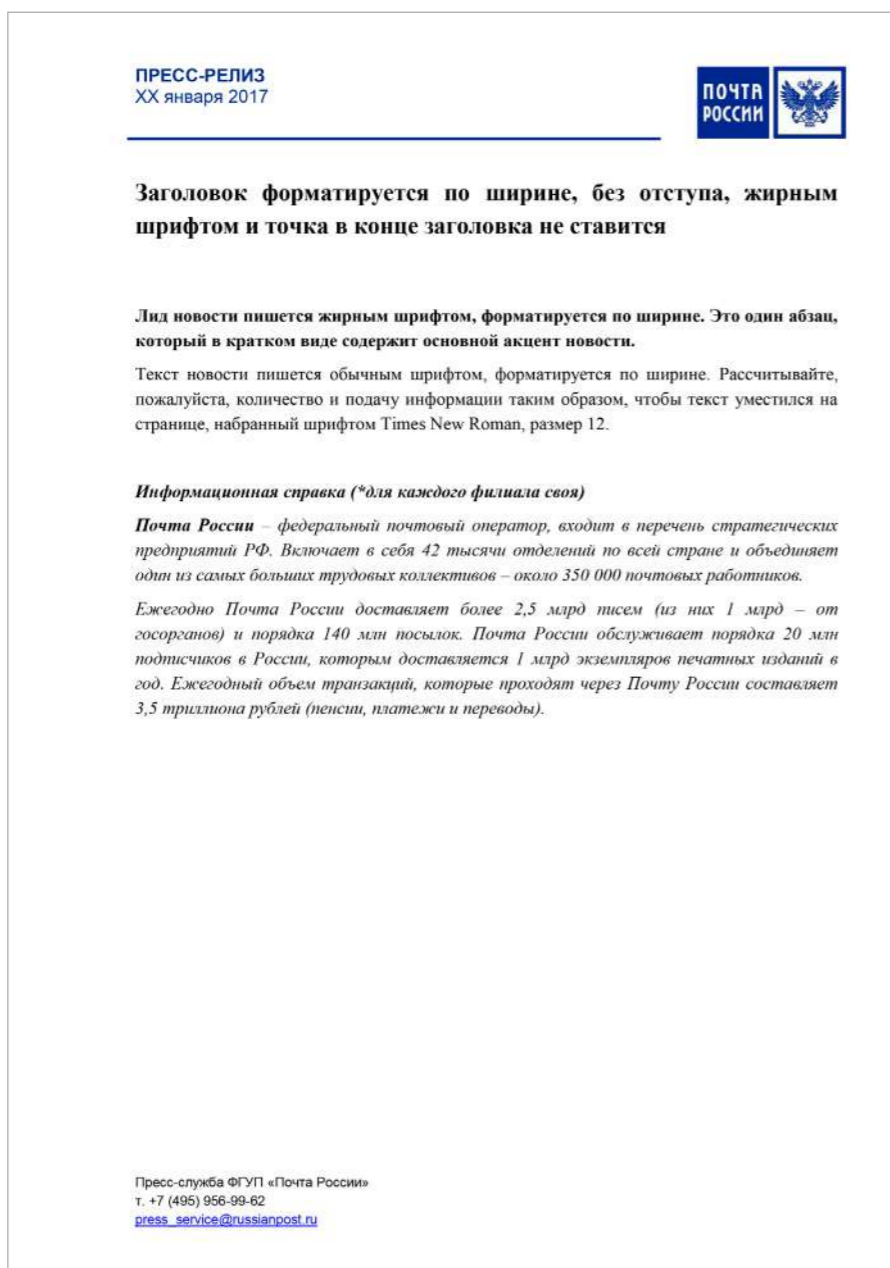


9.5

КОРПОРАТИВНЫЙ БЕЙДЖ
БЕЙДЖ ОПЕРАТОРА: 90 x 60 mm
БЕЙДЖ ДЛЯ МЕРОПРИЯТИЙ: 60 x 90 mm, 90 x 60 mm

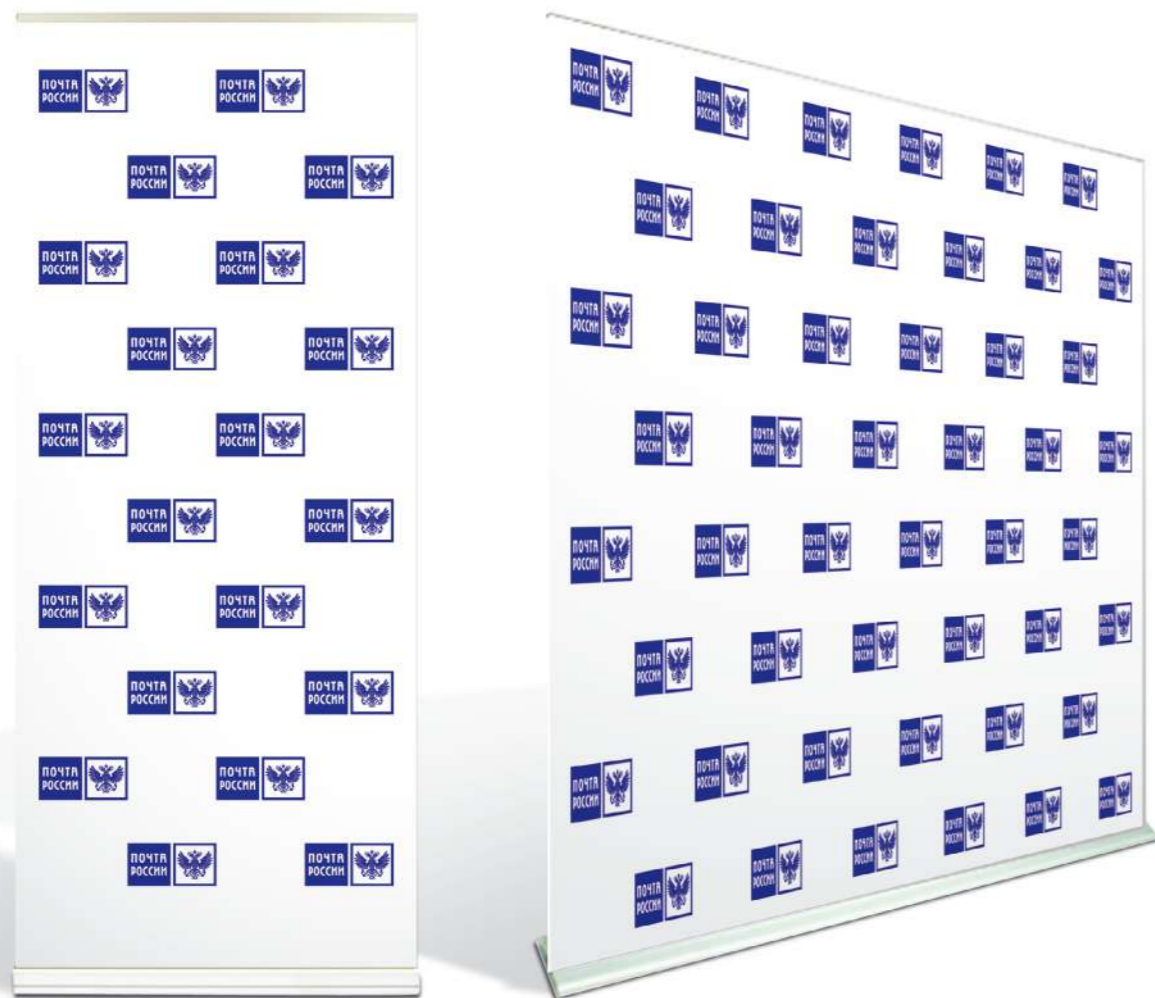






9.9

ОФОРМЛЕНИЕ МЕРОПРИЯТИЙ
СТАНДАРТНЫЕ ROLL UP И PRESS WALL



9.9

ОФОРМЛЕНИЕ МЕРОПРИЯТИЙ
ВАРИАНТЫ ФОРМЫ ДЛЯ СТЕНДИСТОВ



9.10

КОРПОРАТИВНЫЙ ФЛАГ
ФОРМАТЫ: 1,5 x 1 м; 1,5 x 4 м



КОНТАКТЫ

ФГУП «Почта России»
131000, г. Москва, Варшавское ш., д. 37
+7 (495) 956-20-67
pochta.ru

9.11