ГК «Садовое кольцо» провела масштабный ребрендинг

Тематика: **Недвижимость**
Корпоративные новости

Дата публикации: 18.01.2023

Дата мероприятия / события: 18.01.2023

г. Москва

Федеральный девелопер ГК «Садовое кольцо» представил свой обновленный бренд. В рамках ребрендинга в компании сформулирована новая платформа бренда, которая отражена в фирменном стиле и логотипе. Обновленный сайт компании будет представлен уже в апреле этого года.

Федеральный девелопер ГК «Садовое кольцо» представил свой обновленный бренд. В рамках ребрендинга в компании сформулирована новая платформа бренда, которая отражена в фирменном стиле и логотипе. Обновленный сайт компании будет представлен уже в апреле этого года.

Логотип компании теперь представлен в виде дома, где легко читаются буквы «С» и «К», что перекликается с новым слоганом девелопера — «Вы дома».

«Мы знаем, как построить «чувство дома», такое разное для каждого. Мы тщательно продумываем наши проекты, с особым вниманием к каждой детали и с заботой о человеке. Работая по всей России, мы знаем, как важно понимать традиции, культуру и стремления людей в каждом регионе. Наши проекты развивают городскую инфраструктуру и становятся её украшением. Мы работаем с уважением к городам, домам и людям и создаём проекты, где клиенты будут всегда чувствовать себя дома», — комментирует Илья Колунов, директор департамента маркетинга, рекламы и PR ГК «Садовое кольцо».

Обновленный фирменный шрифт имеет округлую форму, отсылая нас к названию компании «Садовое кольцо». Строгий, современный шрифт Basis Grotesque, разработанный Энтони Шеретом и Эддом Харрингтоном из Colophon Foundry, подчёркивает статус компании, делая бренд понятным потребителю, при этом не создает между ним и компанией дистанции и вызывает чувство надёжности.

Фирменные цвета также олицетворяют ценности компании: «человек в центре всего» — тёмно-зелёный является основным базовым цветом, на котором строятся элементы дизайна бренда, символизируя экосистему компании; «энергия развития» и «верность слову» — светлые оттенки зелёного подчёркивают открытость и надёжность по отношению к своим клиентам и партнёрам; «креативный взгляд» и «страсть к совершенству» — акцентный жёлтый символизирует клиента, на котором и сосредоточен фокус компании, тем самым выражая заботу о нём.

«Ребрендинг является важным для каждой компании этапом, его нельзя игнорировать — мы живем в мире, где для успеха важно оставаться современными. А бренд — это часто первое, с чем клиенты встречаются, и первое, что вспоминают, когда думают о нас. Сегодня наш логотип и фирменный стиль полностью не только соответствуют современным тенденциям, но и отражают ценности нашей компании», — отмечает Илья Колунов, директор департамента маркетинга, рекламы и PR ГК «Садовое кольцо».

В работе над ребрендингом ГК «Садовое кольцо» принимали участие крупные мировые брендинговые агентства Leo Burnett — разработка платформы бренда, и бюро VALUE — айдентика, лого и цветовые решения.

Постоянная ссылка на материал: http://smi2go.ru/publications/149235/