Фирменный стиль

WEBINCOM

WEBINCOM

Финальная версия логотипа

Доработанная пластика знака сделала его более динамичным и устремленным вверх, а выверенность пропорций создает ощущение стабильности и устойчивости.

Тепреь в нем прекрасно сочетаются и латинская буква W и растущий вверх график.

Отсутствие дополнительных элементов делает знак более лаконичным, четко считывемым и выглядящим престижно.

WEBINCOM

Open Sans Light

А Б В Г Д Е Ё Ж З И Й К Л М Н О П Р С Т У Ф Х Ц Ч Ш Щ Ъ Ы Ь Э Ю Я
а б в г д е ё ж з и й к л м н о п р с т у ф х ц ч ш щ ъ ы ь э ю я

A B C D E F G H I J K L N M O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l n m o p q r s t u v w x y z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! @ # $ % ^ & * ({ [ ] }) - / * +

Open Sans Light Italic

А Б В Г Д Е Ё Ж З И Й К Л М Н О П Р С Т У Ф Х Ц Ч Ш Щ Ъ Ы Ь Э Ю Я
а б в г д е ё ж з и й к л м н о п р с т у ф х ц ч ш щ ъ ы ь э ю я

A B C D E F G H I J K L N M O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l n m o p q r s t u v w x y z

*1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! @ # $ % ^ & * ({ [ ] }) - / * +*

Open Sans Regular

А Б В Г Д Е Ё Ж З И Й К Л М Н О П Р С Т У Ф Х Ц Ч Ш Щ Ъ Ы Ь Э Ю Я
а б в г д е ё ж з и й к л м н о п р с т у ф х ц ч ш щ ъ ы ь э ю я

A B C D E F G H I J K L N M O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l n m o p q r s t u v w x y z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! @ # $ % ^ & * ({ [ ] }) - / * +

Open Sans Italic

А Б В Г Д Е Ё Ж З И Й К Л М Н О П Р С Т У Ф Х Ц Ч Ш Щ Ъ Ы Ь Э Ю Я
а б в г д е ё ж з и й к л м н о п р с т у ф х ц ч ш щ ъ ы ь э ю я

A B C D E F G H I J K L N M O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l n m o p q r s t u v w x y z

*1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! @ # $ % ^ & * ({ [ ] }) - / * +*

Open Sans Semibold

А Б В Г Д Е Ё Ж З И Й К Л М Н О П Р С Т У Ф Х Ц Ч Ш Щ Ъ Ы Ь Э Ю Я
а б в г д е ё ж з и й к л м н о п р с т у ф х ц ч ш щ ъ ы ь э ю я

A B C D E F G H I J K L N M O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l n m o p q r s t u v w x y z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! @ # $ % ^ & * ({ [ ] }) - / * +

Open Sans Semibold Italic

А Б В Г Д Е Ё Ж З И Й К Л М Н О П Р С Т У Ф Х Ц Ч Ш Щ Ъ Ы Ь Э Ю Я
а б в г д е ё ж з и й к л м н о п р с т у ф х ц ч ш щ ъ ы ь э ю я

A B C D E F G H I J K L N M O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l n m o p q r s t u v w x y z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! @ # $ % ^ & * ({ [ ] }) - / * +

Open Sans Bold

А Б В Г Д Е Ё Ж З И Й К Л М Н О П Р С Т У Ф Х Ц Ч Ш Щ Ъ Ы Ь Э Ю Я
а б в г д е ё ж з и й к л м н о п р с т у ф х ц ч ш щ ъ ы ь э ю я

A B C D E F G H I J K L N M O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l n m o p q r s t u v w x y z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! @ # $ % ^ & * ({ [ ] }) - / * +

Open Sans Bold Italic

А Б В Г Д Е Ё Ж З И Й К Л М Н О П Р С Т У Ф Х Ц Ч Ш Щ Ъ Ы Ь Э Ю Я
а б в г д е ё ж з и й к л м н о п р с т у ф х ц ч ш щ ъ ы ь э ю я

A B C D E F G H I J K L N M O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l n m o p q r s t u v w x y z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! @ # $ % ^ & * ({ [ ] }) - / * +

Open Sans Extrabold

А Б В Г Д Е Ё Ж З И Й К Л М Н О П Р С Т У Ф Х Ц Ч Ш Щ Ъ Ы Ь Э Ю Я
а б в г д е ё ж з и й к л м н о п р с т у ф х ц ч ш щ ъ ы ь э ю я

A B C D E F G H I J K L N M O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l n m o p q r s t u v w x y z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! @ # $ % ^ & * ({ [ ] }) - / * +

Open Sans Extrabold Italic

А Б В Г Д Е Ё Ж З И Й К Л М Н О П Р С Т У Ф Х Ц Ч Ш Щ Ъ Ы Ь Э Ю Я
а б в г д е ё ж з и й к л м н о п р с т у ф х ц ч ш щ ъ ы ь э ю я

A B C D E F G H I J K L N M O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l n m o p q r s t u v w x y z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! @ # $ % ^ & * ({ [ ] }) - / * +

Фирменный шрифт

Open Sans - открытый современный гротеск, отлично подходит как для набора больших текстов так и для заголовков. В нашем строгом фирменном стиле он будет как никогда кстати.

Гарнитура содержит 10 начертаний: от тонкого до супержирного.

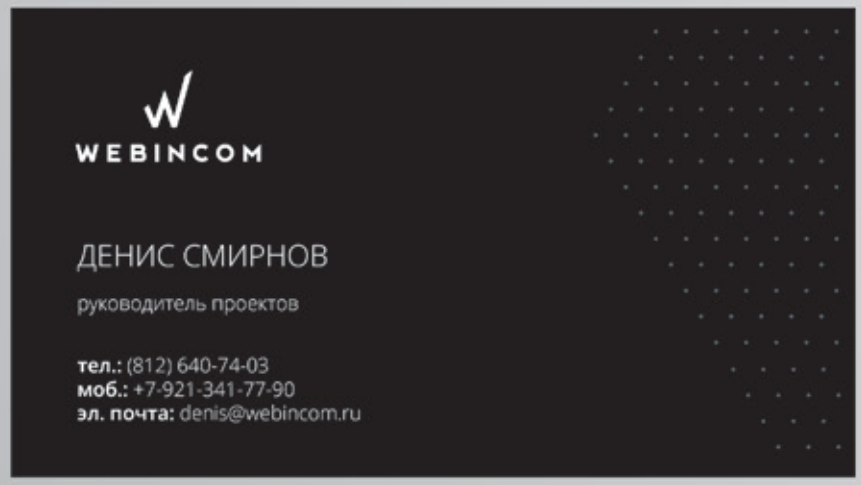
А самое главное, что он совершенно бесплатный! Скачать и ознакомиться с лицензией можно тут: www.opensans.com

Визитная карточка

Двусторонняя, приятной толщины и на плотной бумаге.
В фирменном стиле появляется ярко-бирюзовый цвет,который появляется только изредка, символизируя, что под дорогой наружностью фирменного стиля кроется его истинное лицо, распологаюющее к доверию и создающее ощущение спокойствия.

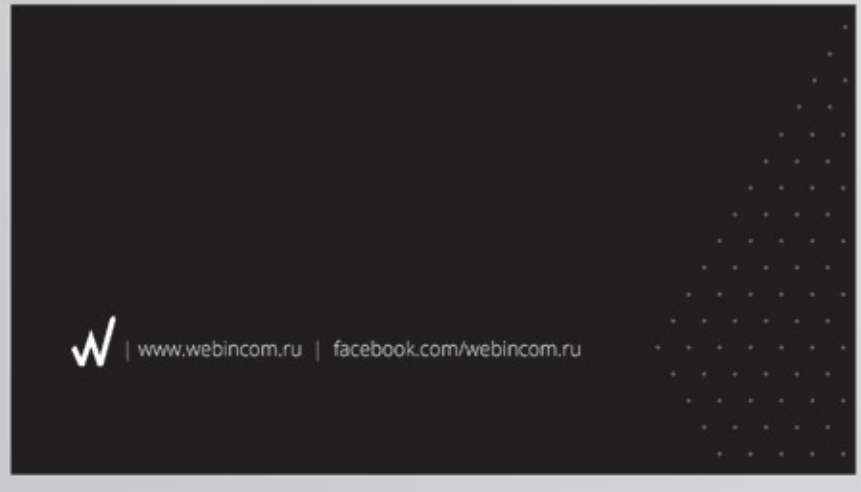
Геометрический паттерн, придающий дополнительную динамику, можно наностить как простой печатью, так и дополнительно выделять УФ-лаком, что добавит интересных тактильных ощущений тому, у кого окажется в руках эта визитка.

Логотип можно сделать термоподъемом.



Данные четко разделены. На одной стороне персональная информация о работнике, а на второй - корпоративная.

Как правило, человеку имеющему визитку, общая информация о компании уже не столь нужна.



Фирменный бланк

Шутки в сторону. Тут все максимально строго и лаконично. Отлично обрамляет собой договора и коммерческие предложения.

WEBINCOM

пр. Юрия Гагарина, д. 2, оф. 7-10
Санкт-Петербург, 196105

тел./факс: (812) 640-74-03 | (812) 378-69-26
эл. почта: info@webincom.ru

www.webincom.ru

Webmasters and content providers began optimizing sites for search engines in the mid-1990s, as the first search engines were cataloging the early Web. Initially, all webmasters needed to do was to submit the address of a page, or URL, to the various engines which would send a "spider" to "crawl" that page, extract links to other pages from it, and return information found on the page to be indexed.[2] The process involves a search engine spider downloading a page and storing it on the search engine's own server, where a second program, known as an indexer, extracts various information about the page, such as the words it contains and where these are located, as well as any weight for specific words, and all links the page contains, which are then placed into a scheduler for crawling at a later date.

Site owners started to recognize the value of having their sites highly ranked and visible in search engine results, creating an opportunity for both white hat and black hat SEO practitioners. According to industry analyst Danny Sullivan, the phrase "search engine optimization" probably came into use in 1997.[3] The first documented use of the term Search Engine Optimization was John Audette and his company Multimedia Marketing Group as documented by a web page from the MMG site from August, 1997.[4]

Early versions of search algorithms relied on webmaster-provided information such as the keyword meta tag, or index files in engines like ALIWEB. Meta tags provide a guide to each page's content. Using meta data to index pages was found to be less than reliable, however, because the webmaster's choice of keywords in the meta tag could potentially be an inaccurate representation of the site's actual content. Inaccurate, incomplete, and inconsistent data in meta tags could and did cause pages to rank for irrelevant searches.[5][dubious – discuss] Web content providers also manipulated a number of attributes within the HTML source of a page in an attempt to rank well in search engines.[6]

By relying so much on factors such as keyword density which were exclusively within a webmaster's control, early search engines suffered from abuse and ranking manipulation. To provide better results to their users, search engines had to adapt to ensure their results pages showed the most relevant search results, rather than unrelated pages stuffed with numerous keywords by unscrupulous webmasters. Since the success and popularity of a search engine is determined by its ability to produce the most relevant results to any given search, allowing those results to be false would turn users to find other search sources. Search engines responded by developing more complex ranking algorithms, taking into account additional factors that were more difficult for webmasters to manipulate. Graduate students at Stanford University, Larry Page and Sergey Brin, developed "Backrub," a search engine that relied on a mathematical algorithm to rate the prominence of web pages. The number calculated by the algorithm, PageRank, is a function of the quantity and strength of inbound links.[7] PageRank estimates the likelihood that a given page will be reached by a web user who randomly surfs the web, and follows links from one page to another. In effect, this means that some links are stronger than others, as a higher PageRank page is more likely to be reached by the random surfer.

Page and Brin founded Google in 1998. Google attracted a loyal following among the growing number of Internet users, who liked its simple design.[8] Off-page factors (such as PageRank and hyperlink analysis) were considered as well as on-page factors (such as keyword frequency, meta tags, headings, links and site structure) to enable Google to avoid the kind of manipulation seen in search engines that only considered on-page factors for their rankings. Although PageRank was more difficult to game, webmasters had already developed link building tools and schemes to influence the Inktomi search engine, and these methods proved similarly applicable to gaming PageRank. Many sites focused on exchanging, buying, and selling links, often on a massive scale. Some of these schemes, or link farms, involved the creation of thousands of sites for the sole purpose of link spamming.

Фирменная папка

Тут снова появляется бирюзовый цвет, но только внутри

Было бы отлично, если бы была возможность подобрать развертку максимально похожую на представленную или заказать конкретно такую. В хороших типографиях подобные услуги оказываются за дополнительную плату.

Строгие прямые углы дополнительно подчеркнут всю сторогость и выдержанность фирменного стиля.

WEBINCOM
WEBINCOM
WEBINCOM
www.webincom.ru | facebook.com/webincom.ru
WEBINCOM
ДЕНИС СМИРНОВ
WEBINCOM

Наклейка

Круглая, напоминающая разговорный баббл из комиксов, говорит, что компания готова к общению.

Также возможен альтернативный вариант, напоминающий иконку iOS.

WEBINCOM

WEBINCOM

Спасибо за внимание.