



# Содержание

<b>1</b>	<b>Платформа бренда</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>Коммуникационная платформа</b>	<b>16</b>	<b>3</b>	<b>Tone of voice</b>	<b>21</b>
1.1	Общий инсайт	5	2.1	Рациональное сообщение	17	3.1	Образ бренда	22
1.2	Позиционирование	6	2.2	Эмоциональное сообщение	18	3.2	Бренд звучит как	23
1.3	Sensydiam map	7	2.3	Ключевое сообщение	19	3.3	Основные правила и принципы	24
1.4	Ценности бренда	8	2.4	Позиционирующий слоган	20	3.4	О тональности бренда	25
1.5	Обещания бренда	9				3.5	Принципы речи онлайн и оффлайн	26
1.6	Причины верить (RTB)	10				3.6	Принцип употребления названия компании	27
1.7	Архетип бренда	11				3.7	Семантические поля	28
1.8	Миссия бренда	12				3.8	Как мы не говорим	29
1.9	Видение бренда	13				3.9	Примеры	30
1.10	Суть бренда	14						
1.11	Пирамида бренда	15						

<b>4</b>	<b>Гайдлайны</b>	<b>33</b>	<b>6</b>	<b>Цвета</b>	<b>50</b>	<b>9.4</b>	<b>Квадратный макет</b>	<b>75</b>
<b>5</b>	<b>Логотип</b>	<b>34</b>	<b>6.1</b>	<b>Фирменная палитра</b>	<b>51</b>	<b>9.5</b>	<b>Примеры</b>	<b>76</b>
<b>5.1</b>	<b>Происхождение знака</b>	<b>35</b>	<b>6.2</b>	<b>Пропорции использования</b>	<b>52</b>	<b>10</b>	<b>Графический ход</b>	<b>77</b>
<b>5.2</b>	<b>Кириллическая версия</b>	<b>36</b>	<b>6.3</b>	<b>Цвет в типографике</b>	<b>57</b>	<b>10.1</b>	<b>Базовый элемент</b>	<b>78</b>
<b>5.3</b>	<b>Латинская версия</b>	<b>37</b>	<b>7</b>	<b>Фотостиль</b>	<b>58</b>	<b>10.2</b>	<b>Трансформация</b>	<b>79</b>
<b>5.4</b>	<b>Построение знака</b>	<b>38</b>	<b>7.1</b>	<b>Примеры стиля</b>	<b>59</b>	<b>10.3</b>	<b>Допустимые варианты использования</b>	<b>84</b>
<b>5.5</b>	<b>Конструкция</b>	<b>39</b>	<b>8</b>	<b>Типографика</b>	<b>62</b>	<b>11</b>	<b>Носители</b>	<b>86</b>
<b>5.6</b>	<b>Рифмы знака и вордмарка</b>	<b>40</b>	<b>8.1</b>	<b>Основной шрифт</b>	<b>63</b>	<b>11.1</b>	<b>Аватар</b>	<b>87</b>
<b>5.7</b>	<b>Масштабирование</b>	<b>41</b>	<b>8.2</b>	<b>Конфигурация</b>	<b>64</b>	<b>11.2</b>	<b>Мерч</b>	<b>89</b>
<b>5.8</b>	<b>Охранные поля</b>	<b>43</b>	<b>8.3</b>	<b>Начертания</b>	<b>65</b>	<b>11.3</b>	<b>Пост</b>	<b>90</b>
<b>5.9</b>	<b>Допустимые композиции</b>	<b>44</b>	<b>8.4</b>	<b>Межстрочный интервал</b>	<b>66</b>	<b>11.4</b>	<b>Буклет</b>	<b>91</b>
<b>5.10</b>	<b>Недопустимые композиции</b>	<b>45</b>	<b>8.5</b>	<b>Дополнительный шрифт</b>	<b>67</b>	<b>11.5</b>	<b>Стенд</b>	<b>92</b>
<b>5.11</b>	<b>Использование полноцветной версии</b>	<b>46</b>	<b>9</b>	<b>Модульная сетка</b>	<b>71</b>	<b>11.6</b>	<b>Сайт</b>	<b>93</b>
<b>5.12</b>	<b>Использование однитонной версии</b>	<b>47</b>	<b>9.1</b>	<b>Построение</b>	<b>72</b>			
<b>5.13</b>	<b>Недопустимые варианты использования</b>	<b>49</b>	<b>9.2</b>	<b>Горизонтальный макет</b>	<b>73</b>			
			<b>9.3</b>	<b>Вертикальный макет</b>	<b>74</b>			

# 1 Платформа бренда

Я постоянно стремлюсь развивать себя и все вокруг, чтобы оставаться стабильно успешным, но не всегда для этого находятся соответствующие и своевременные ресурсы.

# Пионер комплексного подхода в области *identity security*

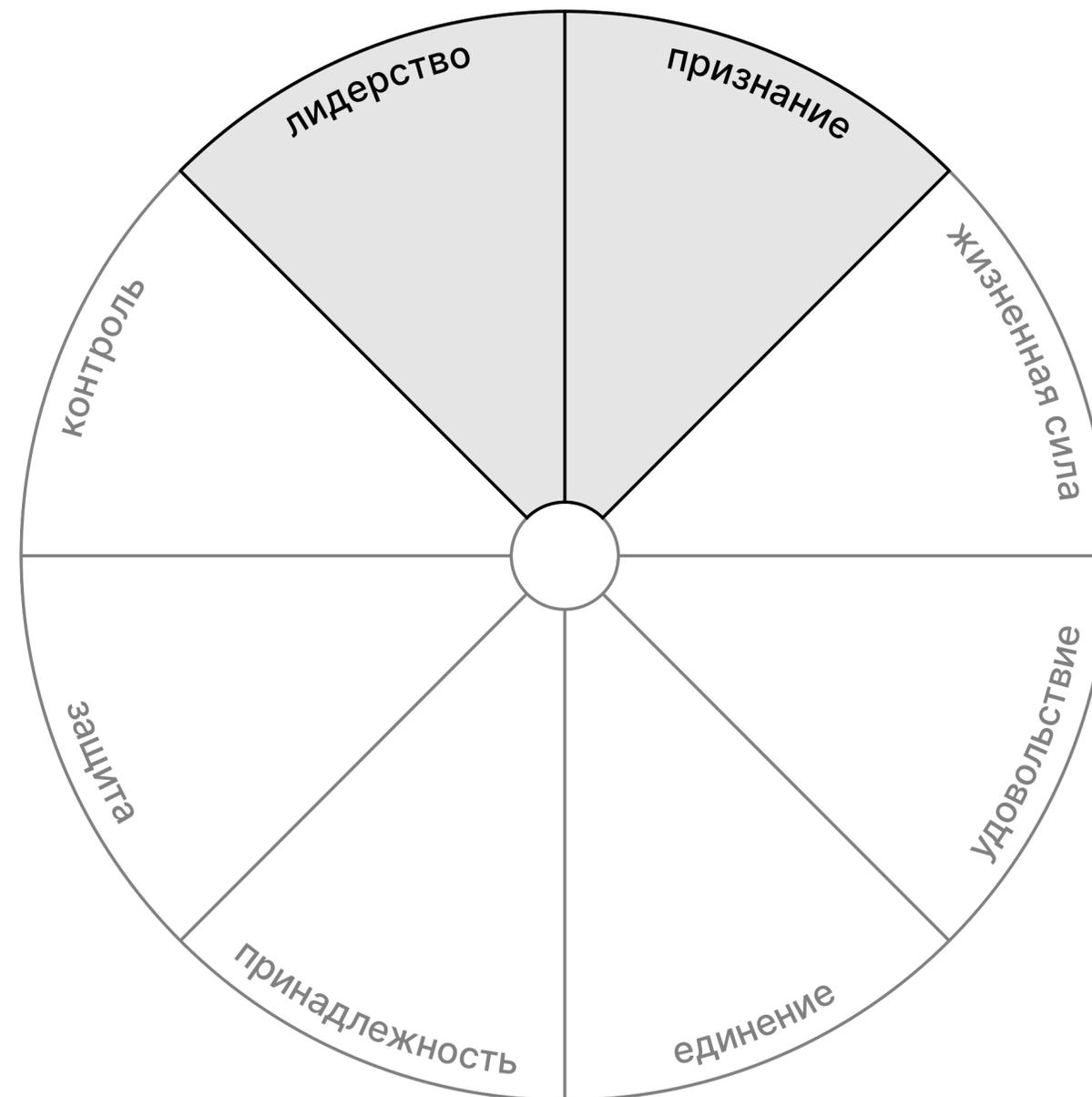
Мы транслируем эволюцию подхода к защите identity. Проактивно совершенствуясь, мы помогаем нашим клиентам становиться визионерами в своём деле, наращивать свои профессиональные компетенции и усиливать процессы управления безопасностью данных компании, оставаясь на шаг впереди трансформирующихся угроз.

# Лидерство и признание

Играя в эмоциональном сегменте Признания, мы акцентируем внимание на экспертности, самосовершенствовании и исключительных компетенциях, тем самым подчёркивая свои лидерские позиции (Лидерство).

Мы обращаемся к глубинной потребности специалистов по информационной безопасности чувствовать, что их работа действительно важна, а профессионализм авторитетен. В мире, где «надо бежать, чтобы стоять на месте» профессионалов волнует усиление мастерства, непрерывное поддержание своих компетенций на актуальном уровне и заметность позитивных результатов их работы.

Мы показываем, что Индид как лидер в своём сегменте подчёркивает и выводит на новый уровень их экспертизу в поддержании безопасности бизнеса.



## Технологичность

Мы стремимся предоставить нашим клиентам инструменты, которые соответствуют современным вызовам и позволяют им показывать исключительные результаты в управлении корпоративной безопасностью.

## Проактивность

Мы ценим проактивный подход как в развитии собственных продуктов, так и в поддержке наших клиентов. Индид постоянно совершенствуется и внедряет инновационные решения, которые позволяют специалистам предвосхищать изменения и оставаться впереди.

## Экспертность

Благодаря своей глубокой экспертизе Индид гарантирует непрерывность и стабильность в работе своих клиентов, предоставляя им уверенность в защите identity даже в условиях интенсивных трансформаций.

## Человечность

Мы знаем, что за каждым успешным бизнесом стоят люди, и признаем важность их труда. Индид не просто технологическая компания, но и партнёр, который понимает профессионалов информационной безопасности и их стремления к лучшим результатам.

### **Эмоциональные обещания**

- Желание совершенствоваться
- Авторитетность
- Уверенность
- Внимание
- Уважение

### **Функциональные обещания**

- Высокая степень безопасности
- Глубокая экспертиза
- Компетентный сервис
- Комплексный подход

## Коммуникационные RTB

- Проактивная работа с маркетинговыми коммуникациями: участие в отраслевых мероприятиях, размещение экспертных материалов в отраслевых медиа, запоминающийся мерч
- Неординарная программа лояльности для клиентов с учётом индивидуальных особенностей клиентов
- Тесное взаимодействие и непрерывное поддержание связей с комьюнити
- Серия ярких промо-роликов о новом подходе
- Говорим с людьми, рассказываем о людях
- Образовательные инициативы

## Фактические RTB

- Присутствие на рынке более 15 лет, опыт ключевых сотрудников насчитывает более 10 лет, они имеют профильное высшее образование и задают стандарты в отрасли
- Проактивный подход к разработке продуктов на основе глубокого исследования тенденций ИБ
- Персонализированный подход к работе с клиентами, реагирование на запросы 24/7
- Системное решение вопросов управления безопасностью identity
- Продукты соответствуют требованиям российских регуляторов

# Мудрый герой

Мудрый герой – это бесстрашный и решительный бренд, который может решить все проблемы и мотивировать на развитие, используя свою глубокую экспертизу и знания.

Мы выбираем Мудрого героя, потому что наши клиенты ищут сильного и решительного партнёра, который отвечает за свой продукт, транслирует готовность решать даже самые сложные проблемы, при этом подходя к этому рационально и основываясь на глубоком понимании сути.

**Быть драйвером эволюции  
компетенций в управлении  
безопасностью айдентити**

**Стать ключевым игроком  
в *identity security* на рынке**

**Пионер комплексного  
подхода в области  
identity security**

<b>Суть</b>	Пионер комплексного подхода в области identity security	
<b>Ценности</b>	Технологичность / Проактивность / Человечность / Экспертность	
<b>Архетип</b>	Мудрый герой	
<b>Обещания</b>	<b>Функциональные</b> Глубокая экспертность / Комплексный подход / Компетентный сервис / Высокая степень безопасности	<b>Фактические</b> Присутствие на рынке более 15 лет, опыт ключевых сотрудников насчитывает более 10 лет, они имеют профильное высшее образование и задают стандарты в отрасли / Системное решение вопросов управления безопасностью identity / Персонализированный подход к работе с клиентами, реагирование на запросы 24/7 / Полностью собственная разработка / Продукты соответствуют требованиям российских регуляторов / Проактивный подход к разработке продуктов на основе глубокого исследования тенденций ИБ
<b>Атрибуты (RTB)</b>	<b>Эмоциональные</b> Уважение / Внимание / Авторитетность / Уверенность / Желание совершенствоваться	<b>Коммуникационные</b> Тесное взаимодействие и непрерывное поддержание связей с комьюнити / Неординарная программа лояльности для клиентов с учётом индивидуальных особенностей клиентов / Говорим с людьми, рассказываем о людях / Проактивная работа с маркетинговыми коммуникациями: участие в отраслевых мероприятиях, размещение экспертных материалов в отраслевых медиа, запоминающийся мерч / Образовательные инициативы / Серия ярких промо-роликов о новом подходе
<b>Позиционирование</b>	Пионер комплексного подхода в области identity security. Мы транслируем эволюцию подхода к защите identity. Проактивно совершенствуясь, мы помогаем нашим клиентам становиться визионерами в своём деле, наращивать свои профессиональные компетенции и усиливать процессы управления безопасностью данных компании, оставаясь на шаг впереди трансформирующихся угроз.	
<b>Инсайт аудитории</b>	Я постоянно стремлюсь развивать себя и все вокруг, чтобы оставаться стабильно успешным, но не всегда для этого находятся соответствующие и своевременные ресурсы	
<b>Ситуация потребления</b>	Необходимость усовершенствовать систему корпоративной безопасности данных	
<b>Рынок</b>	Продукты для информационной безопасности	
<b>ЦА</b>	Директора и специалисты по информационной безопасности	



Рассказывает об осязаемых отличительных особенностях продукта, которые поддерживаются весомыми фактами (RTB). Функциональные преимущества продукта.

# Комплексный подход в *identity security*

Рассказывает о ключевых ценностях бренда, характере (личности) бренда, поддерживаемых эмоциональными RTB.

# Эволюция компетенций и новаций

Ключевое сообщение сочетает в себе рациональное и эмоциональное сообщения. Формулирует то, «что» бренд хочет сказать аудитории.

**Комплексный подход,  
с которым чувствуешь  
эволюцию собственных  
компетенций**

**Комплексные решения  
в области безопасности  
айдентити**

3

# Tone of voice (тональность)

Чтобы правильно применить тональность бренда, представьте, что бренд — это человек.

# Образ бренда, как человека

### Бренд звучит как

Амбициозный и харизматичный эксперт, уверенный в том, что он делает, уверенный в тех, для кого он делает.

Мы любим технологии, новаторство, идейность, уважаем настоящих профессионалов своего дела, ценим их работу и помогаем сделать шаг вперёд к совершенствованию своих компетенций и личной экспертности в глазах бизнеса и профессионального комьюнити.

### Любит говорить о

Эволюции технологий и преимуществах комплексного подхода к защите айдентити.

Профессионалах информационной безопасности, важности и сложности их работы, их экспертности и компетенциях.

О развитии сферы информационной безопасности.

Успешном нивелировании возможных негативных сценариев даже в самых критических ситуациях.

О личных победах и свершениях команды, трансформациях и развитии компании.

### Не любит говорить о

Панике и страхе перед меняющимися угрозами.

Крайней критичности, безвыходности и невозможности повлиять на ситуацию.

### Потому что

Мы по архетипу мудрый герой, можем решить все проблемы и мотивировать на развитие, используя свои глубокие знания и экспертизу.

Мы предоставляем эффективные комплексные решения для профессионалов, которые хотят совершенствовать свои компетенции и ценят стабильную эффективность в защите данных, даём силу предотвращать сложности и угрозы.

Уделяем большое внимание тому, чтобы делать заметнее профессиональную область identity security, её специалистов и их экспертность.

## Лексика

Не усложняем текст обилием однотипных конструкций и сложных слов (вне профессиональной терминологии).

Часто используем слова вроде «вместе», «мы», «помогаем», «поддерживаем», чтобы подчеркнуть партнёрские отношения.

Часто употребляем слова, подчёркивающие экспертность и готовность к действиям: «решаем», «ведём вперёд», «уверены», но без резкости или высокомерия.

Акцентируем внимание на решениях и возможностях, а не проблемах.

## Грамматика

Используем активные конструкции, которые делают фразы более динамичными и вовлекающими (например, «мы разрабатываем», «мы поддерживаем», вместо «разработка ведётся», «мы можем поддерживать»).

## Пунктуация

Используем восклицательные знаки, когда нужно подчеркнуть важность, но в меру, чтобы не звучать излишне эмоционально.

Отдаём предпочтение коротким предложениям, которые легко воспринимаются, избегая длинных и перегруженных предложений.

Иногда используем тире, чтобы привлечь внимание и вовлечь аудиторию, создавая чувство диалога.

## Обращения

Там, где это возможно, обращаемся к аудитории напрямую («вы», «ваши задачи», «вам предоставляется»), что создаёт ощущение личной вовлеченности.

Коммуникация бренда дружелюбна, она сочетает в себе экспертность с открытостью и готовностью помочь.

Мы стремимся создавать уверенную, но при этом доступную атмосферу, где наши клиенты и партнёры чувствуют, что мы не только понимаем их потребности, но и поддерживаем их на пути к лучшим решениям. Наш язык основывается на ясных и понятных формулировках без консервативных и кондовых формулировок, делаем акцент на сотрудничестве, а также на уважении к профессионализму аудитории.

Мы говорим с уверенностью, но избегаем резкости — вместо этого, в каждом сообщении чувствуется готовность помочь и поделиться своими знаниями, чтобы клиенты чувствовали, что они работают с командой, которая искренне заботится об их успехе и безопасности.

В особых случаях, где уместен исключительно официальный стиль общения, мы используем формальный полутон, говорим фактами и цифрами, соблюдаем традиционные правила коммуникационной этики.

Примеры случаев: GR-коммуникации, пресс-релизы для узкопрофильных и бизнес медиа.

### **Не текстом единым**

Мы стараемся разнообразить коммуникацию за счет различных контентных форматов — больше инфографики, видео, анимации, аудио.

### **Технологии — продолжение человека**

Мы не говорим о технологиях в отрыве от человека.  
Подсвечиваем свои компетенции как команды профессионалов,  
говорим о профессиональном развитии клиентов.

### **Мы — пионеры**

Не стесняемся говорить о своем первенстве и уникальности,  
стремлениях менять парадигмы и подходы.

## 3.6

### Принцип употребления названия компании

Переменные ↓

**Разработчик**  
**Технологии**  
**Эксперты**  
**Компания**  
**Команда**  
**Вендор**

Константа ↓

# Индид

В заголовках и названиях спецпроектов может быть без кавычек. В тексте, в соответствии с нормами русского языка, в кавычках:

Команда «Индид» выступила стратегическим партнером конференции.

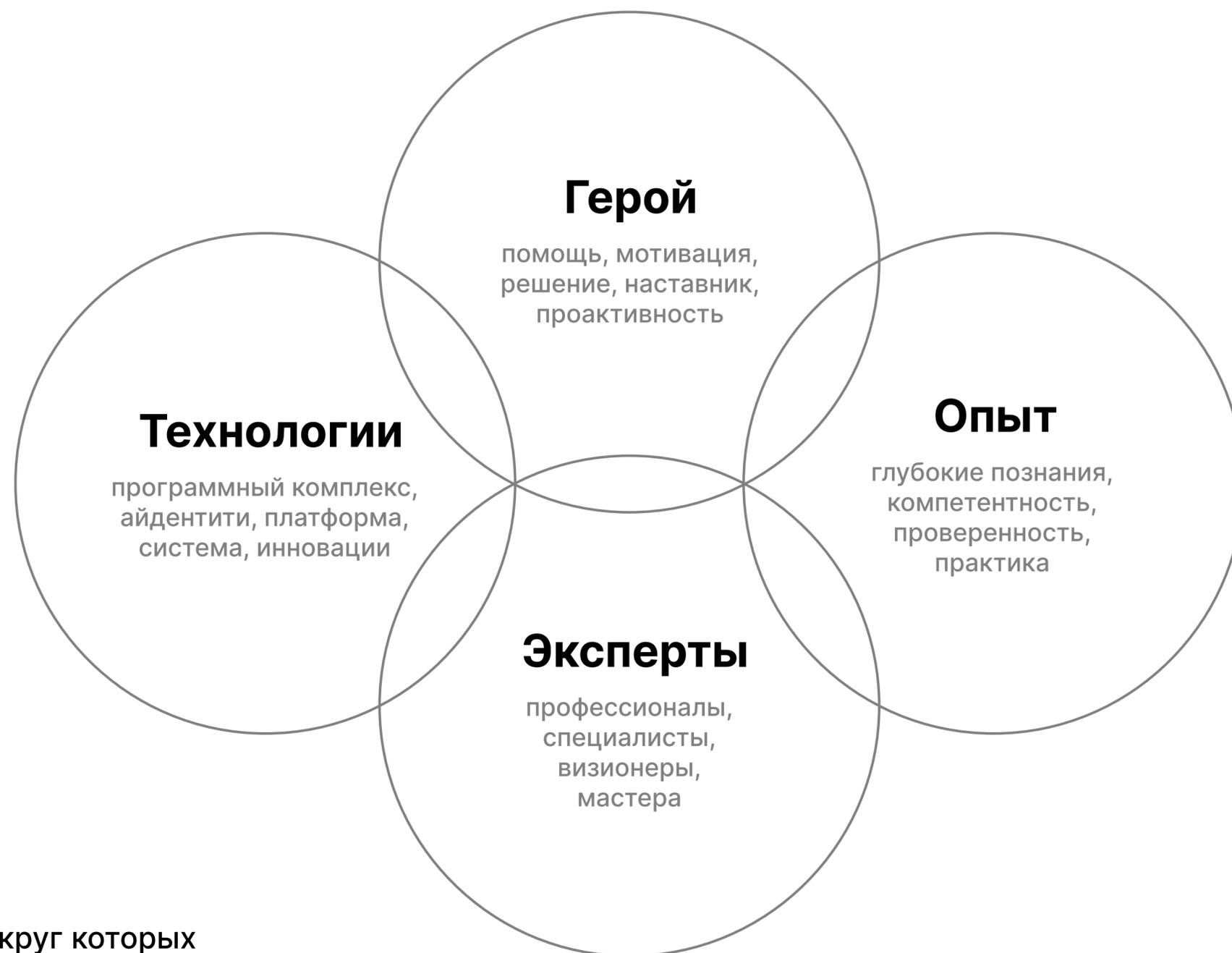
Может склоняться как существительное в мужском роде в случае использования без кавычек:

Эксперты Индида.

«Компания Индид» не является монолитной конструкцией для упоминания бренда компании. Константой остаётся только нейминг, пояснительные обозначения изменяемы и могут свободно использоваться в зависимости от контекста.

# Indeed

Всегда без кавычек.



Темы, направления и смыслы, вокруг которых мы чаще всего строим свою коммуникацию. Это наши ориентиры при создании текстов, постов, диалогов и обсуждений.

Эмоции и смыслы, которые могут ослабить образ бренда как амбициозного и харизматичного эксперта, который транслирует готовность и стремление преодолевать и предотвращать угрозы и вызовы.

## Слабость и неуверенность

- ✘ Надеемся, что наша платформа позволит эффективнее управлять доступом администраторов и подрядчиков.
- ✔ Уверены, что наша платформа позволит эффективнее управлять доступом администраторов и подрядчиков.

## Отказ от ответственности или пассивность

- ✘ Вы должны помнить, что есть нестандартные атаки, которые невозможно учесть заранее.
- ✔ Мы активно работаем над защитой ваших данных и предпринимаем все необходимые меры, чтобы минимизировать риски в случае нестандартных атак.

## Промедление

- ✘ Мы постепенно улучшаем нашу систему безопасности, чтобы обеспечить защиту ваших данных.
- ✔ Мы проактивно внедряем новейшие технологии для обеспечения надежной защиты ваших данных.

## Негативные эмоции и слабая мотивация

- ✘ Мы обеспокоены появлением целевых атак на систему управления привилегированными учетными записями через использование методов машинного обучения.
- ✔ Мы используем весь наш технологический потенциал для того, чтобы оперативно разработать эффективное решение против целевых атак, использующих методы машинного обучения для эмуляции действий пользователей.

[О нас](#) ↓

## **Индид — комплексные решения в области безопасности айдентити**

Мы создаем программные решения, которые помогают сделать доступ сотрудников к информационным системам компании исключительно контролируемым и безопасным, охватывая все аспекты цифрового присутствия. Наши эксперты создают и совершенствуют технологии, позволяющие опережать современные угрозы и быть всегда на шаг впереди.

В целом о продуктах ↓

## **Комплексные решения для защиты айдентити**

Откройте экспертные продукты, разработанные с учетом ваших профессиональных потребностей для системной защиты корпоративных данных.

О продукте в частности ↓

## **Indeed Privileged Access Manager (Indeed PAM)**

Гибкость и безопасность привилегированных учетных записей с Indeed Privileged Access Manager.

Вы не просто контролируете привилегированные учетные записи, вы превращаете процесс управления доступом в эффективную и прозрачную систему. Никаких лишних движений — всё чётко, прозрачно и под полным контролем.

Мы помогаем вам быть уверенными в каждом действии администратора и подрядчика, раз за разом повышая защищенность компании.

## Примеры

## Социальные медиа

Название ↓

Статус ↓

Описание ↓

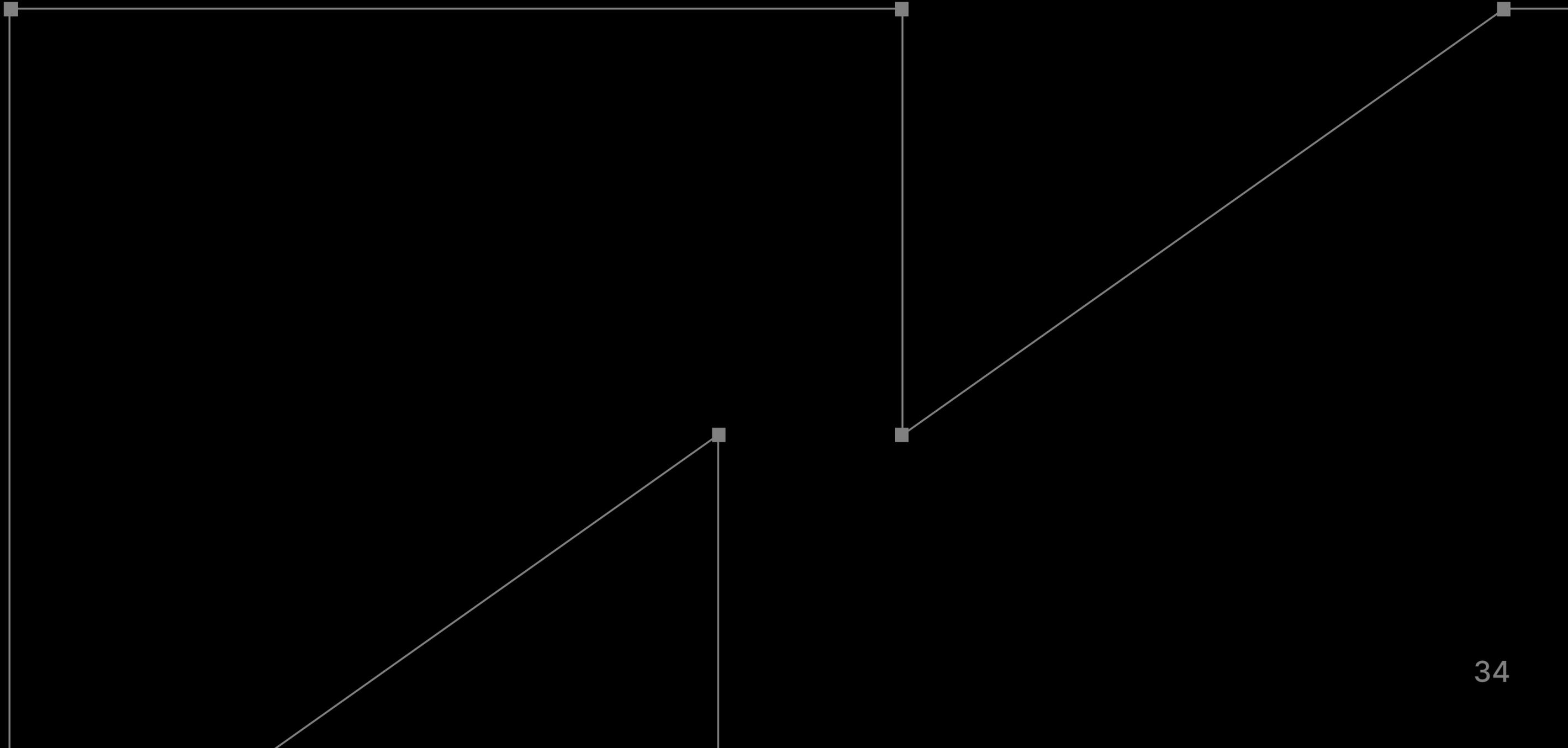
Компания  
Индивид

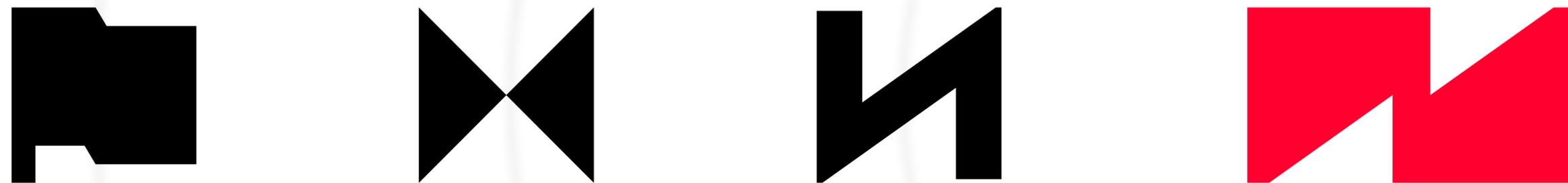
Комплексные решения в области  
безопасности айдентити

Мы трансформируем подход к защите identity,  
проактивно совершенствуясь, чтобы наши клиенты  
становились визионерами в своей области, развивали  
профессиональные компетенции и укрепляли процессы  
управления безопасностью данных, оставаясь  
на шаг впереди трансформирующихся угроз.

БОЛЕЕ 5 ПРОДУКТОВ СОБСТВЕННОЙ РАЗРАБОТКИ  
ЭКСПЕРТНАЯ КОМАНДА ИЗ 150+ СОТРУДНИКОВ  
КЛИЕНТСКАЯ ПОДДЕРЖКА 24/7  
120+ РЕГИОНАЛЬНЫХ ПАРТНЁРОВ  
600+ АКТИВНЫХ ЗАКАЗЧИКОВ







Образно-смысловая архитектура логотипа строится из трёх символических элементов, каждый из которых отражает ключевые аспекты бренда. Фигура цифрового флага символизирует первенство и лидерство, подчёркивая роль бренда как новатора и пионера в комплексной защите identity. Форма бесконечности и перспективы указывает на постоянное стремление к совершенству и поиску лучших решений, а фигура буквы «И» — оммаж названию бренда, его истории, репутации и многолетнему опыту команды.



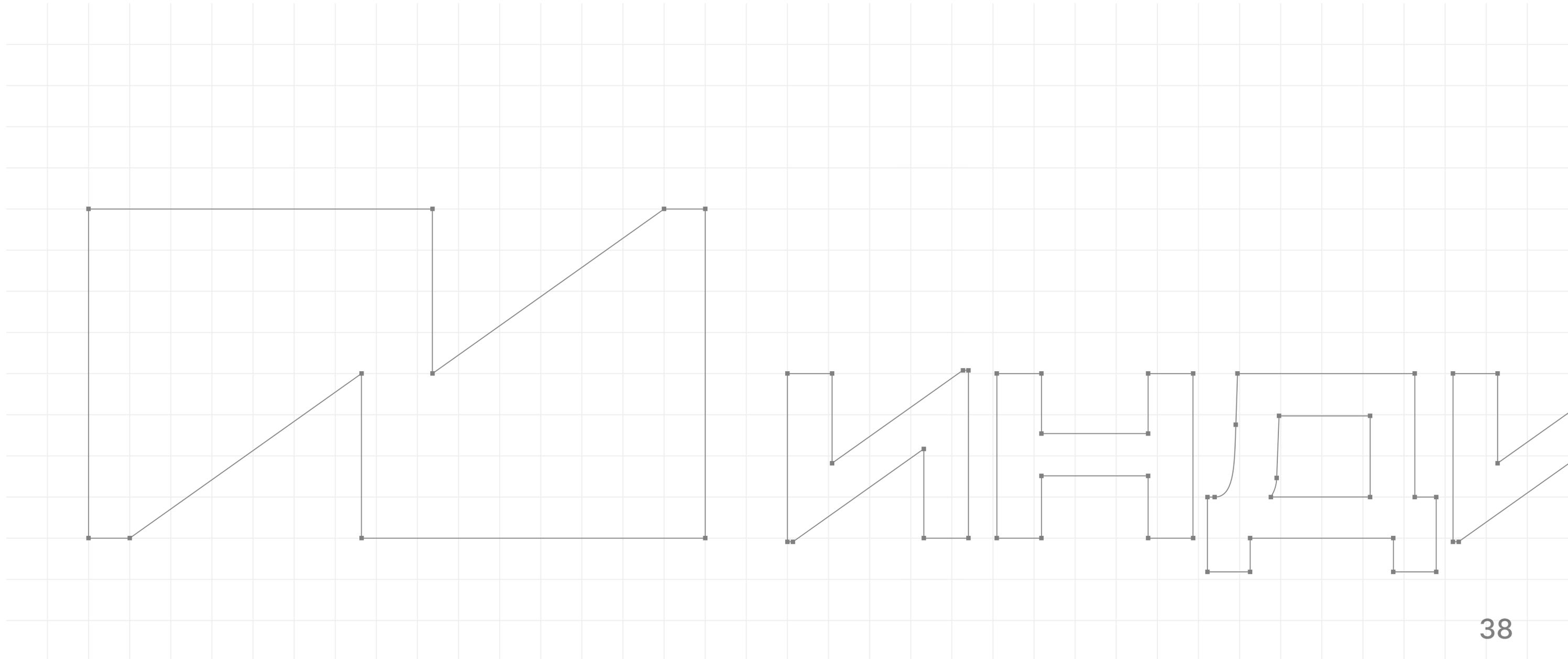
Кириллическая версия логотипа является основной. Используется во всех главных маркетинговых материалах, на большинстве фирменных носителей, в большей части коммуникаций.



Баланс масс знака и вордмарка создают увесисто-устойчивую конструкцию логотипа.

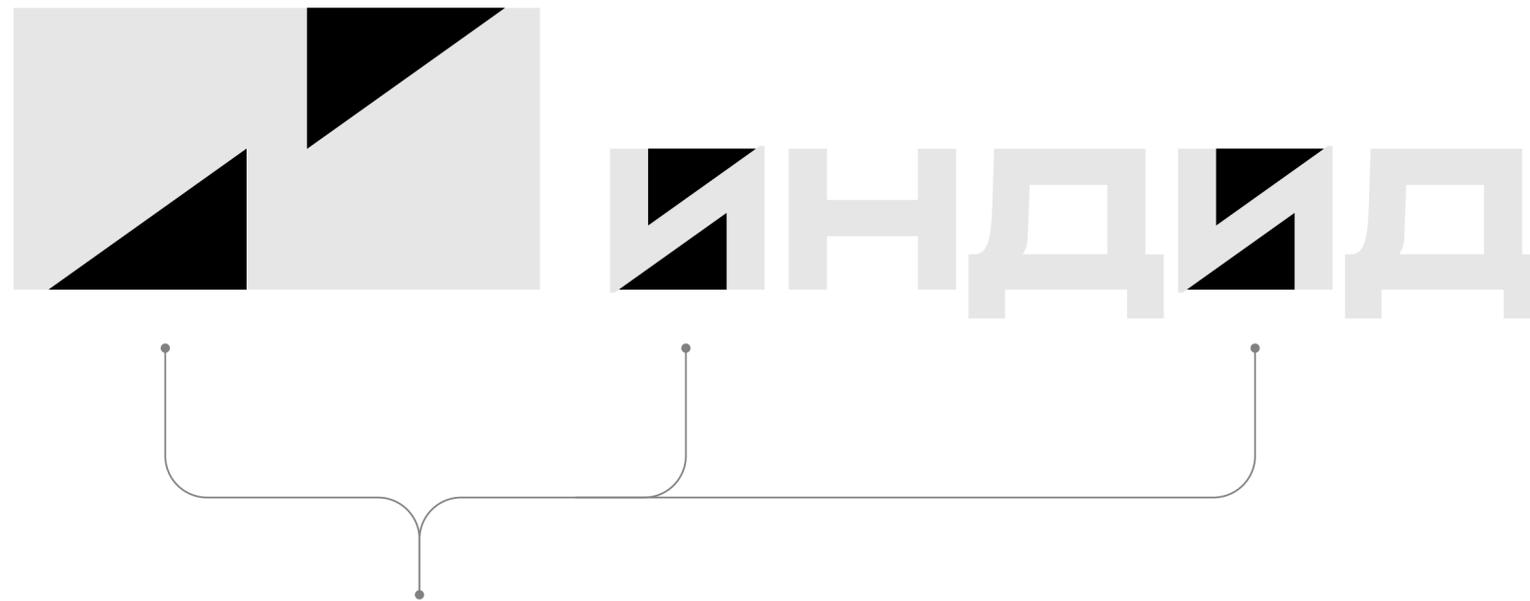
Оригинальное написание вордмарка занимает половину высоты знака.

Верхние правые и нижние левые углы букв «И» визуально компенсированы.





Логотип строится из фирменного знака и вордмарка.



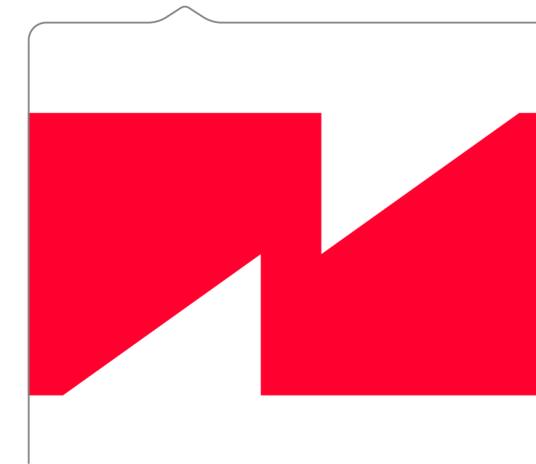
Контрформы фирменного знака  
идентичны контрформам букв «И».

> 30 мм или 128 px



В большинстве случаев используется логотип, конструкция которого состоит из знака и вордмарка. Особый случай — печать или визуальное представление, в которых необходимо использование логотипа в маленьких размерах.

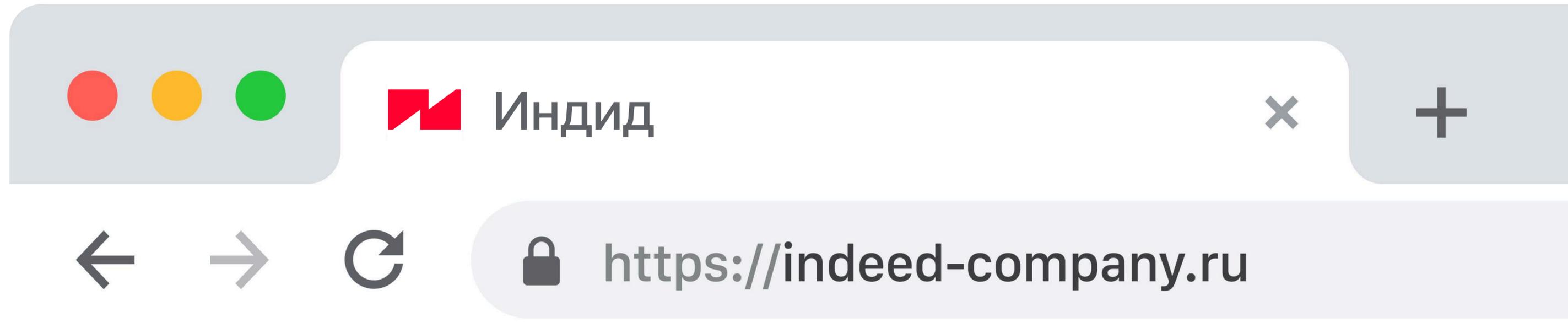
< 30 мм или 128 px



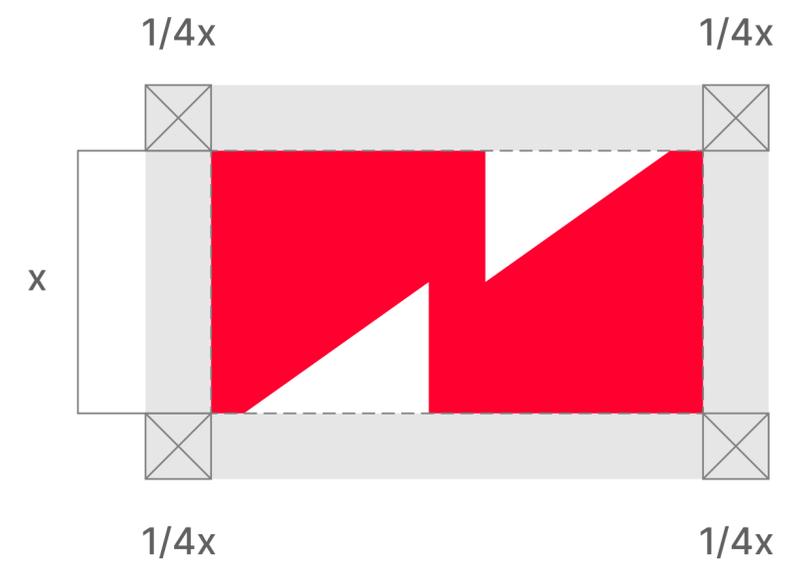
Если нужно использовать логотип менее 30 мм или 128 px, то необходимо использовать только знак.

Логотип

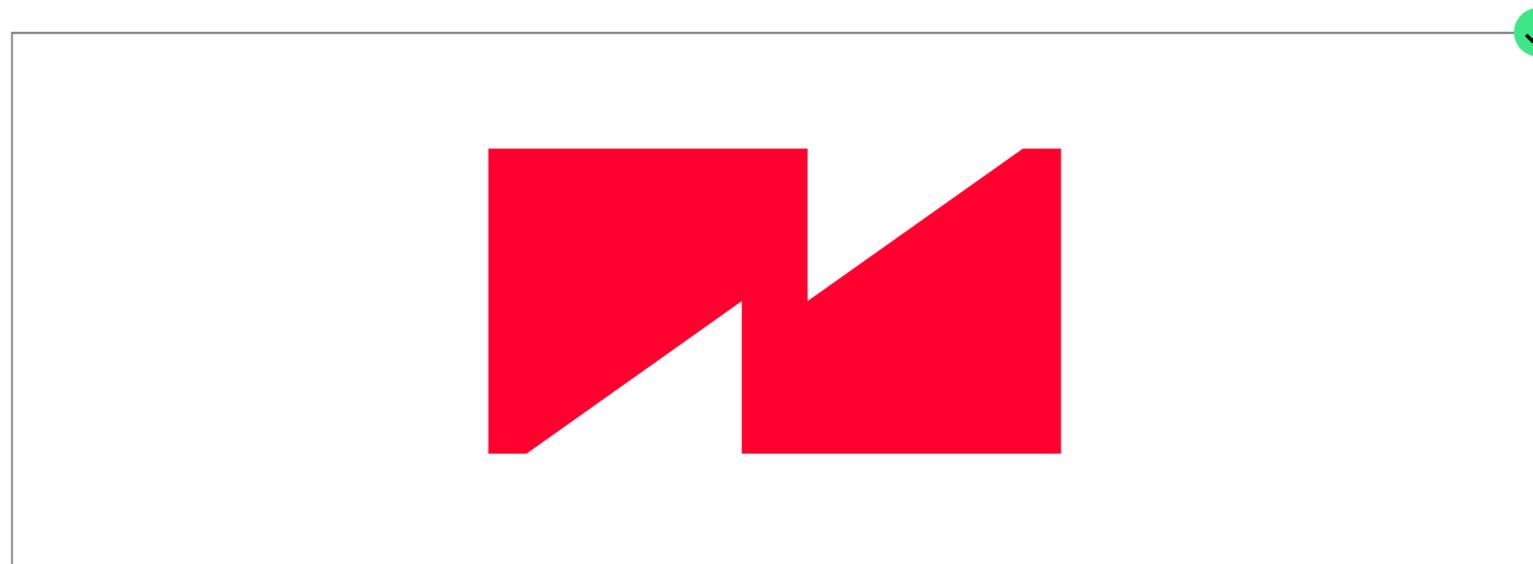
Масштабирование



Например, фавикон веб-страницы с микроразмерами 16×16 px.



Минимально допустимая величина охранного поля — это квадрат со сторонами равными четверти высоты фирменного знака.



Допускается использование знака отдельно от вордмарка.



Отдельно вордмарк может использоваться только при наличии графического хода в макете.



Нельзя поворачивать логотип.



Логотип масштабируется пропорционально. Изменять размеры отдельно знака или отдельно вордмарка нельзя.



Нельзя изменять конструкцию логотипа.

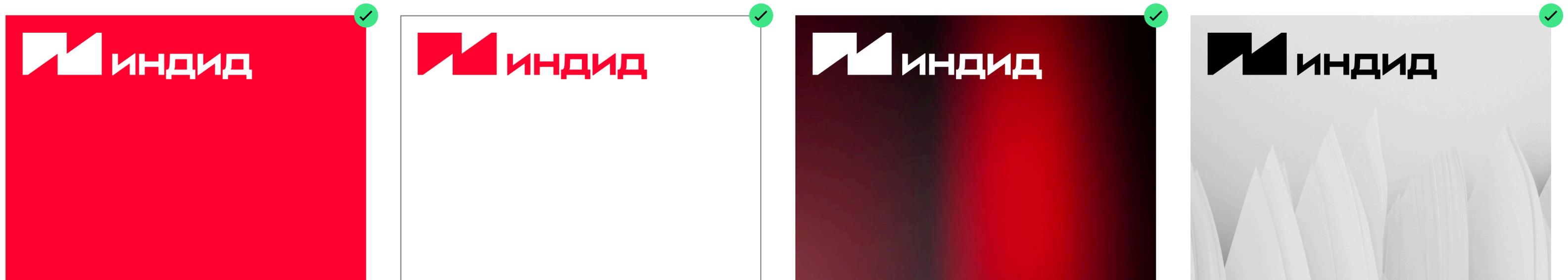


Нельзя использовать вордмарк без знака или графического хода.



Полноцветная версия логотипа может быть использована на монотонном темном или светлом фоне, а также поверх однотонного неконтрастного растрового изображения, совпадающего по оттенку с одним из фирменных цветов.

Полноцветная версия логотипа имеет две модификации для использования на условно темных и условно светлых заливках. При выборе необходимо отдавать предпочтение той, что обеспечивает наибольший контраст и лучшую читаемость логотипа на фоне.



Однотонная версия логотипа имеет больше возможностей для использования, чем полноцветная. Однотонную версию можно использовать не только в любой комбинации трёх фирменных цветов, но и на других цветовых заливках, в том числе градиентных и фотографических, при условии сохранения читаемости и контраста.

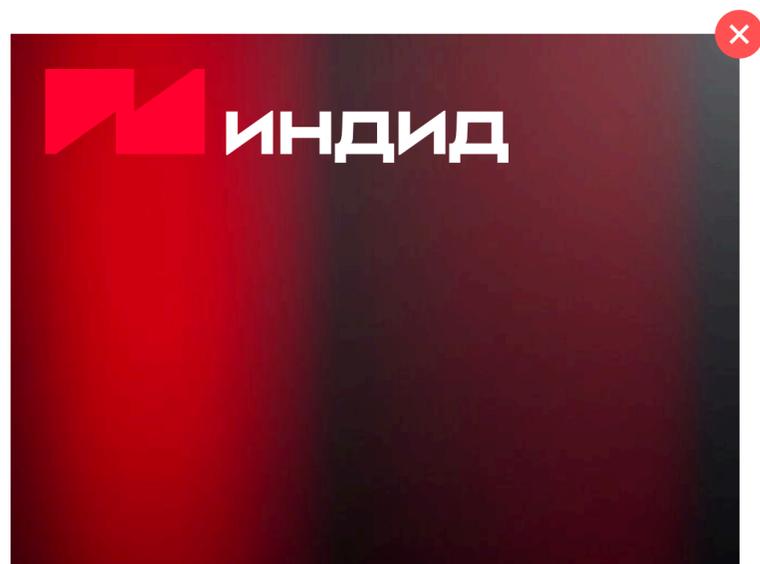
Логотип

Использование  
однотонной версии





Отсутствие контраста к фону однотонной версии логотипа — плохо.



Отсутствие контраста к фону знака или вордмарка полноцветной версии логотипа — плохо.

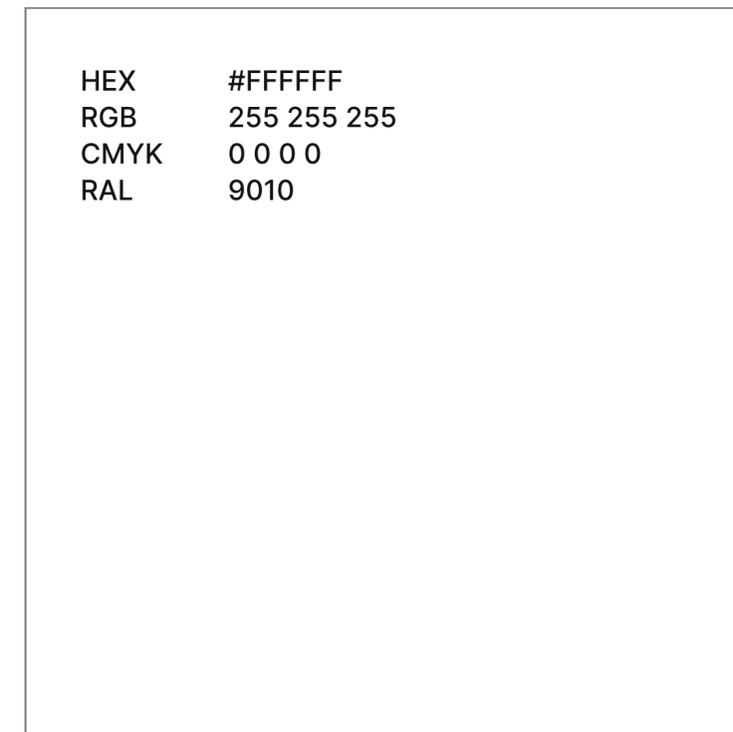
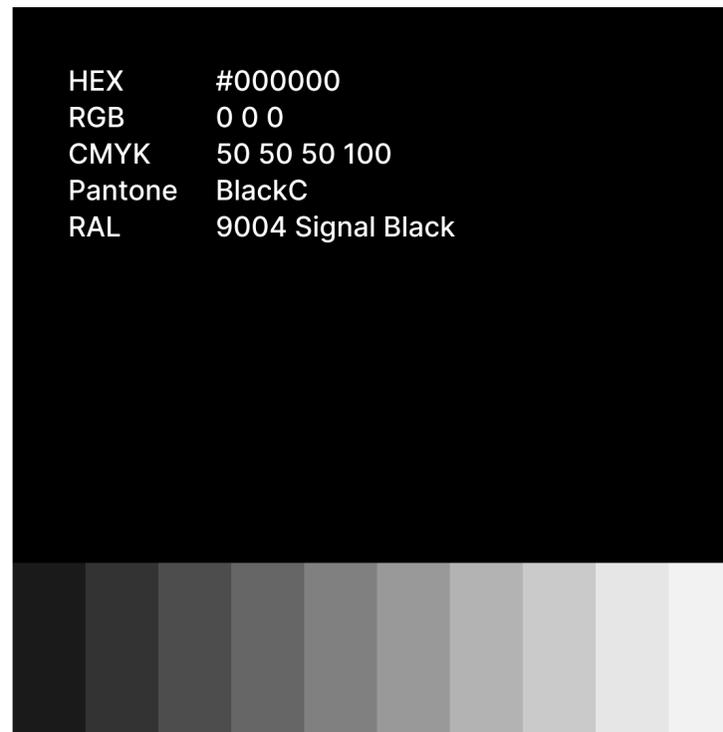


Однотонная версия — красная, белая или черная. Полноцветная версия — красный знак и белый или черный вордмарк. Никак иначе.



Придумывать новые цвета и красить ими логотип — плохо.

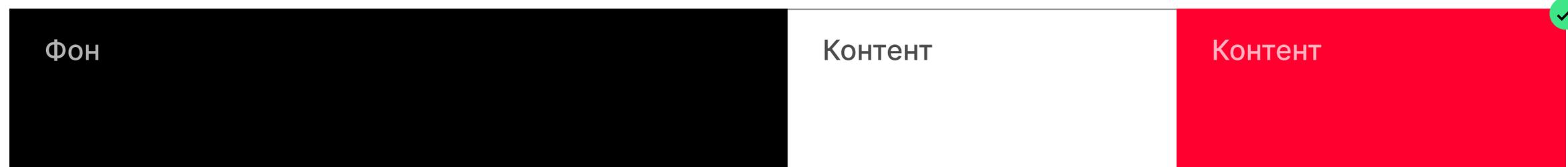




## Регулярная коммуникация



## Точечная коммуникация



Черный цвет не должен занимать больше четверти площади макета в регулярной коммуникации.

Исключением является точечная коммуникация (спецпроекты, коллаборации, креативные кампании).

## Цвета

## Пропорции использования



Можно обходиться и вовсе без черного. Красный на белом или белый на красном, например, для односторонних носителей (плакат, билборд, роллап).

## Цвета

## Пропорции использования



Избегаем черно-красных макетов,  
не мешаем фирменную палитру в градиент.

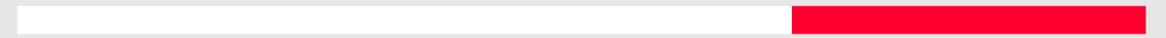
Цвета

Пропорции  
использования



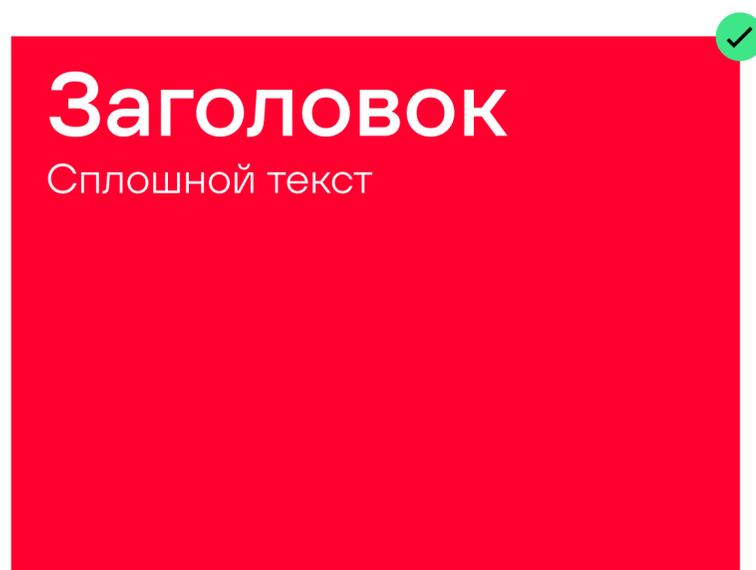
# Indeed Privileged Access Manager

Indeed PAM защищает  
привилегированный доступ

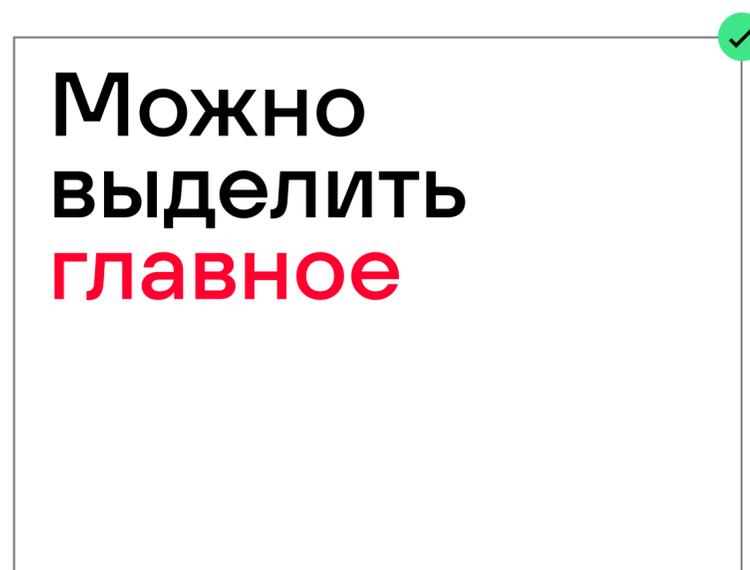


# Технологии — продолжение человека

Трансформируем  
подход к защите  
identity



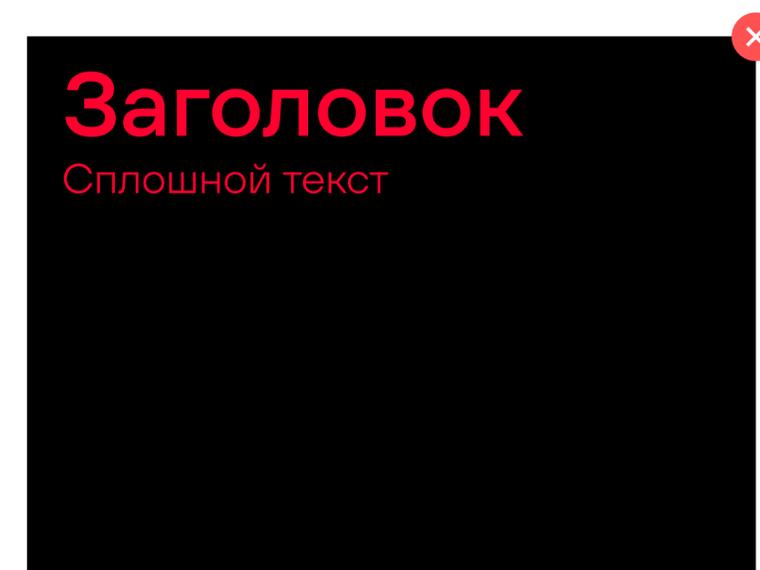
Белый по красному — хорошо



Красный или черный  
по белому — хорошо



Черный по красному — плохо



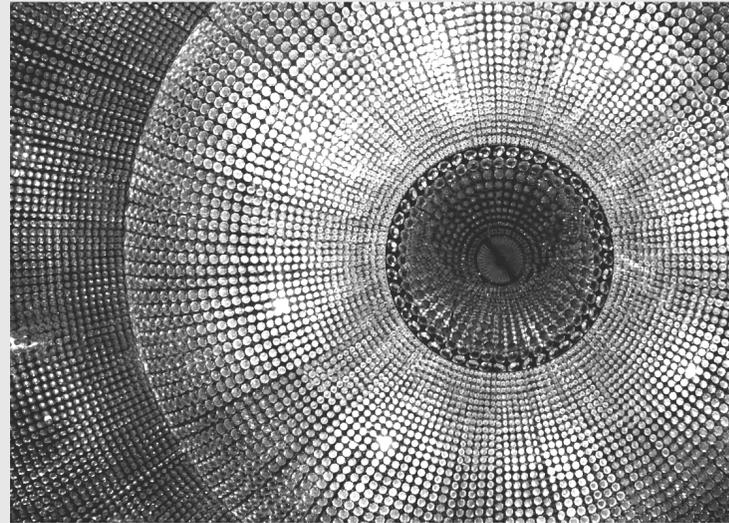
Красный по черному — плохо





Стараемся придерживаться  
цветовых пропорций палитры.

## Фотостиль



## Примеры стиля

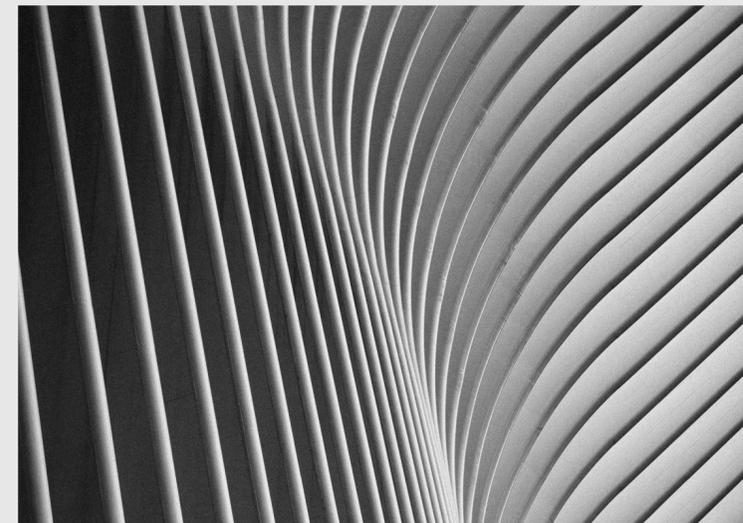
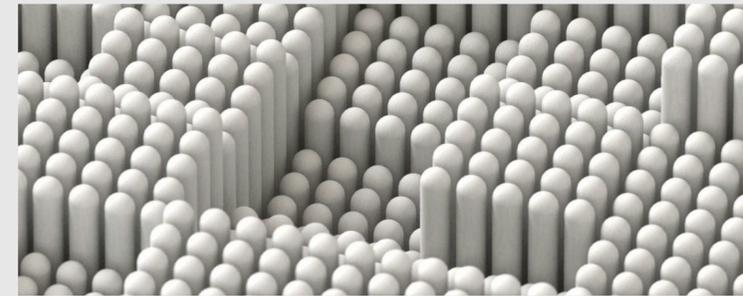
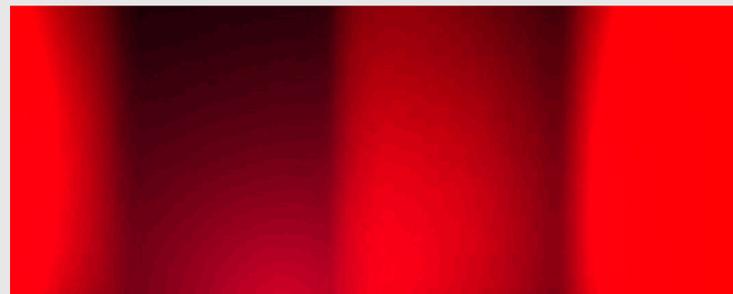
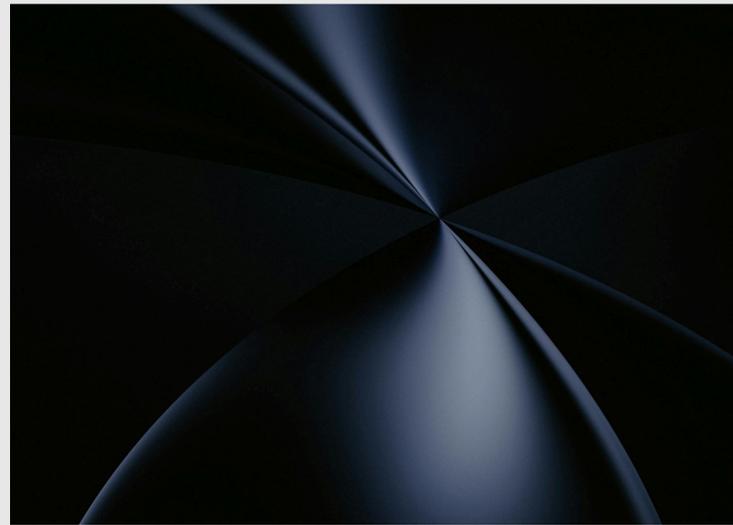


Абстрактные элементы, когда нужно привлечь внимание, подчеркнуть технологичность. Например, при описании нового продукта.

Пример prompt для Midjourney:  
white with red accents futuristic 3d scene of digital vision of finger print, smooth light.

## Фотостиль

## Примеры стиля



Сдержанная абстракция с преобладанием оттенков цветов из фирменной палитры, когда не нужно отвлекать внимание. Например, на слайдах с инфографикой.



Используется в большинстве коммуникаций, в верстке текстовых массивов, основных и второстепенных надписей.

**TT** **Firs** **Neue**

Настройки шрифта позволяют нам изменять визуальное представление некоторых букв. Меняем буквы «а» и «л» во всех используемых начертаниях.

Аа → Аа

Лл → Лл

Начертание Medium  
для заголовков

Начертание Regular  
для сплошного текста

# Заголовки и слоганы

Сплошной текст, подзаголовки.  
Используется для оформления  
рекламно-информационных  
материалов и не только.

Рекомендуемое  
межстрочное расстояние  
для заголовков 90-100% →

# ЭВОЛЮЦИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ И НОВАЦИЙ

Рекомендуемый  
межстрочный интервал  
для сплошного текста 110-120% →

Мы трансформируем подход к защите identity, проактивно совершенствуясь, чтобы наши клиенты укрепляли процессы управления безопасностью данных.

Используется в интерфейсе продуктов, офисных документах, а также для оформления веб-страниц, когда невозможно использование внешних шрифтов.

# Inter

Начертание Semi Bold  
для заголовков

Начертание Regular  
для сплошного текста

# Заголовки и слоганы

Сплошной текст, подзаголовки.  
Используется для оформления  
рекламно-информационных  
материалов и не только.

Рекомендуемое  
межстрочное расстояние  
для заголовков 90-100% →

# Эволюция компетенций и новаций

Рекомендуемый  
межстрочный интервал  
для сплошного текста 110-120% →

Мы трансформируем подход к защите identity, проактивно совершенствуясь, чтобы наши клиенты укрепляли процессы управления безопасностью данных.

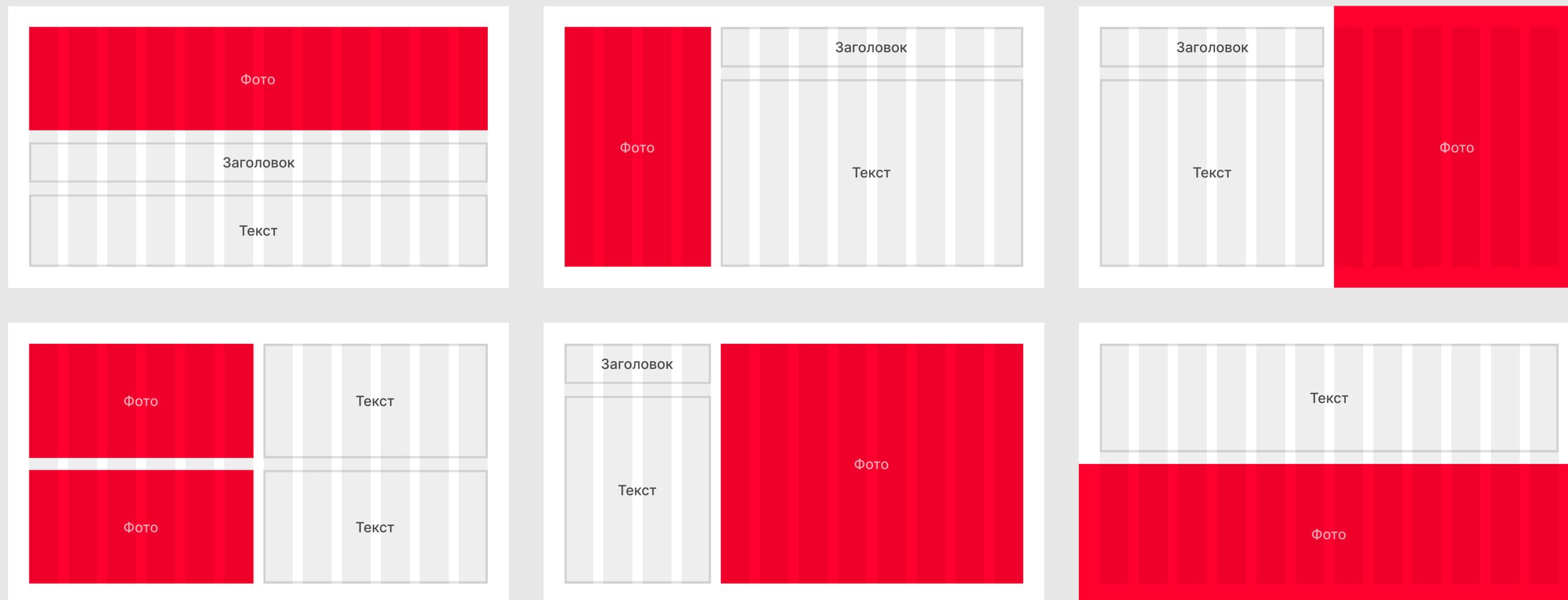
# Indeed Certificate Manager

Управление инфраструктурой  
открытых ключей





Для горизонтального макета используйте двенадцатиколоночную сетку, для вертикального и квадратного — четырехколоночную.



Старайтесь располагать контент так, чтобы он занимал от четырех до двенадцати колонок на горизонтальном макете.

Фотоконтент может заходить на охранные поля макета, текстовая часть — нет.

## 9.3

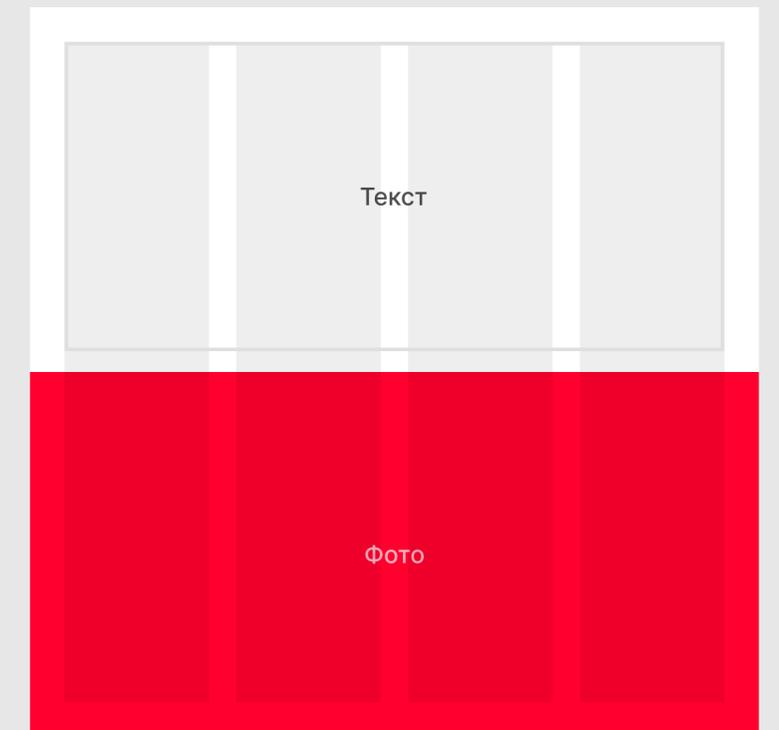
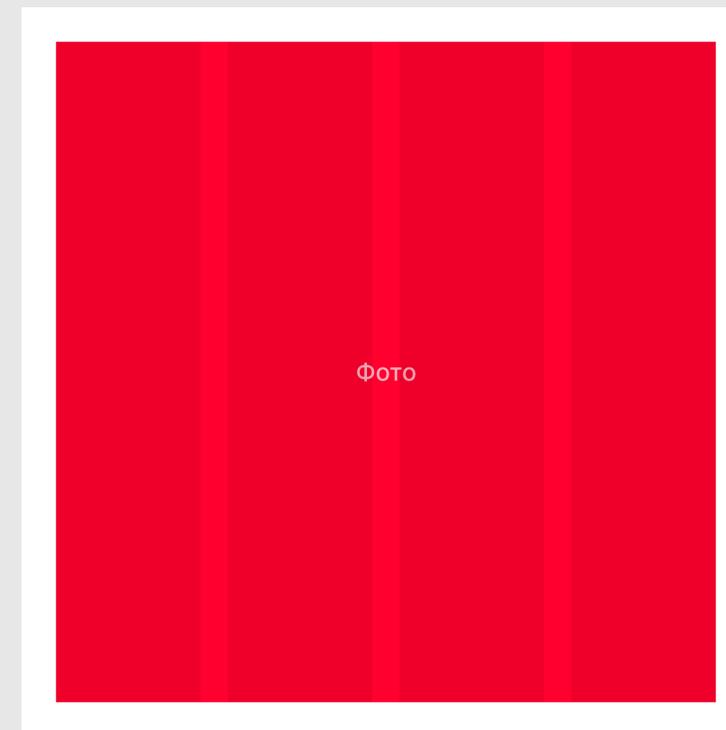
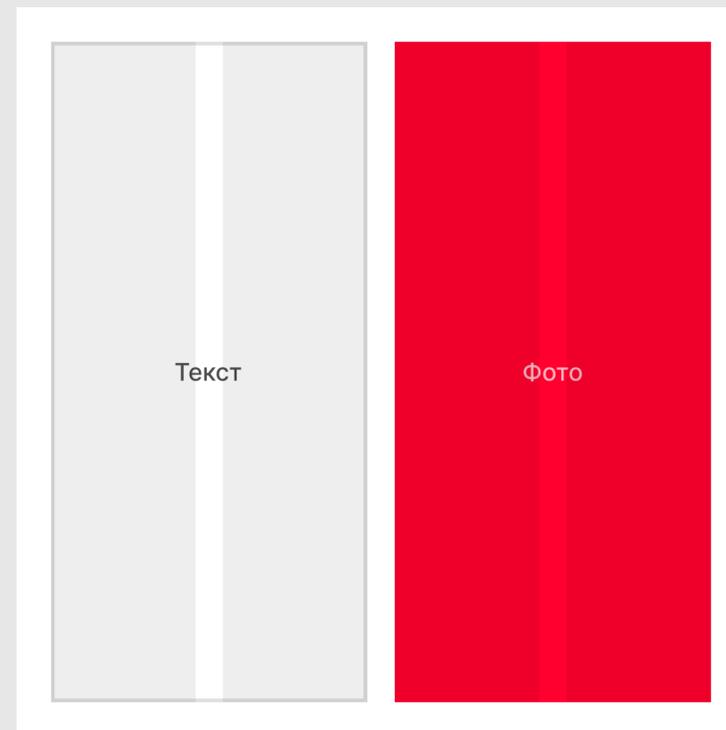
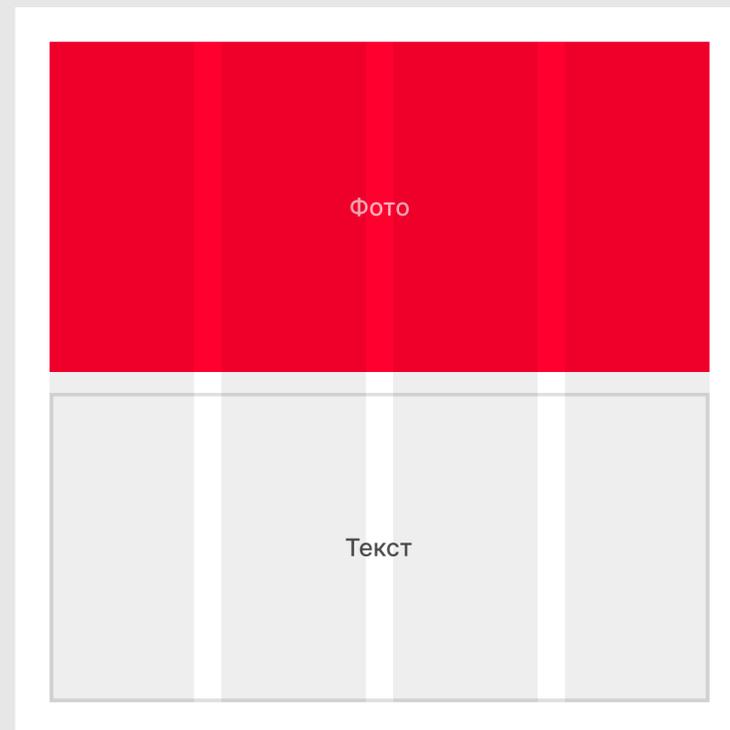
## Модульная сетка

## Вертикальный макет



Старайтесь располагать контент так, чтобы он занимал от двух до четырех колонок на вертикальном макете.

Фотоконтент может заходить на охранные поля макета, текстовая часть — нет.



Старайтесь располагать контент так, чтобы он занимал от двух до четырех колонок на квадратном макете.

Фотоконтент может заходить на охранные поля макета, текстовая часть — нет.

## О нас

Компания Индид — российский вендор программного обеспечения. Мы разрабатываем ПО для повышения информационной безопасности в отраслях:

- Транспорт и логистика
- Телекоммуникации
- Промышленность
- Образование
- Финансы

500+

Выполненных работ

• Санкт-Петербург  
• Великий Новгород  
• Москва  
• Вильнюс  
• Сингапур

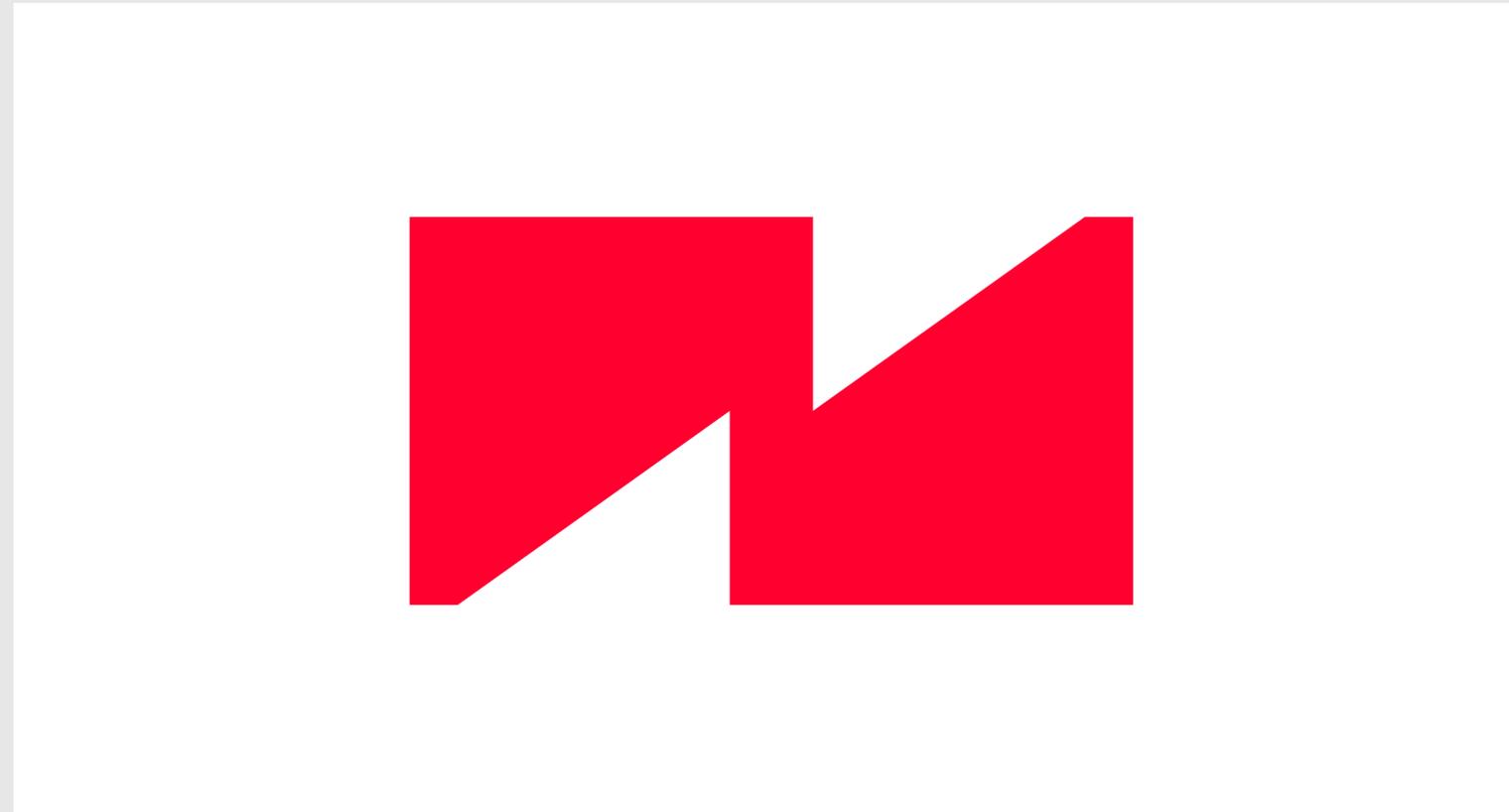
Комплекс решений для безопасности айдентити

ИНДИД

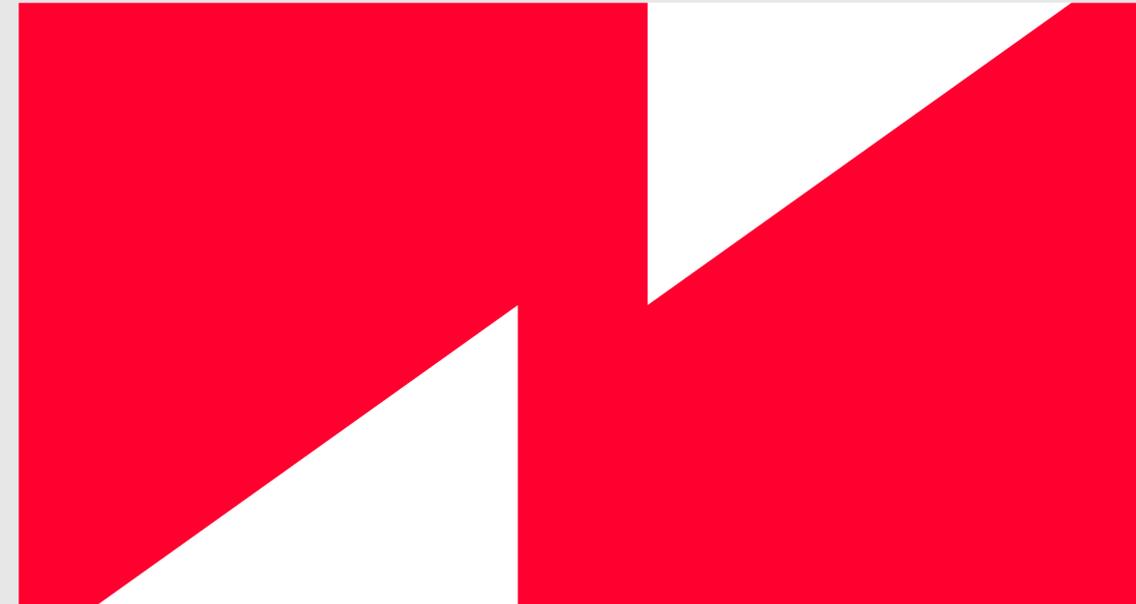
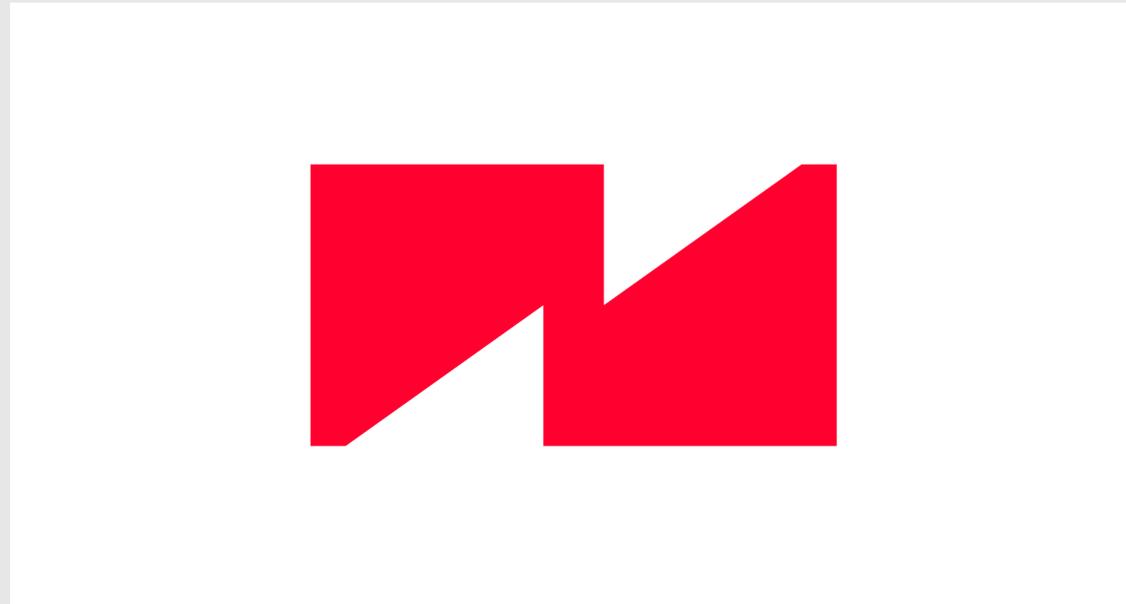
Трансформируем подход к защите identity

ИНДИД





Знак логотипа является базовым графическим элементом. При правильной трансформации может быть использован для брендинга любых поверхностей и носителей, как в сочетании с логотипом, так и самостоятельно.



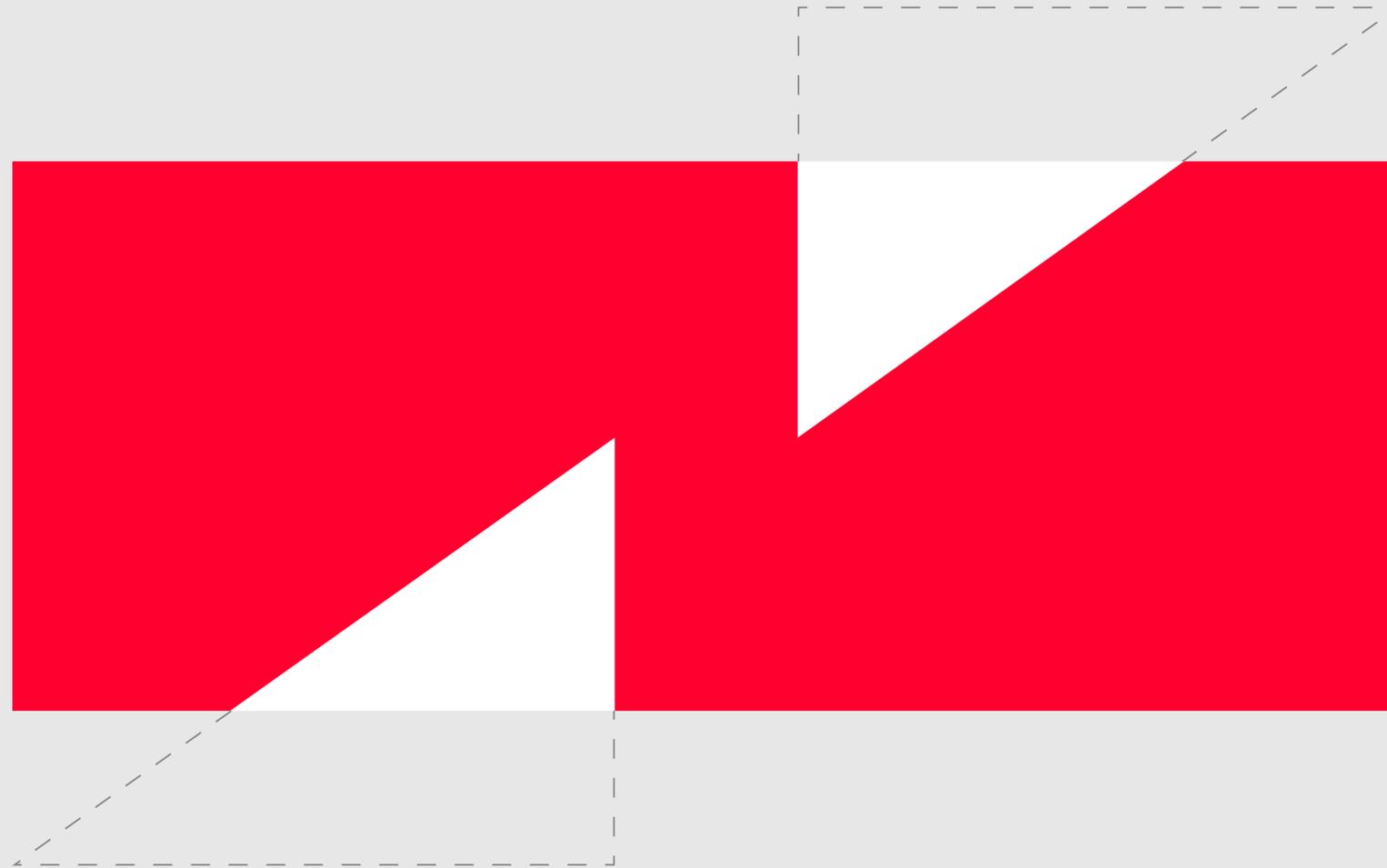
Знак может пропорционально увеличиваться в размерах и полностью вписываться в макет.



Треугольные контрформы знака подвижны и могут перемещаться по макету.

Графический ход

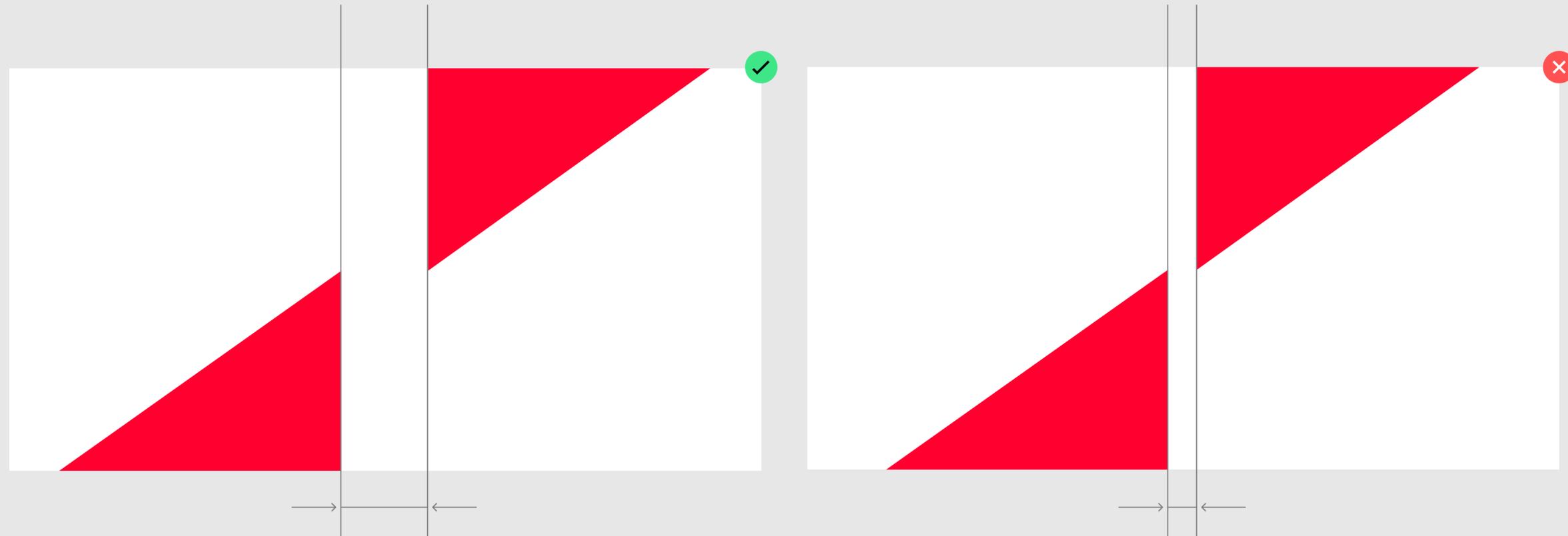
Трансформация



Подвижные треугольные контрформы знака при размещении на макете могут превышать его размер.

## Графический ход

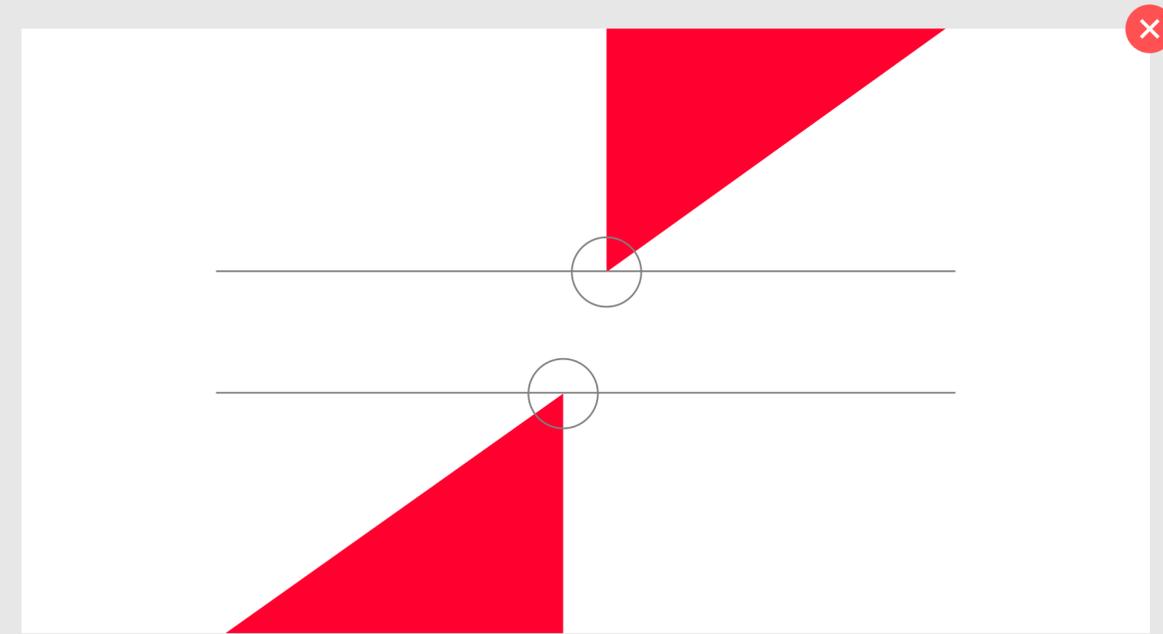
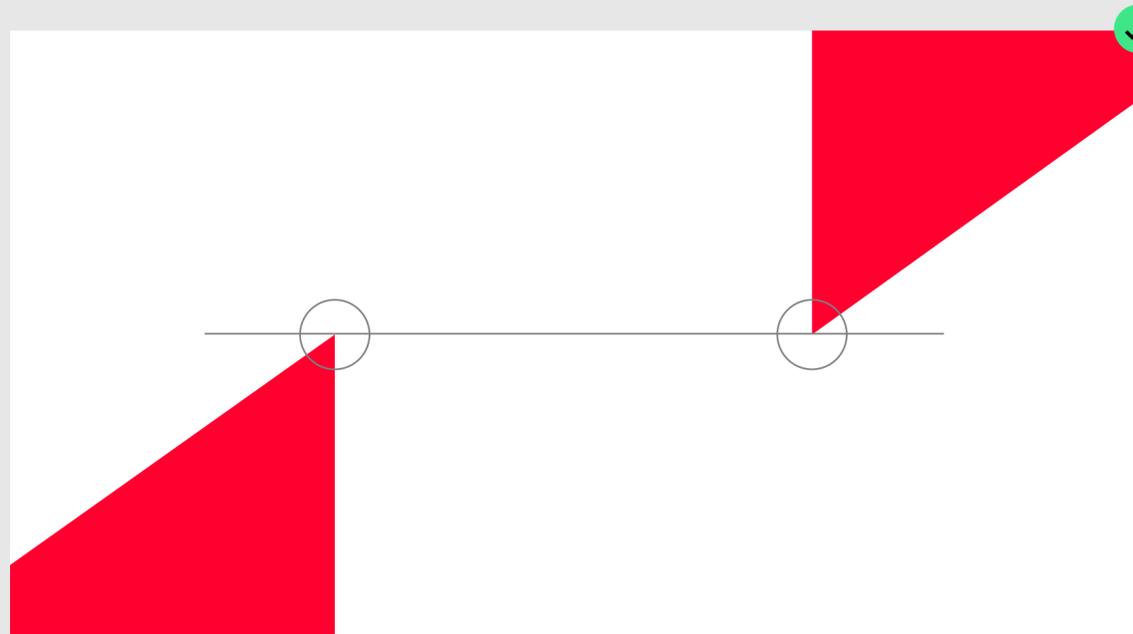
## Трансформация



Минимальное расстояние между двумя катетами треугольных контрформ сохраняет пропорции из знака логотипа и не может быть меньше.

## Графический ход

## Трансформация



Точки нижнего угла верхнего треугольника и верхнего угла нижнего треугольника должны находиться на одной прямой линии.



Определенных правил относительно положения и ориентации знака на макете нет, но в целом рекомендуется придерживаться предложенных вариантов и их производных.

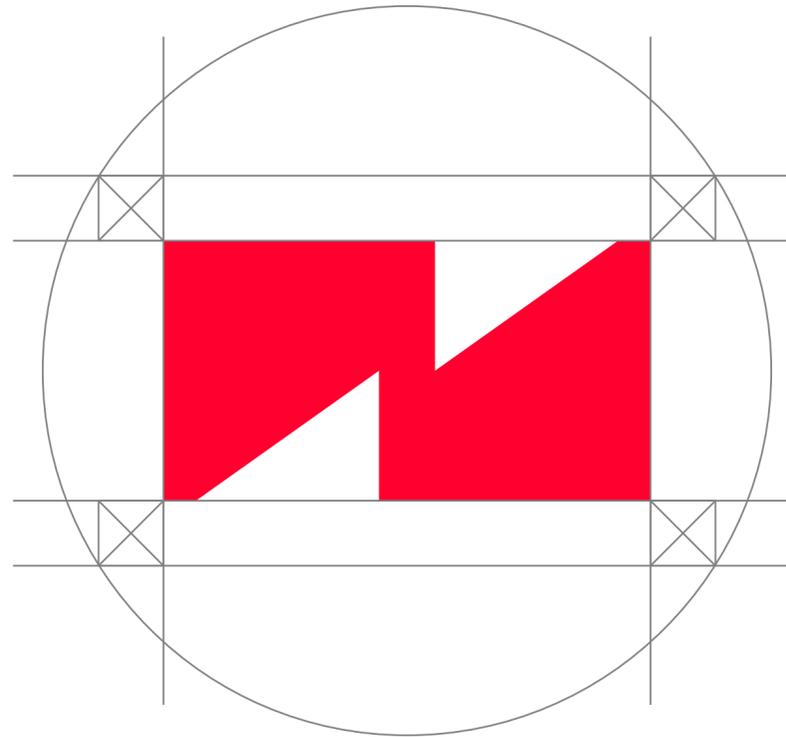
## Графический ход

## Допустимые варианты использования



Трансформированный знак или его контрформы могут служить слоем-маской для фотоконтента.



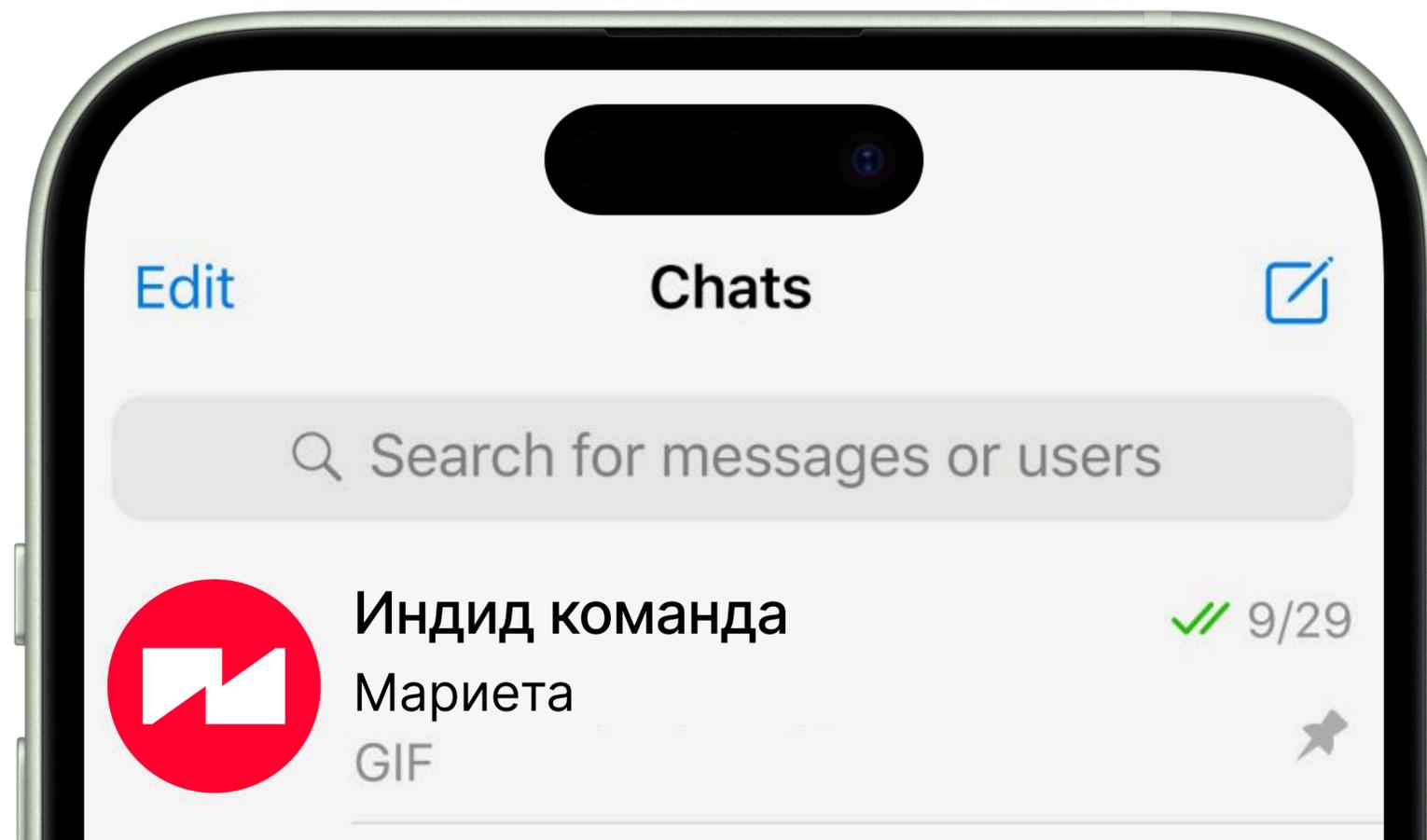
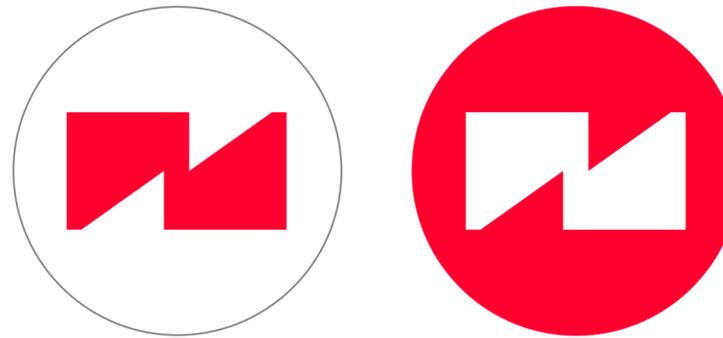


В качестве аватарки используется знак без вордмарка.  
Знак, с сохранением охранных полей, центрируется  
относительно макета.

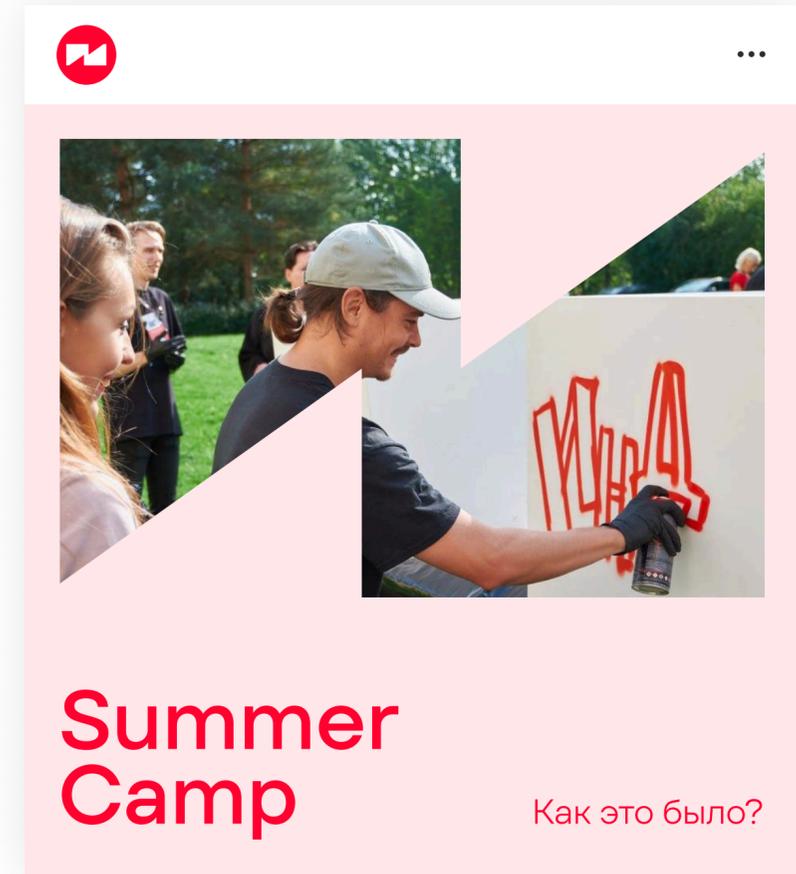
Носители

Аватар

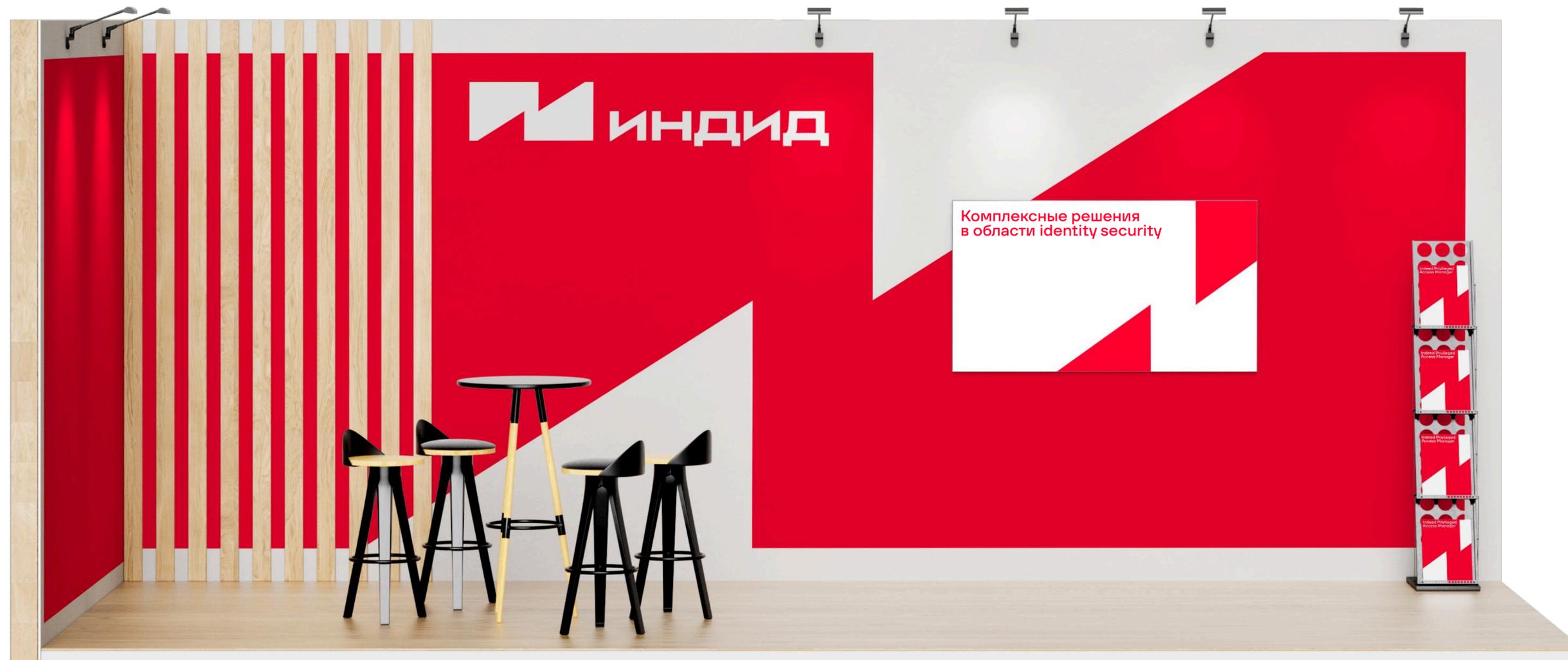
Фирменный знак на аватарке может быть красным на белом или белым на красном фоне.

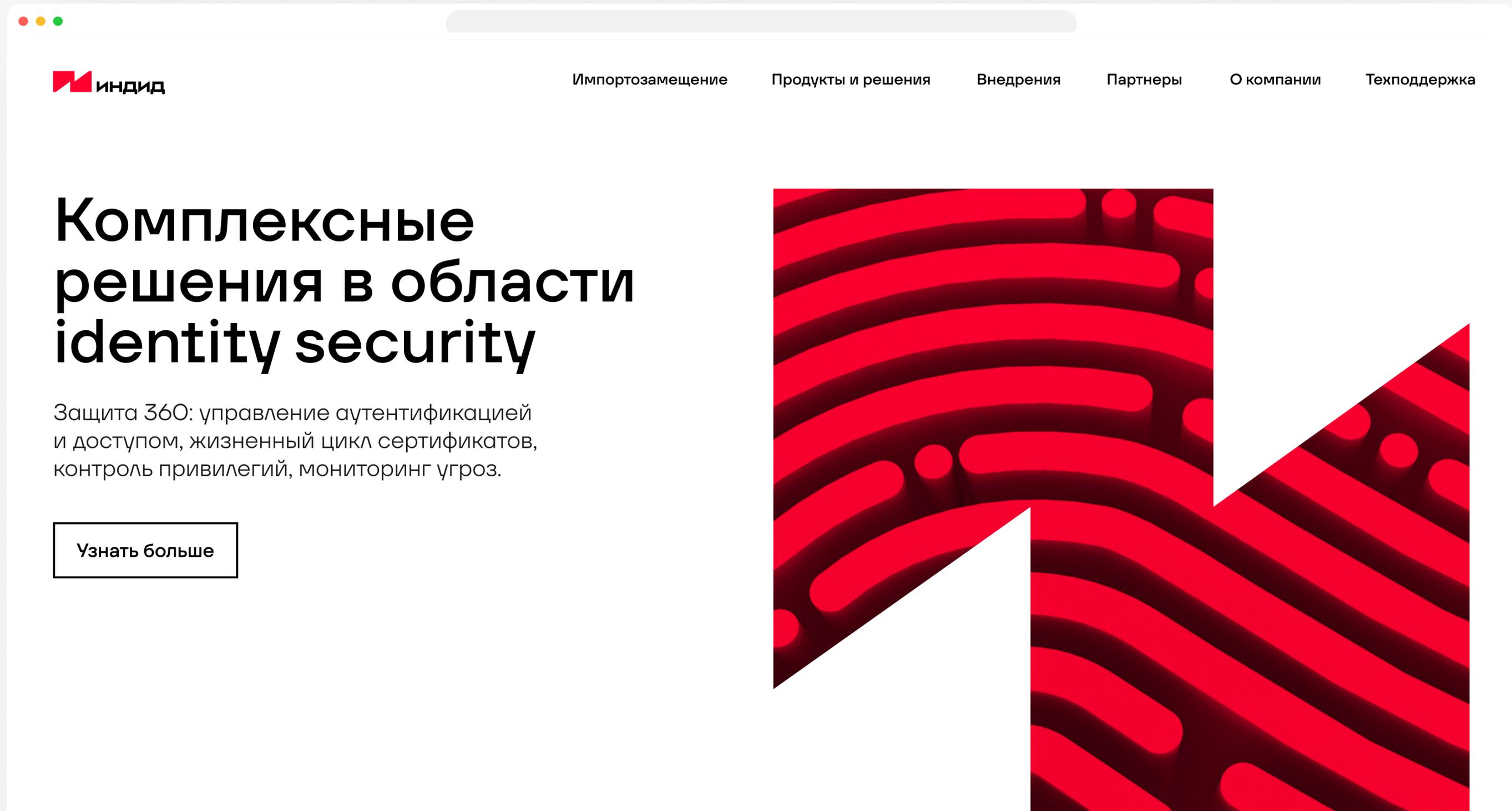












The image shows a browser window displaying the website for 'индид'. The page features a navigation menu with the following items: 'Импортозамещение', 'Продукты и решения', 'Внедрения', 'Партнеры', 'О компании', and 'Техподдержка'. The main heading is 'Комплексные решения в области identity security'. Below the heading is a descriptive paragraph: 'Защита 360: управление аутентификацией и доступом, жизненный цикл сертификатов, контроль привилегий, мониторинг угроз.' At the bottom left, there is a button labeled 'Узнать больше'. The right side of the page is partially obscured by a large, abstract graphic consisting of overlapping, wavy, red and dark red shapes.

**индид**

Импортозамещение    Продукты и решения    Внедрения    Партнеры    О компании    Техподдержка

# Комплексные решения в области identity security

Защита 360: управление аутентификацией и доступом, жизненный цикл сертификатов, контроль привилегий, мониторинг угроз.

[Узнать больше](#)

Брендинговое агентство  
Sensesay

Брендинг с чувством  
безопасности



Февраль 2025