



Справочник менеджера по маркетингу
дилерского предприятия AUDI AG в России



Только для служебного пользования

Оглавление

Преамбула	4
Корпоративная позиция в сфере дилерского маркетинга	4
Основы маркетинговой стратегии Audi	5
Общие задачи коммуникации	5
Ключевые приоритеты	5
Параметры бренда Audi	5
Матрица бренд/продукт/имидж	7
Идеология рекламного сообщения	7
Стандарты классической рекламы	9
Единый стиль во всем мире	9
Лого: символ нашего лидерства	9
Асимметрия: страсть и динамика	10
Изображение: пробуждая чувства	11
Шрифтовые решения	12
Стандарты дилерской рекламы	13
Использовать силу бренда	13
Интегрированные коммуникации: единство стиля	13
Концепция дилерской рекламы	13
Логотип, название марки и зарегистрированные торговые марки в дилерской рекламе	13
Асимметричная структура дилерской рекламы	14
Шрифтовые решения дилерской рекламы	15
Цветовые решения дилерской рекламы	15
Дополнительные элементы	16
Стандарты наружной рекламы (3x6)	17
Логотип	17
Шрифты	17
Цвета/размеры	18
Специальные предложения	18
Интернет	19
Доменное имя	19
Сайт	19
Реклама on-line	20
POS-материалы	22
Мир Audi в Вашем шоу-руме	22
Система ламелей	22
Структура организации пространства шоу-рума	22
Потолочная подвесная конструкция	24
Image Ensemble	24
Презентер	25
Флаги и постеры	25
Информационная колонна	27
Шоу-рум видео	27
Стандарты обклейки тестовых автомобилей	28
Дополнительное оформление Центра	29
Торговый зал	29
Места переговоров	30
Кафе	31
Информация о продуктах и кампаниях	32
Клиентская литература	33
Деловая полиграфия	34
Визитные карточки	34
Бланки	35
Факсы	36
Конверты	37

Презентации.....	40
Нетехнические аксессуары quattro GmbH и локальная сувенирная продукция.....	42
Условия выплаты бонусов и компенсаций по рекламе/BTL/POS	43
Бонусы и компенсации по ATL	43
Бонусы и компенсации по BTL	44
Бонус за POS.....	45
Приложения	46
Приложение №1. Регламент проверки соответствия дилерского центра стандартам POS	46
Приложение №2. Справочные размеры для создания дилерских макетов в прессе	48
Приложение №3. Лого, цвета и шрифты.....	50
Приложение №4. Чек-лист: дизайн рекламы в прессе.....	53
Приложение №5. Технология заказа POS-материалов через систему www.audi-marketing.ru	54
Приложение №6. Проведение мероприятий. Чек-листы для контроля подготовки и проведения	55
Приложение №7. Форма сценария дилерского мероприятия	62



Преамбула

Уважаемые коллеги,

Сегодня Вы стали частью большого и успешного мира Audi. Мира, который для каждого из нас ассоциируется с динамикой, лидерством, высочайшими стандартами и новейшими технологиями. Мы вместе призваны нести российскому потребителю ценности этого мира, способствуя дальнейшему продвижению марки на отечественном рынке. Но это невозможно без единой и скоординированной политики внешних коммуникаций.

Обращаясь в Ваш дилерский центр, покупатель хочет видеть в нем воплощение всех тех ценностей, которые ассоциируются с четырьмя кольцами Audi. Ваш потенциальный клиент должен почувствовать знакомый и близкий ему образ Audi. Только такой подход позволит Вам реализовать весь тот потенциал, который заложен в брэнде Audi. Только так Вы обеспечите себе успех на этом динамичном и интересном рынке.

Одно имя. Один стандарт. По всему миру.

Роман Шутов,
Менеджер по маркетингу

Ласло Грушицки,
Менеджер по дилерскому маркетингу

Корпоративная позиция в сфере дилерского маркетинга

1. Мы стремимся поощрять усилия дилерских компаний по продвижению продукции и марки Audi на российском рынке.
2. Мы считаем, что маркетинговые программы, осуществляемые дилерскими компаниями должны быть единообразны по своим стандартам, форме, идеологии сообщения и качеству, максимально эффективно представляя при этом существующим и потенциальным клиентам единый имидж и единое сообщение компании Audi AG.
3. Мы верим в то, что только спланированные и контролируемые маркетинговые усилия могут с достаточной эффективностью обеспечить необходимую результативность проводимых кампаний.
4. В целях повышения эффективности маркетинговой политики Audi, мы разрабатываем и реализуем поддерживающие маркетинговые программы для дилеров, в том числе обучающие программы и программы, направленные на оптимизацию процесса обмена профессиональной информацией.

Основы маркетинговой стратегии Audi

Общие задачи коммуникации

- Усиление позиционирования марки как лидера в сегменте премиум;
- Соблюдение принципа постоянства и последовательности (consistency);
- Укрепление лояльности к марке;

Ключевые приоритеты

- Доминирование в конкурентной среде;
- Четкое профилирование брэнда:
 - Динамичный,
 - Прогрессивный,
 - Утонченный;
- Наполнение брэнда эмоциональными составляющими.

Параметры брэнда Audi

Суть брэнда

Brand Core

**Превосходство
высоких
технологий/**

Vorsprung durch
Technik

Ценностные характеристики

Brand Values

**Свойственный
человеку/Human**
Страстный/Passionate
Ведущий/Leading
**Воображаемый/
Visionary**

Premium Values

Дизайн/Design
Качество/Quality
Комфорт/Comfort
Безопасность/Safety
Экология/Environment

Параметры брэнда

Brand Profile

Спортивный

Sporty

Прогрессивный

Progressive

Утонченный

Sophisticated

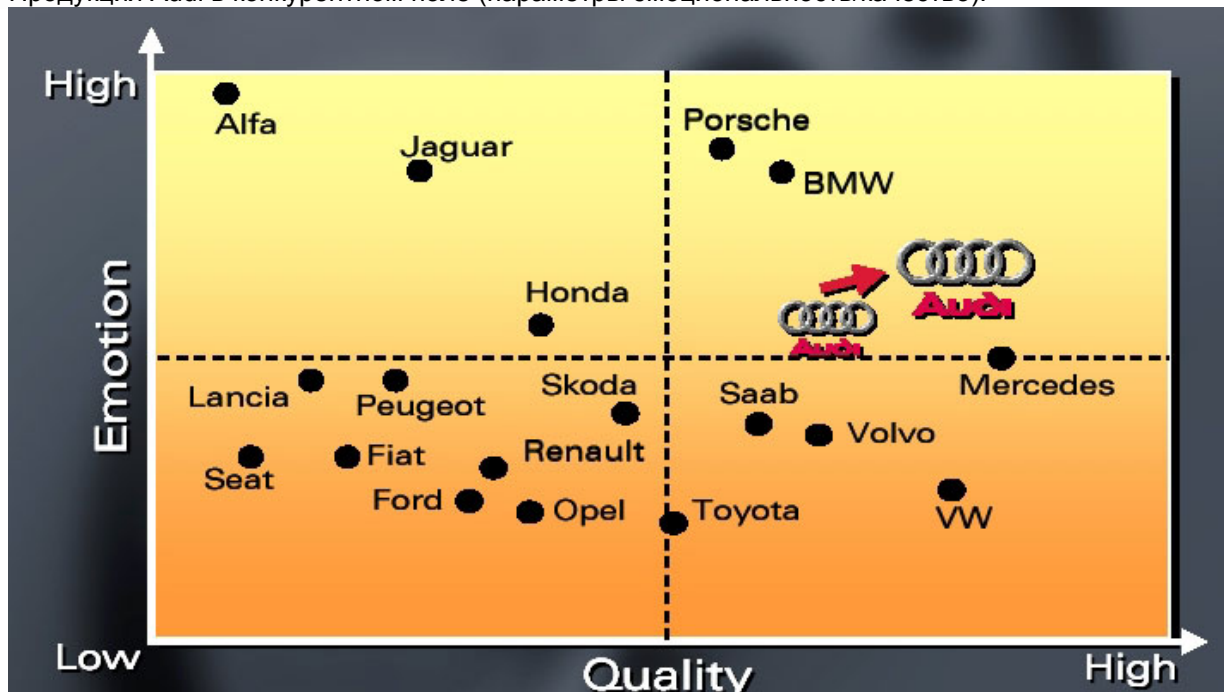
Имиджевые характеристики продукта

**Атлетичный, мощный,
динамичный, молодой,
живой, успешный**

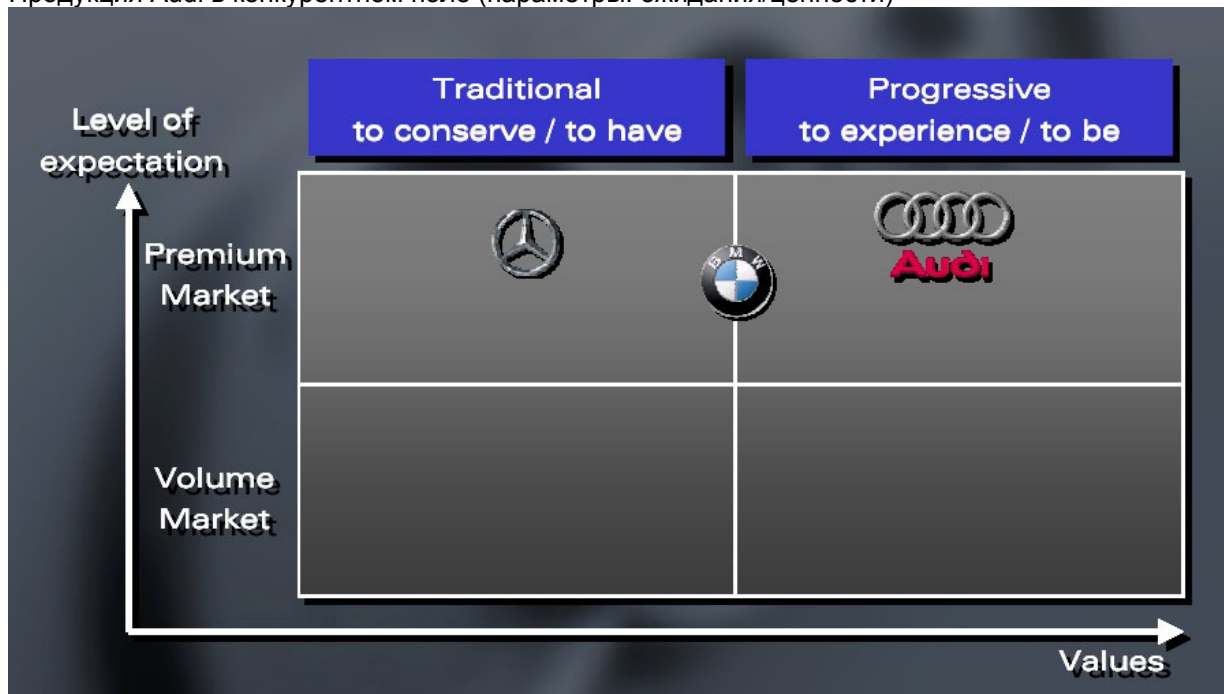
**Вызывающий, вообра-
жаемый, бросающий
вызов обыденному,
инновационный,
лидирующий, индиви-
дуалистичный**

**Восхитительный,
совершенный,
изысканный, велико-
лепный, содержатель-
ный, удивительный,
подлинный**

Продукция Audi в конкурентном поле (параметры эмоциональность/качество):



Продукция Audi в конкурентном поле (параметры: ожидания/ценности)



Имидж и характеристики продукции Audi в настоящее время имеют четкую тенденцию к повышению прогрессивности и премиальности. Залог успеха Вашей коммуникационной политики, и

соответственно, залог Вашего успеха на рынке – эмоциональное и последовательное донесение этой позиции до существующих и потенциальных потребителей.

Матрица бренд/продукт/имидж

		Product	Consumer
ПРЕМИУМ (ПРЕСТИЖНЫЙ) БРЭНД	Спортивность	<ul style="list-style-type: none"> Динамичный спортивный автомобиль Удовольствие от вождения Превосходные ходовые качества, маневренность 	<ul style="list-style-type: none"> Автомобиль для победителей Для молодых и энергичных Для людей, любящих риск
	Прогрессивность	<ul style="list-style-type: none"> Высокие/передовые технологии Надежный автомобиль Интеллектуальный автомобиль 	<ul style="list-style-type: none"> Для людей, стремящихся ко всему новому Для истинных лидеров Для людей, задающих правила игры
	Sophisticated (изысканность, утонченность)	<ul style="list-style-type: none"> Элегантный дизайн Продуман до мельчайших деталей Высокое качество изготовления и отделки 	<ul style="list-style-type: none"> Для людей, добившихся успеха Для людей, уверенных в себе Для людей с высокими запросами Для индивидуалистов

Идеология рекламного сообщения

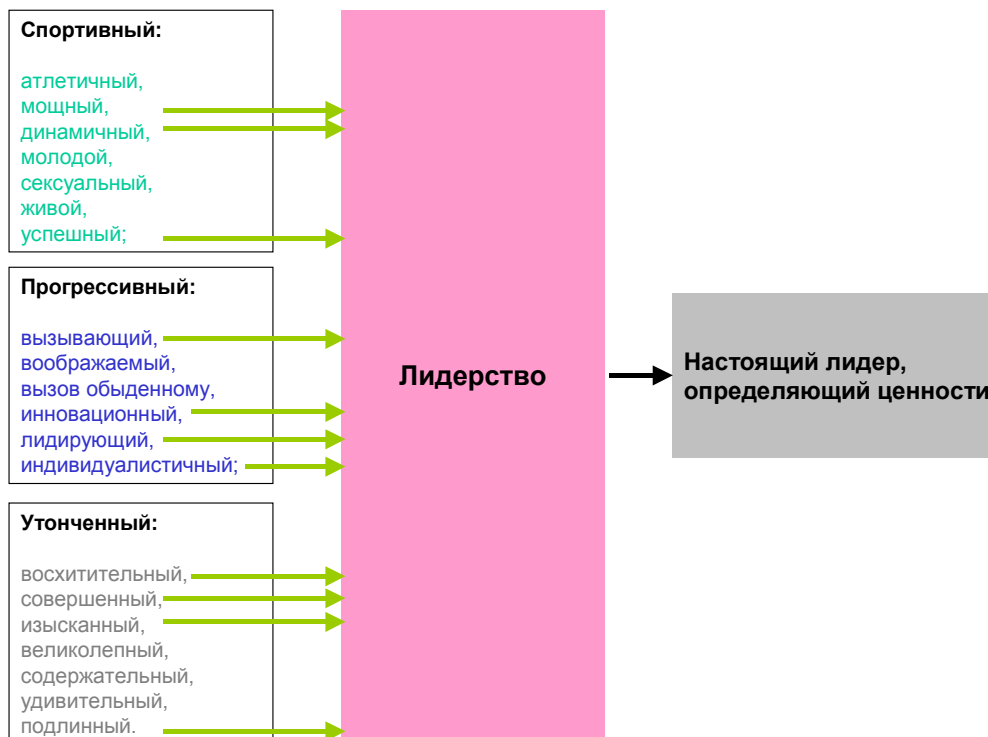
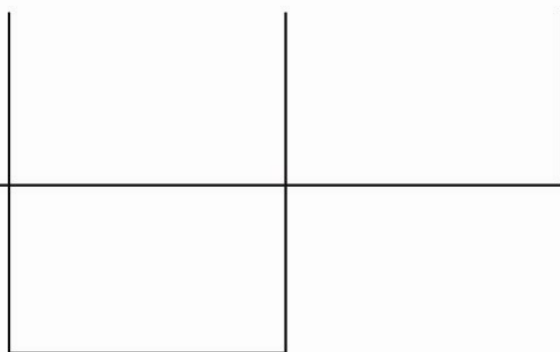


Коммуницирование «лидерства» как такового средствами рекламы - невозможно, т.к. на автомобильном рынке в данной нише, работают несколько ведущих автомобильных производителей.

Наполнение концепции «лидерства» дифференцирующими свойствами продукции Audi позволяет сформулировать сообщение,

которое полностью соответствует продукту и, в то же время, апеллирует к основным свойствам аудитории.

Ниже приводится схема наложения основных параметров продукта на концепцию лидерства:



«Настоящий лидер, определяющий ценности» означает в рамках данного подхода следующее:

- Audi не просто удовлетворяет сегодняшние запросы потребителя, мы разрабатываем и предлагаем продукт будущего (*динамичность и инновационность брэнда*);
- Audi создает и формирует новые рыночные сегменты, на которых наше лидерство однозначно. Мы подтверждаем свое лидерство в тех сферах, где другие автопроизводители не могут и в обозримом будущем не смогут предложить потребителю адекватный его запросам продукт: например, полный привод quattro®, multitronic®, ASF® и т.п. (*прогрессивность, инновационность брэнда*);
- Audi - продукт для настоящих лидеров, а значит - для людей, которые ценят свою независимость в выборе. Для того чтобы сделать выбор, нашему покупателю нет необходимости основываться на чужом мнении (традиционные ценности = Mercedes, BMW), он самостоятельно дает оценку продукту (*прогрессивность,*

изысканность, индивидуалистичность брэнда);

- Наш лидер, будучи независимым в своих оценках и суждениях, тем не менее всегда успешен. И эта успешность – в общепринятом смысле слова (настоящий лидер). Он не только получает удовольствие от возможности жить в своей системе координат (как, например, владелец Alfa Romeo, Saab), но и наслаждается признанием окружающими этой системы координат (*престижность, эмоциональность, изысканность брэнда*).

Идеология «Настоящий лидер, определяющий ценности» позволяет Вам самостоятельно устанавливать «правила игры» в сфере коммуникаций, не пытаясь угнаться за конкурентами, а наоборот, постоянно провоцируя их пытаться догнать Вас. Таким образом, сообщение, которое Вы коммуницируете, априори ставит Вас на шаг впереди конкурентов, заставляя их «подстраиваться» под Вашу коммуникационную политику и лишая их тем самым инициативы.

Стандарты классической рекламы

Единый стиль во всем мире

Одно имя. Один стандарт. По всему миру.

Audi – это не просто автомобили, обладающие неповторимым дизайном, передовыми технологиями и безопасностью. Audi - это марка, которая воплощает в себе целый мир. Мир спортивности, прогрессивности и изысканности. Мир, который ценит и любит каждый владелец Audi.

Основные черты дизайна рекламных объявлений Audi – логотип, асимметричная компоновка, шрифты и форматы – все убеждает с первого взгляда: перед нами реклама Audi.

Лого: символ нашего лидерства

Логотип Audi символизирует наш опыт, качество и силу брэнда. Его эксклюзивные формы и цвета сделали его узнаваемым по всему миру.

Логотип, цвета и шрифты Audi представляют собой фундаментальные элементы дизайна Audi и последовательно используются во всех коммуникациях, будь то обращение к потенциальным клиентам, сотрудникам или широкой общественности. Именно эти элементы закладывают основу узнаваемости брэнда в процессе коммуникации. И логотип Audi, как символ нашего лидерства на рынке играет главенствующую роль в представлении марки. Наш логотип воплощает в себе весь более чем 100-летний опыт компании Audi в создании автомобилей, качество и ценности нашей продукции. Слово Audi, выполненное в характерном шрифте логотипа, и четыре кольца, формируют вместе неразделимый блок и не могут использоваться по

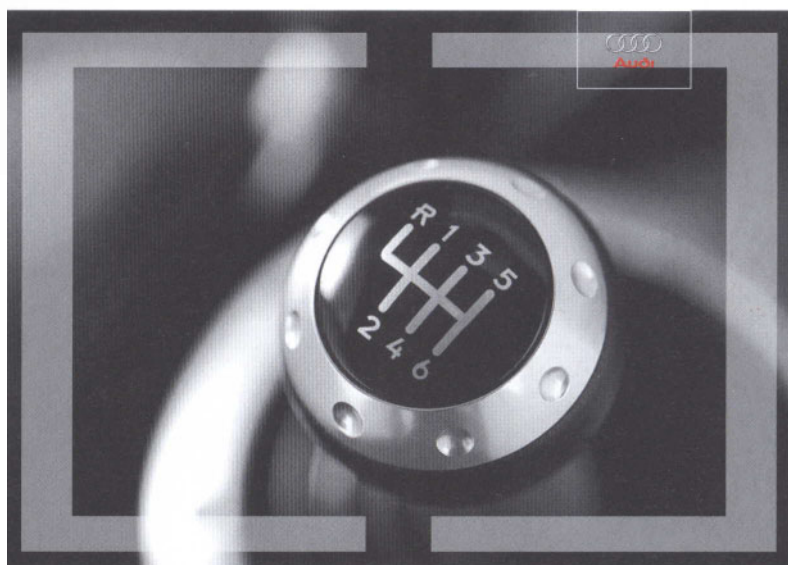
отдельности. Чтобы обеспечить максимальное воздействие, лого Audi всегда отделено от других элементов. В защитной зоне логотипа не могут располагаться никакие другие изображения.

Логотип Audi больше не привязан к слогану «Превосходство высоких технологий», который, в сочетании с интернет-адресом, теперь является отдельным дизайнерским элементом макетов.

Исходя из наивысшей ценности логотипа, его расположение должно быть максимально приближено к идеальному на макете. По возможности, логотип должен быть расположен в правом верхнем углу. В случаях, когда изображение не позволяет такое расположение, логотип располагается в рамках специального поля таким образом, чтобы добиться максимальной эффективности.



Логотип не может располагаться на неоднородном фоне, на фоне смежного цвета или на красном фоне.



Логотип на макете размещается в рамках указанной зоны, учитывая защитную зону логотипа.

All' avanguardia della tecnica www.audi.it

A la vanguardia de la tecnica www.audi.es

www.audi.jp 突破科技 驰骋未来

www.audi.kw تقنية متجددة التطور

Адрес локального сайта Audi привязан к слогану «Превосходство высоких технологий» и выполнен красным шрифтом.

Асимметрия: страсть и динамика

Наше отношение к автомобилю характеризуется повышенной эмоциональностью и привязанностью. Асимметрия является визуальным отражением таких взаимоотношений. Сознательное следование дизайнерскому принципу отхода от компоновки вдоль оси симметрии дает нашим потенциальным покупателям возможность почувствовать эмоциональную напряженность макета и

ощутить динамизм языка форм. Акценты и контрасты создают ощущение ожидания и апеллируют к чувствам.

В архитектуре, в шрифтах, в стилистике

изображения асимметрия является определяющим атрибутом Audi.



Пример асимметричной композиции в рекламном макете

Изображение: пробуждая чувства



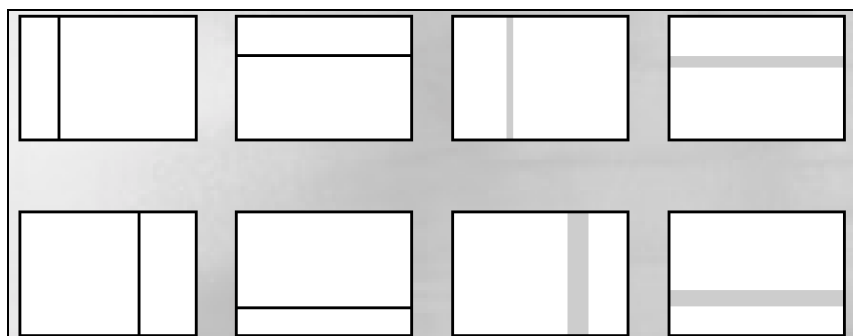
зрителя, но оставляет ему возможность прочувствовать марку.

Может быть использовано либо одно изображение, либо комбинация из двух. И композиция изображения и комбинация двух изображений – асимметричны. Это создает ощущение инновационности и динамизма.

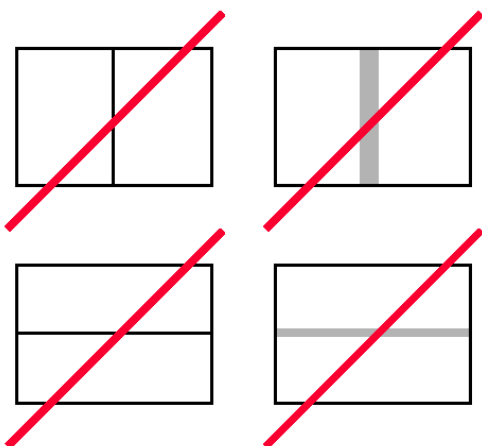
Использование «лейеров»/layers (мягкого перехода между двумя изображениями, наложенными друг на друга) еще более расширяет дизайнерские решения. «Лейер» также может служить подложкой для текста или

выделять основные элементы изображения – этот дизайнерский элемент имеет множество способов применения. Он также может добавлять символизма изображению. К нему тоже применим принцип асимметричности.

Изображение как бы выходит за свои границы: «растворяющийся» фон привлекает внимание и работает как проводник рекламного сообщения. Изображение, заполняющее всю площадь рекламного объявления, захватывает



Граница между изображениями всегда расположена асимметрично.



Когда используются два изображения и «лейер», симметрия недопустима.

Шрифтовые решения

Так же как и человека можно узнать по его почерку, корпоративный шрифт Audi Sans четко ассоциируется с Audi. Этот шрифт, эксклюзивно созданный для Audi, символизирует высокую технологичность марки и упрощает восприятие рекламного сообщения. Его использование при создании всех видов рекламной продукции концерном Audi и дилерами повышает узнаваемость марки и усиливает брэнд.

Так же как и сам шрифт, способы его использования также служат четкой

идентификации марки. Принцип отказа от симметричности также приложим и к шрифтовым решениям. Выравнивание по правому краю, выравнивание по левому краю или отсутствие выравнивания – все эти приемы создают ощущение динамизма и движения. Также типичным для Audi является систематический отказ от выделения слова заглавными буквами. Слово Audi всегда отделено от следующих за ним пробелом и никогда не пишется в кавычках.



Заголовок и текст комбинируются в единый блок.

**LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET,
CONTTLOREM IPSUM
DOLOR SIT AMET, CONSECTTUER**

В рекламе Audi категорически запрещены выравнивание текста по центру и написание текста заглавными буквами.

Стандарты дилерской рекламы

Использовать силу брэнда

Мы живем в мире избытка информации. Тысячи сообщений ежедневно привлекают наше внимание.

Сила яркого и оригинального брэнда дает нам стратегическое преимущество в этих условиях. Ведь таким образом во всех коммуникациях мы можем рассчитывать на знание брэнда.

Потому что мы можем заручиться доверием человека, которому предназначено сообщение, и это доверие оказывает неоценимое влияние на желание совершить покупку. Другими словами, знание брэнда становится тем капиталом, который может быть измерен конкретными цифрами рыночного успеха.

Интегрированные коммуникации: единство стиля

Классическая реклама Audi выполнена в едином стиле по всему миру. Ей доверяют и ее знают везде. Единый стиль коммуникации, единообразные рекламные элементы и сообщения усиливают и делают более ясным суть брэнда Audi. Дилерская реклама – это последнее звено в цепи, указывающей

потребителю путь к покупке. Таким образом, дилерская реклама, выполненная в стиле Audi, передает всю силу брэнда Вашему дилерскому центру. Вот что значит интегрированные коммуникации в лучшем смысле слова.

Концепция дилерской рекламы

Дилерская реклама имеет свои специфические особенности, связанные с, как правило, более низким качеством полиграфии, наличием специальных предложений от дилера и т.д. Рекламный текст дилера и адрес дилерского центра не могут располагаться на полномасштабном изображении, так же как и на классической имиджевой рекламе Audi. Таким

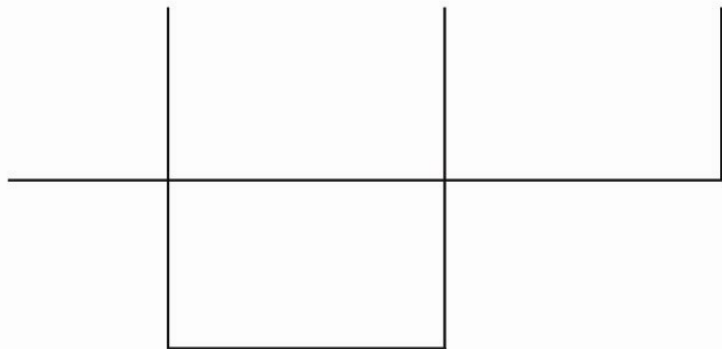
образом, дилерский текст должен располагаться на сером фоне. Изображение и серый фон прекрасно «работают» вместе. Дилерская реклама может создаваться с использованием изображений из классической рекламы, что повышает узнаваемость марки, привлекает внимание и побуждает читателя посетить дилерский центр.

Логотип, название марки и зарегистрированные торговые марки в дилерской рекламе

Четыре кольца и подпись Audi являются единым элементом и не могут отделяться друг от друга. Чтобы усилить воздействие брэнда, логотип размещается на максимально эффективном месте в макете: вверху рекламного объявления. Неоднородные, отвлекающие элементы внутри защитной зоны логотипа невозможны ни при каких обстоятельствах. Название марки Audi всегда пишется латинскими буквами без кавычек, за исключением тех случаев, когда оно является частью названия Вашего дилерского центра. Слово quattro®, когда оно применяется в качестве наименования типа привода,

пишется с маленькой буквы, независимо от его положения в предложении и сопровождается значком®. Название multitronic® всегда пишется с маленькой буквы и сопровождается значком®.



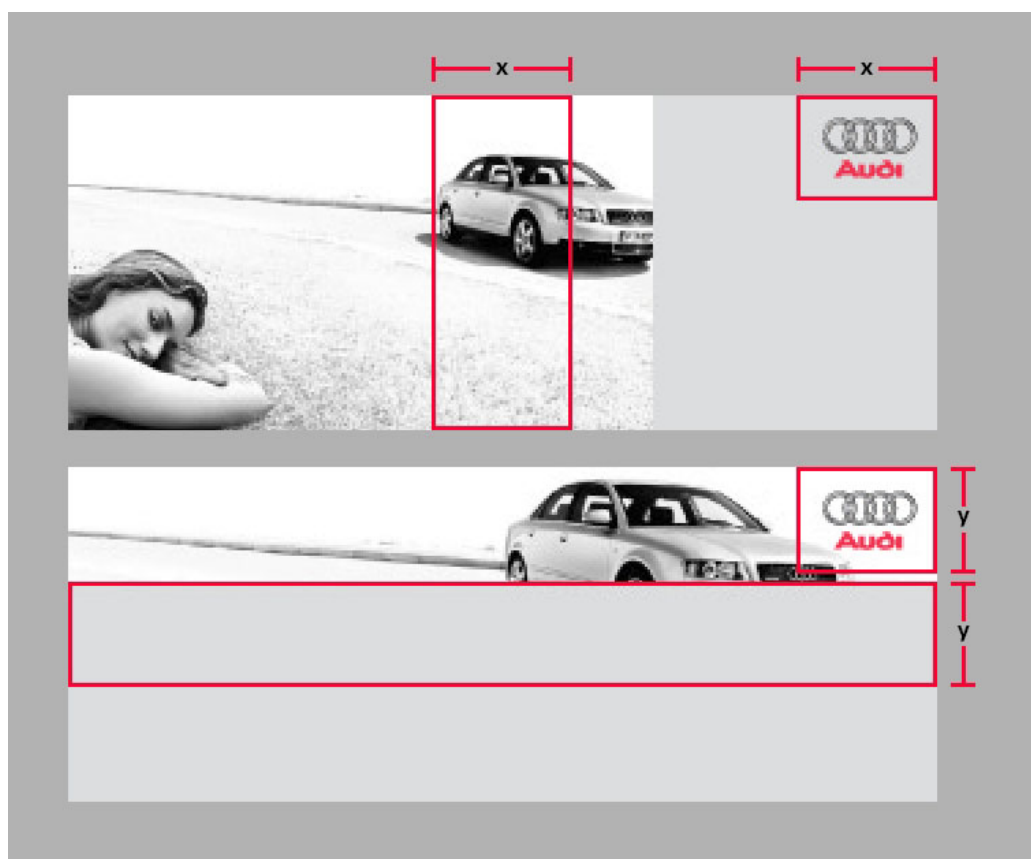


Асимметричная структура дилерской рекламы

Дизайн наших автомобилей столь привлекателен по причине сильных, мощных кузовных линий; дугообразная крыша асимметрично расположена над ангаром дилерских центров Audi: всегда и везде мы видим - Audi – это технологичный и динамичный автомобильный брэнд. И реклама также демонстрирует это.

Динамичный характер брэнда отражается в асимметричной структуре рекламы Audi. Таким

образом, в дилерской рекламе текстовое поле и изображение никогда не могут быть одинакового размера. Потому что симметрия создает ощущение статичности. Одна часть дилерского макета, будь то изображение или текстовое поле, должна занимать значительно больше места, чем другая. Это - яркое воплощение стилистики Audi в рекламе, в том числе - и в дилерской.



Асимметричная структура рекламы: изображение или текстовое поле явно выходят за пределы оси симметрии макета. Ширина/высота защитной зоны логотипа определяет ту зону, в которой не может находиться разделительная линия между текстом и изображением.

Шрифтовые решения дилерской рекламы

Структура слогана, выполненного в две строки (вторая строка сдвинута вправо). Шрифт Audi Sans Extended Bold.

Слоган с выравниванием по левому краю. Четкая привязка слогана к тексту. Разделительная линия заканчивается на нижней границе третьей строки.

Важная информация может выделяться путем использования шрифтов различного размера.

Контактная информация и название дилера размещаются в отдельном, хорошо видимом адресном блоке.

Lorem ipsum dolor sit amet,
consectetur adipiscing elit.

Lorem ipsum
dolor sit amet

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat.

Kut aliquip ex ea kalim:

Audi A3 1.6i

ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

DM 20.000,-

ad minim veniam, quis nostrud

Autohäuser Mustermann

Musterstraße 32
10553 Musterstadt
Tel. (030) 890 82 050
Fax (030) 890 82 001
www.mustermann.de

Цветовые решения дилерской рекламы

В случае, если невозможно использование полноцветных рекламных объявлений, макет может быть исполнен с одним дополнительным цветом (Audi Red, Pantone 186 – только для логотипа) либо в черно-белом варианте.

Текст на сером поле всегда выполняется в черном цвете. Текст на изображении может

быть выполнен либо черным, либо белым цветом (в случае темного фона).



Использование красного цвета для написания названия дилерского центра, а также для любых других текстов абсолютно недопустимо.

Дополнительные элементы

Для привлечения внимания к специфическим дилерским предложениям могут быть использованы дополнительные элементы:

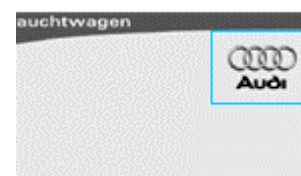


Темно-серая плашка для обозначения специальных предложений.

Этот элемент выполняется заливкой 80% черного, цвет шрифта - белый. Могут быть использованы более крупные шрифты для привлечения внимания. Элемент располагается в нижней трети макета.



Элемент, указывающий на рекламу автомобилей с пробегом.



Надпись «Автомобили с пробегом» выполняется шрифтом Audi Sans Extended Bold, размер 11 pt, межбуквенное расстояние +4 (XPress), цвет – белый. Для размещения логотипа применяются те же правила, которые применимы для остальных макетов.

Стандарты наружной рекламы (3x6)

Дизайн наружной рекламы дилерских центров Audi базируется на тех же основных принципах, что и классическая реклама в прессе. Однако, специфика носителя накладывает определенные ограничения на степень подробности, с которой Вы можете донести до аудитории Ваше сообщение.

Именно поэтому, варианты решений для наружной рекламы предполагают использование относительно крупных шрифтов, а также активное использование элементов, привлекающих внимание к Вашему сообщению.



Логотип

Логотип располагается в верхнем правом, либо в верхнем левом углу макета с соблюдением защитной зоны логотипа.



Шрифты

Для создания макетов используются шрифты Audi Sans Bold и Audi Sans Extended Bold.

Допустимые размеры шрифтов:

- **Название дилерской компании** – до 100 pt;
- **Адрес и телефон** – до 34 pt;
- **Строка «Товар сертифицирован и номер лицензии»** - до 13 pt (шрифт – Audi Sans);

- **Ширина логотипа** – 7,3 см.
- **Защитная зона сверху** – 2 см.
- **Защитная зона справа/слева** – 2 см.

Размещение логотипа на неоднородном фоне не допускается.

- **Слоган на изображении** – до 50 pt.

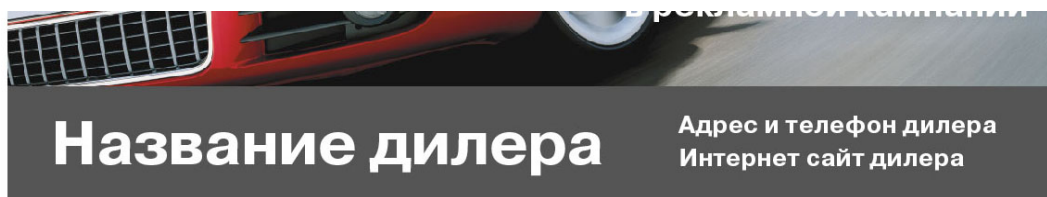
Допустимые цвета шрифта – черный или белый в зависимости от плотности фона изображения.

Внимание! Все размеры в данном разделе указаны в масштабе 1:10

Цвета/размеры

Плашка для размещения информации о дилере выполняется заливкой 80% черного цвета (C-0, M-0, Y-0, K-80). Допустимая высота

плашки – до 6,9 см. Ширина плашки – во всю ширину макета.






Запрещается размещение текстовых элементов макета с отступом менее чем 2 см от края макета. Запрещается выравнивание

текстовых элементов макета по горизонтальной или вертикальной осям симметрии.

Специальные предложения

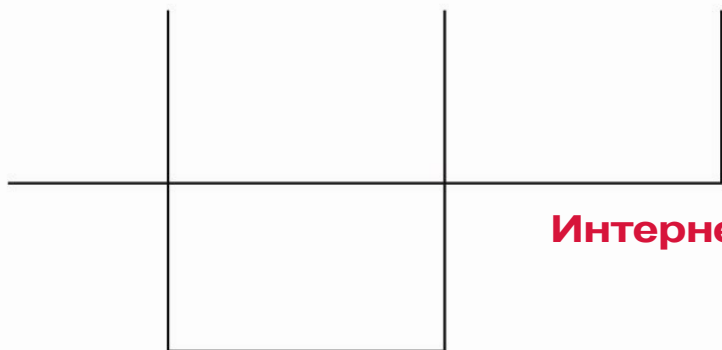
Для привлечения внимания к специальным предложениям может использоваться дополнительная плашка, выполненная одним из трех дополнительных цветов Audi:

	C-65, M-35, Y-40, K-0
	C-85, M-35, Y-55, K-0
	C-0, M-45, Y-100, K-0

Допустимые размеры шрифтов для текста на плашке специального предложения: 45-111 pt.

Допускается указание телефона дилерского центра также и на плашке.

Максимальный размер плашки специального предложения 23,6x23,1 см.



Доменное имя

Доменное имя дилерского центра, используемое во внешней коммуникации и для создания адресов электронной почты имеет стандартный вид:

- [audi-**<регион>**.ru](http://audi-<регион>.ru)



Например:

- www.audi-samara.ru
- Ivan.Ivanov@audi-rostov.ru

Сайт

Сайты Audi по всему миру созданы в рамках одного легко узнаваемого и функционального дизайна, который наилучшим образом представляет Ваши услуги и продукцию пользователям сети Internet. Все дизайнерские и функциональные элементы, а также навигация, разработаны таким образом, чтобы создавать у посетителя Вашего сайта ощущение премиальности и динамичности марки.

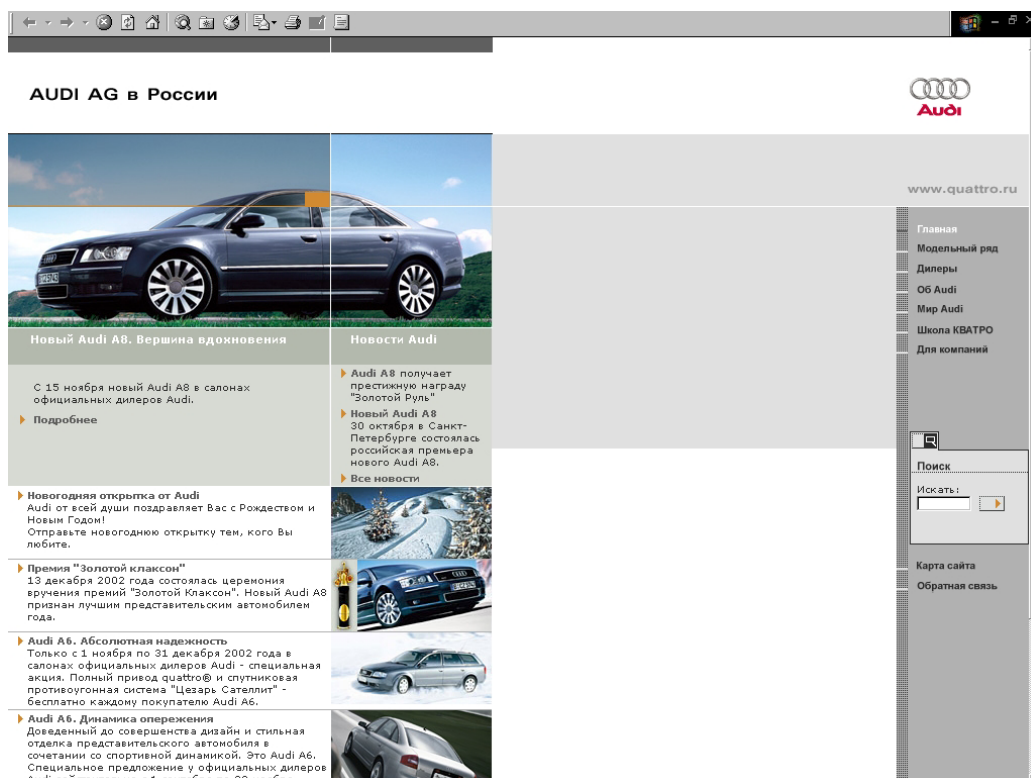
Основными правилами, определяющими внешний вид сайта Audi являются:

- **Расположение логотипа.** Лого всегда расположен на фиксированной

позиции в правом верхнем углу, имеет фиксированный размер (60x38 пикс.) и окружен защитной зоной (не менее размера одного кольца). Пожалуйста, убедитесь, что файл логотипа, который Вы используете, называется AudiCo_1-5M-w.gif. Лого не может использоваться в качестве ссылки, не может быть анимирован или изменен каким-либо иным образом.

- **Привязка к сетке.** Все страницы создаются с привязкой к модульной сетке, которая состоит из ячеек с соотношением сторон 5:3 и размером 20x12 пикс.

- **Цвета.** Основные цвета – белый и серый. Красный зарезервирован для логотипа. Для выделения содержания либо элементов на каждой странице используется только один дополнительный цвет.
- **Шрифты.** Шрифт, используемый для написания заголовков в верхней левой части страницы – Univers 63 Bold Extended (надпись - в формате GIF).



Во всех остальных частях сайта используется шрифт Verdana.

- **Брендирующая область.** Вверху каждой страницы находится брендирующая область. Размер, положение, дизайн – фиксированные и не могут изменяться.
- **Навигация.** Навигационная панель с основными пунктами меню (верхний

уровень меню) находится в правой части экрана. Второй уровень навигации располагается левее от навигационной панели.

- **Ссылки.** Для выделения ссылок используется только специальный элемент. Ссылки внутри текста и ссылки без этого элемента не допускаются.



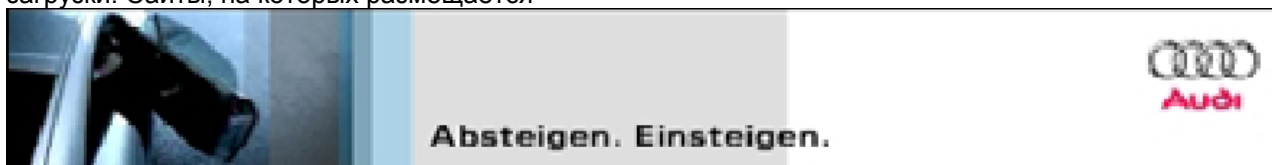
В Вашем распоряжении имеется полный комплект электронных шаблонов для создания дизайна сайта по стандартам Audi. Пожалуйста, обращайтесь в Ауди Россия для получения CD-ROM с шаблонами дизайна.

Реклама on-line

Онлайн-реклама Audi основывается на тех же принципах, что и классическая реклама. Но рекламное сообщение предстает перед пользователем исходя из технических и эстетических требований, которые накладывает Интернет. Сетевая реклама Audi ориентирована на пользователя: концепция учитывает технические требования к рекламе в цифровом формате, такие как ограниченное пространство и объемы данных, а также необходимость максимально быстрой загрузки. Сайты, на которых размещается

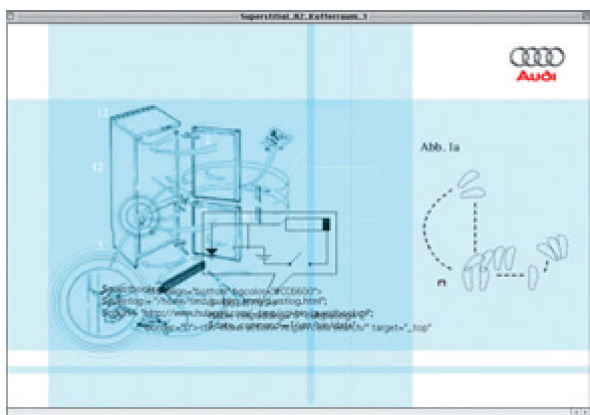
реклама Audi, должны соответствовать имиджу брэнда. Реклама может размещаться на баннерах, отдельных поп-ап окнах либо с использованием микросайтов, не раздражая пользователя. Необходимо создавать рекламу таким образом, чтобы она была рассчитана на самые популярные браузеры и повсеместно распространенные плагины.

Предпочтительными форматами являются: анимированный GIF, flash и HTML.



Использование анимации должно быть умеренным. Анимация располагается слева и должна быть по возможности направлена в обычном направлении чтения (т.е. слева направо). Скорость анимации определяется нормальной скоростью чтения. В онлайн-рекламе Вы можете использовать анимированные фоновые изображения и дизайнерские элементы – они заполняют пространство и создают визуальную связь между картинкой и текстом. Звуковые или видео-элементы появляются только в том случае, если на то есть санкция пользователя.

Шрифтовые решения онлайн-рекламы выдержаны в общей стилистике шрифтов Audi.



Цвет шрифта – черный, белый или серый. Выравнивание – по левому краю и асимметричное расположение текстовых блоков. Все тексты онлайн-рекламы предпочтительно конвертировать в формат gif.

Рассылка ньюслеттеров по E-mail осуществляется в рамках созданного в Audi специального дизайна электронного письма. Исходные файлы данного дизайна

представлены в HTML-шаблоне, доступном для загрузки через систему www.audi-marketing.ru, раздел «Дилерские стандарты/Интернет».



POS-материалы

Мир Audi в Вашем шоу-руме

Приобретение автомобиля Audi должно быть для клиента незабываемым, эмоционально насыщенным событием на каждом этапе этого процесса. И шоу-рум дилера играет основную роль в создании особого настроения. Высококачественные материалы, премиальный дизайн шоу-рума вместе с особым миром, который создается вокруг

каждой модели – так мы представляем Audi нашему клиенту.

Для заказа материалов оформления Вашего шоу-рума Вы можете пользоваться системой www.audi-marketing.ru, раздел «Оформление зала продаж».

Система ламелей



Система ламелей, разработанная Audi, дает прекрасную возможность окружить каждый автомобиль его собственным миром, представленным максимально наглядно.

Дизайн и материалы ламелей разработаны таким образом, чтобы обеспечить продолжительное использование их как в помещении, так и на улице. Специальные алюминиевые детали, и анодированные секции создают вокруг продукции ауру высокого качества, отражая стремление Audi достичь совершенства в дизайне.

Набор ламели состоит из 4 секций. Панели соединены друг с другом с помощью S-образных соединительных элементов. Снизу ламель крепится на устойчивую подставку. Каждая панель ламели имеет ширину 75 см и высоту – 170 см.

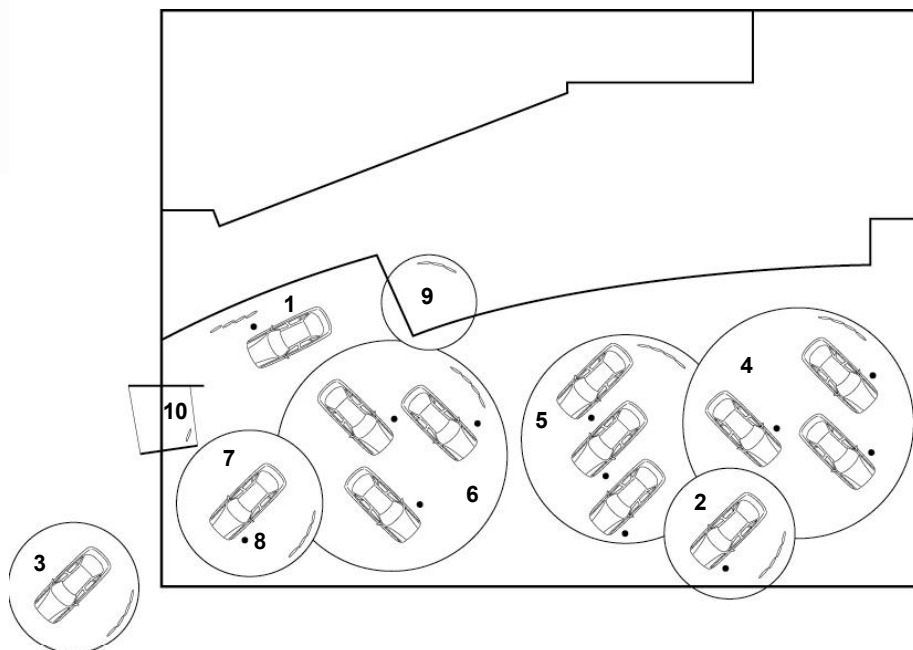
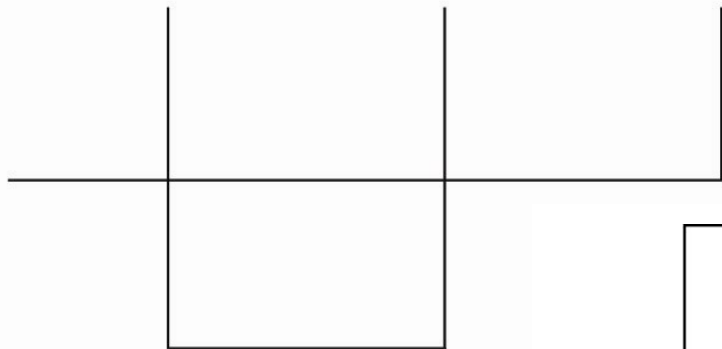
Менять изображения в ламелях очень просто. Мотивы легко закрепляются в пазах с помощью резиновой ленты. Изображение для каждой панели сделано из прочного пластика и может быть закреплено без использования дополнительных инструментов. Изображение с автомобилем размещается на «внешней» стороне ламели.



Структура организации пространства шоу-рума

Круговая структура архитектуры шоу-рума Audi дает покупателю возможность с легкостью ориентироваться в зале. Автомобили одной модельной группы располагаются на одном круге. В зависимости от размеров шоу-рума и желаемого эффекта, они могут располагаться

со сдвигом вперед/назад по отношению друг к другу, но в любом случае – параллельно друг другу. Передняя часть автомобиля всегда обращена к окнам шоу-рума.



1. Зона презентации специальных кампаний:

- Сезонные кампании
- Сейлз-промоушн
- Спонсорство
- Мероприятия

2-3. Зона презентации особо значимых кампаний, таких как выпуск нового продукта

4-7. Зона презентации автомобилей, принадлежащих к различным модельным сериям.

8. Подставка ценника. Используется для представления информации о продукте и его цене. Рассчитана на размещения листа формата А4. Специальная акриловая накладка защищает от влаги.

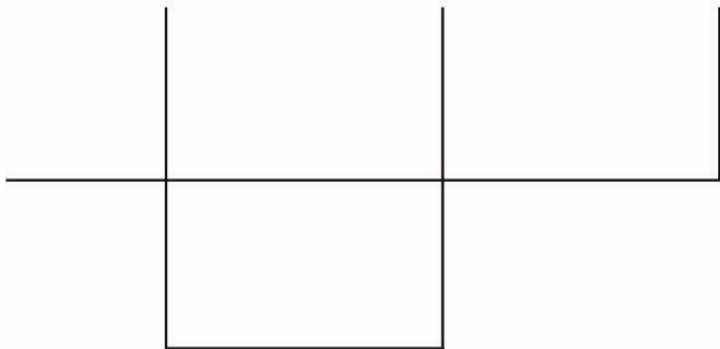


9. Информационная ламель с подставкой для брошюр. Часть информационной стойки. Содержит подставку для брошюр и каталогов (высота 264,5 см). Информационная ламель крепится к потолку телескопическими штангами.



10. Мобильная ламель. Для специальных дилерских предложений, информации о лизинге и т.п. Может использоваться совместно с подставками под брошюры.

Информация о необходимом количестве данной продукции в Вашем шоу-руме - см. Приложение №1.



Потолочная подвесная конструкция

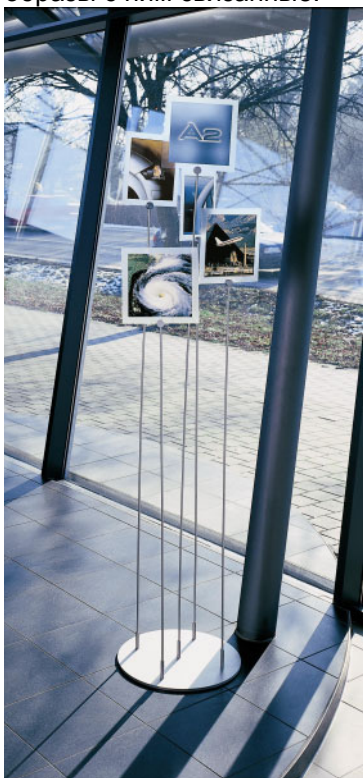
Потолочная подвесная конструкция – легко изменяемое и инновационное решение для демонстрации графических мотивов над автомобилем. Простой дизайн фурнитуры гарантирует легкость замены изображений.

Фурнитура и изображения заказываются отдельно. Информация о необходимом количестве данной продукции в Вашем шоу-руме - см. *Приложение №1*.



Image Ensemble

Впервые данная конструкция была представлена для Audi A2. Пять изображений, закрепляемых на длинных стойках филигранного дизайна созданы, чтобы эмоционально представить автомобиль или образы с ним связанные.



Фурнитура и изображения заказываются отдельно. Информация о необходимом количестве данной продукции в Вашем шоу-руме - см. *Приложение №1*.

Презентер



Презентер является идеальным инструментом для представления опций на все модели Audi. Привлекательные материалы и оригинальный дизайн обеспечивают этому продукту идеальный внешний вид и полное соответствие концепции шоу-рума. Боксы с образцами размещаются в мобильной тележке, которая может быть с легкостью перемещена в любое место в Вашем шоу-руме. В то же время, презентер может использоваться также и для проведения презентаций рядом с автомобилем либо вблизи от информационной стойки.

Флаги и постеры

На территории, прилегающей к шоу-руму, предусмотрено четыре флагштока для размещения уличных флагов. Флаги выполняются из практичного и высококачественного полиэстера и имеют пять крепежных элементов, позволяющих с легкостью менять их в зависимости от текущей кампании. Также предусмотрены белые флаги с логотипом Audi, которые размещаются перед шоу-румом в периоды между кампаниями. Флаги помогают четко идентифицировать Ваш дилерский центр и, совместно с наружной



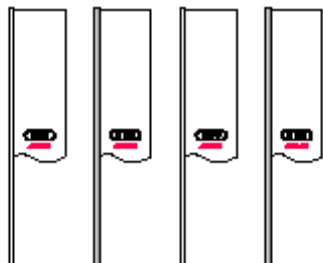
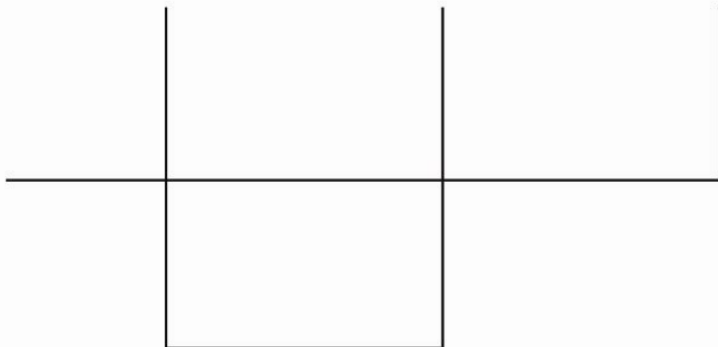
Бокс презентера содержит в себе карточки с вариантами цветов кузова и обивки салона на каждую модель. Карточки регулярно обновляются компанией Audi. Эта система обеспечивает неоценимую поддержку в момент переговоров о продаже автомобиля.

Информация о необходимом количестве данной продукции в Вашем шоу-руме - см. Приложение №1.



символикой (пилоны, клипы и т.д.), создают у посетителей ощущение престижности и премиального характера марки.

В момент проведения специальных акций Вы можете размещать флаги либо только соответствующие текущей модели, либо в комбинации с одним белым флагом Audi. На следующей странице приведены примеры корректного размещения флагов на период проведения специальных акций.



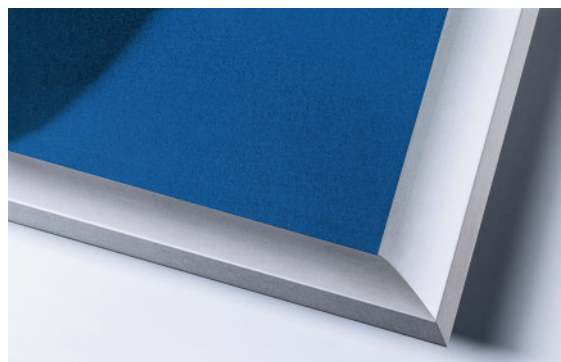
Эксклюзивные рамки для постеров Audi имеют размер 120x80 см. Специально разработанные алюминиевые секции и акриловое стекло с антибликовым покрытием создают ощущение исключительного качества продукта.

Крепежные элементы на обратной стороне рамки позволяют повесить постер либо непосредственно на стену, либо с помощью специального рельса на нейлоновых шнурах. Постеры могут использоваться как в зоне продажи автомобилей, так и в офисных помещениях Вашего дилерского центра.

Информация о необходимом количестве данной продукции в Вашем шоу-руме - см. Приложение №1. Для заказа рамок Вы можете обратиться в московскую компанию Buro Object Corporate Design, тел.: (095) 258 3338.



▶ Возможно локальное изготовление рамок для постеров в случае точного соблюдения требований Audi к данной продукции.



Информационная колонна

Высококачественная алюминиевая конструкция со сменными изображениями с двух сторон используется, чтобы максимально просто собирать информацию о Ваших клиентах в шоу-руме, на выставках, в лобби отелей.



Шоу-рум видео

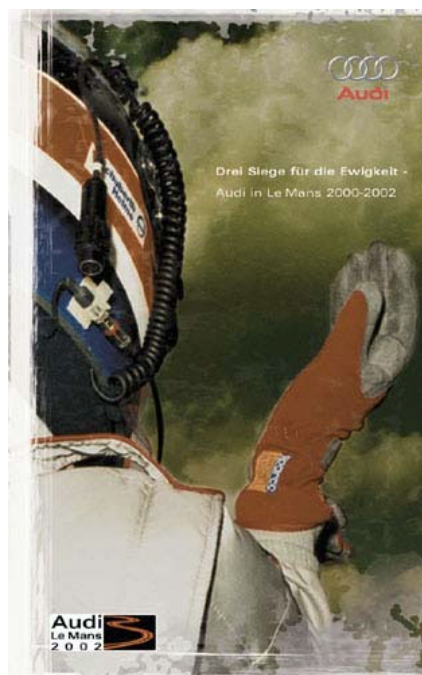
Просмотр красочных и эмоциональных видеороликов превращает посещение Вашего шоу-рума в незабываемое событие для каждого клиента.

Информация о необходимом количестве данной продукции в Вашем шоу-руме - см. Приложение №1.



Колонна включает в себя емкость для сбора анкет обратной связи и специальный карман для хранения бланков. Возможно, Вы сочтете данную конструкцию также неплохой идеей для размещения буклетов небольшого формата о Вашем центре.

Фурнитура и изображения заказываются отдельно.



Стандарты обклейки тестовых автомобилей.

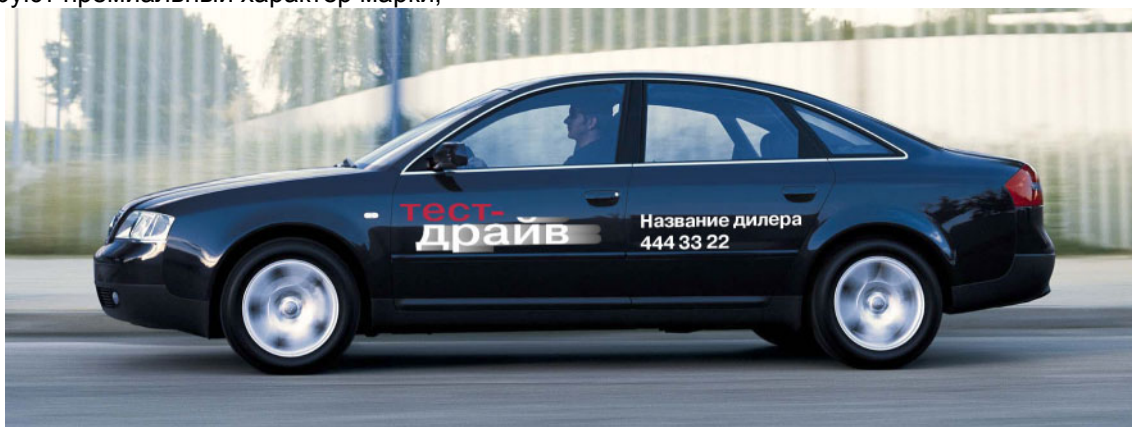
Тестовая поездка на автомобиле Audi – самый веский аргумент в Вашем разговоре с потенциальным покупателем. Ведь качество отделки, динамика, функциональный дизайн и непревзойденный комфорт Audi – это те характеристики, которые важно почувствовать на собственном опыте. Будь то короткая тестовая поездка, специальное мероприятие для потенциальных клиентов или длительный тест-драйв, покупатель должен ощущать, что автомобиль, которым он управляет, это – воплощение тех принципов, которыми гордится марка и которые отличают Audi от конкурентов.

Варианты обклейки тестовых автомобилей, приведенные ниже своей лаконичностью символизируют премиальный характер марки,

а их дизайнерское решение разработано таким образом, чтобы максимально соответствовать динамичному имиджу автомобиля. С другой стороны, яркое цветовое решение гарантирует, что даже в плотном городском потоке Ваш тестовый автомобиль не останется незамеченным, выполняя функцию мобильного рекламного носителя.

В системе www.audi-marketing.ru доступны исходные дизайнерские файлы для двух вариантов обклейки тестового автомобиля:

- Вариант I. Для темной машины;
- Вариант II. Для светлой машины.



Вариант I

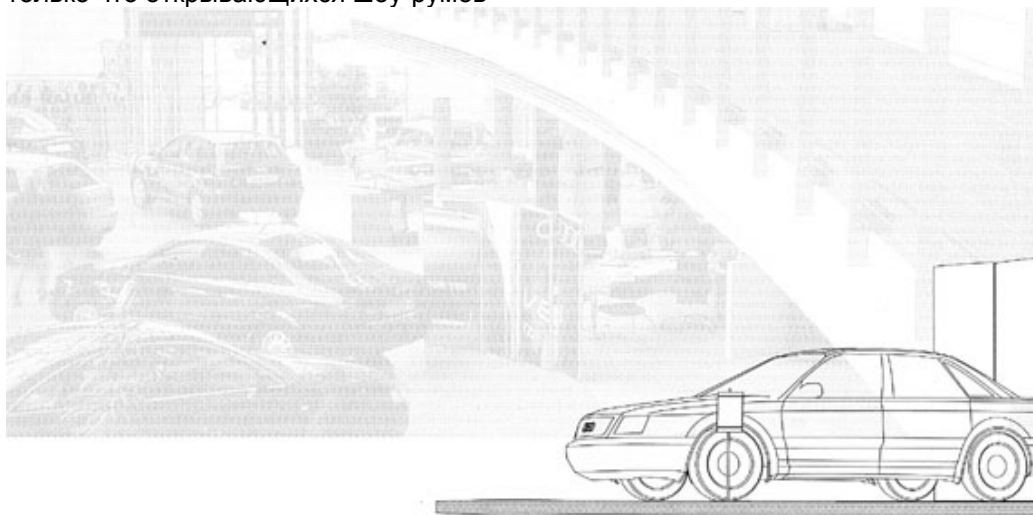


Вариант II

Дополнительное оформление Центра

Помимо маркетинговых материалов оформления шоу-рума, доносящих до клиента те или иные конкурентные преимущества модели, огромное значение имеет и общая атмосфера премиальной марки в торговом зале, в кафе, в комнатах переговоров. Для только что открывающихся шоу-румов

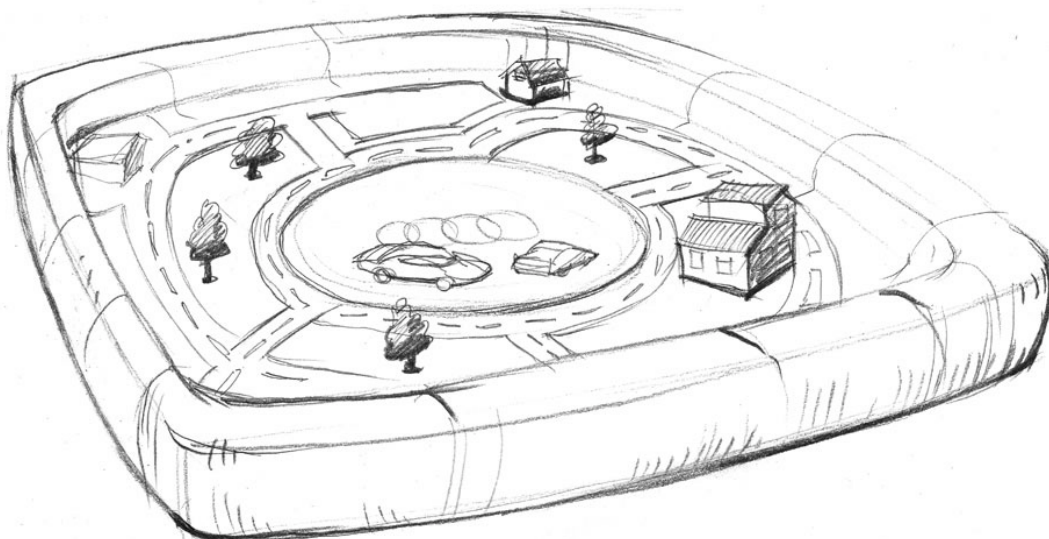
правильной идеей было бы обращение к профессиональным дизайнерам для разработки дополнительного оформления Центра и таких аксессуаров, как посуда, фитодизайн и т.п.



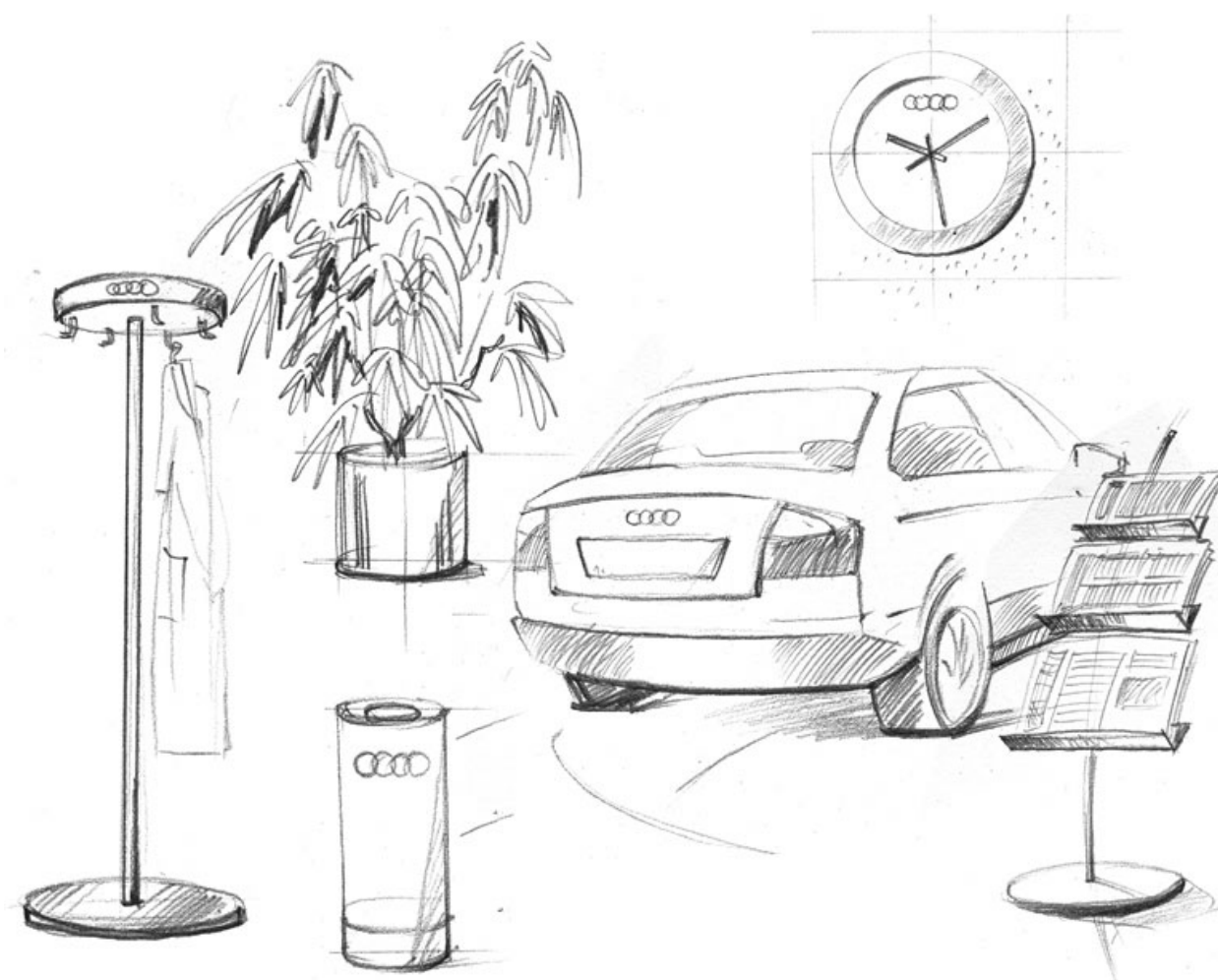
Торговый зал

Каждую секунду в салоне клиент должен чувствовать себя комфортно, как дома. Созданию правильного настроения и атмосферы премиального бренда помогают

аксессуары, максимально соответствующие по своему дизайну идеям утонченности, премиальности, динамичности, и заботы о клиенте.



Детская площадка. Посетителям, пришедшим с детьми, Вы можете предложить занять маленьких водителей собственными гонками по специально проложенной трассе.



«Алюминиевые» цилиндрические кадки для цветов, часы, по форме перекликающиеся с круговой системой шоу-рума и др. элементы, продолжающие тему легкости и прогрессивности бренда Audi.

Места переговоров

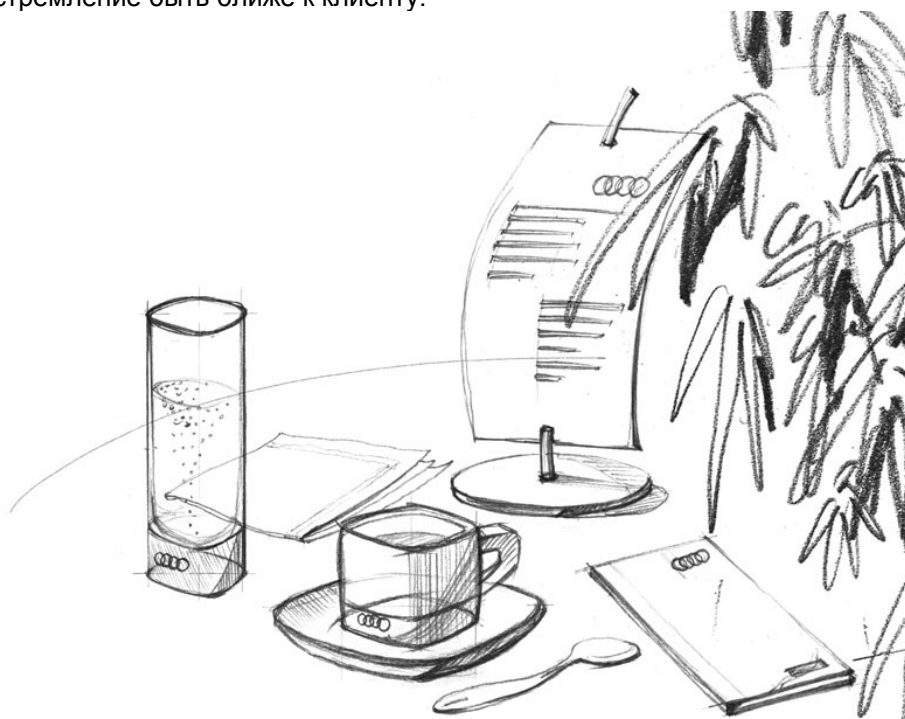
За столом менеджера клиент проводит не один десяток минут. Утвердить его в правильности выбора Audi, поддержать эмоциональный настрой призваны канцелярские аксессуары, решенные в стилистике Audi.



Свет настольной лампы рождает атмосферу доверительных, конфиденциальных отношений между менеджером и клиентом даже в открытом пространстве шоу-рума.

Кафе

Минуты перед выдачей автомобиля, утомительное вынужденное бездействие клиента, ожидающего возвращения автомобиля из сервисной зоны – за чашечкой кофе это время пролетит быстрее. Аксессуары для кафе, решенные в общей стилистике Audi, создадут необходимый эмоциональный настрой у ваших клиентов и подчеркнут характерное для Audi внимание к каждой мелочи и стремление быть ближе к клиенту.



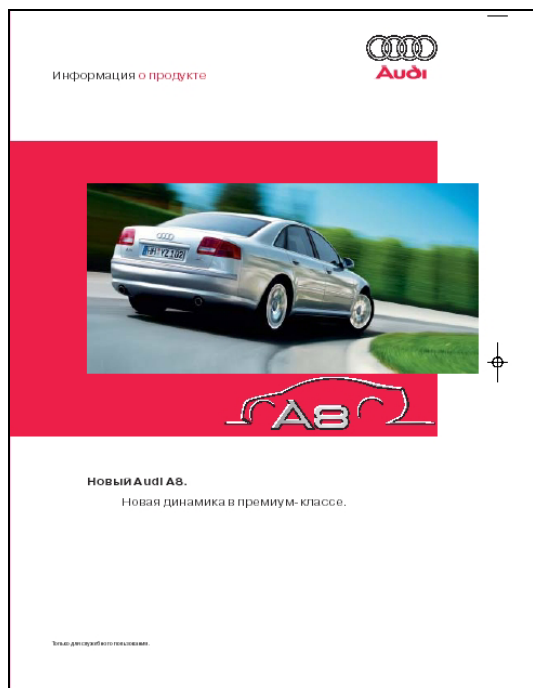
Заказать дополнительное оформление шоу-рума, получить консультацию по фитодизайну и общему дизайнерскому решению Центра Вы можете, обратившись, к примеру, в компанию:

**Дизайн-студия just design
 Контакт: Андрей Гельмиза
 Тел.: + (095) 236 2722 / 05 / 18
 E-mail: gelmiza@justdesign.ru**

Информация о продуктах и кампаниях

Audi предлагает Вам два вида внутренней документации, призванной обеспечить максимально эффективное использование имеющихся маркетинговых ресурсов:

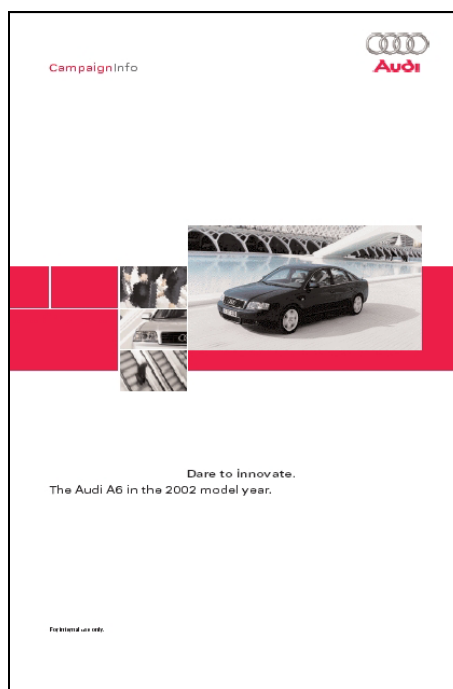
- **Информация о продукте.** Брошюры, выпускаемые по моделям, либо по выходящим техническим новинкам (двигатели, коробки передач, новые технологии, применяемые в автомобилях Audi). Данные брошюры являются одним из основных источников информации для Ваших продавцов, поскольку предлагают не только обзор основных преимуществ и технологий того или иного продукта, но также представляют сравнительный обзор его положения в конкурентном поле.



Брошюры печатаются в Германии на английском или немецком языках. Audi Россия обеспечивает возможность заказа также локализованных версий данных брошюр по наиболее важным

продуктам Audi. Для ознакомления Вы можете загрузить данные брошюры в формате *.pdf из системы www.audi-marketing.ru, раздел «Дилерские стандарты/Рекомендации по кампаниям и продуктам». Информация о необходимом количестве брошюр в Вашем дилерском центре - см. Приложение №1.

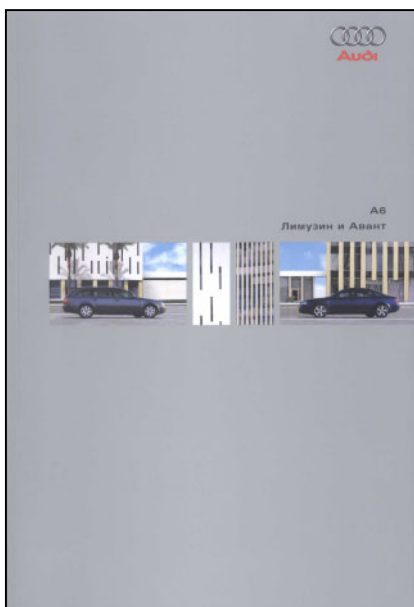
- **Информация о кампаниях.** Содержат разработанные Audi идеи и технологии представления на рынке тех или иных продуктов. Предназначены для менеджеров по маркетингу и рекламе, PR-менеджеров Вашего дилерского центра. Данные брошюры доступны к загрузке через систему www.audi-marketing.ru (на английском или немецком языках).



Данные брошюры предназначены для служебного использования маркетинг-менеджерами и продавцами Вашего дилерского центра и не подлежат демонстрации покупателям.

Клиентская литература

Основным видом клиентской литературы являются каталоги, которые обновляются компанией Audi каждые полгода. Предложение о заказе новых каталогов поступает от Audi в октябре и апреле каждого года и имеет ограниченный срок действия.



Задача менеджера по маркетингу дилерского центра – спрогнозировать необходимый объем каталогов на будущий период, исходя из планируемого объема продаж и своевременно направить заявку на соответствующие виды каталогов.

Информация о необходимом количестве каталогов в Вашем дилерском центре - см. Приложение №1.



Внимание: Несвоевременный заказ каталогов приводит к некорректному планированию производства данной продукции в Германии. В этом случае возможна ситуация, когда необходимые Вашему дилерскому центру каталоги получить будет невозможно.

Вы также, несомненно, можете производить клиентскую литературу самостоятельно, включая в нее информацию об уникальных характеристиках и предложениях Вашего дилерского центра. Основные правила создания брошюр по стандартам Audi

изложены в информационном документе The Audi Brochures: Design Rules, который может быть загружен из системы www.audi-marketing.ru, раздел «Дилерские стандарты». Также Вам доступны электронные шаблоны дизайна для различных форматов брошюр.



Внимание: Производство клиентской литературы по стандартам Audi может потребовать использования специальных полиграфических технологий. Рекомендуем на этапе выбора подрядчика уточнять возможности производства, предоставляя подрядчику образцы существующей литературы.

Деловая полиграфия

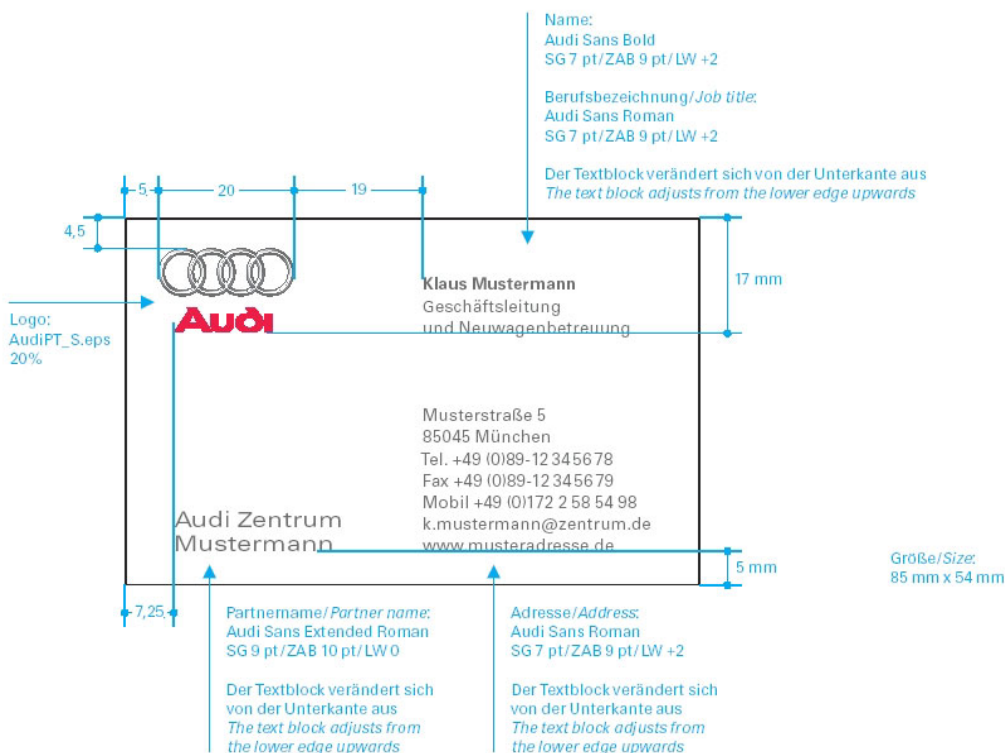
Визитные карточки

Адресный блок на визитной карточке не должен превышать 9 строк. Для случаев, когда необходимо использование визитных карточек на двух языках, предпочтительно производство не двусторонних визитных карточек, а карточек с печатью с одной стороны: отдельно для русского и для английского языков.



Образец правильно выполненной визитной карточки

На иллюстрации ниже приводится спецификация размеров для создания визитных карточек Audi.



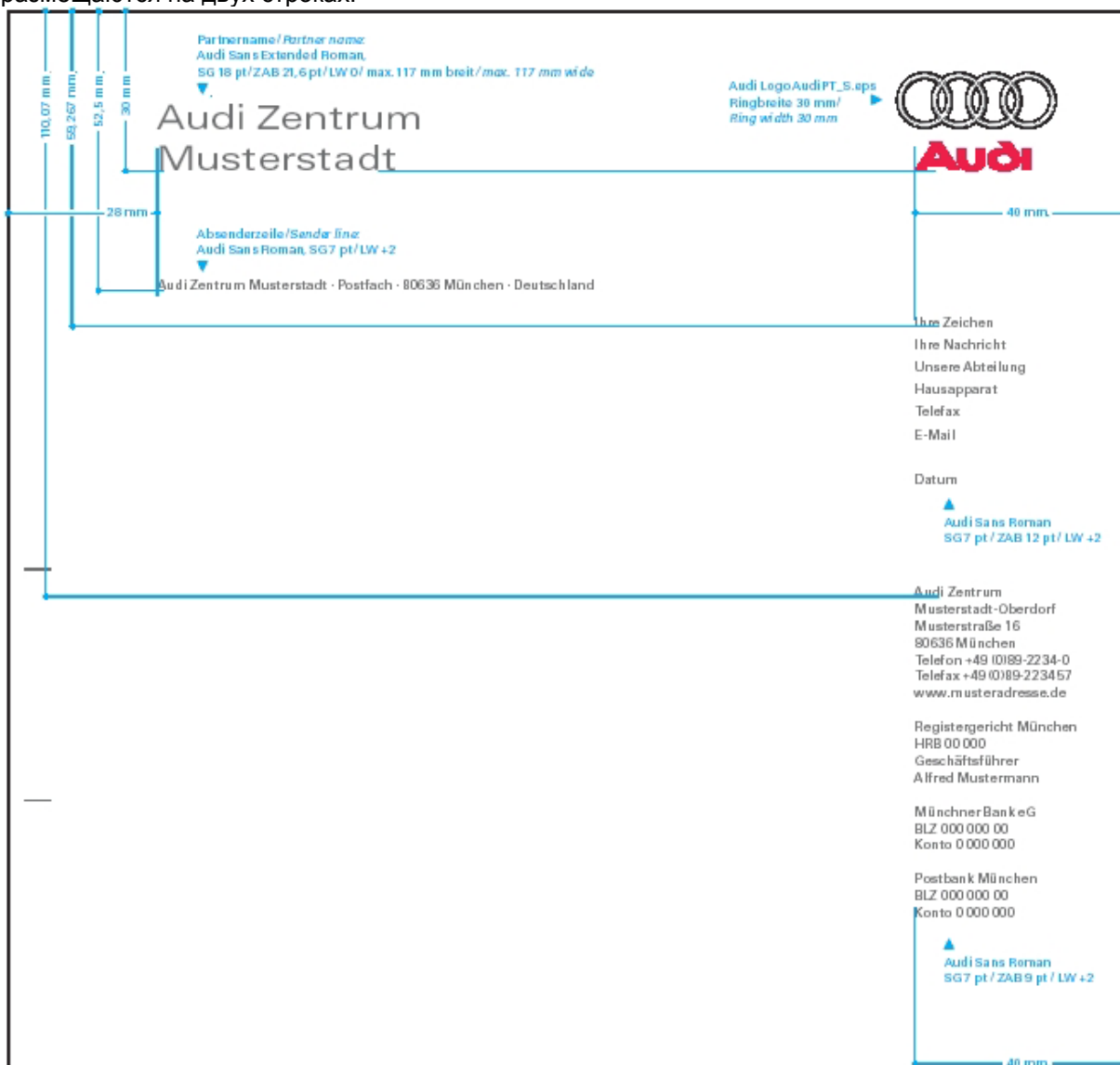
Техническая инфор визитн

Формат: 85x54 мм
Бумага: Opus-PraxiMatt от Deutsche Papiere Augsburg (или, если недоступно – ей подобная), плотность 250 г
Цветность: 2/0 (Pantone 186 C/V и Pantone Cool Grey 9)

Бланки

В зависимости от длины названия Вашего дилерского центра, оно может размещаться либо в две, либо в одну строку. Все названия, созданные по схеме «Ауди Центр + регион» размещаются на двух строках.

На иллюстрации ниже приводится спецификация размеров для создания бланков Audi.



Техническая информация для печати бланков:

Формат: DIN A4
 Бумага: Sphinx от Classen (или, если недоступно – ей подобная), плотность 250 г
 Цветность: 2/0 (Pantone 186 C/V и Pantone Cool Grey 9)

Факсы

В зависимости от длины названия Вашего дилерского центра, оно размещается на факсе либо в одну, либо в две строки. Для названий, созданных по схеме «Ауди Центр + регион» рекомендуется написание в две строки. Использование дополнительных логотипов на факсе категорически запрещено.

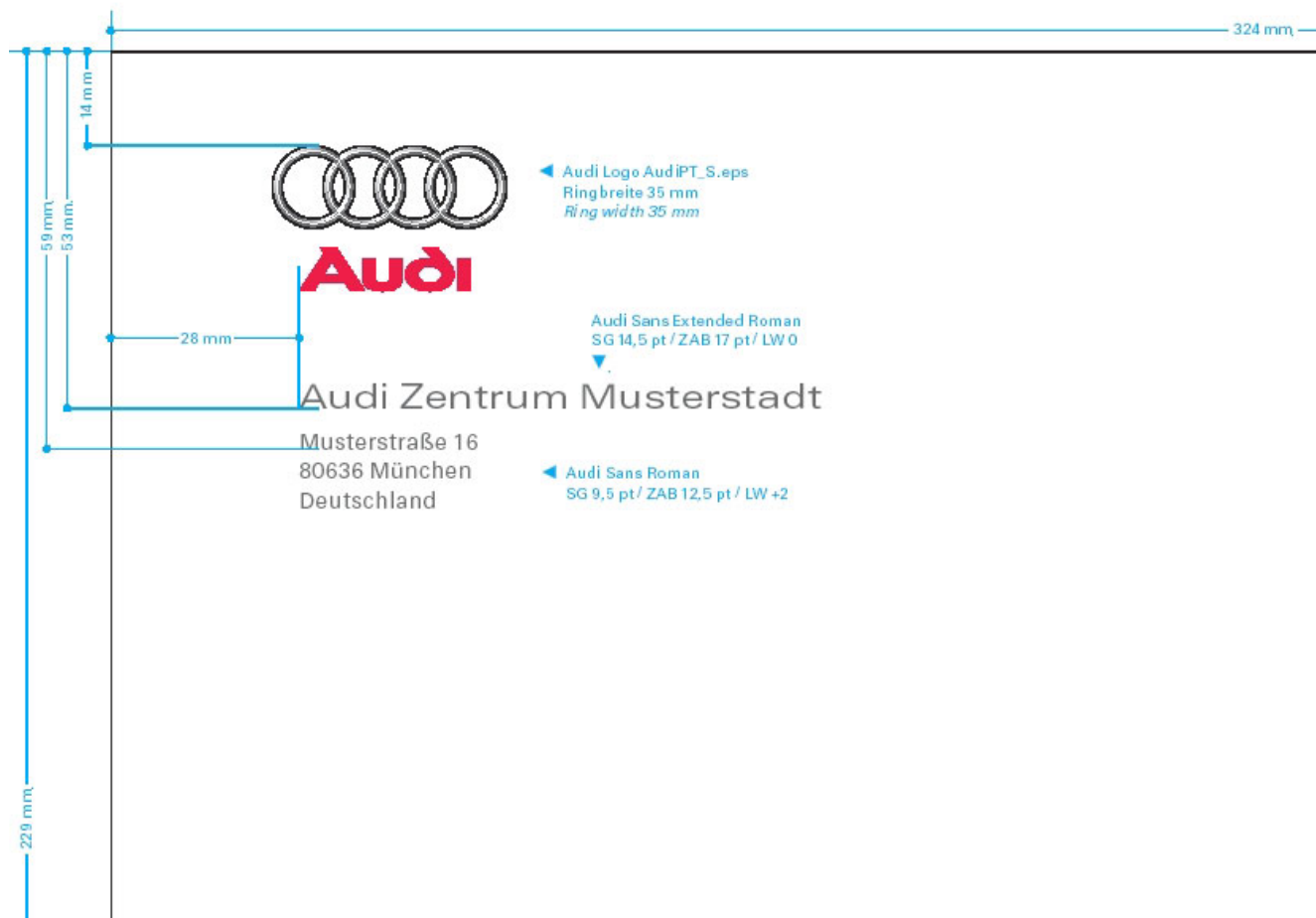
Вы можете загрузить шаблон факса в формате Word (*.dot) для использования на Ваших компьютерах, воспользовавшись системой www.audi-marketing.ru, раздел «Дилерские стандарты/Офис и зал продаж».

На иллюстрации ниже приведен пример правильного дизайна факсового сообщения.

<h1>Audi Zentrum Musterstadt</h1>		
<p>an Firma Frau/Herrn Muster Abteilung</p> <p>Fax 08 41/12 34 56</p>	<p>db 49 18. Januar 2001 AUD 800 089-12 34 777 089-12 34 888 vorname.nachname@ zentrum-musterstadt.de 28. Januar 2001</p>	<p>Ihr Zeichen Ihre Nachricht Unsere Abteilung Hausapparat Telefax E-Mail Datum</p>
		1 Seiten insgesamt
<p>Lorem ipsum</p> <p>Dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi.</p> <p>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat.</p> <p>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi.</p>		<p>Audi Zentrum Musterstadt Musterstraße 26 80636 München Deutschland Telefon 089-12 34 56 Telefax 089-12 34 78</p> <p>Registergericht München HRB 00 000 Geschäftsführer Alfred Mustermann</p> <p>Münchner Bank eG BLZ 000 000 00 Konto 0 000 000</p> <p>Postbank München BLZ 000 000 00 Konto 0 000 000</p>

Конверты

Конверт С4

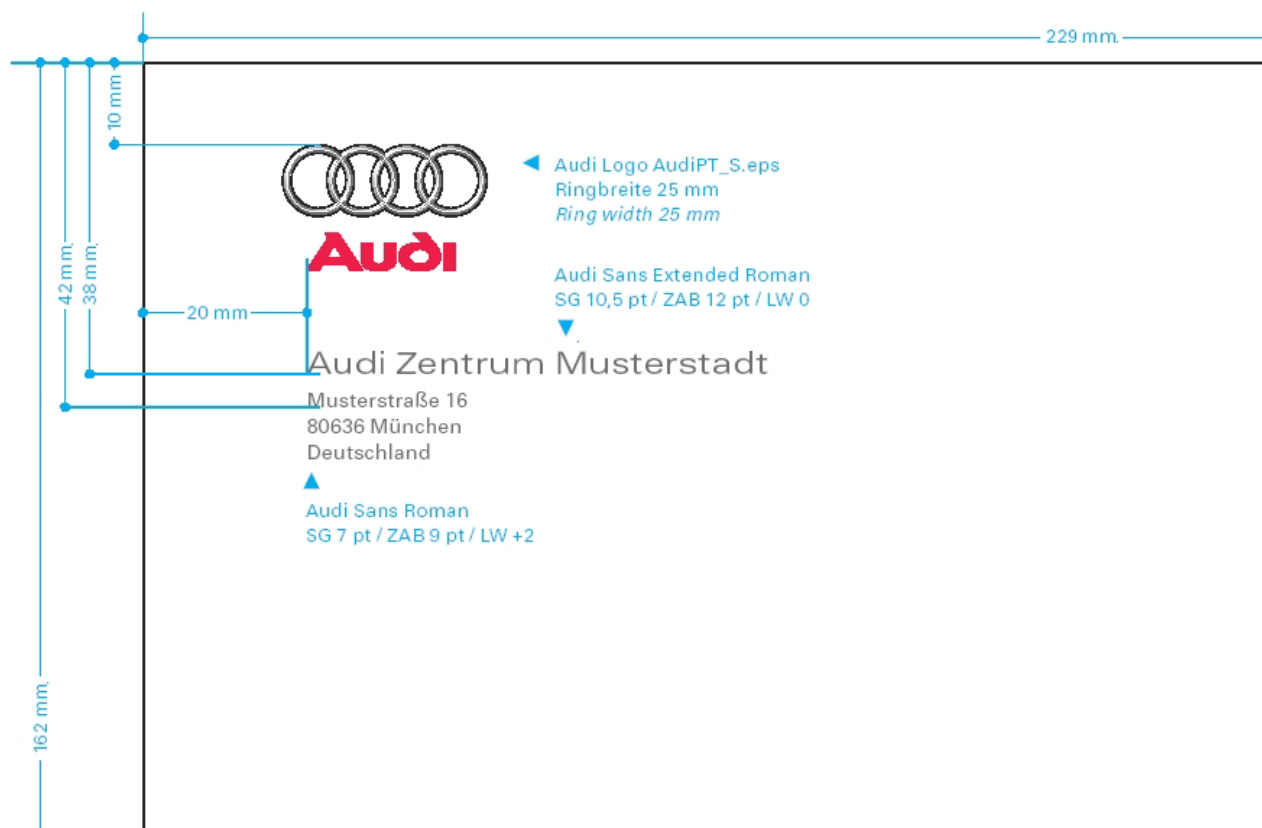


Логотип и адресный блок на конверте С4 выполняются в левом верхнем углу. На иллюстрации приведены справочные размеры для печати конвертов.

Техническая информация для печати конвертов С4:

Формат: 324 x 229 мм
Бумага: отбеленная без использования хлора, плотность 80 г
Цветность: 2/0 (Pantone 186 C/V и Pantone Cool Grey 9)

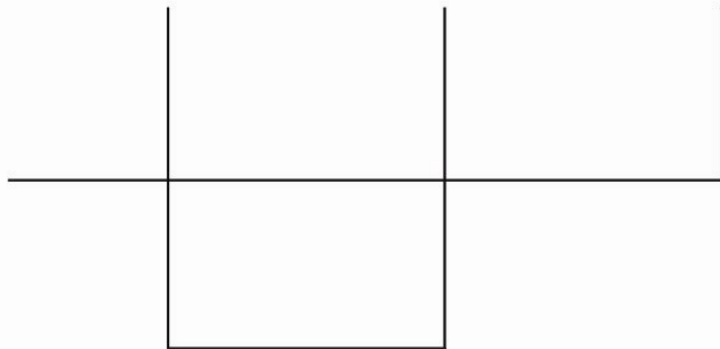
Конверт С5



Логотип и адресный блок на конверте С5 выполняются в левом верхнем углу. На иллюстрации приведены справочные размеры для печати конвертов.

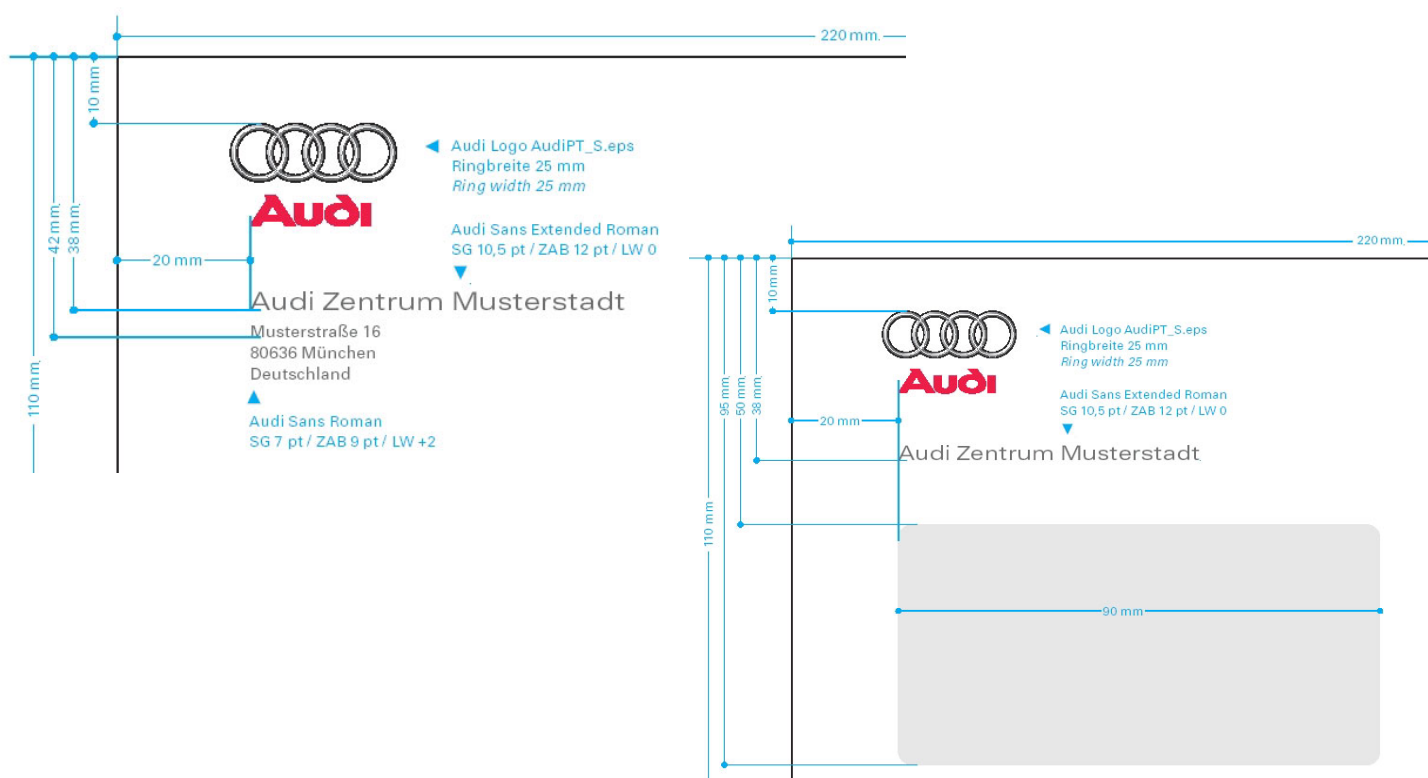
Техническая информация для печати конвертов С5:

Формат: 229 x 162 мм
Бумага: отбеленная без использования хлора, плотность 80 г
Цветность: 2/0 (Pantone 186 C/V и Pantone Cool Grey 9)



Конверт «евро»

Конверты формата «евро» могут выполняться либо с окном, либо без него. В первом случае, адресный блок на конверт не наносится. На иллюстрациях внизу приведены справочные размеры для печати конвертов формата «евро».



Техническая информация для печати конвертов «евро»:

Формат: 220 x 110 мм
Бумага: отбеленная без использования хлора, плотность 80 г
Цветность: 2/0 (Pantone 186 C/V и Pantone Cool Grey 9)

Вы можете загрузить электронные шаблоны дизайна визитных карточек, бланков, факсов и конвертов из системы www.audi-marketing.ru, раздел «Дилерские стандарты».

Презентации

Презентации Audi – важная часть корпоративной коммуникации. Используя PPT-слайды, разработанные в соответствии с корпоративными правилами дизайна, Вы можете быть уверены, что информация обязательно достигнет Вашей аудитории и будет изложена в соответствии с самыми высочайшими стандартами. Вы можете воспользоваться специальными шаблонами презентаций Audi, загрузив файлы из системы www.audi-marketing.ru.

Создавая презентации Audi, необходимо помнить о следующих «золотых правилах»:

- Единственный допустимый шрифт для презентаций Audi – системный Arial.
- Могут быть использованы только те цвета, которые указаны в электронном шаблоне.
- Тексты и изображения должны быть привязаны к координатной сетке слайда.
- Диаграммы и графики должны быть максимально простыми и понятными. Для выделения каких-либо важных данных в них могут использоваться цвета.

Логотип. Располагается в верхнем правом углу слайда. Ни при каких обстоятельствах, логотип не может быть удален из указанного места.



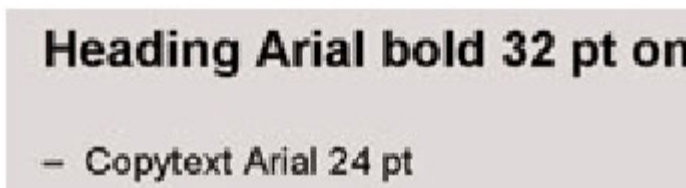
Серая плашка заголовка. Здесь размещается название Вашей презентации или одного из ее разделов, что облегчает ориентирование по документу.

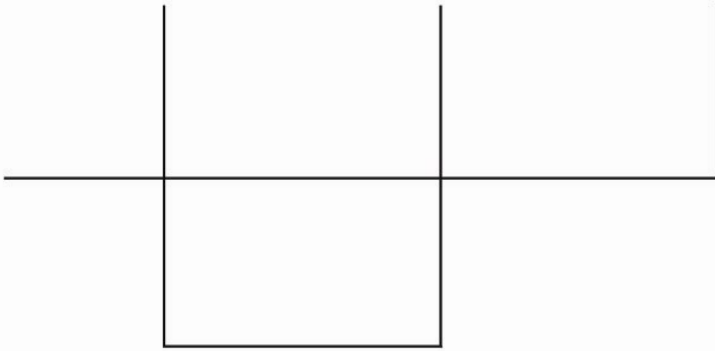


Желтый прямоугольник. Располагается на всех страницах. Он не несет в себе никакой функциональной нагрузки и просто является элементом оформления.



Шрифты. Для создания всех презентаций Audi используется системный шрифт Arial. Размеры шрифтов указаны в соответствующих слайдах шаблона презентации.





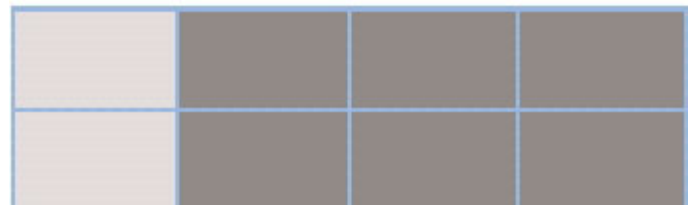
Цветовые решения. Предлагаемые в шаблоне цветовые решения основаны на первичных и вторичных корпоративных цветах Audi. Использование дополнительных цветов не допускается.



Фоновые цвета. Фоновый цвет слайдов изменяется автоматически в зависимости от того, какую версию шаблона презентации Вы используете (для компьютерного слайд-шоу или для демонстрации с помощью слайд-проектора).



Координатная сетка. Координатная сетка, основана на соотношении сторон слайда (5:3). Тексты, изображения, диаграммы и графики располагаются внутри сетки и привязываются к ее линиям.



Все презентации открываются единообразным слайдом, на котором указаны название презентации, имя докладчика и дата. Кольца Audi, размещенные на этом слайде не могут быть заменены на другую иллюстрацию. Далее всегда следует слайд содержания. Разделы презентации отделяются друг от друга специальными слайдами-разделителями (с иллюстрацией или без нее). Слайды, содержащие иллюстрации и текст одновременно, должны создаваться с использованием иллюстративного материала, рекомендуемое разрешение которого – 192 dpi. Изменение оригинальных размеров иллюстраций не допускается: перед использованием их рекомендуется привести к требуемому размеру и разрешению с

помощью графического редактора. В случае, если презентация включает в себя графики и диаграммы, они не могут быть выполнены в трехмерном дизайне. Допускается использование трех видов графиков/диаграмм: линейная диаграмма, столбчатая диаграмма, круглая диаграмма. Использование теней, трехмерных эффектов и цветов, не включенных в шаблон, не допускается. Использование анимационных эффектов допускается в умеренном количестве. Рекомендуемые анимационные эффекты: Wipe Right, Wipe Up. Все презентации заканчиваются слайдом, содержащим изображение колец Audi, аналогичное первому слайду.

Нетехнические аксессуары quattro GmbH и локальная сувенирная продукция

Нетехнические аксессуары quattro GmbH (Audi Collection) являются эффективным маркетинговым инструментом для Вашего дилерского центра: они повышают лояльность клиентов к марке, передают особую ауру качества и динамики бренда, воплощая в себе стиль жизни владельца Audi.

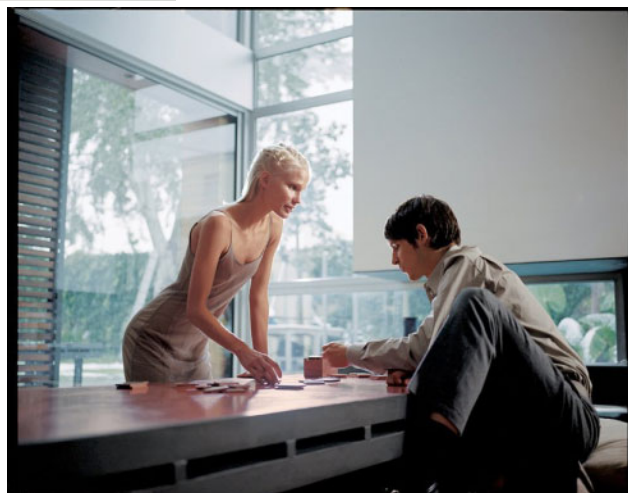
Вам доступен ассортимент из более чем 1000 наименований оригинальных нетехнических аксессуаров, которые не только являются перспективным видом бизнеса как таковые, но и могут служить прекрасными подарками для потенциальных клиентов.

Четыре коллекции аксессуаров, предлагаемые компанией quattro GmbH разработаны таким образом, что буквально каждый Ваш клиент может



выбрать себе или своим друзьям и родственникам оригинальный подарок. В ближайшее время Audi Россия предоставит Вам возможность ознакомиться с полным ассортиментом Audi Collection и сделать заказ через сайт www.audi-marketing.ru, раздел «Аксессуары и стиль жизни». О начале действия интернет-магазина будет сообщено дополнительно.

Вы также можете повысить лояльность клиентов, предложив им локально изготовленные сувениры с символикой Вашего центра. При выборе подрядчика для производства данной продукции важно помнить, что она будет представлять марку Audi и Вашу дилерскую компанию перед потенциальным клиентом и, таким образом, должна быть выполнена с высочайшим качеством, присущим всей продукции, отмеченной логотипом Audi. Стилистика данной продукции и выбор ее ассортимента должны быть максимально ориентированы на демонстрацию основных имиджевых характеристик Audi: спортивности, прогрессивности, изысканности.



Условия выплаты бонусов и компенсаций по рекламе/BTL/POS

Бонусы и компенсации по ATL

Ежеквартальный бонус за выполнение требований Audi в сфере прямой рекламы составляет 0,35% от retail net проданных за отчетный период автомобилей. Размер компенсации по кампаниям sales support определяется отдельно в каждом конкретном случае и составляет до 50% от стоимости кампании.

Основанием для выплат со стороны Audi Россия компенсаций и бонусов по рекламным кампаниям является выполнение дилерским центром следующих условий:

1. Для ежеквартальных рекламных бонусов – **выполнение плана продаж.**
2. **Наличие согласованного медиа-плана.** Медиа-план составляется в формате MS Excel, в шаблоне медиа-плана (см. www.audi-marketing.ru, раздел «Дилерские стандарты/Реклама»). В медиа-плане стоимость размещений указывается в долларах США. Дилерский медиа-план составляется с учетом плана рекламных мероприятий Audi Россия. Сроки предоставления на утверждение медиа-планов:
 - a) годовой медиа-план – до 20 декабря каждого предыдущего года;
 - b) квартальный медиа-план – до 20 числа месяца, предшествующего началу квартала;
 - c) медиа-план по акциям, объявляемым Audi Россия – сроки предоставления анонсируются в соответствующем предложении от Audi Россия.

Медиа-планы представляются на согласование по электронной почте на адрес: Laszlo.Grouchitskii@audi.ru. Условиями согласования медиа-плана являются:

- соответствие планируемых объемов размещения требованию минимальной суммы рекламных расходов, зафиксированной в дилерском соглашении (1% от розничной цены планируемых к продаже автомобилей);
- соответствие плана публикуемому плану размещений Audi Россия в части сроков продвижения тех или иных продуктов;

- соответствие выбора и соотношения инструментов продвижения имиджу марки и основным направлениям маркетинговой политики Audi в России.

Медиа-планы, выполненные вне существующего шаблона, предоставленные позже установленных сроков или не соответствующие требуемым объемам размещения не могут служить основанием для начисления компенсаций или бонусов.

3. Наличие **выполненных по стандартам Audi и согласованных с Audi Россия макетов размещений** (текстов радиороликов, изображений баннеров и т.п.). Все рекламные макеты для прессы, тексты радиороликов, макеты для размещения в Интернете и макеты наружной рекламы (**включая размещаемые вне базового плана**) предварительно согласовываются с Audi Россия. Audi Россия обязуется рассматривать присылаемые макеты в разумные сроки (как правило – не более одного рабочего дня). В случае, если макет (текст) не соответствует стандартам Audi, Audi Россия предоставляет обоснованный отказ в утверждении данного макета (текста). Макеты (тексты) предоставляются в форматах *.jpeg, *.pdf или *.doc на адрес электронной почты Laszlo.Grouchitskii@audi.ru с указанием формата размещения.
4. **Наличие отчета по результатам проведенной кампании** (по результатам отчетного периода), выполненного по следующей схеме (подробнее см. сайт www.audi-marketing.ru, раздел «Дилерские стандарты/Реклама»):
 - a) Согласованный медиа-план по стандартной форме (см. п. 2);
 - b) Отчет о фактических размещениях (распечатка и в электронном виде) по стандартной форме;
 - c) Ксерокопии вышедших материалов (для печатных СМИ) с указанием даты выхода материала и названия издания, фотографии размещений (для наружной рекламы), эфирные справки и тексты

роликов (для радиоразмещений и телевидения);
 d) адресная программа (для наружной рекламы);
 e) каждый из указанных в п. "с" материалов должен сопровождаться финансовыми документами, подтверждающими осуществленные выплаты (платежное поручение, и в случае, если формулировка в нем не позволяет однозначно определить назначение платежа - счет, на который есть ссылка в этом платежном поручении).

Отчет предоставляется на имя Ласло Грушички в сброшюрованном виде с четким указанием названия дилерского центра, кампании (отчетного периода) на титульной странице.

Сроки предоставления отчетов:

a) квартальный отчет – до 20 числа месяца, следующего за окончанием отчетного квартала (**для отчетов по рекламе запасных частей – до 20 числа месяца, которым оканчивается квартал**);
 b) отчет по акциям – до 20 числа месяца, следующего за месяцем окончания акции.

Отчеты, выполненные вне существующих шаблонов, предоставленные позже установленных сроков или не соответствующие требуемым объемам размещения не могут служить основанием для начисления компенсаций или бонусов.

5. Соответствие стандартам POS-оформления и выполнение дилером требований Ауди Россия по BTL-мероприятиям.

Бонусы и компенсации по BTL

Ежеквартальный бонус за выполнение требований Audi в сфере клиентских мероприятий (далее – BTL-бонус) составляет 0,15% от retail net проданных за отчетный период автомобилей. Размер компенсации по дополнительным клиентским мероприятиям объявляется в каждом конкретном случае дополнительно и составляет до 50% от бюджета мероприятия.

Основанием для выплат со стороны Ауди Россия компенсаций и бонусов по BTL-мероприятиям является выполнение дилерским центром следующих условий:


1. Для ежеквартального BTL-бонуса – **выполнение плана продаж.**
2. **Наличие согласованного годового плана проведения клиентских мероприятий.** Годовой план проведения мероприятий предоставляется в шаблоне, аналогичном шаблону медиа-плана, где левая колонка используется для указания характера мероприятия (тест-драйв, презентация, прием и т.п.). Дилерский план клиентских мероприятий составляется с учетом плана рекламных мероприятий Ауди Россия. Срок предоставления годового плана на

утверждение: до 20 ноября каждого предыдущего года;

Планы мероприятий представляются на согласование по электронной почте на адрес: Laszlo.Grouchitskii@audi.ru.
 Условиями согласования плана являются:

- соответствие планируемого количества и бюджетов мероприятий требованиям Ауди Россия;
- соответствие плану Ауди Россия в части сроков продвижения тех или иных продуктов;

Планы, выполненные вне существующего шаблона, предоставленные позже установленных сроков или не соответствующие требуемым количествам/бюджетам не могут служить основанием для начисления BTL-бонуса.

- 
3. **Наличие согласованного с Ауди Россия сценария мероприятия**, выполненного по стандартной форме (см. Приложение №7), а также **заполненного чек-листа** (см. Приложение №6). **Согласованные с Ауди Россия макеты всех материалов**, используемых на мероприятии (приглашения, буклеты, баннеры, таблички/бэджи, подарочная упаковка и т.д.).
 4. Для московских дилеров – не менее 15 реализованных купонов Школы Водительского Мастерства «Кватро» за квартал.
 5. **Наличие отчета** по результатам проведения мероприятия, включающего в себя: актуальный чек-лист, сценарий,

документы, подтверждающие оплаты по данному мероприятию, фотоотчет. Отчет оформляется аналогично отчету по прямой рекламе и предоставляется до 20 числа месяца, следующего за окончанием квартала (для мероприятий, подпадающих под компенсации – до 20 числа месяца, следующего за месяцем проведения мероприятия).

Отчеты, выполненные вне существующих шаблонов, предоставленные позже установленных сроков или не соответствующие требуемым бюджетам не могут служить основанием для начисления компенсаций или бонусов.

Бонус за POS

Ежеквартальный бонус за выполнение требований Audi в сфере POS-оформления шоу-рума составляет 0,2% от retail net проданных за отчетный период автомобилей.

Основанием для выплаты со стороны Ауди Россия бонуса за POS является выполнение дилером не менее 80% баллов чек-листа, приведенного в Приложении №1. Регламент

заполнения чек-листа приведен в Приложении №1.

Обязательным условием начисления ежеквартального POS-бонуса является выполнение Вашим дилерским центром плана продаж за квартал.

Приложения

Приложение №1. Регламент проверки соответствия дилерского центра стандартам POS

Плановый контроль соответствия дилерского центра стандартам оформления POS осуществляется ежеквартально. По результатам проверки принимается решение о выплате/не выплате бонуса по POS.

Контроль осуществляется в обязательном порядке для всех постоянных дилерских центров Audi. Региональные дилерские центры проводят заполнение чек-листа по POS самостоятельно и направляют в Audi Россия (при необходимости - с документами/фотографиями, подтверждающими предоставленную в чек-листе информацию). Для московских дилеров и дилеров Санкт-Петербурга установлена процедура заполнения чек-листа по POS совместно с сотрудником Audi Россия. Audi Россия оставляет за собой право проведения внеплановых проверок актуальности указанной в чек-листах информации по POS. По результатам данных внеплановых проверок может приниматься решение о лишении дилерского центра бонуса на будущий/текущий квартал, а также о штрафных санкциях за предоставление информации, несоответствующей действительности.



В первой декаде месяца, завершающего квартал, Audi Россия рассылает менеджерам по маркетингу и рекламе предварительный график проведения квартальных проверок. В случае отсутствия от Вашего дилерского центра письменного мотивированного уведомления о невозможности принять в указанные сроки участие в проверке, даты, указанные в графике считаются акцептованными Вашим дилерским центром по умолчанию.

Основными критериями при определении соответствия дилерского центра стандартам Audi являются:

- наличие и актуальность материалов оформления шоу-рума;
- правильность размещения материалов;
- соответствие материалов текущей рекламной кампании;

Для оценки соответствия дилерского центра стандартам POS применяется 200-бальная шкала, приведенная на следующей странице. Минимальное требуемое количество набранных баллов – 80%.

По результатам проверки Audi Россия направляет в дилерский центр Протокол проверки, содержащий результаты контроля, а также, по необходимости, рекомендации по необходимым изменениям в оформлении шоу-рума. В случае отсутствия письменного мотивированного несогласия с данным Протоколом от Вашего дилерского центра в течение 48 часов с момента его получения, протокол считается принятым и служит основанием для принятия решения по выплате/невыплате POS-бонуса.

ИТОГ ОЦЕНКИ (Материалы POS)

Кол-во пунктов

Выполнено

11 0 0%

Баллы (min 80%)

Максимум Фактически

200 0 0%

3. МАТЕРИАЛЫ POS

3.1 Рекламные элементы 45 0 0%

3.11	Ламелле	10		Соответствует количеству презентационных кругов в шоуруме, соответствует кампанию импортера/дилера
3.12	Флаги	5		Обязательны 4 шт. на флажках перед шоурумом по согласованию с архитектором Audi AG, соответствует кампанию импортера/дилера/флаги чистые
3.13	Подвесная конструкция	5		S шоурума: до 300м2 - 1 шт.; 300-500м2 - 2 шт.; более 500м2 - 3 шт., соответствует кампанию импортера/дилера
3.14	Image Ensemble	5		S шоурума: до 300м2 - 1 шт.; 300-500м2 - 2 шт.; более 500м2 - 3 шт., соответствует кампанию импортера/дилера
3.15	Постеры	3		S шоурума: до 300м2 - 3 шт.; 300-500м2 - 6 шт.; более 500м2 - 9 шт., соответствует кампанию импортера/дилера
3.16	Поставки под информацию (ценник)	3		Соответствует количеству автомобилей в шоуруме + 10%
	silent salesman	3		
	информационная стойка Школы Кватро	3		
	модельные наклейки на номера автомобилей в шоуруме	3		Наклейки соответствуют количеству и типу автомобилей в шоуруме
3.17	обклейка тестовых автомобилей	5		обклейка соответствует требованиям импортера

3.2 Торговое оборудование 75 0 0%

3.21	Презентер	10		План продаж авт./год: до 300 - 1 шт.; 300-600 - 2 шт.; 600-900 - 3 шт.; более 900 - 4 шт.
3.22	Audi Collection Shop	15		Обязательна с момента начала работы
3.23	Quattro Showroom Concept	20		Обязательна для ангара. Бокс Audi exclusive - для временного решения
	уголок отдыха/ожидания для клиентов	5		
	широкоформатный телевизор в уголке отдыха клиентов с телевизионными программами	5		
	широкоформатный телевизор для демонстрации рекламных материалов	5		
	проигрыватель DVD для демонстрации рекламных материалов	5		
	детский уголок	5		
3.24	Подарки покупателям	5		Обязательно вручение подарков при выдаче автомобиля, мин. 1 шт./автомобиль

3.3 Сувениры/аксессуары/образцы/другое 40 0 0%

3.31	Сувенирная продукция Quattro GmbH	5		Обязательны к наличию, 2 шт. на 1 авт./месячного плана продаж; минимум 50 шт.
3.32	Образцы отделки автомобилей Audi Exclusive	10		Обязательны для Audi Центра, наличие согласно текущего предложения Quattro GmbH
3.33	Фитодизайн	10		Обязательно наличие декоративных растений по согласованию с импортером
3.34	Дополнительное оформление шоу-рума	15		Наличие утвержденной Импортером и реализованной концепции доп. оформления шоу-рума в связи с сезонными событиями, а также кампаниями Импортера/дилера

3.4 Печатная и видеопродукция 25 0 0%

3.41	Каталоги	5		Заказ минимум 10 шт. на 1 авт. в рамках 6-мес. плана продаж
3.42	Брошюры "Информация о продукте"	3		1шт. по каждой модели на каждого продавца
3.43	Визитки	2		Наличие и соответствие
	бланки	2		Наличие и соответствие
	бэджи	2		Наличие и соответствие
3.44	Видеокассеты	2		Наличие: 50% макс. балла; демонстрация согласно кампании: 50% макс. балла
3.45	Прайс-листы импортера	4		Количество: 2 шт./1 планируемый к продаже автомобиль/доступны для клиентов
	прайс-листы дилера	3		
3.46	Дилерская полиграфия	2		Соответствует стандартам Audi

3.5 Интернет 15 0 0%

3.51	Доменное имя	3		Обязательно, название: www.audi-"география".ru
3.52	Почтовый сервер	2		Рекомендована персонализация для ключевых сотрудников, т.е. e-mail: "имя"."фамилия"@audi-"география".ru
3.53	Вэб-сайт	10		Обязательно соответствие шаблону дилерского сайта Audi AG, регулярное обновление (актуальный сток, новости)

Приложение №2. Справочные размеры для создания дилерских макетов в прессе

Журнал, 1/1 полосы

Формат макета 210 x 297 мм

Логотип и защитная зона:

Ширина логотипа 24 мм

Защитная зона справа/слева 12 мм

Защитная зона снизу/сверху 11 мм

Слоган без рекламного текста:

Audi Sans Extended Bold

Размер шрифта 16 pt, межстрочное

расстояние 21 pt, межбуквенное расстояние

+4(XPress)

Слоган с рекламным текстом:

Audi Sans Extended Bold

Размер шрифта 14 pt, межстрочное

расстояние 18 pt, межбуквенное расстояние

+4(XPress)

Рекламный текст:

Audi Sans Roman

Размер шрифта 8 pt, межстрочное расстояние

10,5 pt, межбуквенное расстояние +2(XPress)

Журнал, 2/1 полосы

Формат макета 420 x 297 мм

Логотип и защитная зона:

Ширина логотипа 30 мм

Защитная зона справа/слева 15 мм

Защитная зона снизу/сверху 11 мм

Слоган без рекламного текста:

Audi Sans Extended Bold

Размер шрифта 17 pt, межстрочное

расстояние 21 pt, межбуквенное расстояние

+4(XPress)

Слоган с рекламным текстом:

Audi Sans Extended Bold

Размер шрифта 15 pt, межстрочное

расстояние 18 pt, межбуквенное расстояние

+4(XPress)

Рекламный текст:

Audi Sans Roman

Размер шрифта 8,5 pt, межстрочное

расстояние 10,5 pt, межбуквенное расстояние

+2(XPress)

Газета, 1/4 полосы

Формат макета 148 x 210 мм

Логотип и защитная зона:

Ширина логотипа 24 мм

Защитная зона справа/слева 12 мм

Защитная зона снизу/сверху 11 мм

Слоган без рекламного текста:

Audi Sans Extended Bold

Размер шрифта 16 pt, межстрочное

расстояние 21 pt, межбуквенное расстояние

+4(XPress)

Слоган с рекламным текстом:

Audi Sans Extended Bold

Размер шрифта 14 pt, межстрочное

расстояние 18 pt, межбуквенное расстояние

+4(XPress)

Рекламный текст:

Audi Sans Roman

Размер шрифта 8 pt, межстрочное расстояние

10,5 pt, межбуквенное расстояние +2(XPress)

Газета

Формат макета 297 x 140 мм

Логотип и защитная зона:

Ширина логотипа 24 мм

Защитная зона справа/слева 12 мм

Защитная зона снизу/сверху 11 мм

Слоган без рекламного текста:

Audi Sans Extended Bold

Размер шрифта 16 pt, межстрочное

расстояние 21 pt, межбуквенное расстояние

+4(XPress)

Слоган с рекламным текстом:

Audi Sans Extended Bold

Размер шрифта 14 pt, межстрочное

расстояние 18 pt, межбуквенное расстояние

+4(XPress)

Рекламный текст:

Audi Sans Roman

Размер шрифта 8 pt, межстрочное расстояние

10,5 pt, межбуквенное расстояние +2(XPress)

Газета, 1/2 полосы

Формат макета 297 x 210 мм

Логотип и защитная зона:

Ширина логотипа 30 мм

Защитная зона справа/слева 15 мм

Защитная зона снизу/сверху 11 мм

Слоган без рекламного текста:

Audi Sans Extended Bold
 Размер шрифта 16 pt, межстрочное
 расстояние 21 pt, межбуквенное расстояние
 +4(XPress)

Слоган с рекламным текстом:

Audi Sans Extended Bold
 Размер шрифта 14 pt, межстрочное
 расстояние 18 pt, межбуквенное расстояние
 +4(XPress)

Рекламный текст:

Audi Sans Roman
 Размер шрифта 8 pt, межстрочное расстояние
 10,5 pt, межбуквенное расстояние +2(XPress)

Газета, 1/1 полосы**Формат макета 297 x 420 мм****Логотип и защитная зона:**

Ширина логотипа 40 мм
 Защитная зона справа/слева 20 мм
 Защитная зона снизу/сверху 15 мм

Слоган без рекламного текста:

Audi Sans Extended Bold
 Размер шрифта 21 pt, межстрочное
 расстояние 27,5 pt, межбуквенное расстояние
 +4(XPress)

Слоган с рекламным текстом:

Audi Sans Extended Bold
 Размер шрифта 18,5 pt, межстрочное
 расстояние 24 pt, межбуквенное расстояние
 +4(XPress)

Рекламный текст:

Audi Sans Roman
 Размер шрифта 10,5 pt, межстрочное
 расстояние 14 pt, межбуквенное расстояние
 +2(XPress)

Газета, 2/1 полосы**Формат макета 594 x 420 мм****Логотип и защитная зона:**

Ширина логотипа 40 мм
 Защитная зона справа/слева 20 мм
 Защитная зона снизу/сверху 15 мм

Слоган без рекламного текста:

Audi Sans Extended Bold
 Размер шрифта 21 pt, межстрочное
 расстояние 27,5 pt, межбуквенное расстояние
 +4(XPress)

Слоган с рекламным текстом:

Audi Sans Extended Bold
 Размер шрифта 18,5 pt, межстрочное
 расстояние 24 pt, межбуквенное расстояние
 +4(XPress)

Рекламный текст:

Audi Sans Roman
 Размер шрифта 10,5 pt, межстрочное
 расстояние 14 pt, межбуквенное расстояние
 +2(XPress)

Приложение №3. Лого, цвета и шрифты

Лого

Логотип всегда размещается таким образом, чтобы быть максимально заметным. Одно из важнейших требований его размещения – отсутствие каких-либо других элементов в так называемой «защитной зоне» логотипа. Кольца и надпись Audi формируют единый блок, и не могут быть разделены ни при каких обстоятельствах.

Существует несколько специальных цветовых версий логотипа, применение которых определяется характером и техническими характеристиками носителя, что позволяет гарантировать максимальное качество воспроизведения логотипа и его узнаваемость независимо от условий.



Логотип Audi всегда имеет защитную зону, размер которой составляет как минимум четверть его ширины. В этой зоне не могут помещаться никакие другие элементы (тексты, изображения и т.п.).

Идеальным фоном для логотипа является белый. В случае, если это невозможно, необходимо использовать максимально просветленный, спокойный тон. Запрещается размещение логотипа на неоднородном фоне, на фоне зеленого, красного, или близкого к красному цветов.



Запрещается использование анимации логотипа, наложение теней под логотипом, а также изменение взаимного расположения колец и надписи Audi.

Во всех случаях, когда это возможно, рекомендуется использовать варианты исполнения логотипа с помощью основных цветов Audi. В случае, если невозможно исполнение логотипа в его полноцветном варианте, могут использоваться следующие вариации:



Вариант исполнения лого для черно-белой печати.



Вариант исполнения лого для черно-белой печати на темном фоне с инверсным нанесением слова Audi.



Данная версия может использоваться только в том случае, если технологически невозможно варианты, перечисленные выше (например, для бланка факсового сообщения).



Наименее предпочтительный вариант исполнения логотипа. Используется только в случае технологической невозможности использования других вариантов.

Файлы с различными версиями логотипа могут быть загружены из системы www.audi-marketing.ru, раздел «Дилерские стандарты/Лого и шрифты». В случае, если Вы не нашли необходимой версии файла логотипа просьба обращаться в Audi Россия для получения корректного файла.

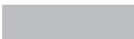


Цвета Audi

Для воспроизведения логотипа Audi в полноцветной полиграфии используются следующие цвета:











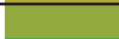













 Кольца: **Pantone Cool Grey 9**
Надпись Audi: **Pantone 186**

Основными цветами Audi являются Alu, Красный (Pantone 186), и белый. Ниже

приводится таблица соответствия данных цветов для различных систем цветопередачи.

	Sonderfarbe	CMYK	RGB (Hexadezimal)	RAL	
	Audi Alu	PMS 877	–	153 / 153 / 153 (99 99 99)	9006 Weißaluminium
	Audi Rot	PMS 186	0 / 100 / 70 / 0	204 / 0 / 51 (CC 00 33)	3001 Signalrot
	Audi Weiß	–	0 / 0 / 0 / 0	255 / 255 / 255 (FF FF FF)	9010 Reinweiß

Ниже приводится таблица дополнительных цветов Audi и их соответствия в различных системах цветопередачи.

	Sonderfarbe	CMYK	RGB (Hexadezimal)
	PMS 108	0 / 5 / 100 / 0	254 / 240 / 0 (FE F0 00)
	PMS 109	0 / 15 / 100 / 0	-
	PMS 129	0 / 20 / 80 / 0	248 / 218 / 60 (F8 DA 3C)
	PMS 116	0 / 25 / 90 / 0	-
	PMS 130	0 / 30 / 95 / 0	255 / 204 / 0 (FF CC 00)
	PMS 137	0 / 35 / 100 / 0	-
	PMS 144	0 / 45 / 100 / 0	255 / 153 / 0 (FF 99 00)
	PMS 124	5 / 30 / 100 / 0	236 / 177 / 0 (EC B1 00)
	PMS 110	10 / 20 / 100 / 0	228 / 197 / 0 (E4 C5 00)
	PMS 398	20 / 20 / 100 / 0	204 / 204 / 51 (CC CC 33)
	PMS 384	35 / 25 / 100 / 0	153 / 153 / 0 (99 99 00)
	PMS 377	50 / 20 / 100 / 0	102 / 153 / 51 (66 99 33)
	PMS 362	75 / 10 / 100 / 0	102 / 153 / 102 (66 99 66)
	PMS 347	95 / 10 / 90 / 0	51 / 153 / 102 (33 99 66)
	PMS 569	95 / 15 / 55 / 0	51 / 153 / 153 (33 99 99)
	PMS 562	85 / 35 / 55 / 0	25 / 137 / 129 (19 89 81)
	PMS 633	100 / 30 / 25 / 0	102 / 153 / 204 (66 99 CC)
	PMS 313	100 / 10 / 10 / 0	51 / 153 / 204 (33 99 CC)
	PMS 632	75 / 15 / 20 / 0	0 / 153 / 204 (00 99 CC)
	PMS 5483	65 / 35 / 40 / 0	102 / 153 / 153 (66 99 99)
	PMS 556	55 / 20 / 55 / 0	127 / 186 / 165 (7F BA A5)
	PMS 5777	30 / 25 / 55 / 0	153 / 153 / 102 (99 99 66)
	PMS 458	10 / 15 / 60 / 0	204 / 204 / 153 (CC CC 99)
	PMS 605	10 / 5 / 90 / 0	224 / 217 / 0 (E0 D9 00)

Подробнее о цветах Audi см. брошюру: Die Audi Farben: Grundlagen Zum Thema, которая доступна для загрузки на сайте www.audi-marketing.ru, раздел «Дилерские стандарты/Офис и зал продаж».

Шрифты

Вся рекламная продукция Вашего дилерского центра выполняется в шрифтах, которые позволяют четко идентифицировать ее, как принадлежащую к марке Audi. Специально разработанный шрифт Audi Sans делает узнаваемым рекламное сообщение Audi, символизирует основные черты нашего бренда: динамизм, прогрессивность, престижность. Этот шрифт используется в маркетинговых коммуникациях. Для первичных вывесок используется шрифт Univers Extended. Для вторичных вывесок разработан

шрифт Audi Sign. Кириллические шрифты Audi для компьютеров Mac могут быть загружены с из системы www.audi-marketing.ru, раздел «Дилерские стандарты/Шрифты и лого»). Кириллических шрифтов Audi Sans/Sign для PC не существует. В случае, если Ваш дизайнер осуществляет подготовку макетов на компьютере системы PC, в качестве временного решения могут использоваться кириллические шрифты Pragmatica/Helvetica/Univers. Ниже приводится таблица соответствия шрифтов для PC.

Оригинальный шрифт	Вариант замены 1	Вариант замены 2
Audi Sans	Univers 55	Pragmatica
Audi Sans Bold	Univers Bold 65	Pragmatica Bold
Audi Sans Extended	Univers Extended 53	Pragmatica, минус 10% по высоте
Audi Sans Extended Bold	Univers Bold Extended 63	Pragmatica Bold, минус 10% по высоте
Audi Sign	Pragmatica Light	Pragmatica Light

Приложение №4. Чек-лист: дизайн рекламы в прессе

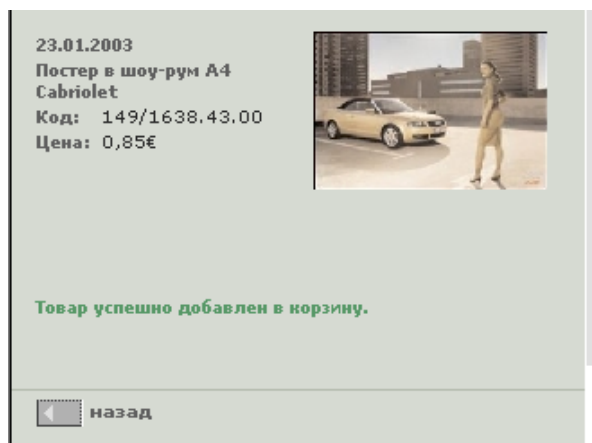
- Расположен ли логотип в максимально эффективном месте макета?
- Использована ли соответствующая макету версия логотипа?
- Не попадают ли в защитную зону логотипа какие-либо другие элементы?
- Действительно ли поле под логотипом максимально однородное?
- Действительно ли поле под логотипом не выполнено в оттенках красного цвета?
- Присутствует ли на макете серое поле под текстом о Вашей компании?
- Разделен ли макет асимметрично (изображения и серое поле текста)?
- Используются ли только шрифты Audi Sans определенных для данного макета размеров?
- Шрифт на сером поле: только черный? Остальные тексты: либо черного либо белого цвета?
- Все тексты: отсутствует выравнивание по центру или по обоим краям?
- Слоган: максимум две строки?
- Вертикальная линия, отделяющая слоган от текста: нижний край линии на одном уровне с нижним краем третьей строки текста?
- Хорошо ли читается текст, расположенный на изображениях?
- Использовано максимум два изображения?
- Если изображений два, то разделены ли они асимметрично?
- Номера на автомобиле: не немецкие? Немецкие номера необходимо сменить на название модели.

Приложение №5. Технология заказа POS-материалов через систему www.audi-marketing.ru

Система www.audi-marketing.ru позволяет размещать заказы на приобретение POS-материалов через склад Volkswagen Group Service (Сергиев Посад). Для заказа Вам необходимо выбрать требуемую позицию в разделе «Оформление шоу-рум» системы www.audi-marketing.ru. После этого, Вы можете переместить выбранный товар в корзину, активировав соответствующую ссылку.



Система проинформирует Вас об успешном перемещении товара в корзину.



Корзина является промежуточным звеном между системой www.audi-marketing.ru и размещением заказа в компании VGS. Поместив товар в корзину, Вы можете проверить необходимое Вам количество заказанного товара и стоимость заказа. Также Вы можете вновь просмотреть изображение товара.

Внимание! Цены на POS-материалы в системе www.audi-marketing.ru указываются без учета НДС.

В случае, если выбранные позиции Вас устраивают, Вы можете разместить заказ с помощью ссылки «Заказать выбранные». Активизация этой ссылки приведет к генерированию соответствующего письма с заказом, которое будет автоматически направлено системой в компанию VGA.

Внимание! С момента нажатия на ссылку «Заказать выбранные» Ваш заказ не может быть изменен или отменен.

Также, на адрес Вашей электронной почты направляется уведомление с информацией о номере заказа и заказанных позициях. После успешного осуществления заказа, позиции удаляются из корзины.

VGS консолидирует дилерские заказы и направляет их производителю с частотой 1 раз в неделю (при незначительном количестве заказов частота может быть уменьшена, но не реже, чем 1 раз в месяц). Товар доставляется в Вашу дилерскую компанию совместно с поставкой запасных частей от VGS, и является полностью растаможенным. Подробнее технология заказа описана в инструкции по пользованию сайтом, которую Вы можете загрузить, активировав ссылку «Помощь» на любой странице системы www.audi-marketing.ru.

Для контроля за этапностью прохождения заказа Вы можете обращаться к диспонуенту Елене Транкиной: Elena.Trankina@volkswagen.ru, тел. (095) 2340228.

Приложение №6. Проведение мероприятий. Чек-листы для контроля подготовки и проведения

Check-list: Приглашение на мероприятие

	Необходимые действия	Ответственный	Стоимость	Сроки	Рекомендации
Идея мероприятия					4 CW до мероприятия
Дизайнер					4 CW до мероприятия
Полиграфическая компания					Выбор - 3 CW до мероприятия, бумага не менее 200 гр., печать - офсет
Предварительный обзвон приглашаемых					3 CW до мероприятия
Список приглашаемых					2 CW до мероприятия
Содержание приглашения					
Дата					Включая день недели
Место					Включая описание способа проезда
Время					
Программа мероприятия					Возможно описание в тексте приглашения
Отправитель					Указать название и координаты для связи
Карта проезда					
Форма подтверждения участия					Или контактный телефон для аккредитации
Персонификация					Возможна персонификация только конвертов
Печать приглашений					2 CW до мероприятия
Печать конвертов					2 CW до мероприятия
Рассылка приглашений					10 дней до мероприятия
Окончательный обзвон приглашенных					5 дней до мероприятия
Окончательный список участников					3 дня до мероприятия, если иного не требуют условия пропуска на мероприятия

Check-list: Мероприятие в шоу-руме, мероприятие вне шоу-рума (прием без тест-драйва)

	Необходимые действия	Ответственный	Стоимость	Сроки	Рекомендации
Идея мероприятия					Не позднее 5 CW до мероприятия
Агентство					Не позднее 5 CW до мероприятия
Подробный сценарий					Не позднее 4 CW до мероприятия
Количество гостей					Не позднее 4 CW до мероприятия.
Приглашения					Предусмотреть приход с супругами и партнерами
Приглашения					См. лист "Приглашение"
Еда и напитки					
	При сборе гостей: шампанское, канапэ				Сформировать не позднее 1 CW до мероприятия
	Меню				Сформировать не позднее 1 CW до мероприятия
	Мебель: барные стойки, столы, стулья, скатерти				Не позднее 2 CW до мероприятия
	Сотрудники кейтеринговой службы: место расположения, подсобные помещения, одежда				Не позднее 2 CW до мероприятия
	Посуда и приборы				Не одноразовые. Выбор и заказ не позднее 1 CW до мероприятия
	Декорирование столов				Цветы. Если рассадка плановая - таблички с именами или номерами столов
Напитки					
	Алкогольные				Не позднее 1 CW до мероприятия. Возможно спонсирование премиум-марками
	Безалкогольные				Не позднее 1 CW до мероприятия
Выступления					
	Речи выступающих				Подготовлены и предоставлены выступающим не позднее 3 дней до начала мероприятия
	Выступающие от дилерского центра				Продолжительность каждого выступления - не более 5 минут. Всего - не более 3 выступлений
	Выступающие от третьих организаций и органов власти				
Выставочные автомобили					
	Расположение				Расстановка автомобилей - не позднее 1 ч. до начала мероприятия. Предварительная чистка, мойка, полировка, удаление обклейки
	Подбор цветов и моделей				Принцип разнообразия
	Обозначения				Подномерные таблички. Таблички/стойки со стоимостью и комплектациями
Музыкальное сопровождение					
	"Живая" группа				Проверить на соответствие стилистике Audi и стилистике мероприятия
	DJ				Проверить на соответствие стилистике Audi и стилистике мероприятия
	Ведущий				Проверить на соответствие стилистике Audi и стилистике мероприятия, ознакомить со сценарием заранее
	Фоновая музыка				Предусмотреть на время сбора гостей и неформального общения гостей по завершении основного мероприятия

Звук						
	Громкоговорители					
	Радио-микрофоны					Минимум - три
	Микрофоны на стойках					Минимум - один, не включая микрофонов музыкальной группы
	Звукоусиливающие и звуковоспроизводящее оборудование					Саундчек - не позднее двух часов до времени начала мероприятия
Свет						
	Свет в месте сбора гостей					
	Освещение сцены					
	Концертный свет					
	Подсветка автомобилей					
Сцена						
Декорирование зала						Желательно с задником для размещения рекламных баннеров
Регистрация гостей						В т.ч. использование видео-роликов
	Необходимое количество сотрудников					Не менее 3 на мероприятие для 100 человек
	Форма регистрации					Выдать заранее ответственным сотрудникам формы регистрации гостей
	Необходимое пространство					Не менее 70 пог. см. на каждого сотрудника
	Обозначение					Табличка в стилистике Audi. Цветная распечатка
Паркинг						
	Парковщики и охрана					Желательна униформа с брендингом, зонты - при необходимости
	Необходимое место					Количество парковочных мест = количество распространенных приглашений
	Указатели					
Подарки гостям						
	Полиграфия в соответствии с темой мероприятия					Буклеты по моделям
	Пакеты					Бумажные
	Сувениры					
Сотрудники						
	Продавцы					Четко проинструктировать о целях и сценарии мероприятия, расположении всех зон, форме одежды
	Служба безопасности					Четко проинструктировать о правилах поведения с гостями
	Хостесс					Желательна униформа с брендингом
	Бэджи					По стандартам Audi. Четко - имя сотрудника.
	Одежда сотрудников					В соответствии с тематикой мероприятия
	Зонты при необходимости					Брендированные
Фотограф						
Туалеты						При необходимости
	Обозначения					
	Уборка					Предусмотреть регулярную уборку
Электричество						
	Соответствие по мощности потребностям аппаратуры					
PR по мероприятию						
	Местная пресса					Предусмотреть приглашение представителей местной прессы соответствующей направленности
	Освещение на дилерском сайте					Размещение фотоматериалов

Check-list: тест-драйва вне шоу-рума

	Необходимые действия	Ответственный	Стоимость	Сроки	Рекомендации
Идея мероприятия					Не позднее 5 CW до мероприятия
Агентство					Выбор: не позднее 5 CW до мероприятия
Подробный сценарий					Не позднее 4 CW до мероприятия. С указанием ответственных, тайминга
Количество гостей					Не позднее 4 CW до мероприятия. Предусмотреть приход с супругами и партнерами
Приглашения					См. лист "Приглашение"
Еда и напитки					
	При сборе гостей: безалкогольные напитки, канапе				Сформировать не позднее 1 CW до мероприятия
	Меню				Сформировать не позднее 1 CW до мероприятия
	Мебель: столы, стулья, скатерти				Не позднее 2 CW до мероприятия
	Сотрудники кейтеринговой службы: место расположения, подсобные помещения, одежда				Не позднее 2 CW до мероприятия
	Посуда и приборы				Не одноразовые. Выбор и заказ не позднее 1 CW до мероприятия
	Декорирование столов				При необходимости
Напитки					
	Алкогольные				Не позднее 1 CW до мероприятия. Возможно спонсирование премиум-марками
	Безалкогольные				Не позднее 1 CW до мероприятия
Выступления					
	Речи выступающих				Подготовлены и предоставлены выступающим не позднее 3 дней до начала мероприятия
	Выступающие от дилерского центра				Продолжительность каждого выступления - не более 5 минут. Всего - не более 3 выступлений. Только в случае, если выступления требуются характером события.
	Опционально: выступающие от третьих организаций и органов власти				
Автомобили и правила проведения тестовых поездок					
	Тестовые автомобили: количество, страховка, обклейка				Расстановка автомобилей - не позднее 1 ч. до начала мероприятия. Предварительная чистка, мойка, полировка, удаление обклейки
	Расположение выставочных автомобилей				Расстановка автомобилей - не позднее 1 ч. до начала мероприятия. Предварительная чистка, мойка, полировка, удаление обклейки
	Подбор цветов и моделей				Принцип разнообразия
	Обозначения				Подномерные таблички. Таблички со стоимостью и комплектациями на выставочные автомобили
	Принципы распределения гостей по тестовым автомобилям				Выработать и ознакомить гостей с процедурой организации тестовых поездок, обеспечить краткую регистрацию результатов
	Подготовка к тест-драйву				1) Проверка водительских прав, по возможности регистрация клиента в журнале тестовых поездок 2) Краткий инструктаж по автомобилю и правилам поездки (маршрут, длительность, краткие основные функциональные блоки управления автомобилем)

Музыкальное сопровождение						
	"Живая" группа					Проверить на соответствие стилистике Audi и стилистике мероприятия
	Фоновая музыка					Предусмотреть на время сбора гостей и неформального общения гостей по завершении основного мероприятия
Звук						
	Громкоговорители					
	Радио-микрофоны					Минимум - три
	Звукоусиливающие и звуковоспроизводящее оборудование					Саундчек - не позднее двух часов до времени начала мероприятия
Свет						
	Свет в месте сбора гостей					
	Освещение сцены					
	Подсветка автомобилей					Если мероприятие вечернее
Сцена						
						Желательно с задником для размещения рекламных баннеров
Регистрация гостей						
	Необходимое количество сотрудников					Не менее 3 на мероприятие для 100 человек
	Необходимое пространство					Не менее 70 пог. см. на каждого сотрудника
	Форма регистрации					Выдать заранее ответственным сотрудникам формы регистрации гостей
	Обозначение					Табличка в стилистике Audi. Цветная распечатка
Площадка мероприятия						
	Место для вождения					
	Перекрытие движения					
	Разметка трассы					
	Шатры/тенты для фуршета					
	Оформление площадки: флаги, баннеры, указатели на подъезде					В корпоративном стиле
	Парковщики и охрана					Желательна униформа с брендированием, зонты - при необходимости
	Необходимое место					Количество парковочных мест = количество распространенных приглашений
	Указатели					
	Литература по продукту, прайс-листы					Обеспечить наличие стойки или орг. места с представлением буклетов о продукте, дилере, прайс-листов
Подарки гостям						
	Полиграфия в соответствии с темой мероприятия					Буклеты по моделям
	Пакеты					Бумажные
	Сувениры					Продумать момент вручения

Сотрудники						
	Продавцы					Четко проинструктировать о целях и сценарии мероприятия, расположении всех зон, форме одежды, ответственности каждого, времени необходимого присутствия
	Школа водительского мастерства					При необходимости. Четко проинструктировать о целях мероприятия, сценарии, месте и времени проведения.
	Служба безопасности					Четко проинструктировать о правилах поведения с гостями
	Хостесс					Желательна униформа с брендированием
	Бэджи					По стандартам Audi. Четко - имя сотрудника.
	Одежда сотрудников					В соответствии с тематикой мероприятия
	Зонты при необходимости					Брендированные
Фотограф						
						При необходимости
Туалеты						
	Обозначения					
Электричество						
	Соответствие по мощности потребностям аппаратуры					
PR по мероприятию						
	Местная пресса					Предусмотреть приглашение представителей местной прессы соответствующей направленности
	Освещение на дилерском сайте					Размещение фотоматериалов

Check-list: Работа с клиентом после мероприятия

Необходимые действия	Ответственный	Сроки	Рекомендации
Общий анализ результатов			в течение первого раб.дня после мероприятия
Работа внутреннего и внешнего персонала, общая атмосфера мероприятия	РОП*		
Кол-во посетителей/кол-во приглашенных	РОП		
Кол-во участников тест-драйвов	РОП		
Кол-во поездок на каждом автомобиле (помодельно)	РОП		
Кол-во горячих клиентов с ожидаемым временем сделки:			
в течение недели	Продавцы		
в течение месяца	Продавцы		
более месяца	Продавцы		
Общее кол-во горячих клиентов	РОП		
Плановый бюджет/реальные расходы	Отдел маркетинга		
Повторный анализ через месяц для оценки прямой эффективности мероприятия (расходы/проданные автомобили/gross profit)	РОП		
Работа с клиентской базой после мероприятия			
Внесение результатов в базу данных	Продавцы		
Благодарственный звонок или письмо после мероприятия в течение недели	Продавцы/Отдел маркетинга		
Назначение времени следующей встречи или действия, информации для продолжения контакта	Продавцы		
Письмо-сожаление или звонок тем, кто не смог присутствовать на мероприятии (по необходимости) с повторным приглашением в салон или анонсом следующего мероприятия	Продавцы/Отдел маркетинга		
Контроль за исполнением	РОП		

*РОП - Руководитель Отдела продаж

Приложение №7. Форма сценария дилерского мероприятия

Компания	<i>Указать название дилерского центра</i>
Дата мероприятия	<i>Указать дату мероприятия</i>
Место	<i>Указать место проведения мероприятия</i>
Тип мероприятия	<i>Тест-драйв, презентация, прием и т.п.</i>
Тема мероприятия	<i>Указать модель автомобиля или событие, к которому приурочено мероприятие</i>
Количество участников	<i>Указать планируемое количество гостей мероприятия</i>
Основное сообщение	<i>Указать основной слоган мероприятия и его идею</i>
Брэндинг	<i>Указать основные элементы брендинга площадки проведения мероприятия (баннеры, вывески и т.п.)</i>
Бюджет мероприятия	<i>Указать бюджет мероприятия в USD</i>

Сценарий

Время	Действие	Примечания

Информация, представленная в данном документе является собственностью AUDI AG и может быть использована только для целей, связанных с продвижением марки Audi на российском рынке и только в рамках действующего дилерского соглашения и в сроки, предусмотренные данным соглашением.

Информация, представленная в данном документе является строго конфиденциальной и не подлежит передаче третьим лицам или компаниям, полностью или частично, без письменного разрешения со стороны Ауди Россия.

Пользователь данного документа несет ответственность за неразглашение представленной в нем информации в соответствии с действующим законодательством.

Версия документа 2.0. По состоянию на ноябрь 2003 года.

Информация, представленная в данном документе, может быть изменена без предварительного уведомления. Актуальная версия данного документа может быть загружена из системы www.audi-marketing.ru.

Мы будем рады предоставить Вам дополнительную информацию по вопросам, представленным в данном документе:

Ласло Грушицки,
Менеджер по дилерскому маркетингу
Ауди Россия
Laszlo.Grouchitskii@audi.ru