



ŠIAULIŲ PREKYBOS,
PRAMONĖS IR AMATŲ
RŪMAI

Stiliaus vadovas

2024



Turinys

3 Įvadas

- Tikslas
- Apie mus
- Misija, vizija, tikslai
- Vertybės

8 Vizualinis identitetas

- Logotipas
- Spalvos
- Tipografija
- Ikonų elementai

27 Komunikacinis stilius

- Bendravimo tonas ir stilius
- El. laiškai ir korespondencija
- Socialiniai tinklai

31 Fotografija ir vaizdo įrašai

- Vaizdo stilius
- Vaizdo stilius soc. tinkluose
- Vaizdo įrašų taisyklės

36 Skaitmeninės priemonės

- Interneto svetainė
- Skaitmeniniai baneriai ir reklama
- Prezentacijos

42 Spaudos ir marketingo priemonės

- Brošiūros, lankstinukai ir plakatai
- Reklaminė medžiaga
- Pakuočių dizainai

Įvadas



Kviečiame susipažinti su mūsų organizacijos prekės ženklo stiliaus vadovu.

Šis stiliaus vadovas naudojamas kaip gidas, siekiant užtikrinti nuoseklumą visose organizacijos komunikacijos formose. Tai padeda organizacijai išlaikyti vieningą įvaizdį, stiprinti prekės ženklą ir efektyviau bendrauti su verslo bendruomene bei išorės partneriais.

Vadovas skirtas organizacijos darbuotojams, partneriams, komunikacijos specialistams bei visiems, kurie tiesiogiai dalyvauja Šiaulių prekybos, pramonės ir amatų rūmų komunikacijoje.

Šiaulių PPAR - Jūsų verslo sėkmės partneris.

Apie mus

Esame stipriausia asocijuota verslo struktūra regione, turinti didžiausią realiai veikiančių narių skaičių. Daugiau nei 30 metų buriame jauną ir brandų verslą aktyviai bendrystei, atstovaujame ir giname verslo interesus regione ir Lietuvoje.

Pasitelkiant šiuolaikines vadybos, technologijų ir žmogiškąsias kompetencijas esame viena pažangiausių, stipriausių, lyderiaujančių verslo bendruomenių Šiaurės Lietuvos regione.

Mūsų misija

Sutelkti verslo bendruomenę, skatinant aktyvų bendradarbiavimą ir dalijimąsi gerosiomis praktikomis, *stiprinti verslo ryšius* tiek vietiniu, tiek tarptautiniu mastu. Atstovauti rūmų narių bendriesiems interesams, užtikrinant jų interesų apsaugą nacionaliniu ir tarptautiniu lygmeniu, siekti palankios verslo aplinkos kūrimo, daryti įtaką teisės aktų rengimams bei viešajai politikai, kad būtų skatinama *verslo plėtra, inovacijos ir konkurencingumas*.

Mūsų vizija

Tapti *regiono lyderiu*, kuris įkvepia ir motyvuoja kitus siekti aukščiausių standartų versle. Ši bendruomenė siekia nuolatinių inovacijų, atvirumo naujoms idėjoms bei tvaraus augimo.

Mūsų tikslai

Atstovauti teisėtiems Šiaulių prekybos, pramonės ir *amatų rūmų narių interesams*

Skatinti eksportą ir didinti jo apimtį

Didinti įmonių konkurencingumą

Skatinti verslumą

Vertybės

Mūsų vertybės yra neatsiejama mūsų kasdienės veiklos dalis. Jos apibrėžia, kas esame ir ką atstovaujame verslo pasaulyje.

Inovacijos

Įkvėpimas

Bendruomeniškumas

Sąžiningumas

Autentiškumas

Vizualinis identitetas



Logotipas

Logotipas arba prekės ženklas yra žymuo, skiriantis vienos organizacijos produktus / veiklas nuo kitų. Jo naudojimas turi būti pritaikomas skirtingoms komunikacijos, reprezentacijos priemonėms. Taip pat privalomas logotipo naudojimo numatytų taisyklių laikymasis.

Logotipą sudaro du elementai:
ženklas ir tekstas.

Tekstinė logotipo dalis, tai organizacijos pavadinimas - „Šiaulių prekybos, pramonės ir amatų rūmai“.



ŠIAULIŲ PREKYBOS,
PRAMONĖS IR AMATŲ
RŪMAI

Šviesus



ŠIAULIŲ PREKYBOS,
PRAMONĖS IR AMATŲ
RŪMAI

Tamsus



ŠIAULIŲ PREKYBOS,
PRAMONĖS IR AMATŲ
RŪMAI

Mažiausias galimas dydis

Siekiant užtikrinti aiškumą, nustatytas mažiausias ekrano ir spausdinimo dydis.

Saugos zona

Aplink logotipą turėtų būti aiški draudžiamoji zona, kad būtų užtikrintas jo matomumas, įskaitomumas ir vizualinis poveikis.

Mažiausias ekrano dydis

216px pločio



ŠIAULIŲ PREKYBOS,
PRAMONĖS IR AMATŲ
RŪMAI

Mažiausias spaudos dydis

55mm pločio



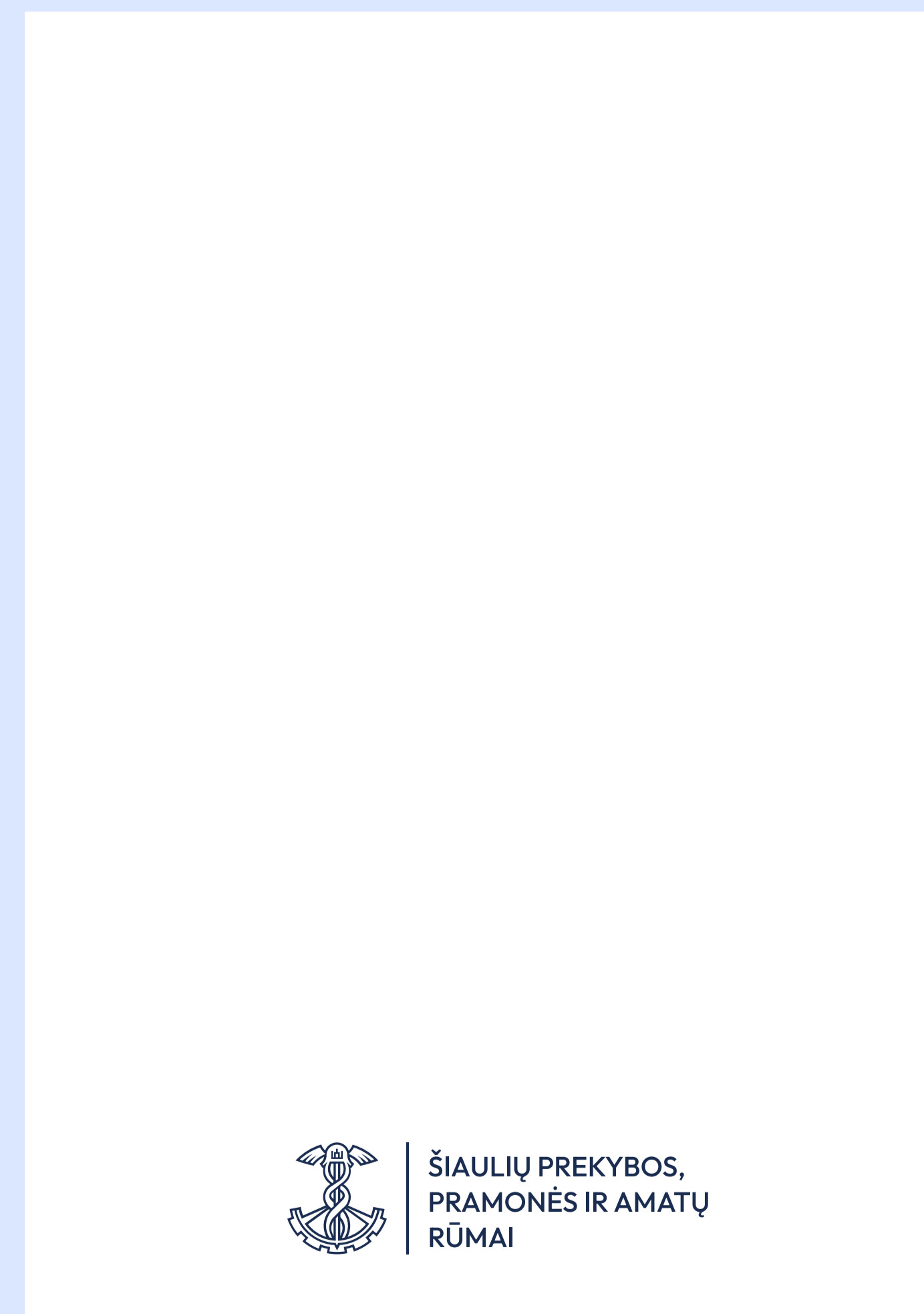
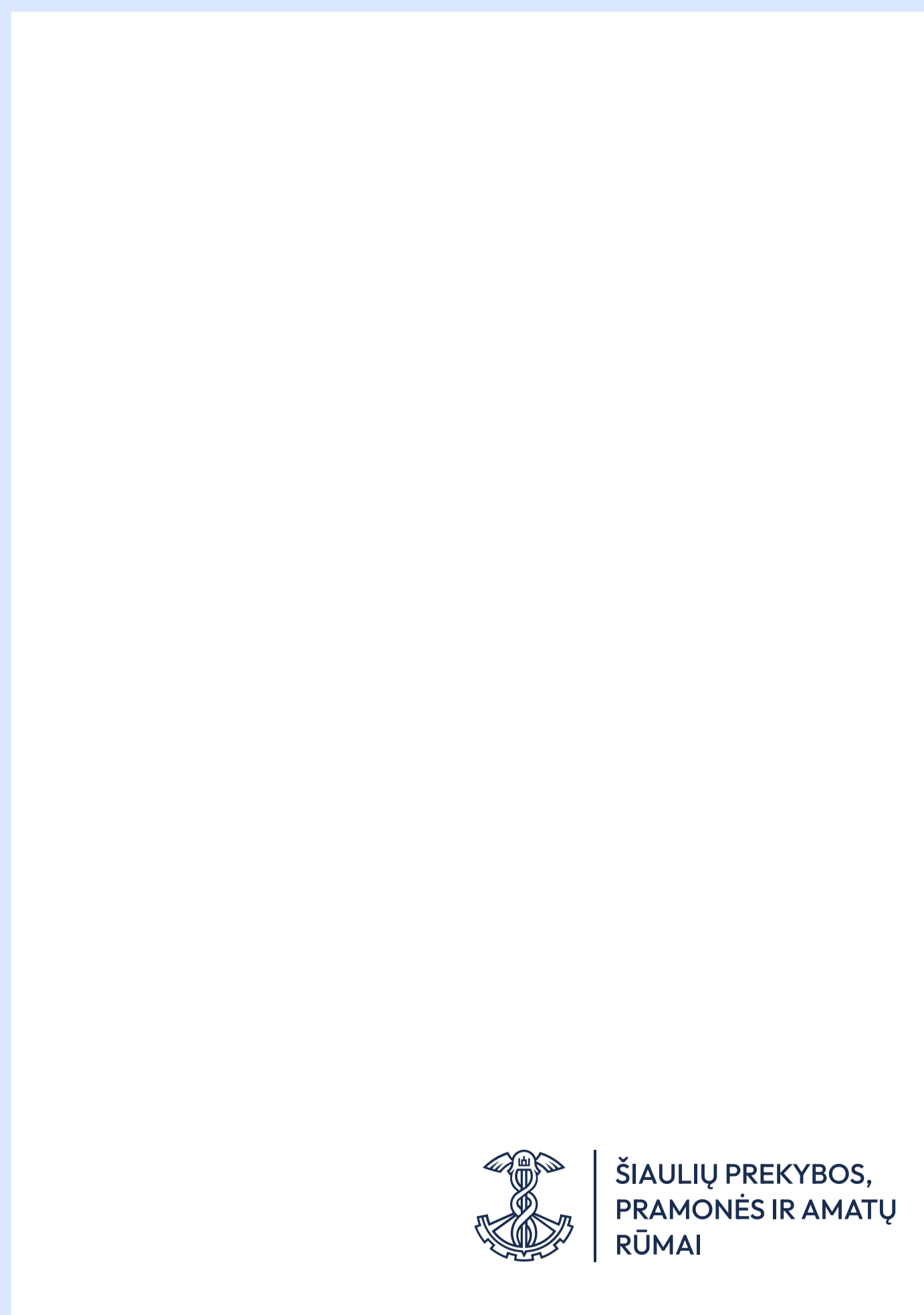
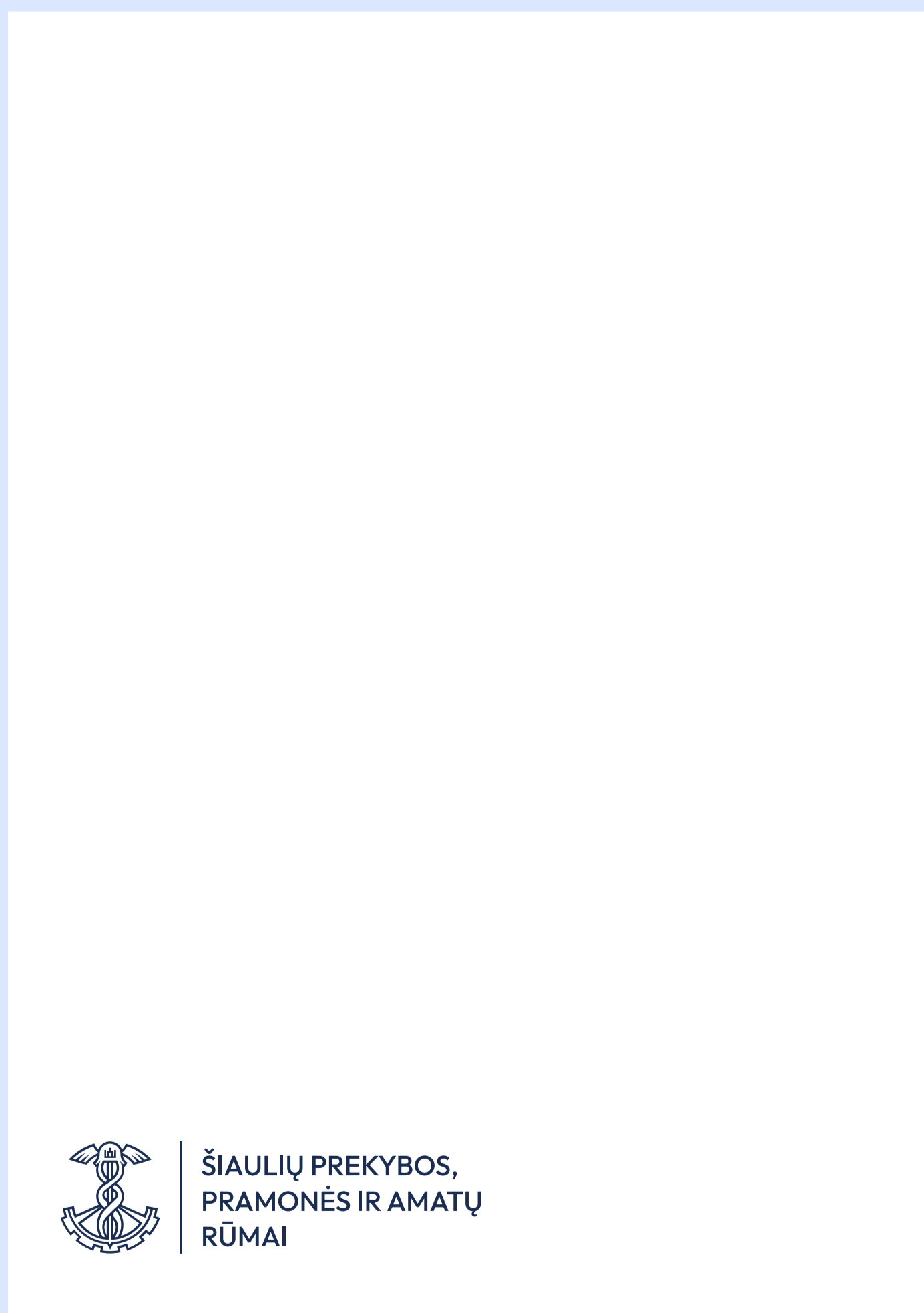
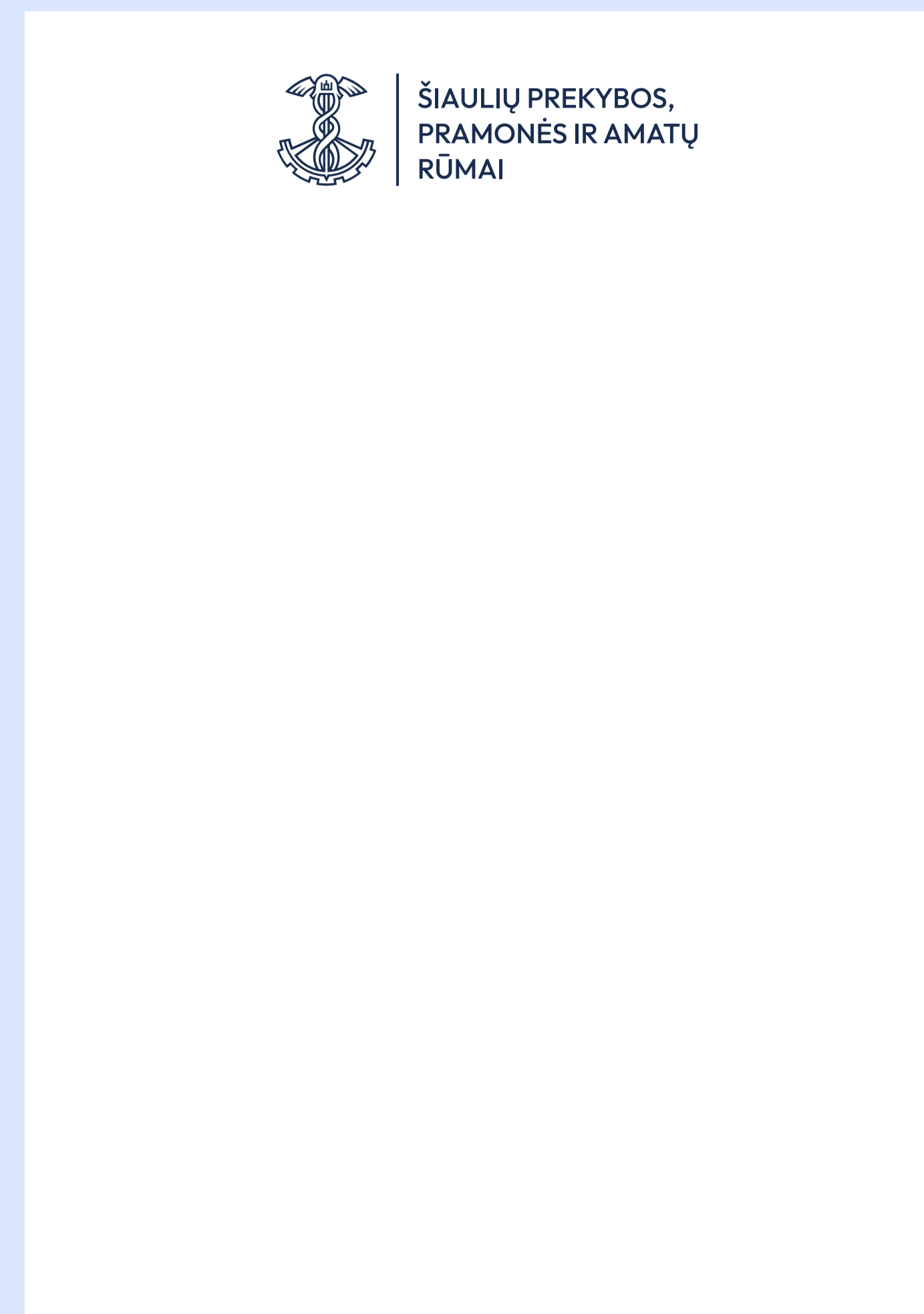
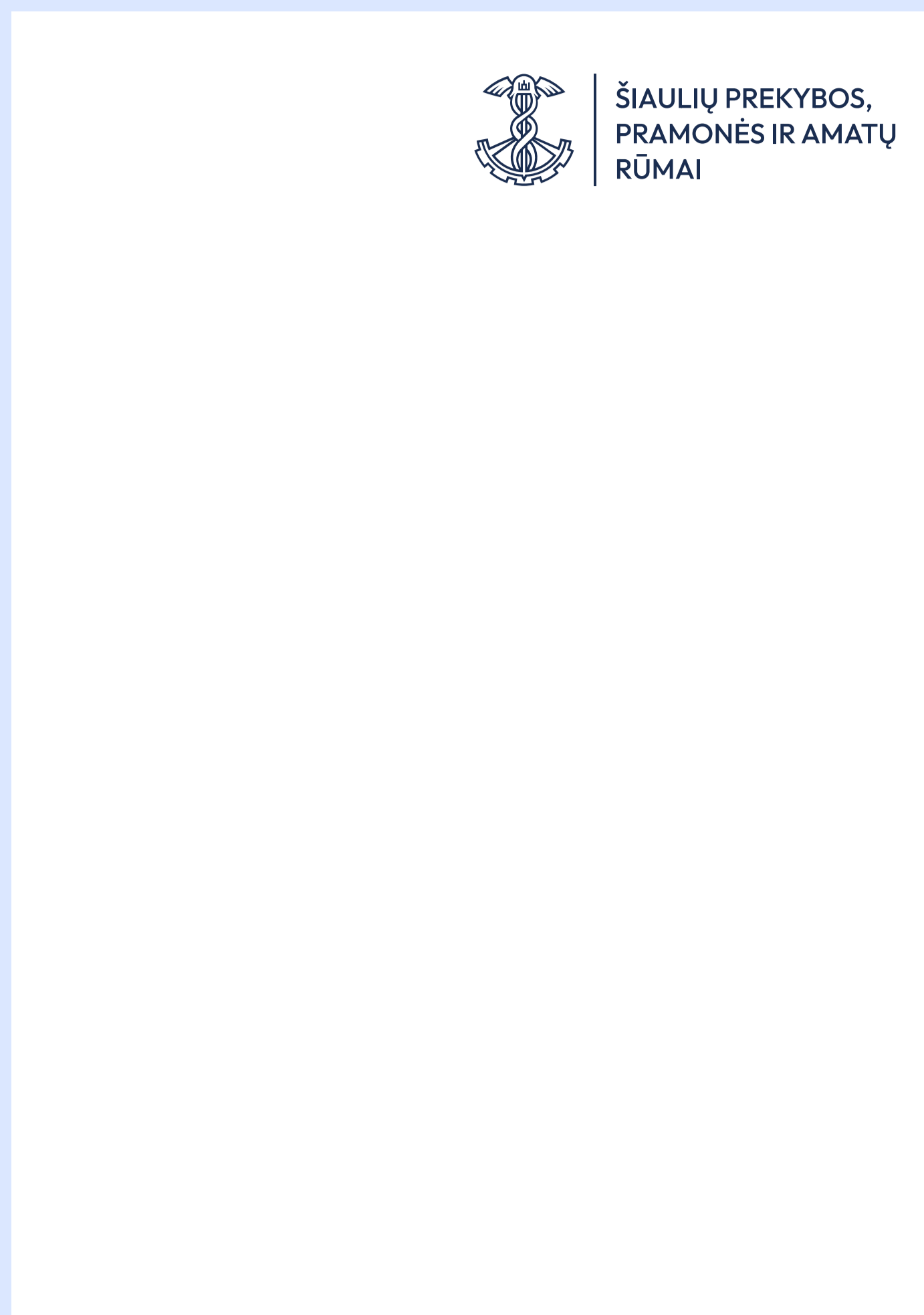
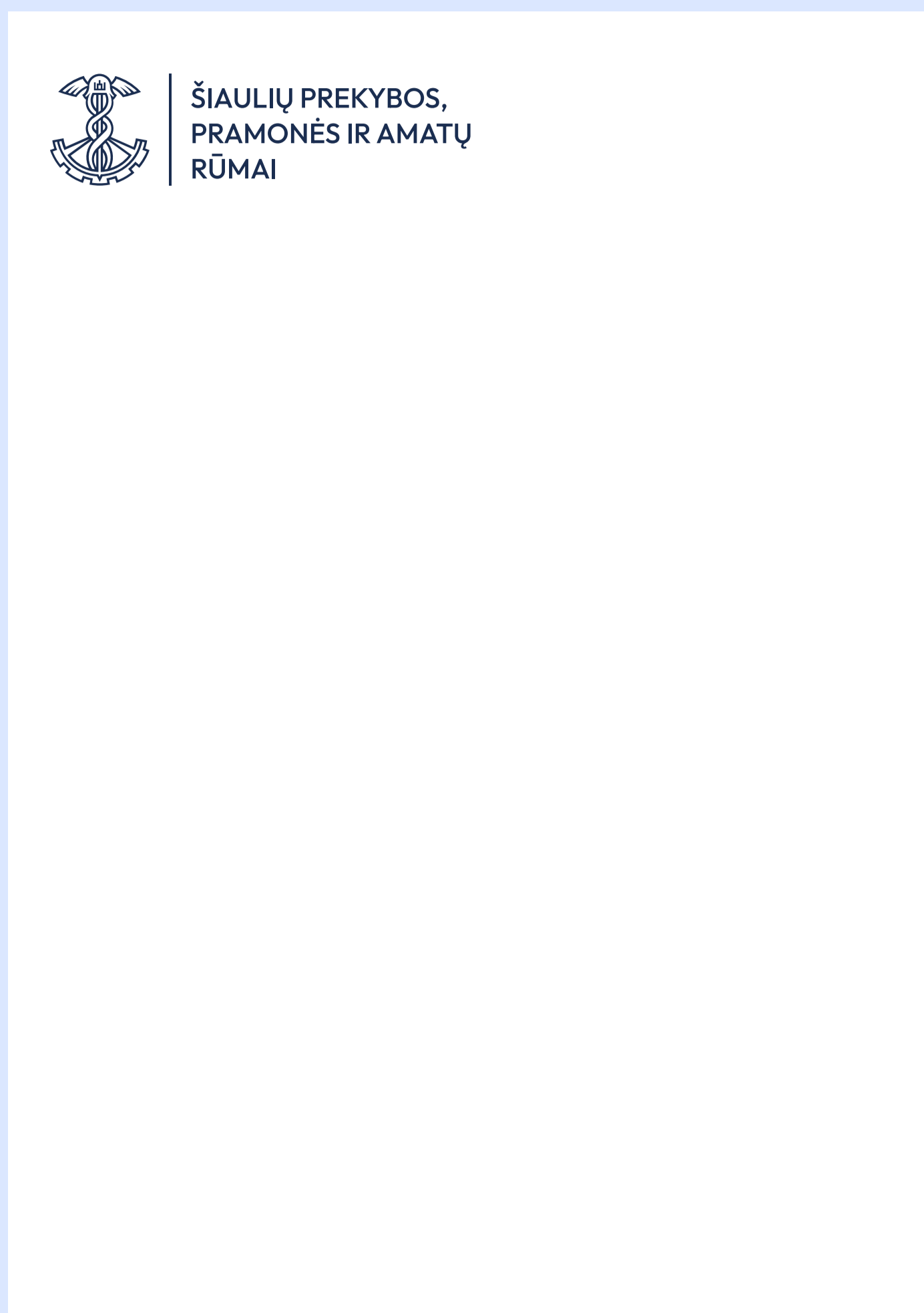
ŠIAULIŲ PREKYBOS,
PRAMONĖS IR AMATŲ
RŪMAI



Padėties nustatymas

Kadangi mūsų logotipas lygiuojamas į kairę, jis optimaliai atrodo, kai yra lygiuojamas į kairę arba į dešinę nuo laikmenos, kurioje jis rodomas.

Jei logotipas lygiuojamas centre, laikmena atrodo šiek tiek nesubalansuota, todėl tokio sprendimo reikėtų vengti.



Neteisingas naudojimas

Toliau pateiktuose pavyzdžiuose pavaizduotas netinkamas logotipo naudojimas, todėl jų nereikėtų naudoti, nes jie mažina logotipo vizualinį poveikį, veiksmingumą ir bendrą mūsų prekės ženklo vientisumą.



⊗ Per mažas

⊗ Prekės ženklo spalvų keitimas

⊗ Naudoti ne prekės ženklo spalvas



⊗ Rodymas kampu

⊗ Logotipo elementų padėties redagavimas

⊗ Šešėlių ar kitų efektų pridėjimas



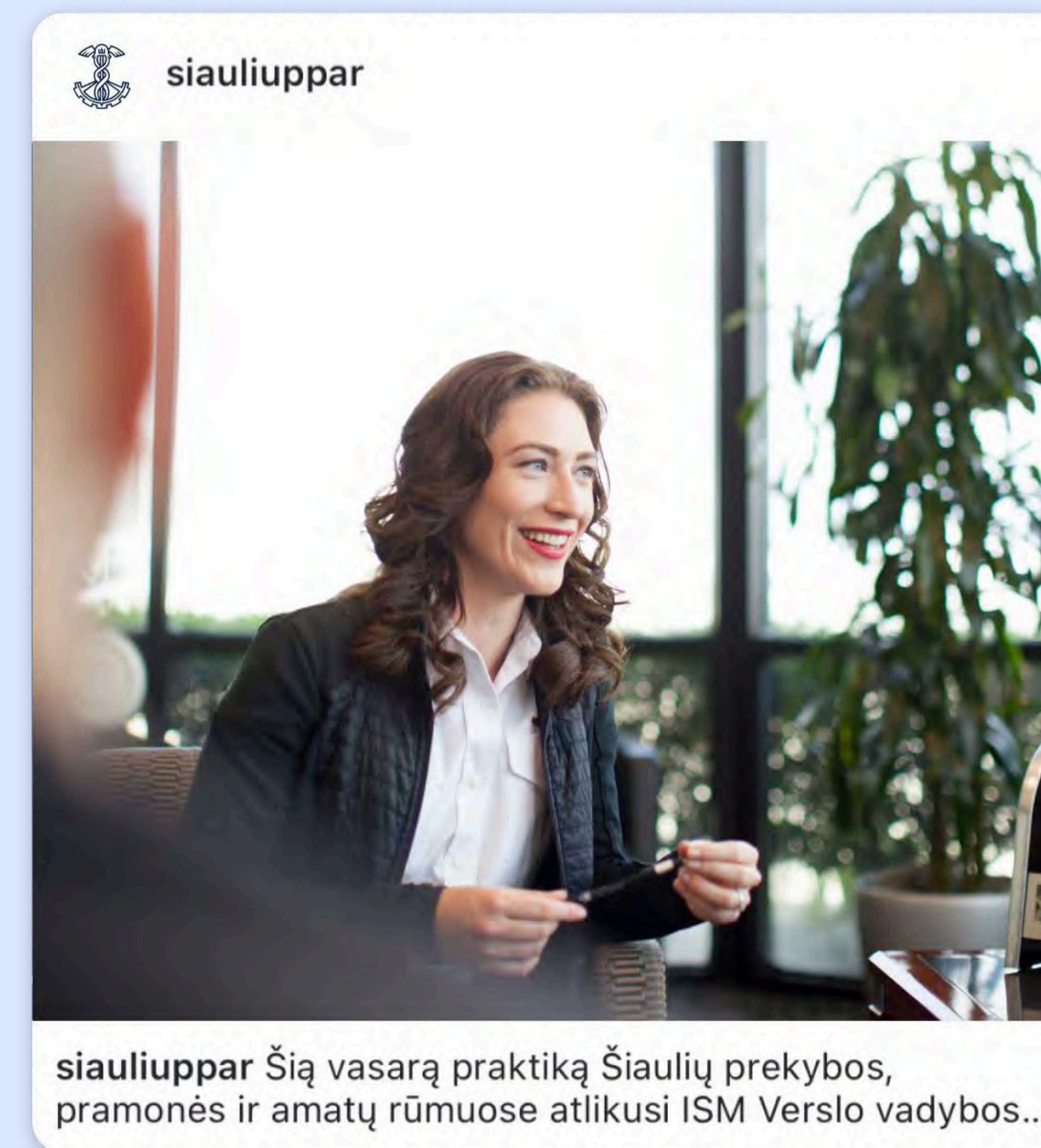
⊗ Logotipo naudojimas ant per daug užimtų arba nepakankamai kontrastingų vaizdo vietų

⊗ Tamsios versijos naudojimas tamsiame fone arba šviesios versijos naudojimas šviesiame fone

⊗ Ne prekės ženklo fono spalvos naudojimas

Ženklo ikona

Mūsų ženklas be logotipo teksto dalies naudojamas kaip mūsų ikona socialinėse platformose. Jame optimaliai išnaudojama ribota erdvė, kad būtų pasiektas maksimalus poveikis.

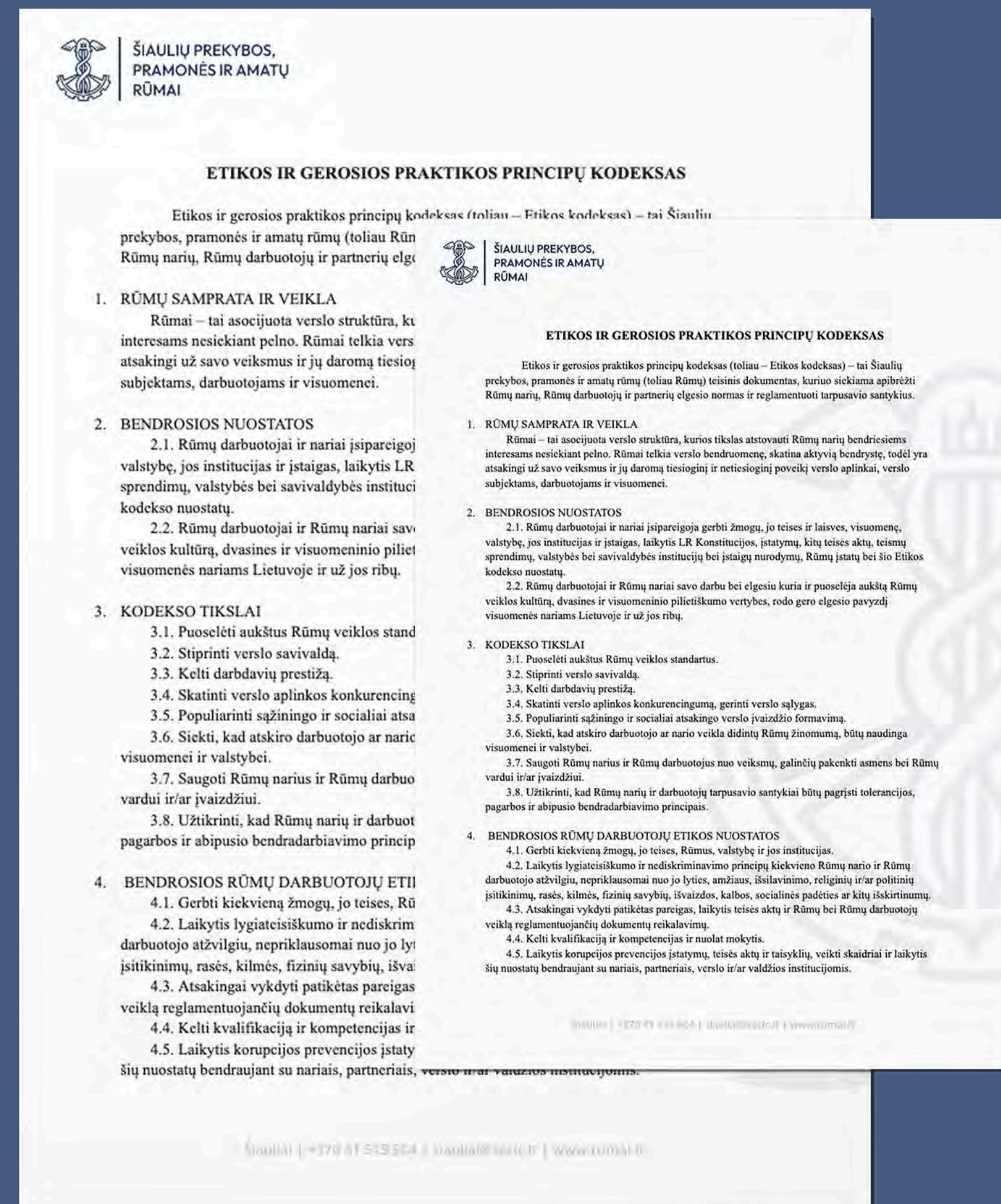


Logotipo naudojimas kaip „watermark“

Organizacijos logotipas turi būti išdidintas iki tokio dydžio, kad jis užimtų bent pusę puslapio pločio ar aukščio, priklausomai nuo maketo. Šis išdidintas logotipas turėtų būti naudojamas kaip foninis elementas (watermark) visuose oficialiuose dokumentuose, pristatymuose ar kituose vizualiniuose kūriniuose.

Logotipas turėtų būti pozicionuojamas dešinėje pusėje ir turėtų išsiplėsti per visą lapą arba dokumento foną. Naudojama tik pusė logotipo, šis stilistinis sprendimas padeda išlaikyti subtilų, bet atpažįstamą organizacijos identitetą.

Norint išvengti pagrindinio turinio trikdymo, logotipas turėtų būti naudojamas su mažu skaidrumu (dažniausiai tarp 5–15%). Tai užtikrina, kad logotipas būtų matomas kaip foninis elementas, tačiau netrukdytų pagrindiniam tekstui ar vizualiniam turiniui.

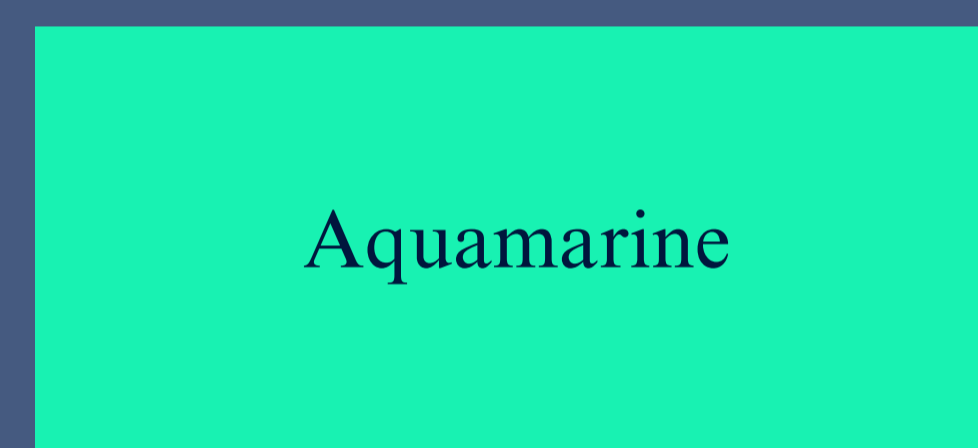


Spalvos

Pagrindinės mūsų spalvos - patikima tamsiai mėlyna, sodri mėlyna ir gaivi žalia - perteikia patikimumo ir naujovių pojūtį.

Šios spalvos naudojamos kartu su antrinėmis ir akcentinėmis spalvomis, atsižvelgiant į kontekstą ir žiniasklaidą.

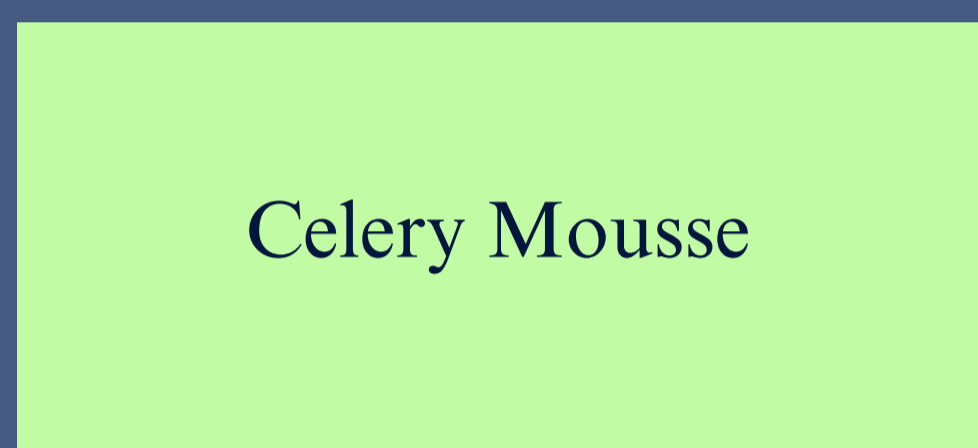
Pirminės



Antrinės



Akcentai



PENN BLUE

R: 0 C: 100 HEX: #00163D
G: 22 M: 64
B: 61 Y: 0
K: 76

PERSIAN BLUE

R: 5 C: 97 HEX: #0542bd
G: 66 M: 65
B: 189 Y: 0
K: 26

AQUAMARINE

R: 24 C: 90 HEX: #18f2b26
G: 242 M: 0
B: 178 Y: 26
K: 5

80%

60%

20%

80%

60%

20%

80%

60%

20%

SKY BLUE

R: 166 C: 33 HEX: #a6dbf7
G: 219 M: 11
B: 257 Y: 0
K: 3

GHOST WHITE

R: 232 C: 5 HEX: #e8e9f3
G: 233 M: 4
B: 243 Y: 0
K: 5

FIREFLY GLOW

R: 255 C: 0 HEX: #fff9f
G: 239 M: 6
B: 159 Y: 38
K: 0

BABY PINK

R: 255 C: 0 HEX: #ffd6e0
G: 214 M: 16
B: 224 Y: 12
K: 0

CELERY MOUSSE

R: 193 C: 23 HEX: #c1fba4
G: 251 M: 0
B: 164 Y: 35
K: 2

CYAN

R: 0 C: 100 HEX: #00ffff
G: 255 M: 0
B: 255 Y: 0
K: 0

ANDROMEDA BLUE

R: 169 C: 31 HEX: #a9cef4
G: 206 M: 16
B: 244 Y: 0
K: 4

MAJESTIC MAGENTA

R: 246 C: 0 HEX: #f6468a
G: 70 M: 72
B: 138 Y: 44
K: 4

80%

60%

20%

80%

60%

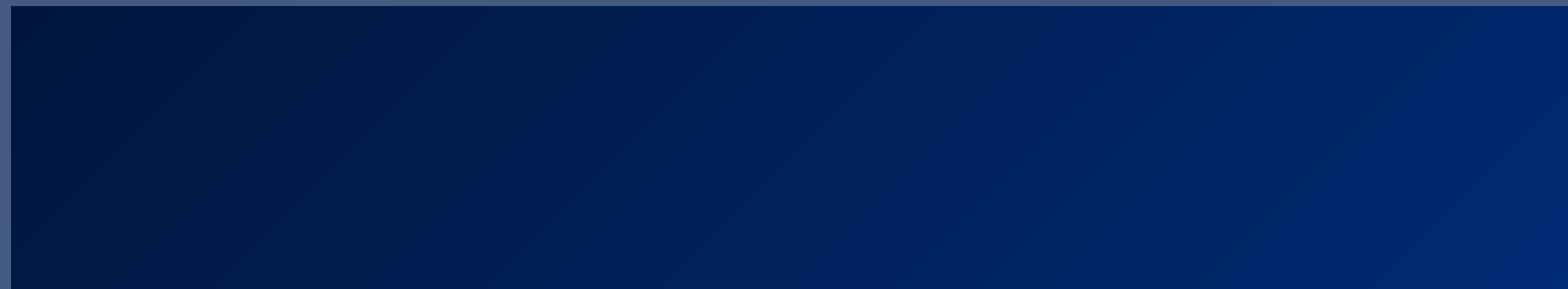
20%

Gradiento fono paskirtis

Gradientas suteikia gilumo ir judesio pojūtį, padarydamas foną gyvesnį ir patrauklesnį, nei būtų naudojant vieną spalvą. Tai padeda sukurti modernesnį ir labiau įtraukiantį dizainą.

Naudojant gradientus su konkrečiomis spalvomis, sukuriamas nuoseklus prekės ženklo vizualinis identitetas, kuris tampa atpažįstamas visose komunikacijos priemonėse – nuo interneto svetainės iki spausdintinės medžiagos.

Galimi deriniai



Antraštės

„Century Gothic“ yra modernus, pažangus ir į žmogų orientuotas šriftas, pasižymintis patraukliu, geometriniu estetiniu stiliumi.

Aa Bb Cc

Regular

Bold

Aa Aą Bb Cc Čč Dd Ee Eę Èè Ff Gg
Hh Ii Ij Yy Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Rr Ss
Šš Tt Uu Uų Ūū Vv Zz Žž
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 ! @ # £ \$ % & () ?

**Aa Aą Bb Cc Čč Dd Ee Eę Èè Ff Gg
Hh Ii Ij Yy Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Rr
Ss Šš Tt Uu Uų Ūū Vv Zz Žž
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 ! @ # £ \$ % & () ?**

Tekstas

Žinios, patirtis, patikimumo ir pasitikėjimo jausmas išreiškiamas pagrindinio teksto šriftu „Times New Roman“.

Aa Bb Cc

Regular

Aa Aą Bb Cc Čč Dd Ee Eę Èè Ff
Gg Hh Ii Įį Yy Jj Kk Ll Mm Nn Oo
Pp Rr Ss Šš Tt Uu Uų Ūū Vv Zz Žž
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 ! @ # £ \$ % & () ?

SemiBold

Aa Aą Bb Cc Čč Dd Ee Eę Èè Ff
Gg Hh Ii Įį Yy Jj Kk Ll Mm Nn Oo
Pp Rr Ss Šš Tt Uu Uų Ūū Vv Zz Žž
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 ! @ # £ \$ % & () ?

SemiBold Italic

*Aa Aą Bb Cc Čč Dd Ee Eę Èè Ff Gg
Hh Ii Įį Yy Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp
Rr Ss Šš Tt Uu Uų Ūū Vv Zz Žž
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 ! @ # £ \$ % & () ?*

Hierarchija

Tipografinė hierarchija yra labai svarbi mūsų vizualiniam identitetui, be to, ji padeda skaitytojams orientuotis mūsų turinyje, o struktūrizuota informacija didina skaitomumą.

Antraštė: Century Gothic Bold

Paantraštė: Century Gothic Regular

Tekstas: Times New Roman Regular



ŠIAULIŲ PREKYBOS,
PRAMONĖS IR AMATŲ
RŪMAI

Paskolos pramonės skaitmenizavimui

INVEGA atnaujina finansinės priemonės „Pokytis“ sąlygas – pramonės įmonių skaitmenizavimo projektams finansuoti sumažintos palūkanos bei reikalaujamų pateikti dokumentų skaičius.

Siekiant pereiti prie našesnės gamybos, pramonei reikia ilgalaikių investicijų. Todėl siekdami sparčiau auginti įmonių konkurencingumą, sudarome dar geresnes sąlygas verslui ir paprastiname priemonės kainodarą – dabar visiems projektams taikoma 1 proc. dydžio palūkanų marža.



ŠIAULIŲ PREKYBOS,
PRAMONĖS IR AMATŲ
RŪMAI

Paskolos pramonės skaitmenizavimui

INVEGA atnaujina finansinės priemonės „Pokytis“ sąlygas – pramonės įmonių skaitmenizavimo projektams finansuoti sumažintos palūkanos bei reikalaujamų pateikti dokumentų skaičius.

Siekiant pereiti prie našesnės gamybos, pramonei reikia ilgalaikių investicijų. Todėl siekdami sparčiau auginti įmonių konkurencingumą, sudarome dar geresnes sąlygas verslui ir paprastiname priemonės kainodarą – dabar visiems projektams taikoma 1 proc. dydžio palūkanų marža.

Akcentai

Turime 2 teksto paryškinimo būdus:

1 būdas:

„Times New Roman“ „Semibold Italic“
kartu su prekės ženklo paryškinimo spalva.

2 būdas:

„Times New Roman“ „Semibold“
paryškinta su prekės ženklo spalva.

Nuorodos

Naudodami nuorodas savo svetainėje arba skaitmeniniuose dokumentuose tamsiame fone naudojame gaiviai žalią, o šviesiame fone - žydrai mėlyną spalvą.

Estetinis ir spalvų naudojimo skirtumas tarp paryškinimų ir nuorodų padeda atskirti jų paskirtį.

Mūsų misija

Sutelkti verslo bendruomenę, skatinant aktyvų bendradarbiavimą ir dalijimąsi gerosiomis praktikomis, *stiprinti verslo ryšius* tiek vietiniu, tiek tarptautiniu mastu.

Mūsų misija

Sutelkti verslo bendruomenę, skatinant aktyvų bendradarbiavimą ir dalijimąsi gerosiomis praktikomis, **stiprinti verslo ryšius** tiek vietiniu, tiek tarptautiniu mastu.

Mūsų misija

Sutelkti verslo bendruomenę, skatinant aktyvų bendradarbiavimą ir dalijimąsi gerosiomis praktikomis, stiprinti verslo ryšius tiek vietiniu, tiek tarptautiniu mastu.

Mūsų misija

Sutelkti verslo bendruomenę, skatinant aktyvų bendradarbiavimą ir dalijimąsi gerosiomis praktikomis, stiprinti verslo ryšius tiek vietiniu, tiek tarptautiniu mastu.

Lygiavimas

Stengiamės užtikrinti, kad mūsų šriftas būtų rodomas optimaliai, kad būtų užtikrintas ir prekės ženklo vientisumas, ir įskaitomumas.



Dažniausiai antraštes lygiuojame į kairę

Pagrindinį tekstą visada reikia lygiuoti kairėje pusėje po kairėje pusėje lygiuojama antrašte.



Taip pat galime centruoti antraštes

Pagrindinis tekstas visada turėtų būti lygiuojamas centre po centruota antrašte. Šį metodą taikome tik nedideliame teksto kiekiui.



Centruotas antraštes galime derinti su

Tekstu, kuris yra sulygiuotas abipusiu būdu. Abipusis lygiavimas naudojamas siekiant, kad tekstas būtų tolygiai paskirstytas tarp kairės ir dešinės paraštės. Šis metodas ypač tinka didesniems teksto kiekiams.



Niekada nelygiuojame antraščių į dešinę

Niekada nelyginame pagrindinio teksto dešinėje, nes jis sunkiau skaitomas. Dėl netaisyklingo pradžios taško, kurį lemia nelygus kairysis kraštas, sutrinka natūralus skaitytojų, įpratusių prie kairėje lygiuoto teksto, teksto srautas.

Spalvos

Stengiamės užtikrinti, kad mūsų šriftas būtų rodomas optimaliai, kad būtų užtikrintas ir prekės ženklo vientisumas, ir įskaitomumas.

Mūsų misija

Sutelkti verslo bendruomenę, skatinant aktyvų bendradarbiavimą ir dalijimąsi gerosiomis praktikomis, stiprinti verslo ryšius tiek vietiniu, tiek tarptautiniu mastu.

Mūsų misija

Sutelkti verslo bendruomenę, skatinant aktyvų bendradarbiavimą ir dalijimąsi gerosiomis praktikomis, stiprinti verslo ryšius tiek vietiniu, tiek tarptautiniu mastu.

Mūsų misija

Sutelkti verslo bendruomenę, skatinant aktyvų bendradarbiavimą ir dalijimąsi gerosiomis praktikomis, stiprinti verslo ryšius tiek vietiniu, tiek tarptautiniu mastu.

Mūsų misija

Sutelkti verslo bendruomenę, skatinant aktyvų bendradarbiavimą ir dalijimąsi gerosiomis praktikomis, stiprinti verslo ryšius tiek vietiniu, tiek tarptautiniu mastu.

Mūsų misija

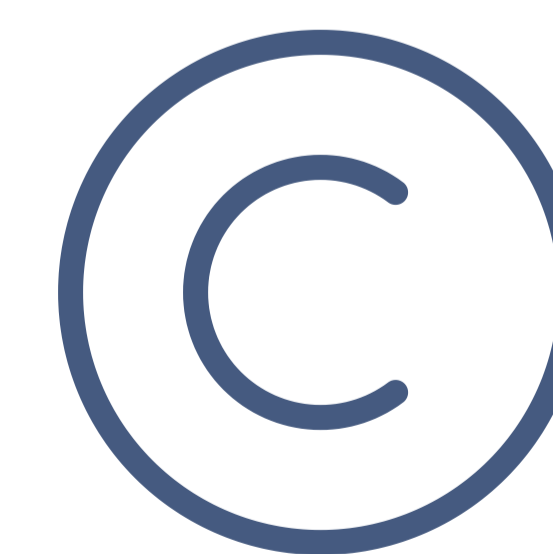
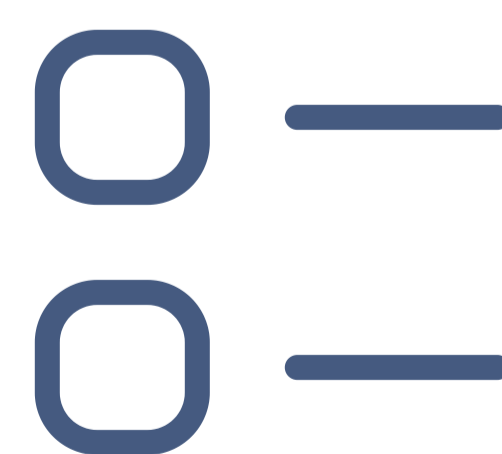
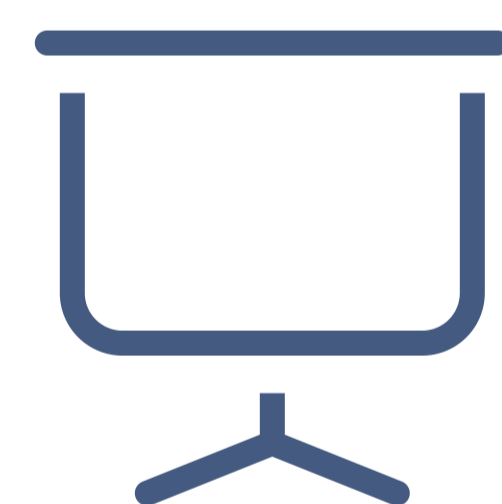
Sutelkti verslo bendruomenę, skatinant aktyvų bendradarbiavimą ir dalijimąsi gerosiomis praktikomis, stiprinti verslo ryšius tiek vietiniu, tiek tarptautiniu mastu.

Mūsų misija

Sutelkti verslo bendruomenę, skatinant aktyvų bendradarbiavimą ir dalijimąsi gerosiomis praktikomis, stiprinti verslo ryšius tiek vietiniu, tiek tarptautiniu mastu.

Ikonų elementai

Ikonos yra svarbus vizualinės komunikacijos elementas, padedantis greitai ir efektyviai perteikti informaciją. Jos turėtų būti paprastos, lengvai suprantamos ir derančios prie bendro prekės ženklo stiliaus. Naudokite ikonas iš oficialios prekės ženklo bibliotekos, užtikrindami vieningą stilių – vienodus linijų storius, spalvas ir proporcijas.



Ikonų spalvos

Stengiamės užtikrinti, jog mūsų ikonos būtų rodomos optimaliai, kad būtų užtikrintas ir prekės ženklo vientisumas, ir įskaitomumas.



Komunikacinis stilius



Bendravimo tonas

Rūmų bendravimo tonas turėtų būti *profesionalus, draugiškas, pagarbus, ir įtraukiantis*. Rūmai atstovauja verslo bendruomenės interesams, todėl svarbu, kad bendravimo tonas būtų *dalykiškas, tačiau kartu ir prieinamas*, rodantis rūpestį bei pasiryžimą padėti nariams. Tonas turėtų skatinti bendradarbiavimą, pasitikėjimą ir bendrystę tarp narių.

Bendravimo stilius

Bendravimo stilius turi *būti formalus, bet ne per daug oficialus*. Jis turi išlaikyti profesionalumo lygį, tačiau būti pakankamai lankstus, kad skatintų dialogą ir būtų lengvai suprantamas. Vartojama kalba turėtų būti aiški, konkreti, be nereikalingo biurokratizmo, ir orientuota į problemų sprendimą bei narių poreikius.

Profesionalus

Draugiškas

Pagarbus

Įtraukiantis

Prieinamas

El. laišakai ir korespondencija

Laiškų stilius turėtų būti formalus, tačiau šiltas. Naudojami aiškūs temos pavadinimai, struktūrizuotas turinys, kuris leidžia lengvai suprasti informaciją. Pradžioje – mandagus pasisveikinimas, pabaigoje – padėka ir kvietimas į tolimesnį bendravimą.

El. parašas

Parašai turėtų būti standartizuoti ir vieningi visiems organizacijos nariams.

El. pašto parašas

Gerbiamas [Vardas/Pavardė],
Norime su džiaugsmu pranešti, kad Šiaulių prekybos, pramonės ir amatų rūmai rengia verslo pusryčius, kurie vyks rugsėjo 15 dieną mūsų konferencijų salėje. Šis renginys yra puiki galimybė susitikti su kitais verslo lyderiais, pasidalinti vertingomis išvalgomis ir aptarti svarbiausias verslo tendencijas.

Renginio detalės:

Data: Rugsėjo 15, 2024

Laikas: 9:00 – 11:00

Vieta: Šiaulių prekybos, pramonės ir amatų rūmai, Konferencijų salė,
[Adresas]

Programa:

Sveikinimo žodis ir trumpas pristatymas

Verslo tendencijų apžvalga

Diskusijos su pranešėjais

Galimybė užmezgti naujus ryšius prie kavos ir pusryčių

Kaip registruotis: Prašome patvirtinti savo dalyvavimą iki rugsėjo 10 dienos užpildydami registracijos formą [čia įterpti nuorodą į registracijos formą].
Jei turite kokių nors klausimų ar reikia papildomos informacijos, nedvejodami susisieki su mumis.

Kontaktai: [Asmens vardas ir pavardė] [Telefono numeris] [El. pašto adresas]

Laukiame Jūsų dalyvavimo ir tikimės įdomių ir produktyvių diskusijų!

Vardas Pavardė

Pareigos



ŠIAULIŲ PREKYBOS,
PRAMONĖS IR AMATŲ
RŪMAI

✉ vardas.pavarde@sccic.lt

☎ +370 000 00000

📍 Vilniaus g. 88, LT-76285, Šiauliai

🌐 rumai.lt



Šio el. laiško turinys yra konfidencialus ir skirtas tik laiške nurodytam gavėjui. Griežtai draudžiama dalintis bet kuria šios žinutės dalimi su trečiosiomis šalimis be raštiško siuntėjo sutikimo. Jei šį pranešimą gavote per klaidą, atsakykite į šį pranešimą ir ištrinkite jį, kad galėtume užtikrinti, kad tokia klaida nepasikartotų ateityje.

LinkedIn

Dėmesys verslo naujienoms, profesionaliems straipsniams, tyrimams ir analizei. Stilius – formalesnis, informatyvus, profesinis.

Facebook

Pabrėžiama bendruomeniškumo ir aktyvios veiklos pusė. Dalijamasi nuotraukomis iš renginių, susitikimų, seminarų, taip pat sėkmės istorijomis. Stilius – draugiškas, įtraukiantis.

Instagram

Daugiausia dėmesio skiriama vizualiniam turiniui – nuotraukos iš renginių, verslo misijų, verslo sėkmės istorijos. Stilius – modernus, įkvepiantis.

Hashtag


Rekomenduojami hashtag'ai galėtų būti tokie kaip **#VersloLyderiai** **#EksportoSkatinimas** **#Verslumas** **#ŠiauliųRegionas** **#VersloBendruomenė** **#Inovacijos**

LinkedIn

Kviečiame į verslo pusryčius!

Šiaulių prekybos, pramonės ir amatų rūmai džiaugiasi galėdami pakviesti jus į verslo pusryčius, kurie vyks rugsėjo 15 dieną. Tai puiki galimybė susitikti su kitais verslo lyderiais, pasidalinti patirtimi ir aptarti svarbiausias verslo tendencijas bei galimybes.

 Data: Rugsėjo 15, 2024

 Laikas: 9:00 – 11:00

 Vieta: Šiaulių prekybos, pramonės ir amatų rūmai

Šio renginio metu galėsite užmegzti naujus ryšius, išgirsti įdomius pranešimus ir pasidalinti savo išvaigomis.

Registracija: [Nuoroda į registraciją]

Daugiau informacijos: [Kontaktinis asmuo, telefono numeris, el. pašto adresas]

Laukiame jūsų!


#VersloPusryčiai **#VersloNetworking** **#ŠiauliųRūmai**
#VersloRenginys **#ProfesionalusAugimas**

Facebook

Kviečiame į verslo pusryčius! 🍷

Mieli nariai ir verslo partneriai, maloniai kviečiame jus į mūsų verslo pusryčius, kurie vyks rugsėjo 15 dieną mūsų konferencijų salėje. Tai puiki proga susitikti su kitais verslo lyderiais, pasidalinti išvaigomis ir aptarti svarbiausias tendencijas bei galimybes.

 Data: Rugsėjo 15, 2024

 Laikas: 9:00 – 11:00

 Vieta: Šiaulių prekybos, pramonės ir amatų rūmai

Kavos ir pusryčių metu turėsite galimybę užmegzti naujus ryšius ir pasiklausti įdomių pranešimų. Nepraleiskite progos!

 [Registracijos nuoroda]

Daugiau informacijos: [Kontaktinis asmuo, telefono numeris, el. pašto adresas]

Laukiame jūsų! 🚀

Instagram

Verslo pusryčiai – nepraleiskite! ✨

Kviečiame jus į mūsų verslo pusryčius rugsėjo 15 dieną! Susitikime ir pasidalinkime verslo išvaigomis bei naujienomis su kitais lyderiais.

 Data: Rugsėjo 15, 2024

 Laikas: 9:00 – 11:00

 Vieta: Šiaulių prekybos, pramonės ir amatų rūmai

Atsineškite gerą nuotaiką ir norą bendrauti! 🗣️💬

Registracija: [Nuoroda į registraciją] Daugiau info: [Kontaktinis asmuo, telefono numeris]

#VersloPusryčiai **#Šiauliai** **#VersloRenginys**
#Networking **#ŠiauliųRūmai**

Fotografija ir vaizdo įrašai



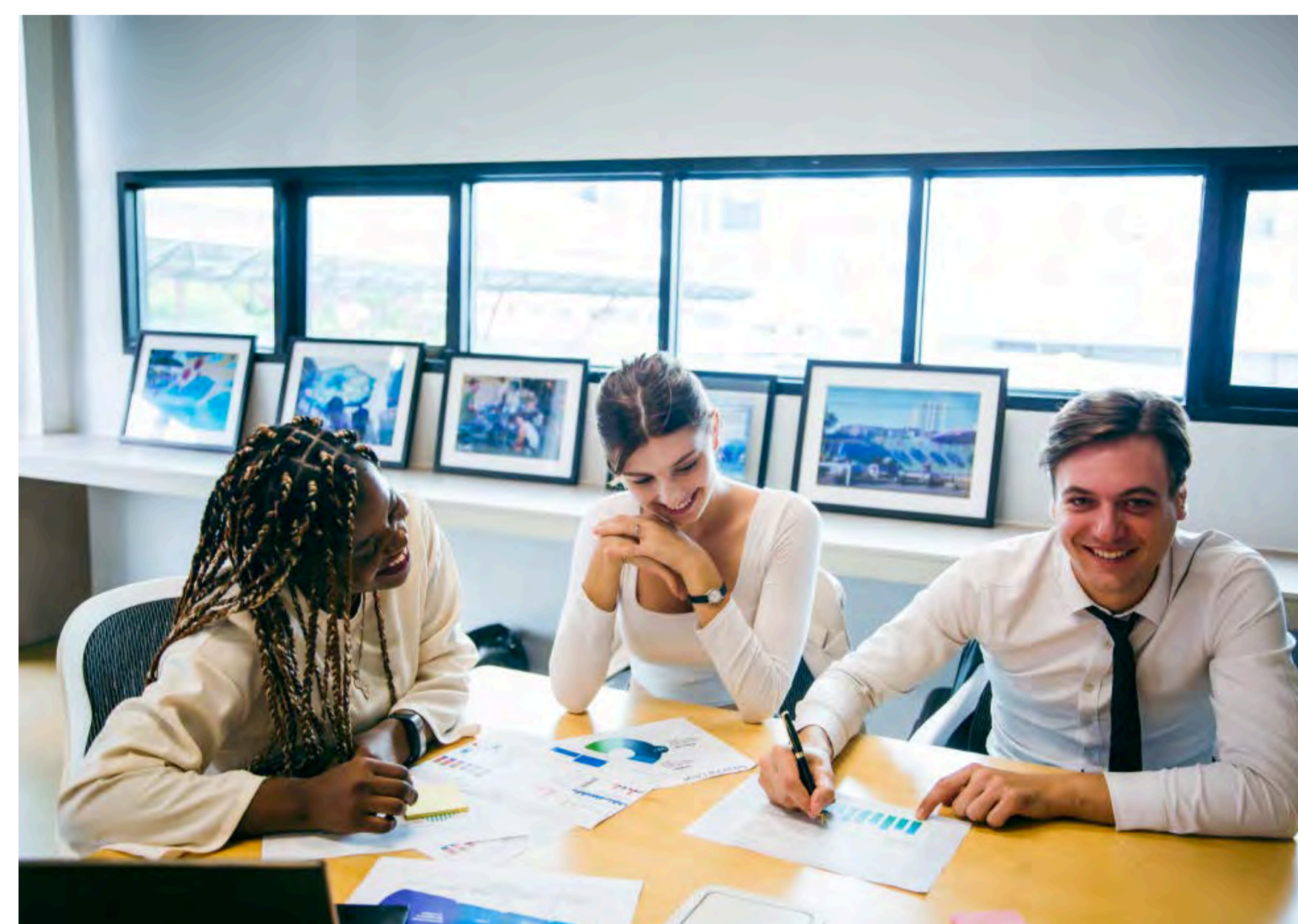
Fotografinis stilius

Nuotraukos turi būti aukštos kokybės, šviesios, ryškios, kuriose akcentuojama žmonių veikla, bendravimas, dinamiškumas.

Rekomenduojama naudoti natūralų apšvietimą, autentiškus, neišdirbtus momentus. Vaizdai turi perteikti organizacijos aktyvumą, inovatyvumą ir bendruomeniškumą.

Vaizdų formatavimas ir redagavimas

Minimalus redagavimas – tik tam, kad būtų užtikrinta nuotraukų kokybė.



Nuotraukos socialiniams tinklams

Nuotraukų naudojimas socialiniuose tinkluose su gradient efektais ir užrašais yra puikus būdas sukurti vizualiai patrauklų ir vieningą prekės ženklo įvaizdį.

Gradientas dažniausiai naudojamas iš apačios į viršų arba iš kairės į dešinę. Tai leidžia išsaugoti nuotraukos originalius elementus, bet tuo pačiu sukurti vietą tekstui, kad jis būtų aiškiai matomas.



Vaizdo įrašai

Vaizdo įrašai yra galinga komunikacijos priemonė, leidžianti pasiekti plačią auditoriją ir perteikti organizacijos vertybes, veiklą bei pranešimus įtikinamai ir vizualiai patraukliai.

Trukmė

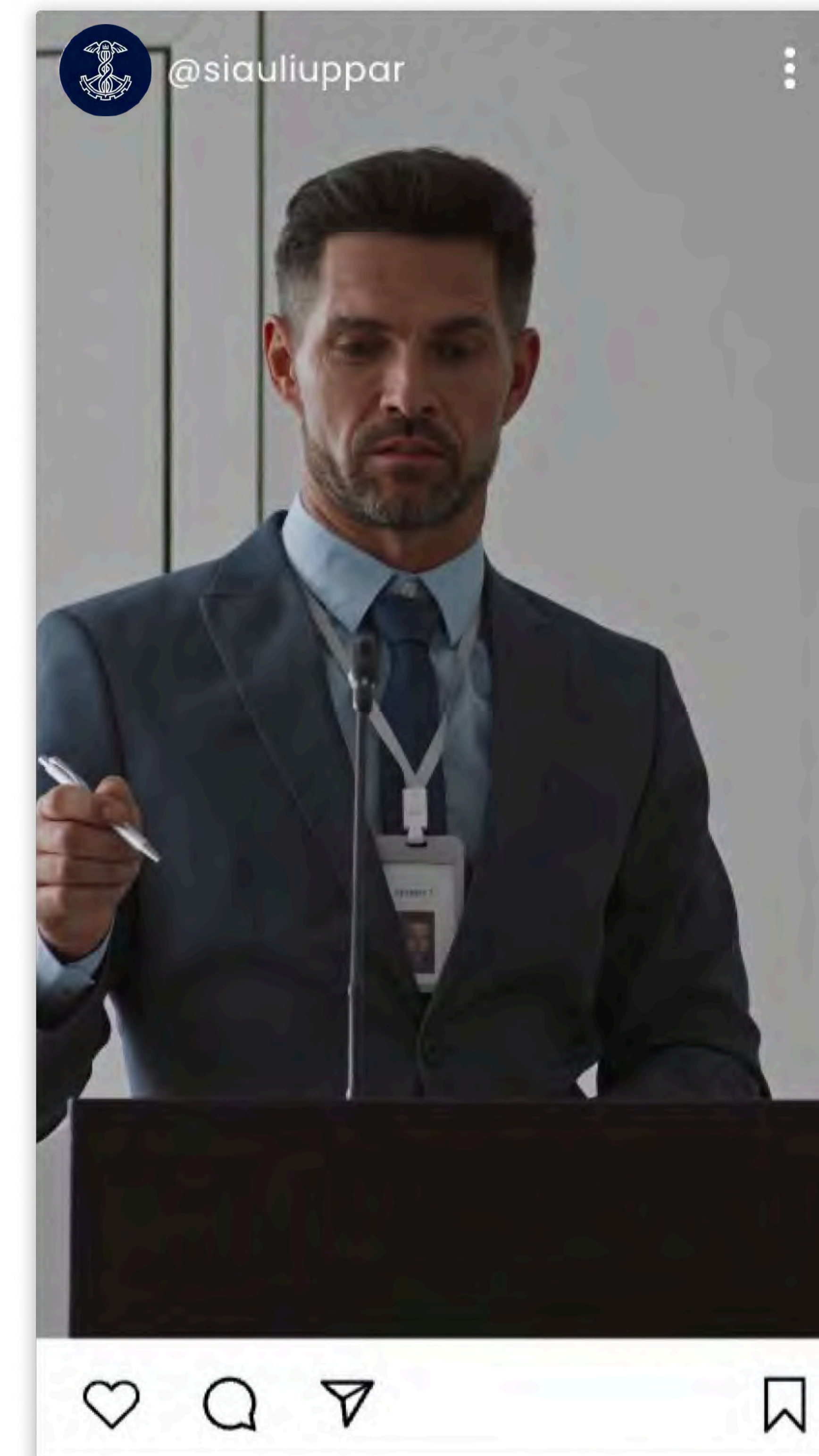
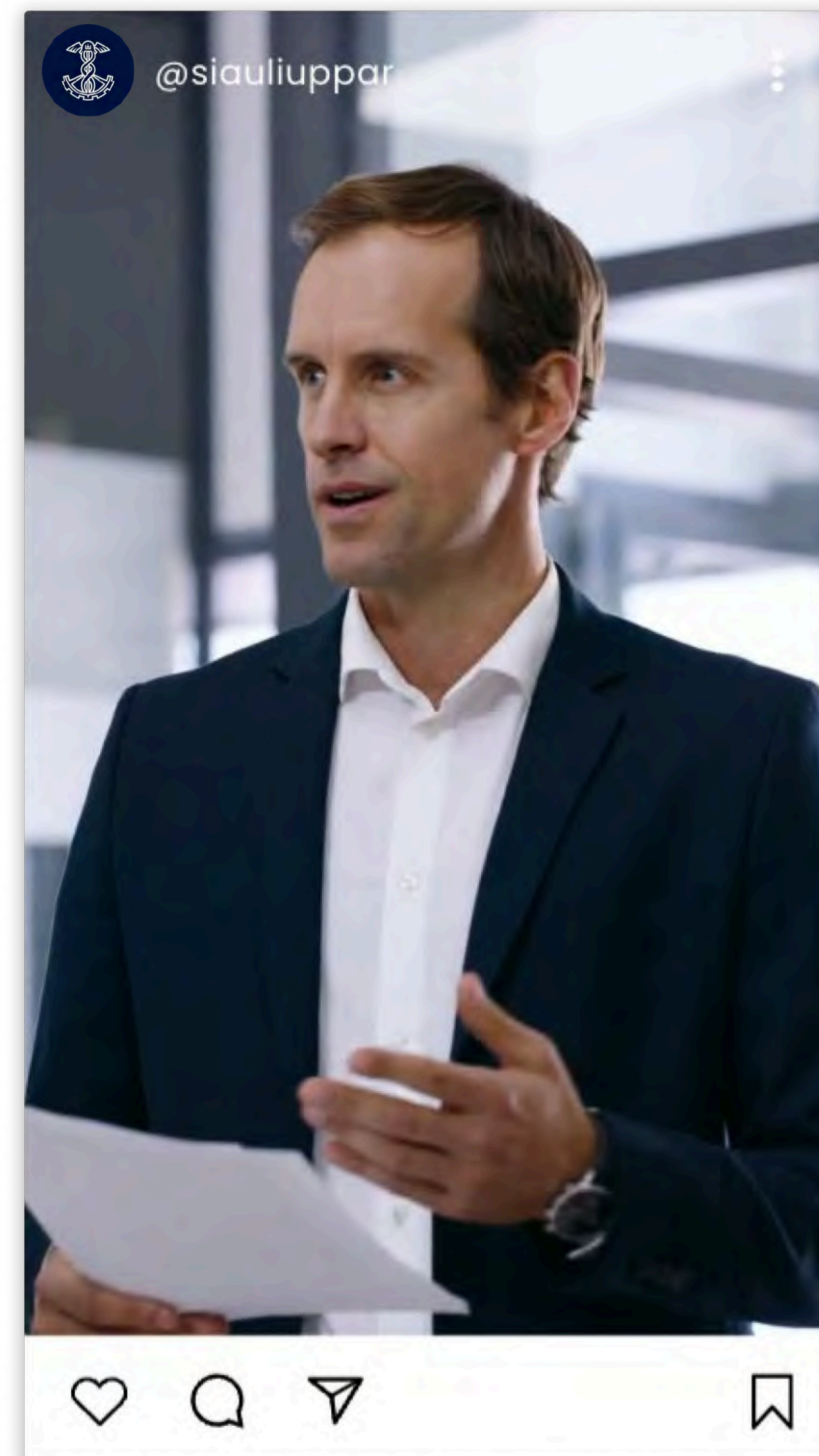
Dauguma vaizdo įrašų turėtų būti trumpi ir informatyvūs, ypač reklaminiai filmukai (apie 30–90 sekundžių). Ilgesniems vaizdo įrašams, kaip interviu ar naudojimo instrukcijos, trukmė gali būti ilgesnė, bet jie turėtų būti suskaidyti į segmentus.

Formatas

Plačiai naudojami 16:9 formatas, kuris yra standartinis daugumai platformų, tačiau gali būti pritaikytas priklausomai nuo platformos (pvz., 1:1 „Instagram“ įrašams, 9:16 „Reels“).

Kokybė

Vaizdo įrašai turėtų būti filmuojami aukštos kokybės (1080p arba aukštesne raiška), siekiant užtikrinti profesionalų vaizdą.





ŠIAULIŲ PREKYBOS, PRAMONĖS IR AMATŲ RŪMAI

Tapkite rūmų nariu!

Esame vertės kūrimo grandinė verslui, kuris nori augti ir plėstis

www.rumai.lt

ŠIAULIŲ PREKYBOS, PRAMONĖS IR AMATŲ RŪMAI

Spalio 11-12 d.

Atviros pramonės dienos Šiauliuose

ŠIAULIŲ PREKYBOS, PRAMONĖS IR AMATŲ RŪMAI

Lietuvos verslo moterų tinklo (LVMT) nauja vadovė

[Skaityti toliau](#)

ŠIAULIŲ PREKYBOS, PRAMONĖS IR AMATŲ RŪMAI

Tapkite rūmų nariu!

Esame vertės kūrimo grandinė verslui, kuris nori augti ir plėstis

www.rumai.lt

ŠIAULIŲ PREKYBOS, PRAMONĖS IR AMATŲ RŪMAI

Tapkite rūmų nariu!

Esame vertės kūrimo grandinė verslui, kuris nori augti ir plėstis

ŠIAULIŲ PREKYBOS, PRAMONĖS IR AMATŲ RŪMAI

Tapkite rūmų nariu

Esame vertės kūrimo grandinė verslui, kuris nori augti ir plėstis

[Sužinoti daugiau](#)

Skaitmeninės priemonės



Interneto svetainės dizaino taisyklės

Spalvų paletė: Naudokite patvirtintas spalvas, kad išlaikytumėte prekės ženklo nuoseklumą.

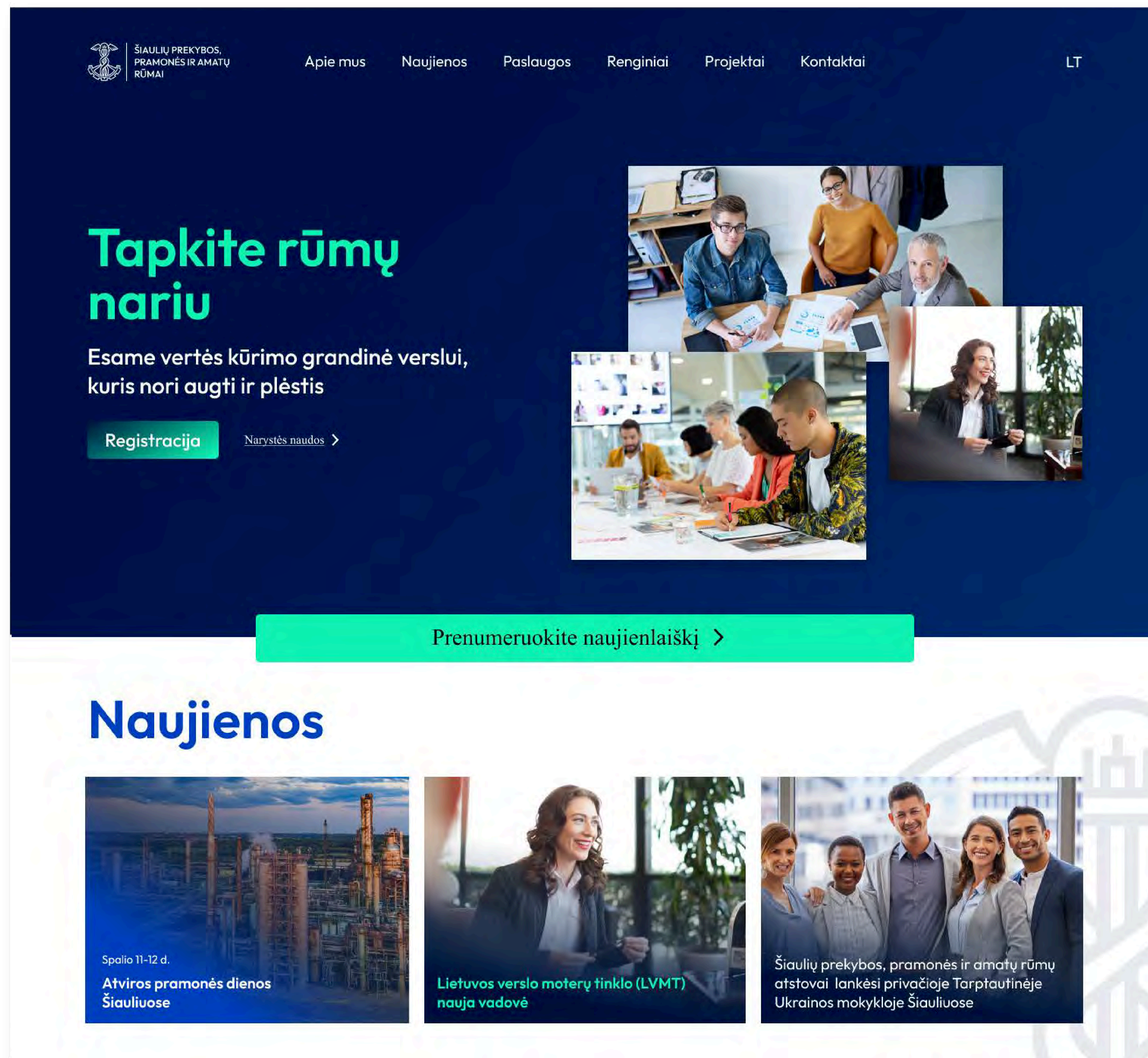
Tipografija: Naudokite vienodus šriftus ir dydžius visoje svetainėje, užtikrinant lengvą skaitymą ir profesionalų įvaizdį.

Grafiniai elementai: Integruokite logotipą ir kitus prekės ženklo elementus, pvz., išdidingtą logotipą kaip foną, kad išlaikytumėte vieningą vizualinį stilių.

Antraštės ir poraštės: Turi būti nuoseklios, aiškios ir su navigacijos nuorodomis.

Mygtukai ir CTA (Call-to-Action): Naudokite ryškias spalvas ir aiškius tekstus, kad vartotojai lengvai suprastų, ką daryti toliau.

Vaizdai ir grafika: Naudokite aukštos kokybės, gerai optimizuotus vaizdus su nuosekliu stiliumi (pvz., su gradientais ar „watermark“ efektais).





Skaitmeninių banerių ir reklamos taisyklės

Standartiniai banerių dydžiai: Naudokite IAB rekomenduojamus dydžius, pvz., 1200x1200 (kvadratinės), 1200x628 (plačios juostos) ar 900x1600 (didelio bokšto).

Vizualinis aiškumas: Naudokite ryškius kontrastus tarp teksto ir fono, kad pranešimas būtų aiškiai matomas.

Šriftai: Naudokite lengvai skaitomus šriftus, užtikrinant, kad tekstas būtų įskaitomas net ir mažesniuose dydžiuose.

CTA: Ryškūs mygtukai su aiškiais raginimais veikti („Sužinokite daugiau“, „Registruokitės dabar“) turi būti lengvai pastebimi ir kviečiantys veikti.



ŠIAULIŲ PREKYBOS,
PRAMONĖS IR AMATŲ
RŪMAI

Tapkite rūmų nariu

Esame vertės kūrimo grandinė verslui, kuris nori augti ir plėstis

Registracija

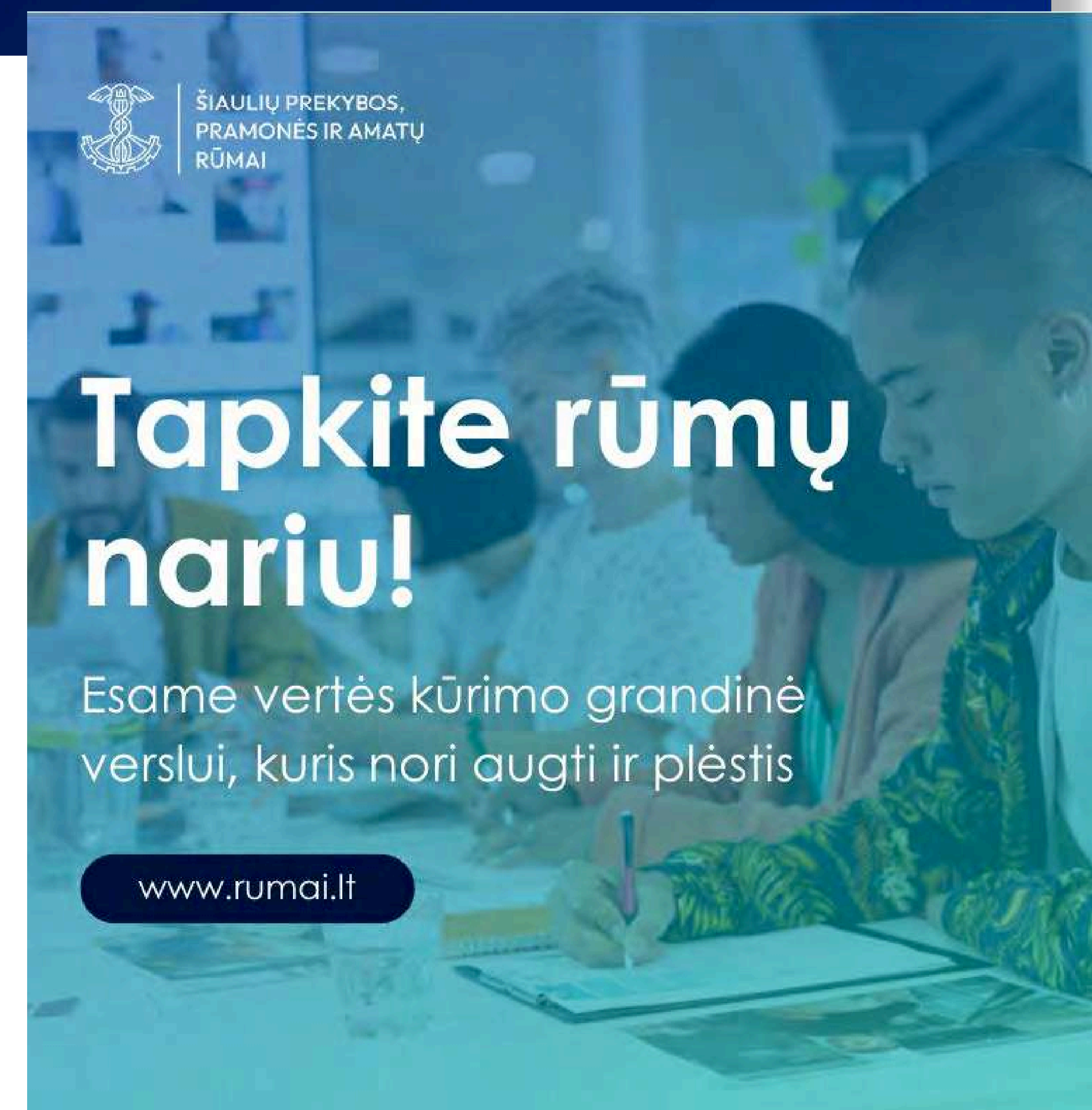


ŠIAULIŲ PREKYBOS,
PRAMONĖS IR AMATŲ
RŪMAI

Tapkite rūmų nariu

Esame vertės kūrimo grandinė verslui, kuris nori augti ir plėstis

Sužinoti daugiau



ŠIAULIŲ PREKYBOS,
PRAMONĖS IR AMATŲ
RŪMAI

Tapkite rūmų nariu!

Esame vertės kūrimo grandinė verslui, kuris nori augti ir plėstis

www.rumai.lt

Prezentacijos

Pagrindinių skaidrių fonas turėtų būti su gradientu, naudojant tamsiai mėlynos spalvos atspalvius. Tai suteikia prezentacijai modernumo ir gilumo.

Vidinės skaidrės turėtų būti vienos tamsiai mėlynos spalvos, be gradiento, siekiant išlaikyti profesionalumą ir dėmesio sutelkimą į turinį.

Naudokite baltą spalvą pagrindiniam tekstui, kad būtų užtikrintas ryškus kontrastas su tamsiu fonu.

Svarbias frazes ir akcentus paryškinkite aquamarine spalva (#18F2B2), kad jos būtų lengvai pastebimos ir atskirtos nuo likusio turinio.

REZULTATAI

REZULTATAI

Nauda nariams: *Papildomos galimybės verslui*, efektyvesnis bendradarbiavimas; veiksmingesnis interesų atstovavimas, operatyvumo didinimas, tvirto grįžtamojo ryšio iš verslo generavimas.

Nauda nariams: *Papildomos galimybės verslui*, efektyvesnis bendradarbiavimas; veiksmingesnis interesų atstovavimas, operatyvumo didinimas, tvirto grįžtamojo ryšio iš verslo generavimas.



ŠIAULIŲ PREKYBOS,
PRAMONĖS IR AMATŲ
RŪMAI

VEIKLOS ATASKAITA

Pranešėjas

2024

2024

2024



Spaudos ir marketingo priemonės



Brošiūrų, lankstinukų ir plakatų dizaino taisyklės

Spalvų paletė: Naudokite oficialią organizacijos spalvų paletę (pvz., #18F2B2, #00163D, #0542BD) siekiant sukurti nuoseklų prekės ženklo įvaizdį.

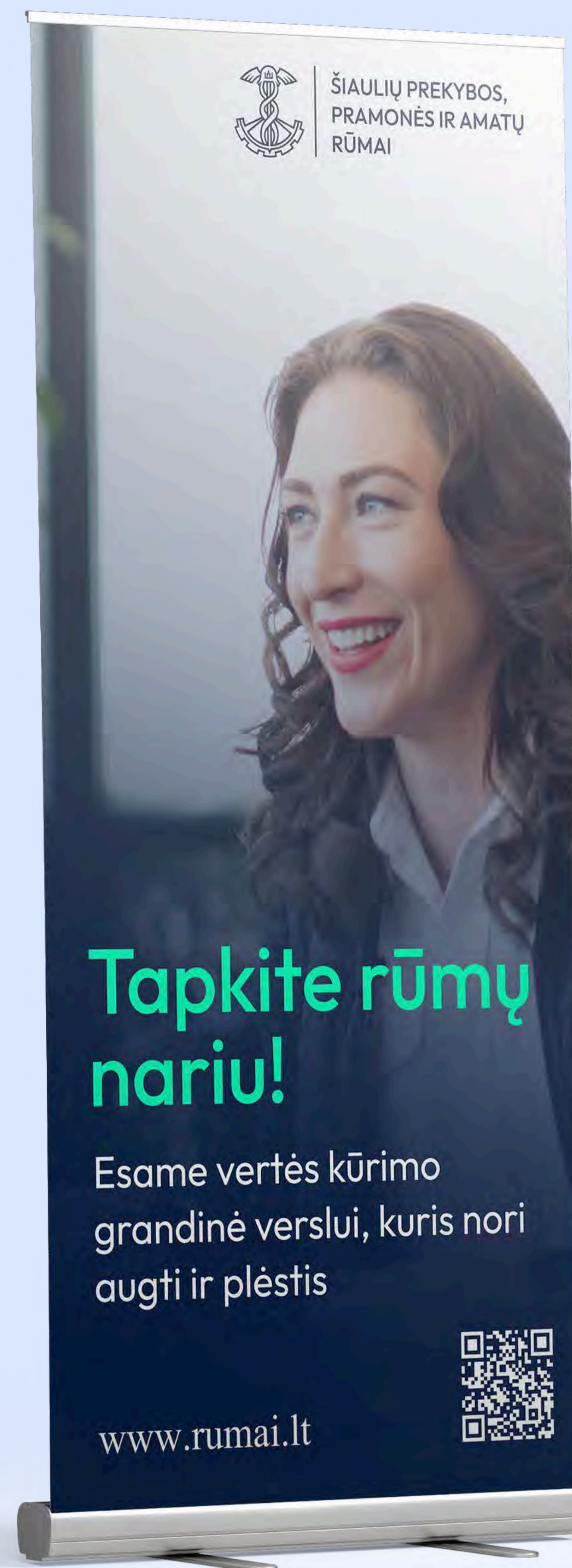
Tipografija: Naudokite patvirtintus šriftus ir dydžius, užtikrindami, kad tekstas būtų aiškus, lengvai skaitomas ir atitiktų prekės ženklo stilių.

Logotipas: Įtraukite logotipą matomoje vietoje, pavyzdžiui, viršutiniame dešiniajame arba apatiniame kairiajame kampe. Jei reikia, naudokite logotipą kaip išblukintą foną („watermark“), kad išlaikytumėte subtilų, bet atpažįstamą prekės ženklo įvaizdį.













Šiaulių prekybos, pramonės ir amatų rūmai

Vilniaus g. 88, LT-76285, Šiauliai

Tel. nr.: +370 41 525 504

El. paštas: [siauliai@sccic.lt](mailto:šiauliai@sccic.lt)

Sprendimą atliko:

