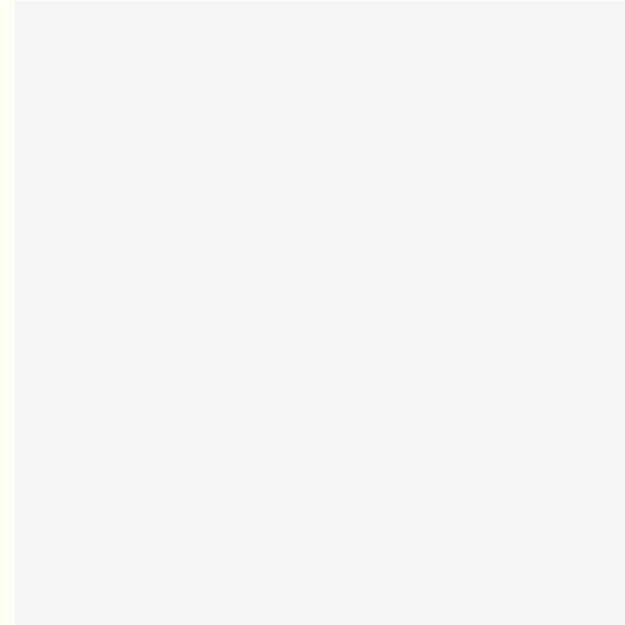
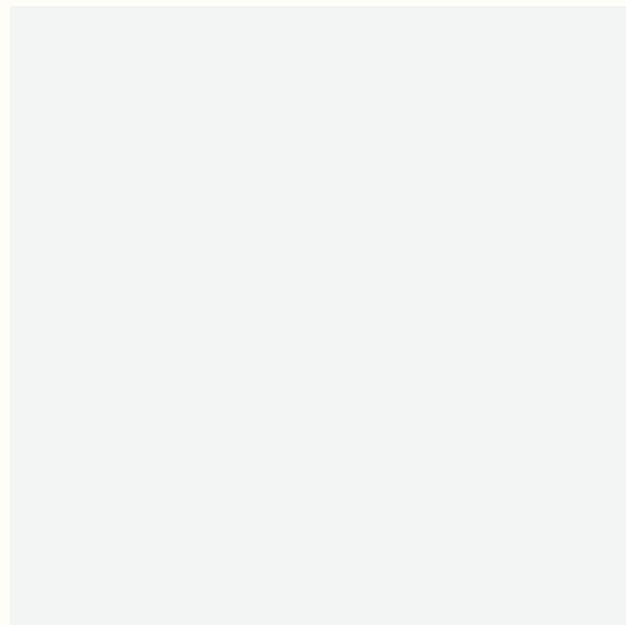




COPELAND



Standardy marki Copeland: Europa

Przewodnik po korzystaniu z marki dla dystrybutorów, hurtowników i pośredników w kanale dystrybucji

Spis treści

Ogólne informacje o firmie	3
Rodzina marek Copeland	4
Marki w okresie transformacji	5
Wytyczne dotyczące rebrandingu	6
Standardy korzystania z marki	7
Marki w Twoim regionie	8
Korzystanie z marki Copeland	9
Błędy, których należy unikać	10
Korzystanie z marki Copeland z innymi markami	11
Wskazówki dotyczące rebrandingu materiałów marketingowych	12
Korzystanie z marki Verdant	13
Korzystanie z marki Vilter	14
Korzystanie z marki Cooper-Atkins	15
Zasoby i dodatkowe aktualizacje już wkrótce	16
Informacje kontaktowe i przydatne linki	17

Celem tego dokumentu jest pomoc dystrybutorom i pośrednikom w kanale dystrybucji, którzy reprezentują lub wprowadzają na rynek dowolny produkt lub markę z rodziny Copeland.

Zawarliśmy w nim szczegółowy przegląd naszych marek, w tym te, które przechodzą transformację w ramach procesu przekształcania się w samodzielną organizację.

W przypadku jakichkolwiek pytań dotyczących któregoś z elementów niniejszego dokumentu należy skontaktować się z przedstawicielem handlowym firmy Copeland.

Ogólne informacje o firmie

W czerwcu 2023 roku przy wsparciu prywatnych funduszy firmy Blackstone firma Copeland oddzieliła się od firmy Emerson i stała się nowo utworzoną samodzielną firmą. Idziemy naprzód dumni z naszego dziedzictwa jako ponadstuletni lider technologii HVAC/R; jesteśmy jeszcze bardziej optymistycznie nastawieni do tego, co przyniesie przeszłość i nowej marki Copeland, którą budujemy.

Copeland to inwestycja w ulepszanie świata poprzez koncentrację zasobów, wiedzy specjalistycznej i innowacji w celu dostarczania nowych rozwiązań, które mają znaczenie. Pomagamy klientom z sektora mieszkaniowego, komercyjnego i przemysłowego zmniejszyć emisję dwutlenku węgla i poprawić efektywność energetyczną. Nasze produkty obejmują sprężarki, agregaty skraplające i sterowniki, termostaty, usługi monitorowania i inne komponenty systemów HVAC/R – wszystkie sprawdzone i cieszące się zaufaniem uznanych światowych marek.

Na poniższych stronach podsumowaliśmy zmiany, które wprowadzamy w ramach rebrandingu firmy i portfolio produktów.

NASZA WIZJA

Razem stworzymy zrównoważone rozwiązania, które poprawiają jakość życia i chronią planetę – dziś i dla przyszłych pokoleń.

Rodzina marek Copeland

W obecnej chwili strategia marki i rodzina marek ewoluują, ponieważ Copeland jest nazwą firmy i główną marką. W efekcie wszystkie produkty zostaną poddane zmianie marki w latach 2024–2025. Niektóre z nich otrzymają zaktualizowane logo i wygląd, podczas gdy inne zostaną opatrzone marką Copeland.

Na tej stronie podsumowaliśmy marki, które będą nadal wprowadzane na rynek i sprzedawane przez firmę Copeland, oraz opisaliśmy rolę, jaką odgrywają w portfolio produktów.

Dzięki bardziej skonsolidowanej i połączonej rodzinie marek:

- zyskujemy ujednoliconą i uproszczoną ofertę;
- osoby spoza firmy Copeland będą w stanie lepiej rozumieć nasze produkty, a co za tym idzie będą mogły wydajniej je przeglądać;
- inwestycja marketingowa staje się bardziej wydajna i skuteczna.

Marka pierwotna

Copeland jest światowym liderem w dziedzinie zrównoważonych rozwiązań klimatycznych. Nasze produkty, wiedza specjalistyczna i innowacje odgrywają kluczową rolę, pozwalając nam pomagać klientom z sektora mieszkaniowego, komercyjnego i przemysłowego w poprawie efektywności energetycznej i dekarbonizacji ogrzewania, chłodzenia i chłodnictwa na całym świecie.

Copeland pełni podwójną rolę w naszym portfolio. Jest to marka firmy, a także marka produktów w zakresie kompresji, elektroniki, sterowania, monitorowania i zintegrowanych rozwiązań.

COPELAND

Promowane marki

Marki produktów Sensi, Verdant, Vilter i White-Rodgers są silnie kojarzone z nabywcami i decydentami na swoich rynkach. Dzięki dodaniu do marek rekomendacji „by Copeland” utworzymy związek z odbiorcami, którzy nie wiedzą, że takowy istnieje. W ten sposób możemy osiągnąć transfer kapitału, który działa w obie strony; pomagamy w budowaniu zarówno marki Copeland, jak i marek produktów oraz zwiększamy skumulowaną wartość dla całej organizacji.

				
Inteligentne termostaty mieszkaniowe i różne termostaty sterujące do małych budynków komercyjnych	System komfortu w domu sprzedawany wyłącznie w Chinach	Inteligentne termostaty, które maksymalizują komfort i oszczędność energii	Sprężarki i systemy do wymagających zastosowań przemysłowych	Termostaty, zawory, sterowniki i zabezpieczenia systemów grzewczych, klimatyzacyjnych i chłodniczych

Poznać markę

Cooper-Atkins pozostaje samodzielną marką w zakresie zarządzania temperaturą w usługach gastronomicznych, utrzymując pozycję wśród nabywców sprzętu.

COOPER-ATKINS

Jest to pełny obraz naszej rodziny marek, jednak nie wszystkie z nich są dostępne na całym świecie. Patrz strona [8](#), aby uzyskać więcej informacji o markach w Twoim regionie.

Marki w okresie transformacji

Wycofane marki

Wycofujemy kilka marek z naszego portfolio. Większość z nich migruje do marki Copeland, aby ujednolicić pod jedną marką sprężarki, sterowniki, elektronikę, oprogramowanie i systemy monitorowania.

Wyjątkiem są tradycyjne termostaty. Produkty te migrują z firmy Emerson do White-Rodgers.



Wytyczne dotyczące rebrandingu

Nadszedł czas, aby przejrzeć salony i stronę internetową w poszukiwaniu możliwości zastąpienia starego brandingu nowym.

Wszelkie materiały lub treści zawierające nazwę lub logo firmy Emerson powinny zostać usunięte lub zaktualizowane do nazwy Copeland lub nowego logo, by prawidłowo reprezentować marki naszej firmy. Ponadto materiały lub treści zawierające stare lub wycofane marki produktów powinny zostać zaktualizowane tak, aby odzwierciedlały nową markę lub logo. Patrz strona [8](#), aby dowiedzieć się, które marki mają zastosowanie w Twoim regionie i jak uzyskać dostęp do plików z logo.

Dziękujemy za pomoc, by jak najszybciej wprowadzić aktualizacje, i aby uniknąć nieporozumień z klientami.

Weźmy pod uwagę różne obszary, zarówno drukowane, jak i cyfrowe, które mogą wymagać aktualizacji. Poniżej zawarliśmy kilka przykładów:

- Strony internetowe
- Karty na stołach
- Maty barowe
- Plakaty i banery
- Zawartość monitora cyfrowego
- Naklejki na pojazdy
- Reklamy drukowane
- Merchandising w sklepie

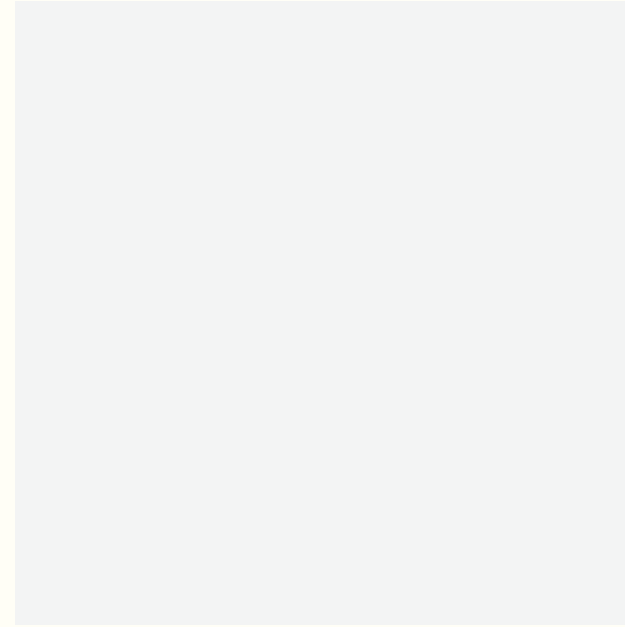
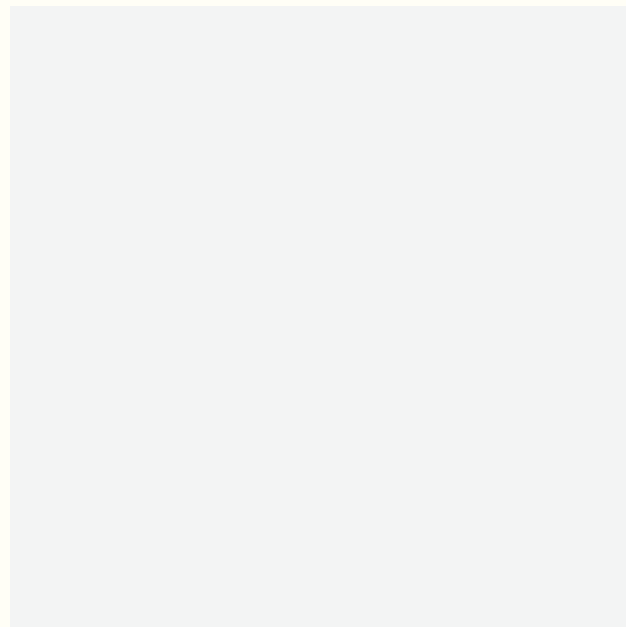
Dobrym pierwszym krokiem jest przyjrzenie się mniej wymagającym elementom, takimi jak banery firmy Emerson, ekrany wideo, flagi i inne wyświetlacze w sklepie, których usunięcie nie wywoła dezorientacji.

PRZESTARZAŁE ZNAKI TOWAROWE*

Logotypy pokazane na tej stronie nie są już dostępne ani dopuszczone do użytku. Jeśli masz materiały tych marek, usuń je lub zaktualizuj, aby były zgodne z naszymi standardami marki.



*Nie zawarto wszystkich.



Standardy korzystania z marki

Marki w Twoim regionie

Zapoznaj się z pełnym zakresem produktów, które mają zastosowanie w Twojej firmie. Standardy użytkowania dla każdej marki przedstawiono na następujących stronach, a dostęp do plików z logo można uzyskać na stronie <https://www.copeland.com/pl-pl/campaign/aftermarket>.

Marki te są wycofywane i nie będą już reprezentowane w portfolio produktów Copeland:

- Alco
- CoreSense (i powiązana elektronika sprężarek)
- Emerson
- ProAct

Europa

Następujące marki i produkty są sprzedawane przez Copeland w Europie:

COPELAND

- Sprężarki
- Sterowanie
- Agregaty skraplające
- Podzespoły elektroniczne sprężarek
- Kontrola obiektu i monitoring
- Systemy HVAC i sterowanie urządzeniami chłodniczymi
- Zawory, elementy sterujące i elementy systemu
- Rejestratory dotyczące ładunku, urządzenia śledzące i monitorowanie

VILTER
by **COPELAND**

- Sprężarki przemysłowe (śrubowe i tłokowe)
- Przemysłowe pompy ciepła

VERDANT
by **COPELAND**

- Rozwiązania do zarządzania energią

COOPER-ATKINS

- Urządzenia do pomiaru temperatury
- Rozwiązania w zakresie zgodności
- Bezprzewodowe systemy monitoringu dla gastronomii

Korzystanie z marki Copeland

Zachowując minimum ilości miejsca wokół znaku marki, można sprawić, że będzie on zawsze jasny i czytelny. Nigdy nie wprowadzaj żadnych innych elementów graficznych ani słów w tym obszarze. Pole ochronne wokół logo Copeland musi być co najmniej równe wysokości litery A na górze i na dole oraz szerokości litery A po lewej i prawej stronie. Zaleca się zastosowanie większego pola.

Trzy główne kolory marki Copeland to niebieski Copeland, czarny i złamana biel. Logo Copeland można używać tylko w tych kolorach. Dołączyliśmy wartości, aby pomóc przy powielaniu kolorów na ekranach cyfrowych i przy drukowaniu. Odwiedź stronę <https://www.copeland.com/pl-pl/campaign/aftermarket>, aby pobrać logo i inne zasoby.

Wymagania dotyczące pola ochronnego



Paleta kolorów Copeland

Złamana biel	Błękit Copeland	Czarny
HEX #FFFEF5	HEX #0F3CFF	HEX #000000
RGB 255/254/245	RGB 15/60/255	RGB 0/0/0
PMS 9345 C 9345 U	PMS 2728 C 286 U	PMS BLACK 6 C BLACK 6 U
CMYK 0/0/3/0	CMYK 100/85/0/0	CMYK 0/0/0/100

Błędy, których należy unikać

Ważne jest, aby aplikacja i wygląd logo pozostały spójne. Poniżej przedstawiliśmy typowe błędy, których należy unikać:

1. Nie rozciągaj logo.
2. Nie wyświetlaj logo w kolorze innym niż ten, który znajduje się w paletcie kolorów Copeland.
3. Nie obracaj logo.
4. Nie maskuj obrazów w logo.
5. Nie dziel logo na dwie lub więcej linii.
6. Nie stosuj efektów na logo.
7. Nie umieszczaj frazy „by Copeland” w logo Copeland.
W przeciwieństwie do naszych promowanych marek, które służą wyłącznie jako marki produktów, marka Copeland jest również marką naszej firmy i nie powinno się pod nią promować innej linii.

Symbol delta jest kluczowym elementem logo firmy Copeland. Symbolizuje zmianę, podkreśla transformację organizacji w globalnego lidera zrównoważonego rozwoju. Deltę należy wykorzystywać tylko w określonym celu; nadużywanie osłabi wpływ symbolu. Oto kilka kluczowych błędów, których należy unikać:

1. Nie umieszczaj symbolu delta jako osobnej ikony marki.
2. Nie skaluj delty większej niż reszta logo.
3. Nie ustawiaj delty jako symbolu z logotypem.

~~COPELAND~~

~~COPELAND~~

~~COPELAND
by COPELAND~~

~~COPELAND~~

~~COPE
LAND~~

~~COPELAND~~

~~COPELAND~~

~~COPELAND~~

~~Δ
COPELAND~~

Używanie Copeland z innymi markami

Aby jasno komunikować się ze wspólnymi klientami, ważne jest, aby zapewnić prawidłowe wykorzystanie tożsamości marki firmy i logo Copeland w kompozycji, w której oba te elementy znajdują się w bliskim sąsiedztwie.

Podczas tworzenia materiałów marketingowych promujących markę Copeland lub nasze produkty logo firmy powinno być zawsze większe niż logo Copeland.

Nie wolno używać logo Copeland do innych celów niż promowanie produktów Copeland, do których nie ma się uprawnień. Ponadto prosimy o przestrzeganie wymagań dotyczących pola ochronnego i minimalnych rozmiarów określonych w tym dokumencie.

Promując produkty Copeland wraz z innymi markami, które sprzedajesz, upewnij się, że logo Copeland ma co najmniej taki sam rozmiar jak te marki. Logo Copeland może wydawać się większe, ale nigdy nie powinno być mniejsze niż logo innych marek.

W przypadku jednoczesnego używania Twojego logo i logo Copeland preferujemy konfigurację obok siebie, aby uniknąć nieporozumień co do relacji między naszymi markami. Układ, gdzie logo jest ułożone jedno nad drugim, można używać jedynie, gdy istnieje taka konieczność ze względu na rozmiar i ilość miejsca i należy przestrzegać standardów pola ochronnego ([strona 9](#)).

Copeland i logo Twojej firmy

Podejście obok siebie (preferowane)



Prawidłowy rozmiar i układ logo Copeland oraz marki Twojej firmy. Między Twoim logo a logo firmy Copeland należy umieścić pole ochronne o szerokości co najmniej dwóch szerokości delta.

Podejście jedno na drugim (alternatywne)



Gdy konieczne jest ułożenie jednego logo nad drugim, należy dołączyć opis wyjaśniający związek (np. „Dystrybutor firmy Copeland”). Przestrzeganie wymogu dotyczącego pola ochronnego jednej delty nad opisem i wokół wszystkich stron logo Copeland gwarantuje, że oba logo będą widoczne.

Logo Copeland z innymi produktami lub konkurencyjnymi markami



Jeśli to możliwe, długie logo nie powinno przekraczać długości logo Copeland.



Jeśli to możliwe, wysokie logo nie powinno przekraczać dwukrotności wysokości logo Copeland.

Wskazówki dotyczące rebrandingu materiałów marketingowych

Zapoznaj się z przykładami na tej stronie – jest to przewodnik do rebrandingu istniejących treści za pomocą naszych nowych logo. Właściwe rozmieszczenie i rozmiar logo są ważne, niezależnie od tego, czy aktualizujesz branding w materiałach marketingowych tworzonych przez Twoją firmę, czy w materiałach co-brandingowych dostarczanych przez firmę Copeland.

Pamiętaj o następujących kwestiach:

1. Nie wprowadzaj elementów charakterystycznego wyglądu firmy Copeland do swoich materiałów marketingowych.
2. Nie używaj symbolu delta.
3. Na przykładach po prawej stronie zawarliśmy piśmiennictwo, jednak te same zasady powinny mieć zastosowanie również do zasobów promocyjnych, oznakowania, event branding i innych form treści marketingowych.

Treści marketingowe dla dystrybutorów z udziałem jednej marki produktu

Umieść logo Copeland lub odpowiednie promowane logo w drugorzędnym miejscu w stosunku do marki Twojej firmy: u dołu strony, jeśli Twoje logo znajduje się u góry lub po prawej stronie logo, jeśli obie marki znajdują się obok siebie. W obu przypadkach Twoje logo powinno być największe na stronie.

ABC Company

IN STOCK

COPELAND COMPRESSORS

HERMETIC

- Dependable
- Cost - Effective
- Versatile

SCROLL

- Superior Efficiency
- Reliable
- Wide HorsePower Capacity Range

SEMI - HERMETIC

- Full Temperature Range Performance
- Premium Alternative

Download The Copeland Mobile App

The Copeland Mobile app is designed to give you instant, on-the-go access to over 30 years of online product information.

Scan with your smartphone or visit <https://apps.copeland.com/CopelandMobile/login>

COPELAND

Treści marketingowe pod wspólną marką

W przypadku co-brandingu materiałów dostarczonych przez firmę Copeland znajdź najbardziej otwarty obszar, w którym umieścisz logo swojej firmy. Zazwyczaj obszar ten będzie wzdłuż dolnej krawędzi. Upewnij się, że istnieje wystarczająca przerwa między Twoimi informacjami a istniejącymi znakami marki.

Copeland ZP
large commercial scroll

Delivers greater energy efficiency and lower life-cycle cost in commercial air conditioners.

Offers distinct features and benefits that improve system efficiency and reliability.

Features and benefits

- Copeland qualified tandem and trio configuration for superior part load efficiency
- Copeland scroll axial and radial compliance for superior reliability
- Low sound and vibration
- Improved reliability with low oil circulation rates

EFFICIENT

- Superior industry efficiency
- Optimized for R410A application

RELIABLE

- Axial and radial compliance
- Low oil circulation rate
- Better liquid handling

QUIET

- Quiet operation with good sound quality

ABC Company

COPELAND

Przykład z więcej niż jedną marką produktu

Kiedy promujesz **więcej niż jeden** produkt z rodziny marek Copeland, pamiętaj o użyciu promowanego logo, zachowaniu skali i ułożeniu ich w kolejności alfabetycznej.

Wskazówka: pierwsza litera każdego logo powinna mieć ten sam rozmiar.

Na przykład wysokość litery „S” w Sensi powinna być taka sama jak litery „W” w nazwie White-Rodgers.

ABC Company

ENTER FOR A CHANCE TO

WIN A \$500

VISA GIFT CARD*

sensi

WHITE-RODGERS

Only two weeks left to enter!

Take the Sensi Touch 2 Training before May 31st, and **score an entry*** into our \$500 Visa gift card sweepstakes.

Plus, you'll **earn an extra entry** for every extra White Rodgers course you complete. Visit, check out the Sensi Touch 2, and enter to win today!

Enroll in training, learn, and enter to win here

Zasoby i dodatkowe aktualizacje już wkrótce

Utrzymanie naszej nowej marki i wszystkich wytycznych będzie ciągłym wysiłkiem w 2024 i 2025 roku. Należy pamiętać, że niniejszy dokument jest pierwszym z trzech standardów marki, które udostępnimy naszym pośrednikom w kanale dystrybucji.

Firma Copeland Marketing opracowuje nowe standardy w tym zakresie i wyślemy powiadomienie, gdy tylko informacje lub zasoby będą dostępne.

Standardy dotyczące informacji o produkcie	Zdjęcia produktów pod zmienioną marką	Standardy marketingowe w sklepach stacjonarnych i internetowych
Wytyczne dotyczące listy kategorii i nazewnictwa produktów w celu spełnienia wymagań dotyczących bazy danych informacji produktów w Internecie / handlu internetowym e-commerce Przewidywany termin: jesień 2024 roku	Zaktualizowana biblioteka zdjęć produktów, które przedstawiają nasz nowy branding Przewidywany termin: jesień 2024 roku	Nowe standardy i szablony projektowe wspierające działania marketingowe i promocyjne produktów Copeland. W ramach tego zaliczamy: oznakowanie sklepów, stoiska, ladę, merchandising półek i pokryw, banery internetowe i zawartość strony docelowej, zawartość monitora cyfrowego/wideo, reklamę, media społecznościowe i wskazówki dotyczące innych lokalnych potrzeb marketingowych Przewidywany termin: wiosna 2025 roku

Informacje kontaktowe i przydatne linki

Staramy się, by w standardach marki zawrzeć odpowiedzi na najczęstsze pytania i potrzeby, chociaż może się zdarzyć sytuacja, że pytanie będzie dotyczyć innej kwestii. Jeśli masz wyjątkowy przypadek lub pytanie, które wymaga szczególnej uwagi, skontaktuj się z przedstawicielem handlowym w celu uzyskania pomocy.

Więcej informacji na temat procesu rebrandingu można znaleźć na stronie <https://www.copeland.com/pl-pl/brands>.

Odwiedź również stronę <https://www.copeland.com/pl-pl/campaign/aftermarket>, aby przejrzeć i pobrać najnowsze pliki z logo i inne zasoby.