

## АРХІТЕКТУРА ТА МИСТЕЦТВОЗНАВСТВО

**Бельмега Т.А.**

*студентка,*

*Чернівецький індустріальний фаховий коледж*

### **ЯКІСНИЙ ФІРМОВИЙ СТИЛЬ – ЦЕ «ОБЛИЧЧЯ» КОМПАНІЇ**

Закрийте очі і уявіть McDonald's. Що ви бачите? Може, золоті арки? У випадку з товарами і послугами, які мають яскравий фірмовий стиль, люди часто спочатку думають про логотип, а потім вже про сам продукт. Візьмемо Microsoft, Apple, Ford і Target. Велика ймовірність, що, навіть не бачачи перед собою логотипів, ви зможете досить чітко їх уявити. Зрозуміло, щоб досягти такого рівня впізнаваності, необхідні величезні вкладення в маркетинг, але все одно важливо «показати обличчя товару».

У цьому може допомогти розробка фірмового стилю для компанії чи бренду. Унікальний логотип, упаковка, рекламна та сувенірна продукція допоможуть клієнтові безпомилково впізнавати продукт на полицях або знайти фірмовий магазин. Це цілий набір рекламних інструментів, який дозволяє завжди бути помітним.

Поняття «Фірмовий стиль» сформувалося відносно недавно. Але, навіть в давнину, вмілі майстри завжди ставили на свою продукцію особисте клеймо, яке, умовно, можна порівняти до сучасного логотипу.



Багато фірм розробляють фірмовий стиль за принципом: «*фірмовий стиль – це сучасно і модно*». А деякі за принципом: «*раз у всіх є, значить, і мені це потрібно*». Комусь же корпоративний стиль потрібен для красивої презентації компанії – в процесі передпродажної підготовки – початкової промоутерської кампанії.

Але, реальна потреба в якісному фірмовому стилі з'являється лише тоді, коли повністю осмислюєш користь і можливості його використання! Фірмовий стиль необхідний для того, щоб за допомогою унікальності графічних і інших констант, зуміти виділитися серед конкурентів, стати добре впізнаваним. Чим швидше почнуть впізнавати, і відчувати по відношенню до символіки позитивні емоції, тим швидше почнуть співпрацювати.

До того ж, чим більше людей знають компанію, тим менше реклами знадобиться. Рекламою буде все, на що нанесена символіка фірми. Тобто – все те, що і так необхідно в щоденній діяльності, а при нанесенні фірмової символіки – додає до повсякденних речей – особливий сенс і допомагає сформувати загальну корпоративну культуру.

Розробка фірмового стилю – процес, який потребує виваженості та креативності. У процесі його розробки необхідно врахувати наступне:

1. Аналіз компанії. На даному етапі потрібно зрозуміти, як працює компанія, що вона пропонує своєму клієнту, дізнатися про історію створення фірми, вивчити особливості виконання та застосування, визначити цільову аудиторію, її інтереси та очікування.



2. Дослідження фірмових стилей конкурентів. Для створення ефективного та привабливого фірмового стилю важливо визначити прямих конкурентів замовника, проаналізувати ефективність фірмового стилю конкурентів та його сприйняття цільовою аудиторією.

3. Розроблення елементів фірмового стилю. Визначається концепція фірмового стилю, головні складові майбутнього іміджу клієнта, підбираються вдалі кольори, елементи, котрі допоможуть вирізнити компанію замовника (фактура, шрифт та інші), далі підготовлюються концепти логотипу, які підходять компанії і приваблюють потенційних клієнтів, потім потрібно запропонувати кілька варіантів ефективних слоганів, що можуть розміщуватись поруч із логотипом.

4. Візуалізація макетів. Клієнт отримує замовлені макети, виконані з урахуванням корпоративного стилю (ручки, календарі, папки, каталоги і т.д.).

5. Розроблення брендбуку. На основі фірмового стилю розробляється інструкція з його використання – брендбук. Він повинен містити опис основних цілей та цінностей компанії, графічних елементів бренду, перелік правил використання елементів фірмового стилю, юридичних аспектів використання корпоративного стилю та його складових.

Потрібно пам'ятати, що фірмовий стиль був створений для того, щоб виділити фірму із загальної маси. Тому всі елементи повинні:

- Бути оригінальними. Якщо створити, наприклад, логотип, який буде дуже схожий на логотип всесвітньо відомої компанії, то це зіграє злий жарт проти автора і замовника. Таким чином це приверне споживачів до того, у кого запозичили логотип;

- Легко запам'ятовуватися. Графічна продукція повинна поєднувати в собі такі елементи, які буквально кидаються в очі, проте потрібно не забувати про законодавчі обмеження і цензуру. Наприклад, оголене жіноче тіло – це, безперечно, потужний ай-стопер, але цей образ виходить за рамки дозволеного в більшості країн світу;

- Легко сприйматися. В фірмовому стилі бажано не використовувати елементи, які важко розшифрувати і ідентифікувати звичайній людині. Це негативно позначиться на впізнаваності торгової марки;

- Бути інформативними. Потрібно закласти в фірмовий стиль якийсь меседж, який свідчитиме про компанію. Також це правило відноситься і до назви організації, і до слогану.

Якщо процес створення бренду почати із фірмового стилю, то це дасть не тільки узгодженість графіки, але й узгодженість всієї комунікації бренду.

Створення візуальної ідентичності є хорошим вкладенням у розвиток компанії. Звичайно, на початку потрібні будуть тільки логотип і візитні картки. Згодом інвестиції, вкладені у візуальну ідентифікацію, повернуться. Інші проекти буде набагато легше реалізувати, а дизайнеру не потрібно розробляти усе наново, а лише продовжувати роботу. Таким чином, весь процес створення бренду за допомогою професійної візуальної ідентифікації просто дешевший в довгостроковій перспективі.

Отже, професійний брендинг компанії допоможе виділитися серед інших, гучно заявити про себе на ринку та привернути увагу потенційних клієнтів. Тому слід думати цілісно про ідентифікацію компанії.

### **Список використаних джерел:**

1. Ейрі Д. Логотип і фірмовий стиль. Керівництво дизайнера. – СПб.: Київ, 2011. – 208 с.
2. DaliWin: digital marketing & branding [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://dalistrategies.com/ua/shho-take-firmovij-stil/>
3. Idea Digital Agency [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ideadigital.agency/firmovij-stil/>
4. KOLORO: brand design [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://koloro.ua/ua/blog/brending-i-marketing/firmennij-stil-eto-upakovka-vashej-kompanii.html>
5. Leosvit: real marketing [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://leosvit.com/srv/branding/firmstyle>
6. UAH: український рекламний дім [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://urd.com.ua/ua/dyzain/firmovyi-styl>