

Предмет: «Інформатика»
Тема: «Елементи фірмового стилю»

Фірмовий стиль – це добірка візуальних засобів, інформаційних та графічних елементів, які роблять бренд впізнаваним.

Тобто, під цим поняттям маються на увазі інструменти, які забезпечують фірмі популярність. Фірмовий стиль дозволяє клієнтам відрізнити вашу організацію від конкурентів на ринку.

Коротка формула, по якій повинен йти кожен підприємець:

Впізнаваність = Успіх

Основні функції фірмового стилю

– *Ідентифікація бренду* - впізнаваність компанії будується саме за рахунок формування якісного фірмового стилю.

– *Довіра* - сучасні споживачі частіше звертають увагу на компанії, які мають власний розвинений бренд. У приклад можна привести один з найпопулярніших інтернет-магазинів в Україні – Rozetka.

4 основні елементи фірмового стилю

1. Товарний знак

Товарний знак – це фірмове позначення, яке допомагає відрізнити товари / послуги / продукти одного підприємства від таких же товарів / послуг / продуктів конкурентів. Воно повинно бути офіційно зареєстровано в установленому порядку на юридичному рівні. Товарний знак може бути словесним, образотворчим, комбінованим і т.д.

2. Логотип

Досить часто логотип плутають з емблемою фірми. Потрібно розуміти, що логотип – це оригінальне зображення словесної написи скороченого або ж повної назви фірми. Іншими словами – це слово або словосполучення, написане в індивідуальному стилі фірмовим шрифтом.

3. Фірмовий блок

Це поєднання товарного знака та повного найменування підприємства (+ логотип). У нашому випадку сам логотип виступає фірмовим блоком. У приклад можна привести компанію Adidas:

Ця ж фірма часто використовує автономно логотип – три смужки, і товарний знак – окремий напис.

4. Гасло

Це якась фраза, яка передає клієнтам головну мету компанії. Крім того, це може бути оригінальний девіз підприємства.



Під час складання гасла або девізу, дуже важливо врахувати позиціонування на ринку.

Досить часто компанії використовують якісь мотиваційні фрази в якості гасла і застосовують їх в тих же фірмових блоках. Ось так, наприклад, як це робить компанія Nike: Just do it



Візьмемо популярні відомі фірми як приклади:

Apple

Ринок мобільних пристроїв сьогодні буквально переповнений. Існують тисячі моделей смартфонів, але саме iPhone від компанії Apple є найпопулярнішим і затребуваним девайсом в усьому світі. Звичайно, це дозволяє компанії завищувати вартість своєї продукції.

Про що ви думаєте в першу чергу, побачивши двомірне зображення надкушеного яблука? Звичайно, про фірму Apple!

Саме такого ефекту вам потрібно домогтися, розробляючи власний фірмовий стиль.



Nike

Один з кращих прикладів. Логотип фірми має своєї назва – «Swoosh», що в дослівному перекладі означає «пролітає зі свистом». У 1971 році знак був куплений у молодої студентки Каролін Девідсон ... Увага! За 30 доларів. Сьогодні в світі навряд чи знайдеться людина, яка жодного разу не зустрівав це зображення.

Такий приклад говорить про те, що простота – один з найважливіших аспектів створення якісного фірмового стилю. Люди не хочуть запам'ятовувати складні зображення або довгі назви компаній.



Facebook

Свого часу Марк Цукерберг навіть не підозрював, що його скромна ідея перетвориться в одну з провідних компаній в світі. Зверніть увагу на компоненти фірмового стилю соціальної мережі. Сам логотип сайту, іконка «Мені подобається» і навіть колірна гамма нагадує багатьом користувачам інтернету саме про Facebook.

