

РАЗРАБОТКА ФИРМЕННОГО СТИЛЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

Введение. Фирменный стиль является неотъемлемой частью благоприятного имиджа предприятия, так как для потенциальных потребителей он обеспечивает единство восприятия товаров, услуг и информации, исходящих от конкретной фирмы или торговой марки. Это образ компании в глазах клиентов и сотрудников, который обеспечивается различными средствами: характерным дизайном, брендингом и товарным знаком.

Фирменный стиль сегодня является одним из основных рекламных и маркетинговых инструментов любой современной компании. Соблюдение компанией фирменного стиля положительно сказывается на доверии потребителя, так как считается, что это показатель организованности и порядка как в производстве, так и в любом другом направлении деятельности. Компоненты фирменного стиля помогают потребителю отличить вашу продукцию от продукции других компаний.

Основная часть. Целью данного проекта являлось создание узнаваемого фирменного стиля для предприятия по продажам хвойных растений.

Для достижения поставленной цели нужно было решить несколько задач: уточнить понятие фирменного стиля, изучить этапы создания и внедрения фирменного стиля предприятия, разработать фирменный стиль предприятия.

Фирменный стиль — это набор цветовых, графических, словесных, типографических, дизайнерских постоянных элементов, которые обеспечивают визуальное и смысловое единство товаров, всей исходящей от фирмы информации, ее внутреннего и внешнего оформления. Наличие фирменного стиля гарантирует высокое качество услуг и товаров, так как оно свидетельствует об уверенности его владельца в положительном впечатлении, которое он производит на потребителя [1].

Система фирменного стиля включает в себя следующие основные элементы: 1) товарный знак, 2) фирменная шрифтовая надпись (логотип), 3) фирменный блок, 4) фирменный лозунг (слоган), 5) фирменный цвет (цвета), 6) фирменный комплект шрифтов, 7) другие фирменные константы [2].

Приступая к созданию фирменного стиля, необходимо отталкиваться от уже существующих предложений в данном направлении. В данном проекте был разработан фирменный стиль для молодой компании, которая занимается выращиванием хвойных растений и их продажей. Компания ещё не имеет никакого фирменного стиля, в связи с этим стояла задача создать уникальный стиль с нуля.

Рассматриваемая компания имеет большой ассортимент растений и нацелена не только на розовых покупателей, но и на оптовых, что значительно влияет на разработку фирменного стиля.

В ходе работы над данным проектом было придумано уникальное название для компании — «Хвоя». Не большое по размерам, легко запоминающееся, сразу понятно, что речь идёт о хвойных растениях.

Важной частью фирменного стиля является логотип. Он должен быть понятным потенциальному клиенту, запоминающимся, а также иметь общие черты с названием компании.

Логотип — это основной элемент фирменного стиля, в связи с этим его создание — наиболее важный и ответственный этап. Логотип для «Хвои» был создан в программе Adobe Illustrator CC (рисунок 1).



Рисунок 1 — Логотип компании «Хвоя»



Рисунок 2 — Элементы фирменного стиля

Также в результате выполнения проекта были разработаны следующие элементы фирменного стиля:

1) визитка, которая является самым неотъемлемым элементом фирменного стиля компании. Дизайнерское решение визитки построено, прежде всего, на логотипе. Именно логотип является ключевым элементом;

2) фирменный конверт, который используется для деловой рассылки, необходим для любой уважающей себя фирмы. Фирменные конверты являются, пожалуй, одним из самых востребованных видов фирменной продукции. Любая почта, отправляемая от имени компании «Хвоя» в фирменном конверте, станет узнаваемой еще до момента вскрытия письма;

3) фирменные листы с логотипом, предназначенные для любых записей или писем. В верхней части листа расположен логотип, а в нижней — контакты компании: адрес, телефон, почта (рисунок 2).

По просьбе руководства компании была создана брошюра-памятка для покупателей туи Смарагд. Брошюра разработана в фирменном стиле.

Заключение. В качестве заключения к проделанной работе логично будет обобщить все вышеизложенное в виде обобщающих тезисов.

Разработка фирменного стиля подразумевает совокупность и сочетание элементов (определенных графических объектов и шрифтовых решений), которые обеспечивают единство внешнего вида всех объектов, имеющих отношение к фирме (продукции, упаковки товаров, помещений, оборудования, документации, рекламы, одежды и т. п.).

В разработке фирменного стиля большое значение имеет выделение ключевых моментов, определяющих конкурентные преимущества организации.

Разработка фирменного стиля в каждом конкретном случае — дело сугубо индивидуальное. К нему обязательно должны быть привлечены специалисты-профессионалы из разных областей дизайна, графики, компьютеров, анимации, психологии, маркетинга, рекламы и т. д.

В результате выполнения проекта был создан фирменный стиль недавно появившейся компании, которая занимается выращиванием и реализацией хвойных растений. Были разработаны элементы фирменного стиля данной компании, такие как визитки, фирменные конверты и листы для записей, а также брошюра-памятка.

В дальнейшем планируется создание сайта для компании «Хвоя».

Список цитируемых источников

1. Гольман, И. А. Рекламная деятельность: планирование, технологии, организация / И. А. Гольман. — М. : Гелла-принт, 2002. — 400 с.
2. Добробабенко, Н. С. Фирменный стиль: принципы разработки / Н. С. Добробабенко. — М., 1989. — 246 с.