

Само понятие фирменного стиля появилось относительно недавно, ему нет даже и сотни лет. Все началось еще с древности, с кочевых народов которые накладывали знак собственности на скот – клеймо. Так, они отличали собственный скот от чужого, и это был тоже своего рода - логотип.

В средневековье клеймо стало принадлежностью уже цеховых артелей. А в эпоху научно-технической революции с ростом количества населения и развитием рыночных отношений стало понятно, что недостаточно выпускать только качественный товар. Нужно его как-то выделить среди прочих похожих товаров. Исходя из этого, и стал складываться фирменный стиль.

На нынешний день предприятия, оказывающие услуги на начальном этапе своего существования без основы фирменного стиля себя не представляют. Так как это жизненно необходимо. Западные компании давно поняли действенность фирменного стиля в борьбе за клиентов: вспомним лишь такие компании как Coca Cola, McDonalds, Nike, Nokia, Sony, Samsung, как тут же возникает узнаваемый зрительный, а то и вкусовой образ.

Фирменный стиль и для чего он нужен?

Design Studio 13

Фирменный стиль - это набор, неких элементов: художественно-графических, шрифтовых, цветовых решений, акустических, видео и др. Все это создает единство стиля и индивидуальность визуального образа, как удачное воплощение самой компании, так и ее товаров и услуг, а так же создает доверие к компании, к ее продукции и услугам.

Фирменный стиль нужен для того, чтобы:

1. Посредством индивидуального визуального образа и единства графических, шрифтовых и цветовых решений и др. констант, выделиться среди конкурентов, стать узнаваемым и хорошо запоминаемым. (Из-за хорошей узнаваемости продукции уменьшается затраты на рекламную и маркетинговую стратегию.) Удачное воплощение фирменного стиля автоматически повышает эффективность рекламы.

2. Завоевать доверие у потребителя либо партнеров по бизнесу! Если у вас гармоничный, сильный, красивый или эксклюзивный фирменный стиль, то он обязательно вызовет доверие, это важный фактор для осуществления сотрудничества. Ведь сотрудничество это важно в бизнесе. Нет сотрудничества - нет прибыли. Плохое сотрудничество - "плохая" прибыль. По одежке встречают.

3. Для подтверждения преемственности к деятельности, позиционированию продукции.

Основные элементы фирменного стиля:

логотип; фирменный знак; цветовая решение; фирменный шрифт; фирменный блок; схема верстки; корпоративный персонаж.

Логотип

- это колоритное шрифтовое решение полного или сжатого наименования фирмы или группы ее товаров.

Фирменный знак

- это дизайнерское решение уникального графического изображения и логотипа

Фирменная цветовая гамма

- придает индивидуальность образу фирменного стиля, делает его более заманчивым, легко запоминающимся, оказывает эмоциональное воздействие. Задача дизайн студий и рекламных агентств - подобрать такой цвет для фирменного стиля, чтобы он вызывал твердые ассоциации с деятельностью компании.

Фирменный шрифт

- отражает и подчеркивает разнообразные особенности визуального образа торговой марки. Шрифт может быть разным как легким, так и тяжелым, элегантным и мужественным, деловым или наоборот женственным. Тут важно правильное дизайнерское решение, а именно выбрать из огромного количества шрифтов те, которые бы идеально и согласно установленным правилам с легкостью вписались бы в образ марки.

Фирменный блок

- это традиционное сочетание нескольких элементов фирменного стиля, допустим, может содержать фирменный знак или логотип, нейминг предприятия, почтовые, банковские реквизиты, перечень товаров и услуг, рекламный символ фирмы, слоган. Фирменный блок удобен для оформления визитной карточки, делового бланка письма, на упаковке продукции.

Корпоративный персонаж

- визуальный образ или персонаж, олицетворяющий ее деятельности.

В общем, фирменный стиль - это единая система визуального образа, который способствует формированию положительного имиджа компании и усиливает эффективность ее рекламных контактов с потребителями, повышает доверие партнеров и содействует росту репутации и популярности предприятия в определенном сегменте рынка.