

Фірмовий стиль

Шевчук Максим

11-В

- Найважливішим у розробці фірмового стилю є концептуальне рішення і виключно ретельна його реалізація. Фірмовий стиль - основа ідентифікації іміджу Вашої компанії, частина фундаменту, що формує бренд.

- Фірмовий стиль - це відображення суті компанії. Наявність продуманого фірмового стилю говорить про її солідності.

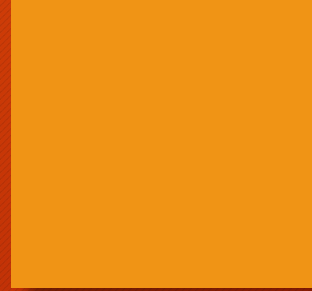


Фірмовий стиль включає в себе цілий ряд елементів, основні з них:

- Фірмовий знак і логотип (торговий знак, торговельна марка)
- Фірмовий блок (знак + логотип)
- Колір
- Фірмовий шрифт
- Візитна картка
- Фірмовий бланк
- Бланк рахунку, факсу
- Фірмовий конверт (євростандарт, С4, С5)
- Фірмова папка
- Фірмові сувеніри



- Також у фірмовий стиль можуть бути включені принципи оформлення інших видів документів, які використовуються на підприємстві, принципи оформлення рекламної продукції, вивісок, покажчиків, упаковки та багато іншого.



- Ви можете замовити розробку як окремих елементів фірмового стилю, так і весь комплект відразу.



Фірмовий стиль:

- Однозначно визначає приналежність до Вашої фірми всього, що дійсно має відношення саме до Вашої фірми
- Створює візуальний образ фірми
- Виділяє Вашу фірму з великої кількості інших
- Є ознакою хорошого тону
- Говорить Вашим діловим партнерам і клієнтам про сучасність поглядів Вашої компанії.

Основні елементи фірмового СТИЛЮ:

- Логотип
- Фірмові кольори
- Папка
- Візитка
- Конверт
- Бланк листа / договору
- Факс-бланк
- Слоган



- Товарний знак (логотип) виражає індивідуальність підприємства, яке його використовує.
- Враховуючи той факт, що знак є головним елементом, вимоги до нього дуже суворі. Від успішної розробки товарного знака багато в чому залежить ефективність всього фірмового стилю в цілому. Ідеальний логотип повинен бути простим і незабутнім. Основною його функцією є створення фірмового стилю його власника. Багато в чому логотип визначає сам фірмовий стиль і розрахований на залучення потенційних клієнтів підприємства. У розробці логотипу особливу увагу варто приділити аналізу основних складових корпоративної ідентифікації компанії замовника, врахувати її рівень представлення, становище компанії в її сфері діяльності, зв'язки з партнерами і клієнтську базу. В результаті створення логотипу має на увазі, в першу чергу, визначення позиції і корпоративної етики компанії, аналіз та дослідження її пріоритетів і перспектив. На основі отриманих даних розробляється символ, покликаний виділити і підкреслити роль компанії в її сфері. Згодом, на використанні створеного символу можна будувати маркетингові та рекламні кампанії - логотип дозволить цільовій аудиторії виділити рекламовану продукцію і співставити її з іміджем компанії.

Розрізняють декілька стилів або видів логотипу. Мова йде не про емблеми і герби, а саме про види логотипів:

- Текстовий логотип
- Графічний логотип
- Креативний логотип



Текстовий логотип

Найбільш поширеними є логотипи текстового типу. Суть рішення в текстовому логотипі полягає в стилізованому зображенні назви об'єкту, для якого створюється логотип (назва фірми, проекту, заходу і т.п.). Як правило, графічне рішення для текстового логотипу будується саме на назві без використання серйозних креативних ідей. В текстовому логотипі використовуються класичні прийоми гри слів (словосполучення). У створенні текстового логотипу основний акцент робиться на вибір усіх можливих шрифтів і кольорів, оскільки текстовий логотип зазвичай не затиснутий в суворі рамки креативної ідеї.

Графічний логотип

Логотипи графічного типу менш поширені, ніж логотипи текстового типу. Для створення графічного логотипу використовуються рішення, засновані на графічному дизайні. Як і в текстовому логотипі, в графічному можливе використання повної або скороченої назви, проте в графічному логотипі назва займає не ключову позицію, а є лише "текстовим блоком". Графічна частина логотипу пов'язана з назвою за змістом, але вона не є результатом стилізації шрифту назви. Графічні логотипи більше підходять для незвучних або довгих назв, тоді як текстові логотипи зазвичай створюються для коротких назв і аббревіатур. Маніпуляції з кольорами і шрифтами під час створення графічного логотипу проводяться у меншій мірі в порівнянні з текстовими логотипами.

Креативний логотип

Найбільш складними у створенні та найменш поширеними є креативні логотипи. Для створення креативного логотипу обов'язково використовується креативна ідея. Попередньо фахівцями компанії вивчаються і розглядаються різні факти і події, пов'язані з об'єктом логотипу (історія фірми, заходи і т.п.), формулюється суть завдання, що має уособлювати і виражати логотип. На основі статистичних та аналітичних даних генерується ідея логотипу, яка потім реалізується дизайнером студії. Таким чином, у креативному логотипі присутній глибокий сенс, ідея, а не просто графічна частина. Креативна ідея, а отже і сама графічна частина логотипу, може бути заснована на назві об'єкту логотипу (назві фірми, проекту, заходи тощо), проте такий креативний логотип не матиме нічого спільного з класичним текстовим логотипом. Потреба в креативних логотипах виникає, як правило, у компаній (проектів, заходів тощо), які потребують створення іміджу.

Фірмові кольори

Фірмові кольори є одним з основних елементів фірмового стилю. Основними факторами у виборі фірмових кольорів є сфера діяльності замовника і його особисті смаки. Вибір фірмових кольорів проводиться з набору поєднаних кольорів, який пропонує дизайнер студії. Після визначення фірмових кольорів проводиться безкоштовний підбір точних кольорів за пантоном - тих кольорів, які будуть використовуватися в майбутньому для поліграфічної продукції. Визначення фірмових кольорів не має сенсу без логотипу, адже саме в логотипі в першу чергу будуть використані фірмові кольори. Тому на практиці процес вибору фірмових кольорів звичайно поєднують із створенням логотипу, а іноді візитної картки і бланка. Вартість створення (визначення) фірмових кольорів включена у вартість створення логотипу. Після створення логотипу дизайнер студії розробляє варіанти візитних карток і фірмових бланків.

Візитна картка

Візитна картка є, мабуть, найбільш невід'ємним елементом фірмового стилю і лише у виняткових випадках створення дизайну візитною карти не входить до складу робіт зі створення фірмового стилю. Дизайнерське рішення візитної картки будується насамперед на логотипі. Саме логотип є ключовим елементом. Завдання дизайнера - знайти оптимальне графічне рішення, яке слугувало б і відмінним продовженням фірмового стилю і задовольнило б усі вимоги, що пред'являються до сучасних візитних карток (бізнес-карток).

Фірмовий бланк

Фірмовий бланк - один з елементів фірмового стилю, наявність якого стає досить популярним в наші дні. Наявність фірмового бланка стає ознакою хорошого тону і елементом престижу. Цьому є дві причини: наочне розміщення всієї необхідної службової інформації на бланку і стильне графічне рішення, що підкреслює приналежність до Вашої фірми (організації, проекту тощо). Крім того фірмовий бланк допомагає запам'ятати та відшукати Вашу фірму, адже серед безлічі ділових паперів (як правило, чорно-білих) непросто відшукати потрібну. Дизайн фірмового бланка виконується в єдиному з візитною карткою стилі, як правило, на основі тієї ж дизайнерської ідеї. Інформація, яка розміщується на фірмовому бланку, визначається замовником. Логотип на фірмовому бланку розміщується повністю, як правило в одному з кутків бланка.

Слоган

Фірмовий слоган є необов'язковим елементом фірмового стилю. Як правило, слоган або супроводжує фірму протягом усього терміну життя, або супроводжує її відразу після великої події (ювілей, злиття, інші приводи). Всі ці слогани є девізами компанії. Особливої уваги заслуговують слогани, що створюються для конкретних рекламних кампаній. Такі слогани супроводжують фірму (організацію, проект і т.п.) тільки в рамках конкретної рекламної кампанії.

Найвідоміші логотипи

