



Фирменный стиль во внутрикорпоративном и внешнем PR

Власовой Юлии, РС-14

Практическое применение фирменного стиля во внутрикорпоративном и внешнем PR является важным методом поддержания имиджа компании.

Комплексное использование фирменного стиля - это накопление ценностей бренда и прямое отождествление элементов фирменного стиля с компанией, которая его использует.



Полнота и целесообразность заказа на разработку элементов идентификации бренда зависит от того, насколько компания понимает, зачем ей это нужно.





**Логотип олимпиады 2012 года в
Великобритании**

ОСНОВНЫЕ ВОПРОСЫ ПРИ СОЗДАНИИ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ:

- К чему должна быть «привязка» в дизайне?
- Каков был фирменный стиль компании ранее?
- Должны ли различаться общий фирменный стиль компании и стиль ее подразделений?
- Какая целевая аудитория должна узнавать созданный фирменный стиль?
- Что думает о себе компания? Кто она среди подобных себе?

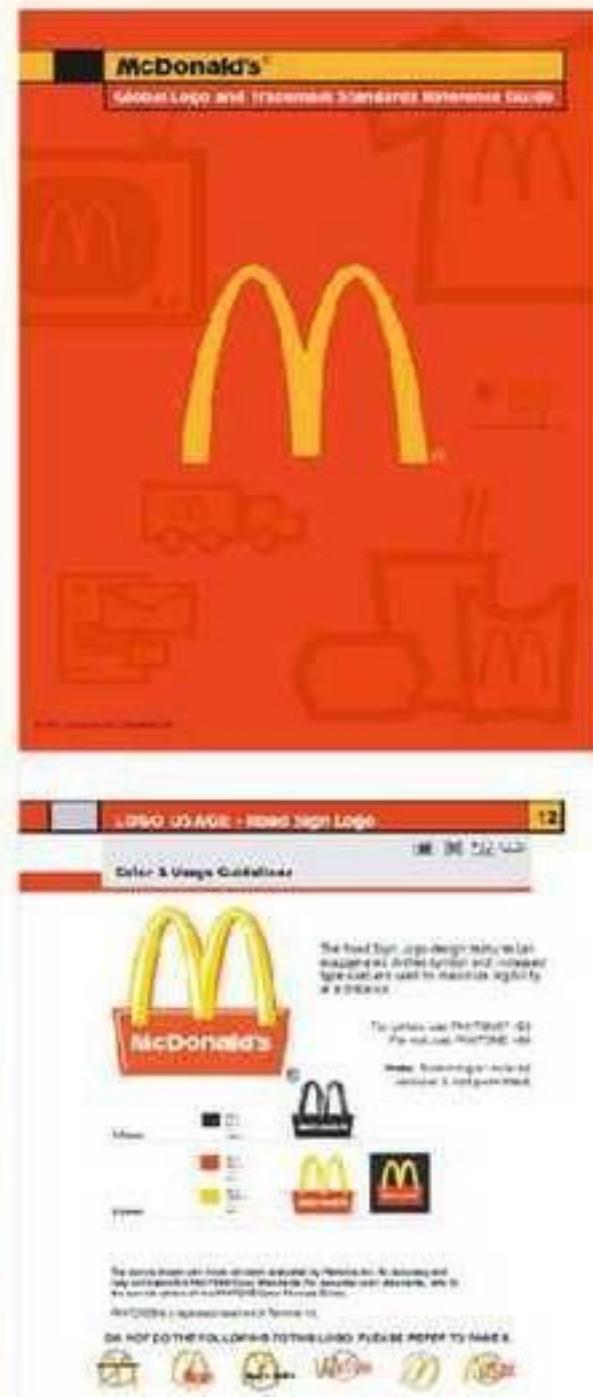


Чтобы фирменный стиль не превратился в информационный мусор, его должны использовать по назначению только те люди, которым он действительно нужен.

Фирменный стиль – это определенная система взглядов, манера поведения и то, как вы с помощью стиля решаете задачи корпоративной идентичности.



Живым примером создания и внедрения фирменного стиля в жизнь является компания McDonald's.



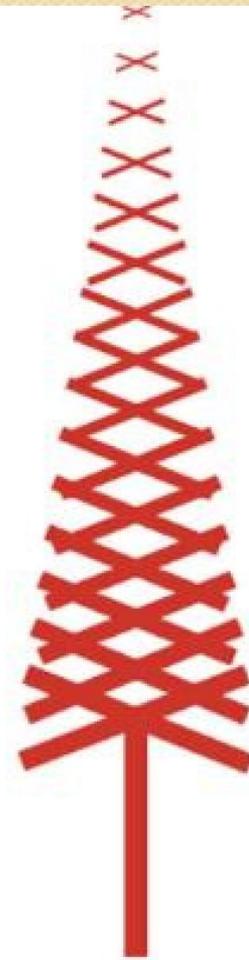
Фирменный стиль требует со стороны специалистов подготовки и тщательно продуманного плана внедрения.

Практическое применение фирменного стиля во внутрикорпоративном и внешнем PR включает в себя большое количество заранее спланированных мероприятий

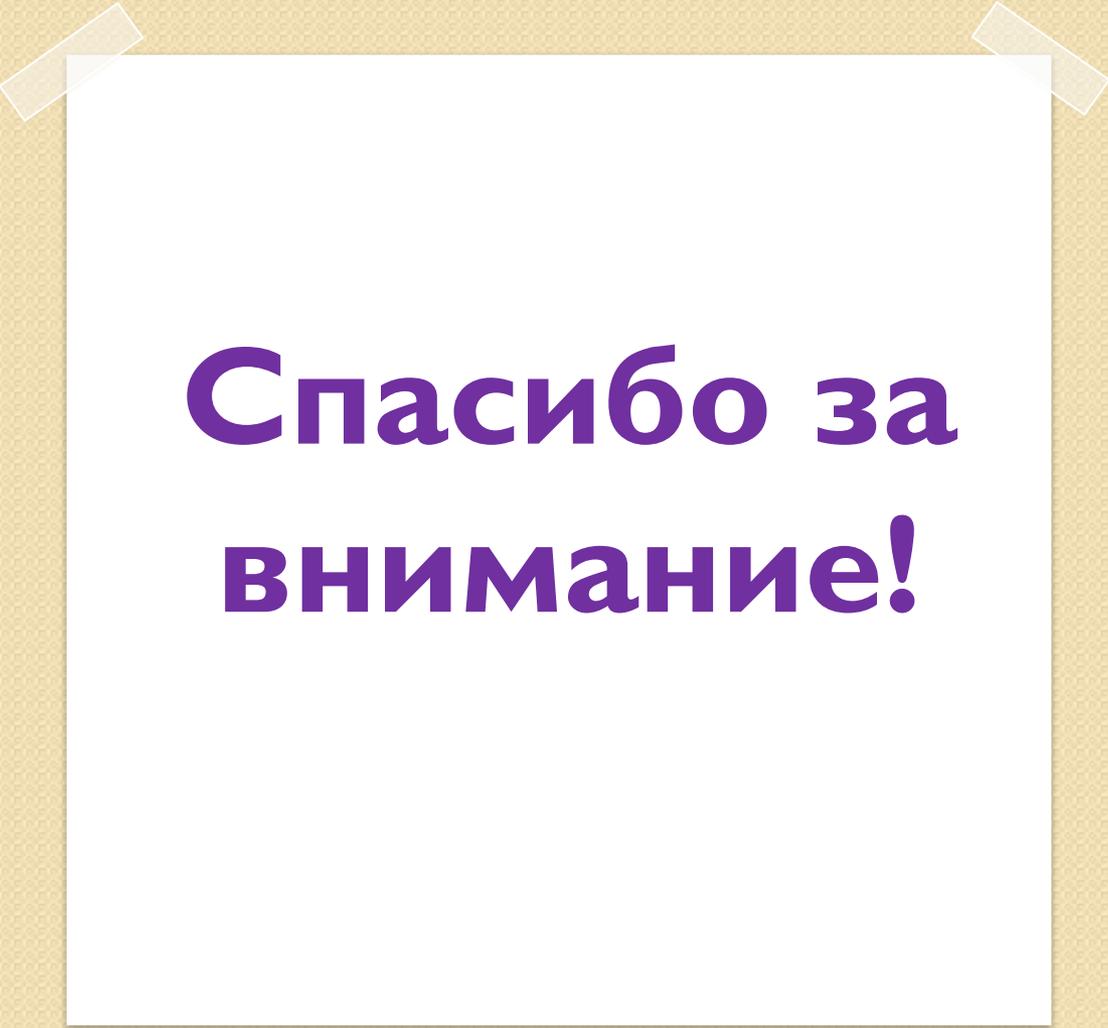


Компанией с высокой корпоративной культурой является Alticor - родительская компания сети Amway.

Amway



ALTICOR



**Спасибо за
внимание!**