

## **ВПЛИВ ВДАЛОЇ АЙДЕНТИКИ НА СПРИЙНЯТТЯ КОМПАНІЇ ЦІЛЬОВОЇ АУДИТОРІЇ**

Айдентика бренду - це набір елементів, матеріалів і методів, які формують впізнаваний образ компанії. Термін «корпоративна ідентичність» з'явився на початку XX століття в результаті розвитку економіки, коли зростаюча кількість компаній потребувала способів виділення серед конкурентів.

Етапи створення айдентики бренду:

Дослідження бренду - це вивчення його цінностей, цілей і аудиторії, щоб краще зрозуміти, у чому його особливість і як правильно зайняти своє місце на ринку.

Визначення цільової аудиторії - це аналіз людей, для яких створюється бренд, щоб говорити з ними однією мовою і пропонувати те, що їм справді потрібно.

Формування концепції - створення ідеї, яка коротко і влучно передає характер бренду і допомагає будувати його образ.

Створення логотипа - процес розробки знака, який буде легко впізнаватись і асоціюватись саме з цим брендом.

Вибір кольорової палітри - підбір кольорів, що не просто прикрашають, а й передають настрій і стиль бренду.

Корпоративна ідентичність формує уявлення про компанію, впливаючи на ставлення споживачів, рівень їхньої довіри та бажання обрати товари або послуги. Це виражається через візуальні елементи, предмети, методи комунікації та навіть тактильні враження, що дозволяє бренду легко бути впізнаваним і створювати асоціації з певним стилем та цінностями.

До прикладів успішної айдентики доцільно віднести наступні бренди:

Компанія Apple - мінімалістичний логотип, чорні та сірі кольори, які підкреслюють простоту та елегантність.

Американська компанія Coca-Cola - має фірмовий червоний колір, характерний шрифт і класична форма пляшки, що створює емоційний образ.

Бренд Nike - легендарний «swoosh» і слоган «Just Do It», що передають динаміку та мотивацію.

Світова мережа McDonald's - в брендбуці має червоний і жовтий кольори з літерою «М», що викликають асоціації з енергією та доступністю.

Сильний корпоративний бренд є важливим інструментом для створення позитивного іміджу компанії, підвищення її конкурентоспроможності та формування лояльності клієнтів. Він демонструє культуру компанії, її позиціонування та характеристики продукції чи послуг. Ігнорування розробки корпоративного стилю може призвести до втрати унікальності та виділення серед конкурентів.

До переваг фірмового стилю належать:

Впізнаваність - фірмові кольори, логотип і шрифти допомагають бренду стати помітним навіть без прямої згадки назви, що дозволяє створити стійке враження у свідомості споживачів і легко асоціювати його з певними характеристиками та цінностями.

Формування іміджу - унікальний стиль бренду сприяє підвищенню його статусу на ринку, а також зміцнює репутацію компанії, допомагаючи виділити її серед конкурентів та створити позитивне враження серед споживачів.

Чіткий образ бренду - стабільний корпоративний стиль, що включає єдину візуальну і комунікаційну стратегію, допомагає споживачам правильно сприймати компанію, її місію, цінності та ставлення до клієнтів, формуючи довіру та лояльність.

Контроль і вплив - добре продумана айдентика дозволяє бренду не лише ефективно керувати своєю присутністю на ринку, але й активно впливати на поведінку споживачів, адже через правильно підібрані елементи комунікації можна формувати очікування та інтерес до продукції чи послуг.

Основними елементами айдентики бренду є :

Неймінг - назва компанії, що відображає її сутність.

Логотип і товарний знак — логотип є візуалізацією бренду, товарний знак - його юридичним втіленням.

Слоган - коротке, змістовне формулювання, що передає цінності компанії.

Фірмові кольори - відтінки, що впливають на емоційне сприйняття бренду.

Шрифти - передають характер компанії, від грайливості до стабільності.

Tone of voice - стиль комунікації, що формує імідж компанії.

Обличчя бренду - людина, яка представляє компанію в медіа та рекламі.

Бренд - це не статичний набір характеристик, а живий організм, що взаємодіє зі споживачем, викликає емоції та отримує зворотний зв'язок. Завершальним етапом формування бренду є комунікаційна стратегія, яка об'єднує всі елементи айдентики у єдину систему впізнаваності. Комунікація повинна адаптуватися до змін у вподобаннях та поведінці аудиторії. Успішний бренд еволюціонує разом зі своїми споживачами, залишаючись актуальним і близьким до них.

Таким чином, сукупність вдалої айдентики впливає на сприйняття компанії цільовою аудиторією. Тому важливо враховувати всі ці пункти, що дозволить підвищити довіру та впізнаваність бренду, а відповідно збільшити попит на продукцію або надання послуг. Це, у свою чергу, сприятиме зміцненню позицій на ринку та розвитку компанії.

## ДЖЕРЕЛА

1. Айдентика: все, що створює індивідуальність бренду Айдентика Брендинг. URL: <https://rocketmen.com.ua/ua/article/identity>.

2. Айдентика – що це? Теорія, практика та поради щодо фірмового стилю. URL: <https://web-promo.ua/ua/blog/ajdentika-sho-ce-teoriya-praktika-ta-poradi-shodo-firmovogo-stilyu/>

3. Вебасист «Чому для бренду важливо зберігати свою ідентичність та фірмовий стиль?». URL: <https://7dreamsport.ua/blog/chomu-dlya-brendu-vazhливо-zberigati-svoyu-dentichnst-ta-frmoviy-stil/>

4. Чому важливо створювати унікальну айдентіку для бренду URL: <https://webpromoexperts.net/ua/blog/chomu-vazhливо-stvoryuvati-unikalnu-aydentiku-dlya-brendu/>

5. Як насправді працює бренд. URL: <https://cases.media/en/article/yak-naspravdi-pracyuye->

brend?srsltid=AfmBOorS49LYCgdhXk5MM7jXITTM9TWhtl1wOpE9shdnHwmE\_ge61  
Ху

6. Розробка айдентики та її вплив на запам'ятовуваність бренду  
URL: <https://creative.univest.ua/uk/2022/07/30/rozrobka-ajdentiki-ta-yiyi-vpliv-na-zapam-yatovuvanist-brendu/>