

Рекламоведение

(курс лекций)

Лекция 4

ОСНОВНЫЕ СОСТАВЛЯЮЩИЕ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ

- 4.1. *Понятие «фирменный стиль».*
- 4.2. *Товарный знак как один из основных элементов фирменного стиля.*
- 4.3. *Фирменный рекламный слоган (девиз).*
- 4.4. *Другие элементы фирменного стиля.*
- 4.5. *Принципы создания фирменного стиля.*

Фирменный стиль

(корпоративная идентичность) -

- это совокупность приемов (графических, цветовых, пластических, акустических, видео), которые обеспечивают единство всем изделиям фирмы и рекламным мероприятиям; улучшают запоминаемость и восприятие покупателями, партнерами, независимыми наблюдателями не только товаров фирмы, но и всей ее деятельности; а также позволяют противопоставлять свои товары и деятельность товарам и деятельности конкурентов.



Константы – главные и неизменные элементы фирменного стиля:

- товарный знак
(логотип+фирменный знак);
- цветовая гамма;
- фирменный шрифт;
- фирменный блок;
- схема верстки;
- корпоративный герой

Товарный знак

(логотип, торговый знак, марка, торговая марка)

- зарегистрированное в установленном порядке оригинально оформленное обозначение (изобразительные, словесные, объемные, звуковые обозначения или их комбинации), необходимое для распознавания товаров или услуг предприятия, а также для их рекламы, и призванное идентифицировать товар или фирму в сознании покупателя.

Старейшие товарные знаки



Maxwell House - с 1873 г.;

Kodak - с 1888 г.;

Mercedes - с 1890 г.;

Coca-Cola - с 1896 г.



Виды товарных знаков

- **Словесные** – фирменные шрифтовые надписи;
- **Изобразительные** товарные знаки ;
- **Объемные** товарные знаки;
- **Знаки особого вида** (в частности, звуковые);
- **Комбинированные** товарные знаки

Словесный товарный знак или ЛОГОТИП

Логотип - это оригинальное шрифтовое начертание полного или сокращенного наименования фирмы или группы ее товаров.

Ключевые составляющие профессионального логотипа:

- Долговечный стиль
- Ясность
- Привлекательность для потребителей
- Выражает правильный имидж
- Разборчивость
- Видимость
- Простота
- Запоминаемость
- Описательность
- Цвет

Примеры словесных логотипов



Coca-Cola

The image shows the classic Coca-Cola logo in its signature red script font, set against a white rectangular background.

Dior

The image shows the Dior logo in a black, elegant serif typeface, set against a white rectangular background.

Modern Talking

The image shows the Modern Talking logo in a black, flowing cursive script font, set against a dark green background.

Примеры изобразительных товарных знаков

Apple

После трех месяцев тщетных попыток найти название для нового бизнеса, он поставил свой партнером ультиматум: «Я назову компанию Apple, если к 5ти часам вы не предложите лучшего». Apples Macintosh — название сорта яблок, продававшегося в США.



OPTICAL STRENGTH



Примеры объемных товарных знаков



Пример звукового товарного знака



Пример комбинированного товарного знака



Фирменный рекламный слоган (девиз)

***Девиз (слоган) – краткая легко
запоминающаяся фраза, ударная строка
рекламы, цель которой - обеспечить
последовательное проведение рекламных
кампаний и коротко изложить ключевую
тему или идею, ассоциирующуюся с
товаром или названием фирмы.***

[Яндекс](#). Найдётся всё.

[МТС](#). На шаг впереди / От слов к цифре.

[Билайн](#). Живи на яркой стороне!

[Toyota](#). Управляй мечтой!

[Philips](#). Изменим жизнь к лучшему!

[Tefal](#). Без твоих идей не обойтись!

[Sprite](#). Соображай свежо.

[Maybelline](#). Все в восторге от тебя, а ты от Maybelline.

[MasterCard](#). Есть вещи, которые нельзя купить. Для всего остального есть MasterCard.

[МегаФон](#). Будущее зависит от тебя.

[McDonalds](#). Вот что я люблю.

[Ikea](#). Есть идея, есть Икея!

[Media Markt](#). Ich bin doch nicht blöd! (Я же не тупой!)

[L'Oréal](#) Ведь вы этого достойны!

[Tide](#) Чистота — чисто Тайд.

[Skittles](#) Попробуй радугу!

[Nokia Connecting people](#) (Объединяя людей)

[Snickers](#) Не тормози, сникерсни!

[Газпромбанк](#). В масштабах страны, в интересах каждого!

[Беседа](#). Беседуйте на здоровье.

[Bounty](#). Райское наслаждение.

[Ariel](#). Безупречно.

[Газпром](#). Национальное достояние (Мечты сбываются).

[Nissan](#). Превосходя ожидания.

[Nike](#). Just do it. (Просто сделай это).

[Mars](#) Все будет в шоколаде

По своей структуре слоганы делятся на четыре типа:

- 1. Связанные** - «Ваша кошка купила бы „Вискас“»;
- 2. Прямые** (являются подтипами связанных) «Любишь? Подари!», «О ком ты думаешь сейчас?», «„Lays“. Хочешь?», «Мегафон. Будущее зависит от тебя»;
- 3. Привязанные** - соотносятся с названием ритмически и фонетически. «„Жилетт“. Лучше для мужчины нет»;
- 4. Свободные** - они самодостаточны и независимы. «Фанта. Бери от жизни всё», «Jacobs. Аромат, который сближает».

Одна из классификаций девизов

1. Использование дружественных слов и добрых обещаний.

- *Вы будете приятно удивлены доступностью наших цен.*
- *С нами надежней.*

2. Повторение одних и тех же букв в словах предложения.

- *"Kaizer" — король на кухне.*
- *Помните прекрасную пилюлю ППП.*

3. Повторение слов, предложений и их частей.

- *Хорошо когда всем хорошо.*
- *Лучший подарок для лучшей девушки на свете.*

4. Стремление к простоте и лаконичности.

- *Просто БИТТЕР.*
- *Всегда Coca-Cola.*

Одна из классификаций девизов

5. Противопоставление.

- *Не заказывайте просто пиво, заказывайте...*
- *Выбор больше - цены ниже.*

6. Указание времени.

- *Новинки дня завтрашнего есть у Зингера сегодня.*
- *Думай о будущем!*

7. Использование слова "качество".

- *"Сони" — это качество.*
- *Разве я не ценю качество?*

8. Наличие слов "больше", "лучше".

- *У Форда есть лучшая идея.*
- *У нас не дешевле, у нас лучше.*

Одна из классификаций девизов

9. Глобальные обобщения.

- *Всегда - только в джипе!*
- *Весь мир - в твоём кармане.*

10. Применение предлогов «от» и «до».

- *От Парижа до Находки «OMSA» – лучшие колготки»*

11. Написание в юмористическом ключе.

- *И волки сыты и бабки целы (реклама пельменей «три поросенка»);*
- *Минздрав предупреждал! (реклама сигарет 1812).*

12. Применение побудительных конструкций.

- *Не записывайте наш телефон, запомните его!*
- *Возьмите музыку в дорогу!*

13. Ощущение близости к покупателю.

- *С нами ничего не страшно.*
- *Наш клиент - наш хозяин.*

Фирменная цветовая гамма



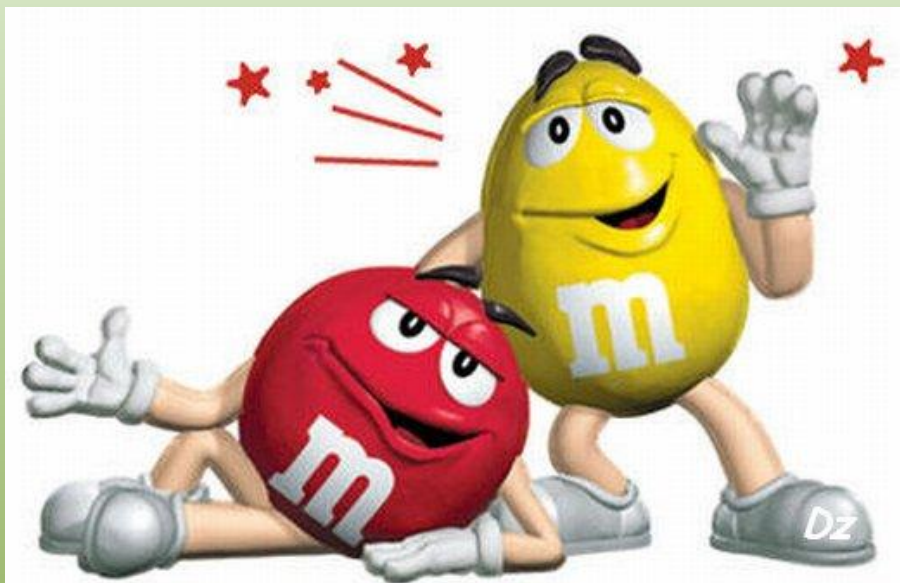
Фирменный шрифт

играя солнцем
ЖАНЮЗУ

www.superjob.ru

Фирменный блок





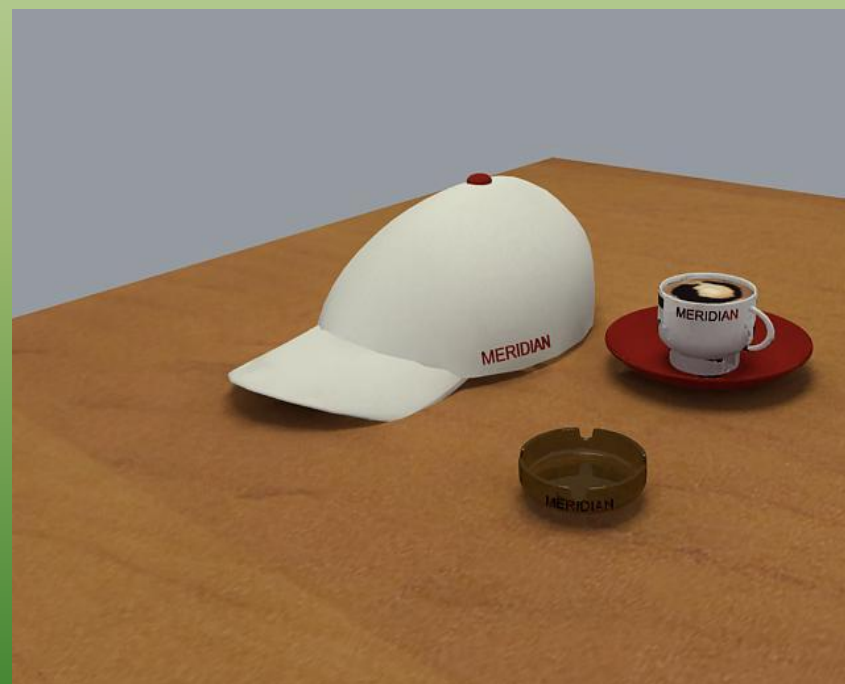
Корпоративны й герой



Носители фирменного стиля:

- **Атрибуты деловой деятельности фирмы** (печать фирмы; фирменный бланк письма; конверт; фирменные бланки различных видов документов; визитная карточка; папка - регистратор (обложка); ценник, ярлык)
- **Все формы рекламы** (реклама в прессе; радио- и телереклама; выставочный стенд; реклама на транспорте; наружная реклама)
- **Средства идентификации, ориентации** (указатель проезда; указатели расположения и направления; вывеска; таблички на дверях; значок, нашивка; одежда сотрудников)
- **Продукция фирмы и средства ее упаковки, оформления, сопровождения, реализации** (продукция, упаковка, упаковочная бумага, ярлыки и наклейки, сопроводительная документация, инструкции по эксплуатации)
- **Атрибуты презентаций, PR-компаний** (проспект; информационный лист; буклет; календарь; плакат; вымпел; сувениры; одежда сотрудников; пакеты, сумки).

Элементы фирменного стиля на фирменной посуде и сувенирах



Элементы фирменного стиля на транспорте

