Разработка эскизов фирменного стиля и элементов рекламы для мебельной фирмы

Целевая аудитория

Основная возрастная группа 25-40 лет. Женщины и мужчины у которых общие интересы в сфере недвижимости , бизнеса, дизайн интерьера, ремонт.

Хоби может являться кулинария как со стороны женщин так и мужчин.

Целевая аудитория принадлежит к среднему классу.

Доход аудитории выше среднего.

Для чего фирменный стиль

Фирменный стиль нужен для того что бы отстраиваться от конкурентов, привлечь внимание, повысить узнаваемость фирмы.

Цвета

Зеленый – цвет надежности, безопасности, натуральности.

Белый – он заключает в себя чистоту, невинность, непорочность, свет. При взгляде на объект с таким колером мы вряд ли испытываем негативные эмоции, такие как раздражение или агрессию. Наоборот, он пробуждает в нас светлые чувства. Маркетологи утверждают, что этот тон прекрасно располагает к покупкам.

Серый-нейтрален, не обладает ярко выраженными качествами, потому чаще всего ассоциируется с компромиссом, спокойствием, строгостью, стабильностью. В интерьерном дизайне – серый– просто незаменимый цвет.

Анализ фирменных стилей конкурентов

ПРЕСТИЖ
Мебель

Магазин мебели
Финист

MAXIMUS

Lyiza
KITCHENS

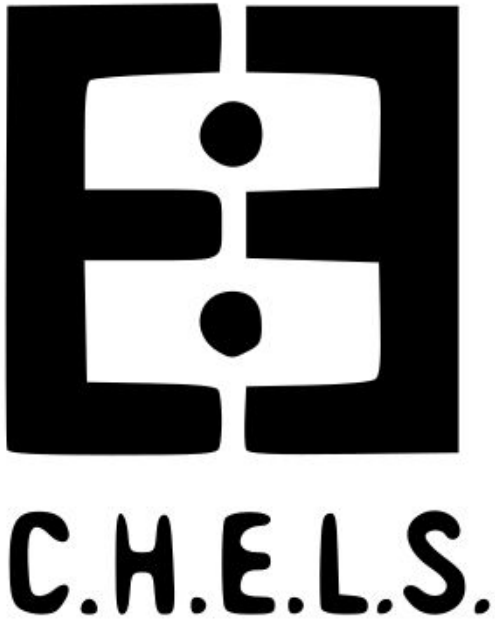
LAZURIT МЕБЕЛЬ

МНОГО МЕБЕЛИ

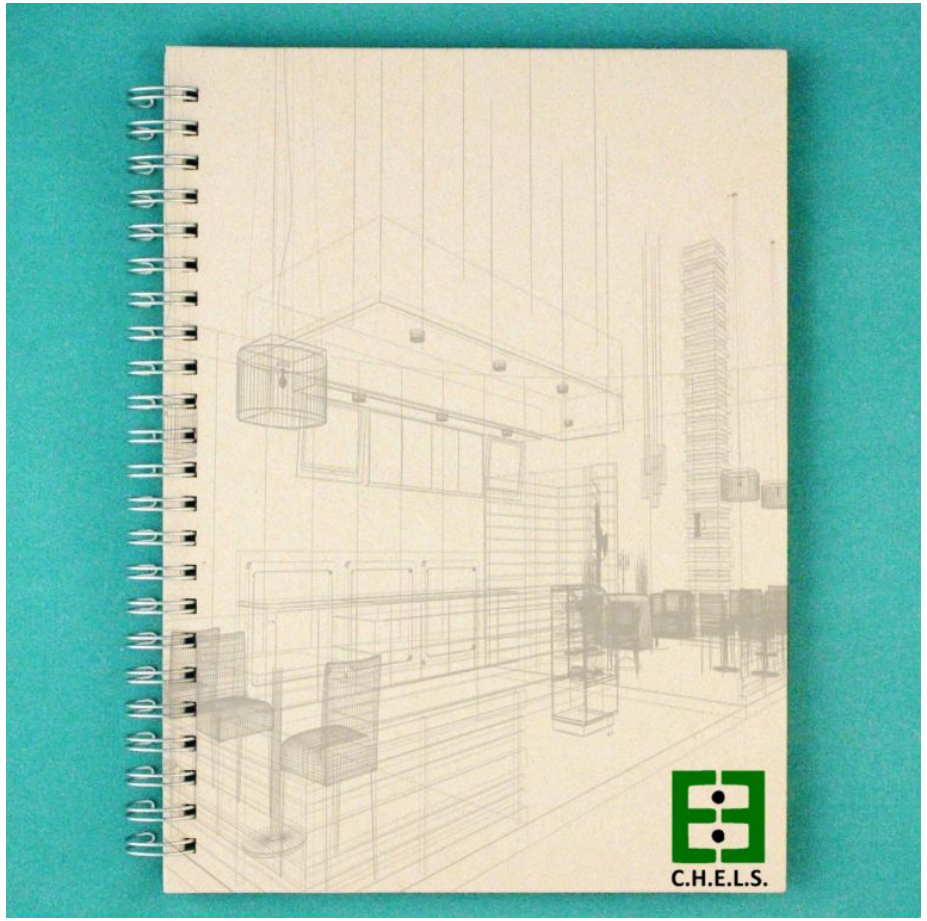
ЭВРИКА
мебельный магазин

АНГСТРЕМ

Разработанные эскизы логотипов.



Эскиз визитной карточки

Эскиз кружки

Эскизы блокнотов