

Фирменный стиль — это один из наиболее современных и актуальных видов рекламы.



Функции фирменного стиля в жизни организации:

Имиджевая функция. Формирование и поддержка быстро узнаваемого, оригинального и привлекательного образа компании, что способствует повышению ее престижа и репутации.

Идентифицирующая функция. Фирменный стиль способствует идентификации товаров и рекламы, указывает на их связь с фирмой и их общее происхождение.

Дифференцирующая функция. Выделение товаров и рекламы фирмы из общей массы аналогичных. Он является определенным «информационным носителем» и помогает потребителю ориентироваться в потоке товаров и рекламы, облегчает процесс выбора.

К системе фирменного стиля относят следующие основные элементы:

товарный знак;

логотип;

фирменный блок;

фирменный лозунг (слоган);

фирменная гамма цветов;

фирменный комплект шрифтов;

прочие фирменные константы.



Товарный знак.

Выделяют пять основных типов товарных знаков: словесный, изобразительный, объемный, звуковой, комбинированный.



Логотип — это самый распространенный тип товарных знаков





BR baskin
robbins™

amazon.com®

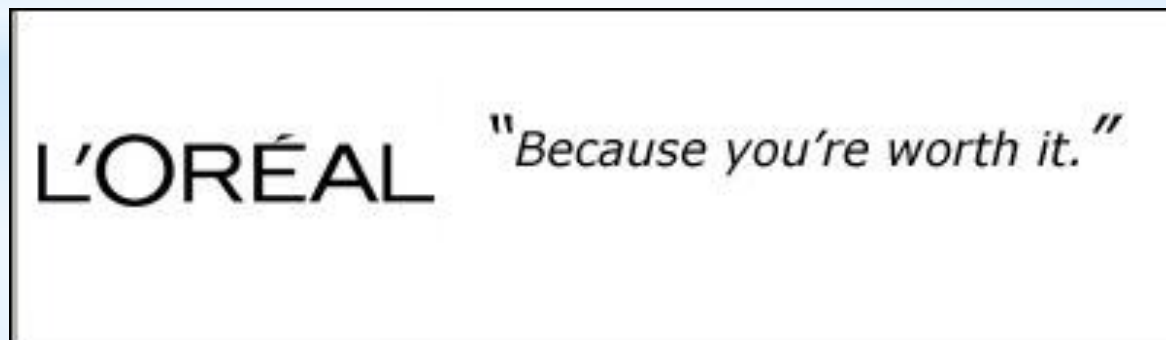

Фирменный блок. Этот следующий элемент фирменной символики представляет собой традиционное, часто употребляемое сочетание нескольких элементов фирменного стиля (двух или более двух).



СБЕРБАНК

Основан в 1841 году

Фирменный лозунг (слоган). Слоган может создаваться не только как фраза, передающая в яркой и образной форме основную идею конкретной рекламной кампании, но и как постоянно используемый, оригинальный девиз компании. В этом случае он становится важной составляющей фирменного стиля (может даже регистрироваться как товарный знак)



Фирменная гамма цветов. Многие компании можно мгновенно узнать по характерному сочетанию цветов.



Фирменный комплект шрифтов. Важной частью фирменного стиля являются постоянно используемые шрифты в оформлении текстовых материалов. Они, как и другие элементы фирменного стиля, должны соотноситься с его стержневой идеей, подчеркивать особенности образа марки, соответствовать специфике деятельности компании



oriflame
natural swedish cosmetics

The logo for Oriflame features the brand name in a lowercase, rounded sans-serif font. A thin horizontal line is positioned below the text, and the tagline "natural swedish cosmetics" is written in a smaller, lowercase sans-serif font underneath.

УРАЛСИБ

The logo for UralSIB consists of a stylized white icon on a dark blue background. The icon depicts a structure with three vertical elements rising from a circular base. To the right of the icon, the name "УРАЛСИБ" is written in a bold, uppercase, sans-serif font. Below the blue background, there are horizontal stripes of yellow and green.

MARY KAY®

The logo for Mary Kay features the brand name in a large, elegant, serif font. The letters are light pink and have a subtle shadow effect, giving them a three-dimensional appearance as if they are floating above a white surface.

Прочие фирменные константы. К фирменному стилю могут быть отнесены и некоторые другие элементы, постоянно используемые в сфере коммуникаций компании и играющие важную роль в формировании ее образа

