

МАГІСТИРСЬКА ДИПЛОМНА РОБОТА

Сутність поняття та історія  
виникнення фірмового стилю.

Студентки VI курсу

Юхименко Ю.С

Навчальний керівник – Руденченко А.А

Київ 2015

# Ціль дипломної роботи

Цілю дослідження є розкриття сутності поняття фірмового стилю, його складових та історію виникнення. Практичне завдання полягає в розробці теоретичного матеріалу та створення фірмового стилю компанії «Вітраж Люкс».

Для реалізації даної цілі були поставлені наступні завдання:

- ▣ дослідити основні складові поняття фірмового стилю;
- ▣ ознайомитися з історією та сучасними тенденціями розвитку ;
- ▣ проаналізувати аналоги;
- ▣ сформулювати концепцію проекту;
- ▣ загальна характеристика підприємства;
- ▣ визначити графічні константи;
- ▣ розробити поліграфічну продукцію та елементи зовнішньої реклами;
- ▣ охарактеризувати види друку та програмні засоби.

# Сутність поняття фірмового СТИЛЮ

Фірмовий стиль компанії - це сукупність елементів, об'єднаних однією ідеєю, вираженої графічним способом. Елементами є: знак, логотип, фірмові кольори та їх поєднання, фірмові шрифти, композиційні рішення, фірмові фактури, принципи використання графічних зображень .

Основна функція фірмового стилю полягає в:

- створенні легкопізнаваного образу компанії на ринку, що допоможе виділити себе, а також, що найважливіше, швидко відрізнити свою продукцію від продукції конкурентів. Тільки завдяки єдиній концепції всіх презентаційних матеріалів компанії про неї створюється цілісне уявлення.
- сприяє підвищенню корпоративного духу, об'єднує співробітників, виробляє почуття причетності до спільної справи;
- позитивно впливає на естетичний рівень і візуальне середовище фірми.

# Характеристика компанії.

Компанія «Вітраж-Люкс» є виробником вітражних виробів, а також виробів зі скла.

За роки роботи успішно освоїли багато технік виконання вітражів. Виробництво користується сучасним обладнанням, що дозволяє виробляти вироби зі скла, а також за індивідуальними замовленнями, у всіх відомих і популярних сьогодні вітражних техніках.

Інтер'єрні ідеї, які народжуються в стінах виробництва «Вітраж Люкс», завжди унікальні і не схожі один на одного. Кожен проект, який втілюють їх дизайнери, обов'язково відображає всі побажання замовника з урахуванням особливостей того приміщення, в якому він буде встановлений.

Завдяки індивідуальному підходу до кожного клієнта, є можливість втілювати різні стильові рішення.

## Цінності компанії:

1. Професіоналізм в усіх стосунках з дилерами, внутрішніми клієнтами, постачальниками та споживачами.
2. Постійне вдосконалення та інновації як основа для дії.
3. Довіра до співробітників та створення корпоративної культури, в якій вони вповноважені відповідально реалізовувати свій творчий потенціал.
4. Прибутковість компанії, як вимір ефективності та як засіб для зростання.

## Місія.

Бути провідним виробником скляної продукції в Україні через відмінний маркетинг та надання найкращих послуг дилерам. Досягнути цього, постійно покращуючи якість команди, збільшуючи ринок та прибутковість

# Історія виникнення, збір первинної інформації.

Компанія існує на ринку з 2005 року, і користується популярністю у споживачів, за рекомендаціями та відгуками. При його відкритті не проводилося ні презентації, ні рекламних акцій, ні оприлюднення в засобах масової інформації. Тому головним та єдиним недоліком можна назвати, відсутність фірмового стилю, що закріпить імідж компанії, дасть можливість буди впізнаваним на ринку.

Проектування рекламного продукту починалося з вихідних матеріалів і вимог, отриманих від замовника. Потім була розроблена ідея, від якої можна відштовхуватися, і концепція дизайну.

Вся продукція витримана в одному стилі відповідно з логотипом та кольоровою гаммою, що було представлено як первинна інформація, від якої і слідуватиме подальша розробка.

Завдання полягало в тому, щоб створити строгий, стильну друковану і сувенірну продукцію зі статичною композицією і витримати її в спокійних, не різких кольорах.

# Логотип

Логотип являє собою фірмовий шрифтовий напис, з 10 букв. Він включає в себе назву фірми «Вітраж Люкс», а також однотонне зображення постаті коня в центрі **квадрата**. Прості геометричні форми швидше сприймаються глядачем і краще запам'ятовуються у порівнянні зі складними неправильними формами.

**Кінь** - знак елегантності та цілеспрямованості. У коня сильна воля, вона трудолюбива, красива, надійна, енергетична, що самЕ і є голоними якостями колектива данної компанії. Символ сили, руху і дій людини, швидкість думок.

Використання цього образу - один із кращих способів принести вдачу в життя та життя компанії, допомагає відновити зіпсовану репутацію, закріпити імідж. Це динамічний символ вирвючих життєвих сил и швидкості, втілення природної грації і

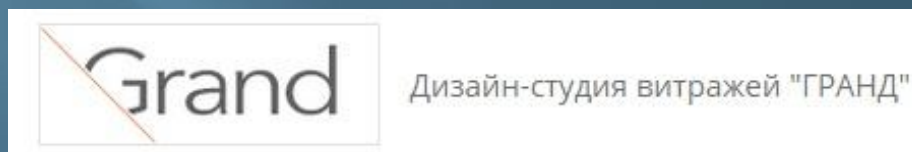
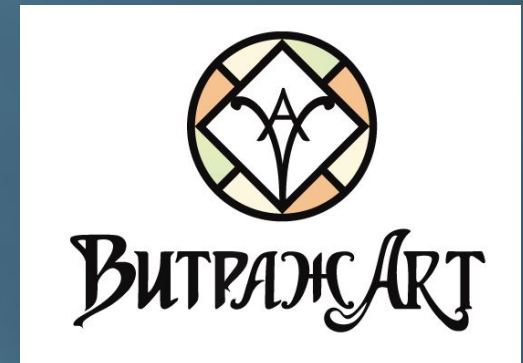
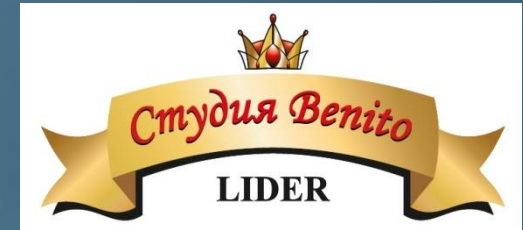
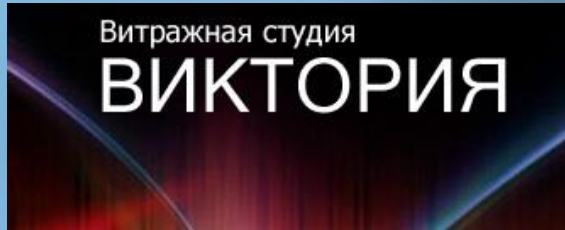


**Синій колір** - чистий, легкий, небесний, поглядаючи на нього, думаєш про тишу, прозорість, спокій, змушує зорієнтуватися на головному.

**Білий** - досконалість, завершеність, повна свобода для можливостей.

**Комбінація** - контрастне и виразне.

# Аналіз конкурентів



# Розробка фірмової продукції.

## Друкована продукція

Атрибути ділової діяльності

- ▣ іменні візитки;
- ▣ рекламні каталоги, буклети;
- ▣ фірмовий бланк;
- ▣ папки;
- ▣ вивіска;
- ▣ іменна табличка на робочий стіл;
- ▣ настінний календар;
- ▣ брендowana реклама автотранспорту.



# Візитівки

Візитні картки з'явилися майже два століття тому і використовувалися, спочатку для повідомлення про візит.

У наш час це швидше ідентифікаційний документ, який вручають з метою заощадження часу при знайомстві. Картка може бути індивідуальною або корпоративною, носити діловий, а іноді і особистий характер.

Розмір відповідає формі і величині кредитної картки 50\*90 мм. Обов'язкова інформація на картці ім'я, номер телефону, адреса.

Матеріал - білий крейдований папір щільністю 350 грм / м<sup>2</sup>. Логотип - конгрес з тисненням синьою фольгою. Конгресне тиснення - це тиснення фольгою чи блинтове тиснення з отриманням багаторівневого рельєфного зображення. Для конгресного тиснення використовується два кліше.

Візитки виготовлені шовкотрафаретного печаткою практичні, довговічні, таку візитку не захочеться викинути або покласти в найглибшу кишеню.

Сучасні візитні картки відображають стиль життя. Різноманітність їх величезна. Найчастіше, це строгий документ, що використовується при діловому спілкуванні. Особиста візитна картка є вираженням індивідуального стилю і смаку власника. Її оформлення повинне характеризувати людину і рід його заняття.



# Фірмовий бланк

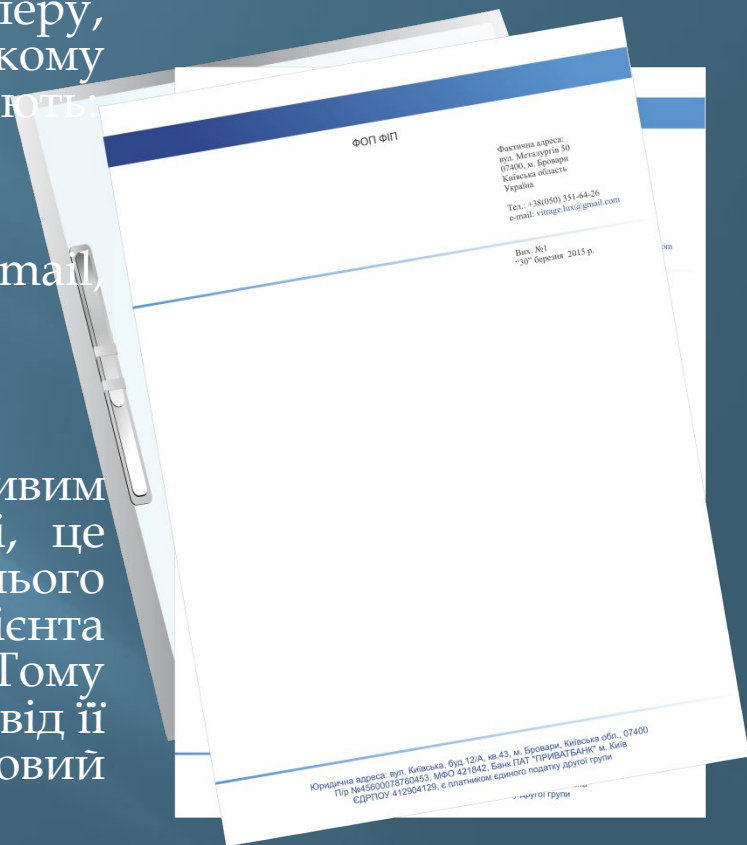
Фірмовий бланк являє собою аркуш паперу, як правило, формату А4 (210x297мм), на якому надруковані реквізити компанії, що включають:

1. найменування компанії,
2. логотип (за наявності),
3. контактна інформація (адреса, телефон, e-mail, сайт (за наявності),
4. банківські реквізити (за бажанням).

Фірмовий бланк є дуже важливим атрибутом будь-якої організації. По суті, це один з рекламних носіїв. Бо часом саме з нього починається знайомство потенційного клієнта або партнера з Вашою компанією. Тому вважається, що кожна компанія, незалежно від її величини, повинна мати власний фірмовий бланк.

Створення фірмового бланка є першим кроком з формування корпоративного стилю. Це бажано зробити, навіть якщо компанія нараховує лише одного співробітника і слово «корпоративний», в даному випадку, здається Вам недоречним.

Текст на фірмовому бланку говорить про серйозність листа. Якісно виготовлені бланки



# Папка

Фірмова папка - один з важливих атрибутів, поряд з візитками, конвертами та іншими елементами фірмового стилю, що створює імідж компанії.

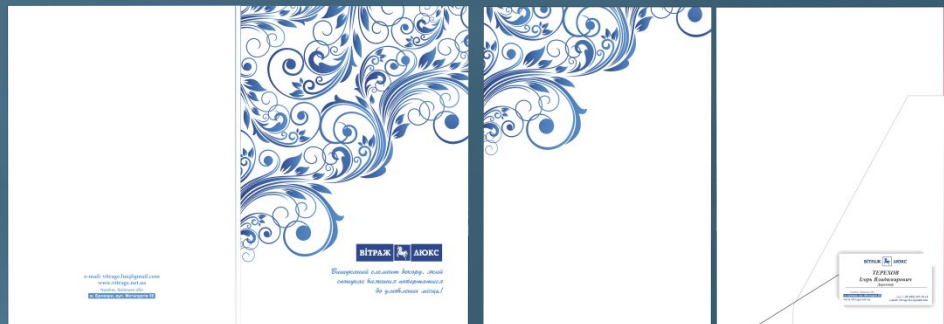
**Матеріал.** Папкою є виріб з щільного паперу або картону, призначене для зберігання і переміщення паперових документів. Тому, папки просто незамінні в діловодстві. Для виготовлення папок використовують крейдований картон високої щільності або полімерні матеріали. Із способів друку, найчастіше використовують офсетний. Картонні папки часто покривають офсетним лаком, можуть бути використані тиснення, конгрев або ламінація.

Потрапляючи в руки ділових партнерів, фірмова папка формує перші враження про компанію, її солідності.. Використовують фірмові папки виключно для зберігання, транспортування і передачі документів. Згідно з правилами ділового етикету, це є ознакою хорошого тону.



Папка Варіант 1  
Для ділових паперів форматів А4

Внутрішня картка



Папка Варіант 2  
Для ділових паперів форматів А4

Внутрішня картка



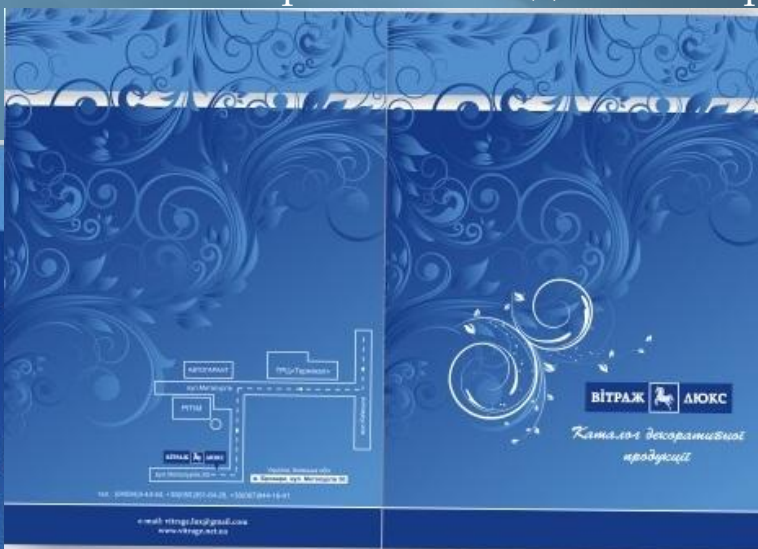
# Каталог

Каталоги являють собою перший докладний опис , друкований рекламний матеріал у формі книжечки або журналу з переліком товарів і послуг, ілюстрованим їх описом і фотографіями. Барвисто оформлений і зручний в роботі. В каталозі не завжди вказується ціни товарів.

До каталожних текстів висувають дві основні вимоги:

- 1.Точність - кількість сторінок, ілюстрацій, написання прізвищ авторів та назв- все це має відповідати фізичним характеристикам певної книги;
2. Текст має відбивати переваги, котрі отримає покупець після придбання книги.

Текст для каталогу складає здебільшого редактор і цей текст зазвичай потребує редагування працівниками відділу реклам из метою досягнення його відповідності маркетингових цілям. Після цього текст знову повертається до редактора, котрий зобов'язаний перевірити відповідність тексту фактичним характеристикам книги( для цього необхідно постійно звіряти текст з даними виробничого відділу) та його овну грамотність.



# Сувенірна продукція

- ▣ ручки, олівці;
- ▣ іменна чашка для чаю;
- ▣ подарункові пакети;
- ▣ настінний годинник.



# Зовнішня реклама.

## Реклама на автотранспорті

Брендування автомобілів - відмінний спосіб привернути увагу аудиторії і підвищити свій статус в очах оточуючих.

Яскрава, барвиста і динамічна, реклама на автотранспорті - це відмінне рішення для підвищення значимості торгової марки. Реклама на транспорті володіє великою тривалістю впливу на споживача, що підвищує запам'ятовуваність рекламної інформації і служить прекрасним способом залучення уваги потенційного споживача.

Головні переваги брендування транспортних засобів:

- ▣ динаміка пересування по місту;
- ▣ охоплення різноманітних цільових аудиторій;
- ▣ позитивне естетичне сприйняття;
- ▣ порівняно невисока вартість рекламного контакту.

Використовувані технології брендування транспортних засобів:

1. Друк зображення на самоклеючій плівці Використовувана плівка дозволяє експлуатацію реклами в температурному режимі від -50С до +80 С і відповідає високим вимогам, що пред'являються до навантажувальної здатності і терміну експлуатації.

2. Нанесення аплікації на брендіваний автомобіль шляхом плоттерного різання (застосовується до логотипам, окремим буквеним елементам та іншим піктограм).



# Вивіска

- ▣ *Вивіска* компанії «Вітраж Люкс» — це конструкція із внутрішнім підсвічуванням, з форматом рекламної площини 1.2 x 1.8 м, встановлена, як правило, в місцях інтенсивного пішохідного руху.



**ВІТРАЖ**  **ЛЮКС**

- Прирізка, полірування, свердлення отворів
- Вітраж за технологією Тіффані
  - Класичний вітраж
  - Аплікаційний вітраж
- Піскоструминна обробка скла
  - Фарбування скла
  - Молірування скла
- Декоративний «підрив» скла

+38 (050) 351-64-26    м. Бровари, вул. Металургів 50    [www.vitrage.net.ua](http://www.vitrage.net.ua)