

## Лекція №3

### Тема: Корпоративна ідентифікація авторизованих підприємств автосервісу.

*Фірмовий стиль та його складові елементи, їх характеристика. Вимоги до оформлення та розміщення засобів корпоративної ідентифікації.*

Підприємство повинно мати свій чіткий, відмінний від інших, фірмовий стиль, щоб надати споживачу можливість відрізнити його продукцію від інших аналогічних зразків.

Під фірмовим стилем розуміють сукупність образотворчих, графічних, звукових та інших способів подання концентрованої інформації про фірму або продукт, які чітко відрізняють їх від інших в уяві споживачів, легко запам'ятовуються і роблять їх впізнаваними.

Фірмовий стиль створює сукупність таких елементів:

– товарний знак - оригінальний напис повної або скороченої назви фірми, її графічне зображення;

– фірмовий лозунг - девіз фірми;

– фірмова кольорова гама;

– фірмовий комплект шрифтів;

– фірмові поліграфічні константи – постійний формат, спосіб розташування тексту та ілюстрацій, стиль ілюстрацій та текстів;

– єдине музичне оформлення, що супроводжує всі рекламні повідомлення;

– фірмовий блок - об'єднані в композицію знак і логотип у супроводженні іншої інформації (країна, адреса, телефон, факс, телекс, електронна пошта, адреса в Інтернеті та інше).

Товарний знак (фірмовий знак, товарна або фірмова марка) є зареєстрованим графічним позначенням товару або фірми. Зареєстрований товарний знак є предметом авторського права. Його власник має виключне право на виробництво і продаж товарів з цим знаком.

Існують такі групи товарних знаків як образотворчі, словесні та комплексні. Всі вони можуть бути плоскими або об'ємними.

Словесні товарні знаки (логотип) – це слово або абревіатура, яка має характер слова. Логотип може збігатися з назвою фірми, бути її скороченням або оригінальним словом.

Комбіновані або комплексні знаки складаються з комбінації зображень та слів.

Основними функціями товарного знака є:

– відрізнити одну фірму або продукцію від іншої, зіставити товар з його виробником;

– ім'ям фірми гарантувати якість товару чи послуги;

– використання як елемента оформлення товару або його упаковки;

– рекламна - кожен куплений товар є носієм реклами фірми.

Товарний знак є візитною карткою фірми. Він повинен сприяти зміцненню іміджу фірми, як серйозної, стабільної, якісної, модної та престижної. За таких умов продукція з товарним знаком може продаватись дорожче, ніж без нього. Маркуючи свої товари фірмовим знаком, фірма відкрито несе відповідальність за якість товару.

При розробці товарного знаку слід керуватись такими принципами, як простота, індивідуальність, естетичність, охороноздатність.

Товарний знак повинен мати такий вигляд, який може бути зареєстрований у відповідності з діючим законодавством країни, де відбудеться така реєстрація. Тому перед розробкою такого знаку корисно ознайомитись з відповідним законодавством.

Фірмовий лозунг, або девіз фірми, в рекламних об'явах може використовуватись так само часто, як і товарний знак фірми. Він повинен відображати ту рису товару, яка чітко

відрізняє його від інших і не викликає сумніву у споживачів. Правильно обраний фірмовий лозунг сприяє ефективному позиціюванню фірми або окремого товару на ринку.

Фірмовий блок об'єднує в одну композицію товарний знак, логотип, пояснювальні надписи, фірмовий лозунг та музичне супроводження.

Фірмовий стиль сприяє створенню позитивного іміджу фірми, а якісна робота - затвердженню цього іміджу в уяві споживачів, що є умовою міцного положення фірми на ринку. Але запорукою успіху є перш за все якісна робота.

