

ФІРМОВА СТИЛІСТИКА ДЛЯ САЙТУ ПО БДЖІЛЬНИЦТВУ

Кавун А.О., Ніцин Д.О.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»,
м. Харків*

Фірмова стилістика це, перш за все, обличчя продукції та можливість заявити о собі на конкурентному ринку. Він здатний викликати довіру у покупця і створити імідж успішної компанії. Айдентика – це те, на що варто виділити кошти, щоб потім заощадити. Корпоративний стиль і логотип згодом вбережуть вас від зайвих витрат на рекламу. Адже айдентика відповідає за створення цілісного візуального сприйняття бренду. Грамотно продуманий фірмовий стиль – один з найсильніших інструментів в конкурентній боротьбі за місце під сонцем.

Коли ми розмовляємо про деякий товар, ми, як покупці, маємо деякі асоціації, котрі можуть бути використані грамотними дизайнерами. Наприклад, коли ми можемо дивитись на корову з цікавими плямами, вона може нагадати нам Мілку і одразу ж захочеться чогось солоденького. Тому для логотипу та візитної карточки підприємства було обрано фірмовий знак у виді сотів (рис. 1).

Бджільництво – це перш за все чимала праця, яка дає блага не тільки тому, хто їм захоплюється. Воно приносить значну користь суспільству, збільшуючи врожаї городніх, садових та польових культур. Однак мало хто може пам'ятати назву хоча б декілька бджільних підприємств. Це тому, що в них немає назви о собі. А вона необхідна, щоб поширити ринок продажу та викликати довіру у потенціальних покупців.



Рисунок 1 – Елементи фірмової стилістики