

Кочетков Д.А.

*Научный руководитель: доцент О.А. Мекка*

*Муромский институт (филиал) федерального государственного образовательного учреждения высшего образования «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»  
602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, 23  
E-mail: dim.koch@yandex.ru*

### **Опыт разработки фирменного стиля мебельного предприятия**

В настоящее время появляется все больше организаций, которые занимаются формированием своего фирменного стиля, так как он стал неотъемлемой частью любой уважающей себя компании.

Под фирменным стилем понимается визуальная концепция организации, которая представляет собой уникальные дизайнерские решения. Фирменный стиль – основа коммуникационной политики, так как, во-первых благодаря ему организация противопоставляется конкурентам на рынке, во-вторых, он представляет стилистическое единство товаров компании

Основными задачами фирменного стиля являются:

- создание узнаваемости и отличительных черт производимых товаров от продукции других игроков на рынке;
- разработка и внедрение мероприятий по повышению конкурентных преимуществ;
- получение рекламного эффекта, который позволит защитить продукцию компании от подделок [2].

Таким образом, можно сказать, что являясь одной из основных составляющих бренда, фирменный стиль помогает компании стать заметной среди конкурентов.

По данным статистики, в 2020-2021 г. происходит сильное увеличение предприятий занимающихся реализацией недорогой детской мебели в современном минималистическом стиле. Это обуславливается повышением спроса потребителей на модную и дешевую мебель. Только за последний год количество аналогичных предприятий выросло на 48%. В России по данным Росстата насчитывается 1172 предприятия, занимающихся производством и/или продажей детской мебели в стиле «ИКЕА». Все они выпускают одинаковую продукцию, похожие сайты, используют одни и те же медиа файлы, то есть можно сказать, что большинство таких компаний почти не отличаются друг от друга [3]. Следовательно, создание фирменного стиля в данной сфере деятельности наиболее актуально в данный момент.

При формировании своего уникального стиля компании необходимо провести сбор и анализ информации по организациям-конкурентам для выявления их отличительных черт и особенностей визуализации бренда.

Для удобства проведения анализа была разработана матрица для фиксации и оценки элементов фирменного стиля конкурирующих организаций. Макет представлен в таблице 1.

Таблица 1 – Матрица анализа фирменных стилей конкурентов

Название показателя	Конкурент 1	Конкурент 2	...	Конкурент n
Слоган/представление				
Логотип				
Фирменные цвета				
Использование черного/белого цветов				
Особенности шрифтов				
Стилистические особенности основного носителя айдентики				
Адрес сайта				
Род деятельности				

(производство/продажа)				
------------------------	--	--	--	--

Данная матрица удобна и практична, вся информация представлена наглядно и лаконично. Автором было проанализированы элементы фирменного стиля 32 компаний, которые занимаются производством и/или продажей недорогой детской мебели в современном минималистическом стиле. Было выявлено:

- 19% предприятий не имеют слогана/представления;
- 56,25% от общего числа исследуемых компаний имеют английское название;
- наиболее частые фирменные цвета: синий, бирюзовый, голубой, коралловый;
- 41% компаний занимаются исключительно продажей готовой продукции.

Проведя сбор и анализ необходимой информации, было принято несколько решений по отношению к нашей создаваемой компании-производителя в данной отрасли.

Во-первых, название фирмы будет на русском языке.

Во-вторых, обязательным элементом станет разработка лаконичного слогана.

В-третьих, фирменными цветами станут #f4db64 («Очень светлый оранжево-желтый») и #47305c («Темный индиго, индиго»). Данный выбор обусловлен отсутствием похожей палитры у конкурентов и гармоничным сочетанием цветов.

В-четвертых, на сайте компании будут использованы такие шрифты, как Calibri, Calibri Light и Calibri Bold.

Все вышеперечисленное позволит нашей компании быть уникальной и узнаваемой у потребителей и на рынке в целом. В долгосрочной перспективе фирменный стиль позволит увеличить клиентскую базу, объем реализации товаров и услуг, как следствие усилить свой бренд.

### Литература

1. Бондаренко Е.А. Роль фирменного стиля в деятельности организации // Инновационная наука. 2017. №12. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-firmennogo-stilya-v-deyatelnosti-organizatsii> (дата обращения: 09.04.2021).

2. Цурри О.Г. Фирменный стиль в создании благоприятного имиджа компании // Альманах теоретических и прикладных исследований рекламы. 2016. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/firmennyu-stil-v-sozdanii-blagopriyatnogo-imidzha-kompanii> (дата обращения: 09.04.2021).

3. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики – Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/> (дата обращения 09.04.2021).