

ВЛИЯНИЕ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ БРЕНДА НА ЕГО ПОПУЛЯРНОСТЬ У ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

В современном мире, где конкуренция на рынке товаров и услуг достигает максимальных значений, важность визуального стиля бренда становится неоспоримой.

Бренд – это восприятие компании, включая ценности, миссию и репутацию. Фирменный стиль – это визуальная идентичность бренда (логотип, цвета, типографика). Его виды: малый стиль (основные элементы), большой стиль (дополнительные материалы) и дизайн-система (структурированная визуальная стратегия). Этапы создания: исследование аудитории, разработка концепции, создание элементов, тестирование, внедрение и стандартизация. Фирменный стиль привлекает внимание и поддерживает долгосрочные отношения с клиентами. Благодаря ему, бренд выделяется среди конкурентов.

Проведенное нами исследование подтвердило влияние фирменного стиля на восприятие бренда: 53% респондентов часто выбирают продукт по бренду, а 49% идентифицируют его за секунды. Основную аудиторию составили молодые люди 18–24 лет (62%), среди которых преобладают женщины (66%). Эстетика важна для 87%, цветовая палитра и логотип – для 37% и 27% соответственно. Ценят оригинальность 30%, но 67% приемлют копирование стиля. Готовы переплатить за привлекательный дизайн 54% респондентов, особенно если качество подтверждено. Цветовые оттенки влияют на доверие: нейтральные (44%), теплые (25%), холодные (24%). Юмористическая реклама привлекает 65%, а эмоциональные истории – 41%. Премияльную упаковку предпочитают 39%, а строгий стиль вызывает доверие у 49%. Ценят уникальность визуального оформления 59% респондентов, 81% нейтрально относятся к изменениям фирменного стиля. Заинтересованы в эксклюзивных выпусках 71% респондентов, а 62% предпочитают современные визуальные решения.

В заключении, фирменный стиль – это важный инструмент конкурентного преимущества, влияющий на доверие, эмоции и популярность бренда.