



РОЗРОБКА ФІРМОВОГО СТИЛЮ САЛОНУ КРАСИ

Азаренков В.І., доцент, кафедра САІТ, НТУ«ХПІ»
Макарова В.Р., студентка, кафедра САІТ, НТУ«ХПІ»

Створення фірмового стилю, айдентики бренду та його іміджу відіграє важливу роль у формуванні будь-якого бізнесу, продукту, компанії, закладу чи установи. Фірмовий стиль є ключовим елементом брендингу будь-якого салону краси, оскільки він визначає його унікальний образ і допомагає створити візуальний ідентифікаційний код. Розробка фірмового стилю - це складний і комплексний процес, що включає в себе ряд елементів та їх взаємодію [1].

У випадку салону краси, сильний фірмовий стиль допомагає створити унікальну та привабливу ідентичність, яка привертає клієнтів і створює позитивне враження про бренд. Він включає в себе не лише логотип, а й визначає кольорову палітру, шрифти, дизайн рекламних матеріалів та інші елементи візуального образу, що сприяють створенню цілісної ідентичності салону. Це дозволяє створити імідж та залучити більше клієнтів, забезпечуючи конкурентну перевагу на ринку краси і догляду за собою [2].

Чим професійніше опрацьовано фірмовий стиль та айдентика організації, тим краще аудиторія (споживачі) сприймає ту інформацію, яку компанія хоче їй передати, формуючи цим позитивний імідж бренду серед клієнтів [3].

Для салону краси "Блават" було проведено комплексну роботу з розробки фірмового стилю, щоб створити привабливий та індивідуальний образ бренду.

У роботі розглядається процес розробки фірмового стилю для салону краси, його складові та особливості впровадження.

Процес розробки фірмового стилю включає наступні етапи.

1. Аналіз ринку та аудит бренду: Визначення цільової аудиторії, аналіз конкурентів та вивчення особливостей бренду салону краси.

2. Створення концепції: Розробка концепції фірмового стилю, визначення основних ідей, цінностей та переваг бренду.

3. Розробка логотипу: Створення унікального логотипу, який відображає стиль та ідентичність салону краси.

4. Визначення кольорової палітри та шрифтів: Вибір кольорів, які відображають стиль та атмосферу салону, а також шрифтів, які будуть використовуватися в рекламних матеріалах.

5. Розробка дизайну рекламних матеріалів: Створення дизайну буклетів, візиток, рекламних листівок та інших матеріалів з урахуванням фірмового стилю.

Унікальний стиль та філософія салону краси "Блават", що ґрунтуються на українській культурі, передані через використання слова "Блават", яке означає волошку з південно-західного діалекту України. Аудит нашого бренду, визначення його сильних та слабких сторін, цільової клієнттури та основні цінності допомогло розробити концепція фірмового стилю.



Лого має збалансовану композицію та пропорції, що надає йому гармонійний вигляд і забезпечує легке сприйняття. Стилізований шрифту, який відображає назву бренду. Літери мають плавні криві та гармонійні пропорції, що надає їм витончений вигляд. Поєднання Attack Type TRIAL та Sitka у логотипі створює цікавий контраст між сучасністю та класикою.

З врахуванням всіх попередніх етапів був розроблений дизайн рекламних матеріалів: візитка, вивіска, сертифікат та інші матеріали. Все оформлено в єдиному стилі та відображає ідентичність нашого салону краси (рис. 1).



Рисунок 1 – Фірмовий стиль салону краси "Блават"

Важливим етапом також є впровадження фірмового стилю. Після розробки необхідно його впровадити в усі аспекти діяльності салону краси. Це включає в себе оновлення веб-сайту, заміну рекламних матеріалів, оформлення зовнішнього вигляду салону та інше. Важливо забезпечити однорідність та цілісність фірмового стилю на всіх носіях, що контактують з клієнтами [4].

Важливо ретельно працювати на кожному етапі розробки фірмового стилю та забезпечити його однорідність та цілісність. Ефективний фірмовий стиль організації стійко та надійно закріплюється на ринку, залучає клієнтів, споживачів і потенційних співробітників.

Список літератури

1. Вілер, А. (2020). Книга Ідентичність бренду. Базові рекомендації щодо створення фірмового стилю. Київ: КМ-Букс.
2. Ейрі, Д. (2016). Логотип та фірмовий стиль. Керівництво дизайнера. 2-е видання. Київ: ArtHuss.
3. Роулс, Д. (2020). Цифровой брендинг. Київ: Фабула.
4. Сінебок, А. (б. д.) Що таке фірмовий стиль і нащо він потрібен кожній компанії. <https://ideadigital.agency/blog/firmovij-stil/>.