



РОЗРОБКА РЕКЛАМНОЇ ПРОДУКЦІЇ ДЛЯ ФІТНЕС-КЛУБУ SPORT.ZONE

Бізюк А.В., к.т.н., професор, кафедра МСТ ХНУРЕ

Гричина А.П., студентка, кафедра МСТ ХНУРЕ

Сьогодні розвиток фітнес-індустрії характеризується наявністю і значним збільшенням кількості фітнес-клубів, розробкою фітнес-технологій та програм сімейного оздоровлення, адаптацією програм занять для конкретних груп населення (тобто, широка стратифікація), зближенням діяльності фітнес-клубів, медичних та соціально-психологічних установ, а найголовніше – залученням найширшого круга споживачів фітнес-послуг, що корелює із зміною стилю життя молоді і дорослого населення.

В цих умовах нагальним стає необхідність застосовувати сучасні технології як основної, так і супроводжувальної діяльності фітнес-клубу, зокрема, підготовку рекламних матеріалів. У вузькому сенсі це – розробка та підготовка до друку поліграфічної рекламної продукції для чіткого позиціонування власного обліку фірми.

Актуальність даного дослідження полягає в тому, що вірна на професійний погляд підготовка поліграфічної рекламної продукції із збереженням елементів фірмового стилю для чіткого позиціонування фітнес-клубу в череді конкурентів є одним з важливих чинників просування його на сучасному ринку товарів та послуг.

Об'єктом дослідження є комплект поліграфічної рекламної продукції (плакати, банери, листівки тощо) з елементами фірмового стилю фітнес-клуба.

Предметом дослідження є критичний аналіз та редизайн цих елементів з метою вдосконалення іміджу фітнес-клуба Sport.Zone.

Для досягнення поставленої мети визначені такі задачі.

1. Проведення аналізу рекламної поліграфічної продукції фітнес-напрямую з метою виявлення позитивних та негативних рис та тенденцій, вивчення зарубіжних та вітчизняних підходів до розробки елементів фірмового стилю.

2. Критичний аналіз наявної рекламної продукції фітнес-клуба Sport.Zone та визначення пропозицій щодо вдосконалення.

4. Аналіз та редизайн основних компонентів фірмового стилю фітнес-клуба Sport.Zone.

Практична значущість дослідження полягає в розробці і реалізації комплексу поліграфічної продукції з елементами фірмового стилю фітнес-клуба Sport.Zone (плакати, банери, листівки тощо).

Так, за рекомендаціями фахівців [1] головне завдання елементів фірмового стилю складається з наступних рис.

1. Ідентифікація. Фірмовий стиль дозволяє споживачеві візуально упізнати потрібний товар (фірму, послугу) за певними зовнішніми ознаками.



2. Довіра. Якщо споживач певним чином переконався в високій якості продукції (послуг), то довіра значною мірою поширюватиметься і на іншу діяльність компанії. Наявність фірмового стилю викликає довіру.

3. Реклама. Наявність фірмового стилю значно підвищує ефективність реклами. Окрім цього, усі об'єкти, що містять елементи фірмового стилю фірми, самі є рекламою.

Таким чином метою впровадження елементів фірмового стилю як обов'язкової складової рекламної продукції є закріплення в свідомості клієнтів позитивних емоцій, пов'язаних з оцінкою якості пропонованих послуг, високого рівня обслуговування, та забезпечення впізнаності фітнес-клубу у череді конкурентів.

Основними елементами фірмового стилю, які необхідно буде розглянути в рамках критичного аналізу, є:

- фірмовий знак (торгівельний знак, логотип);
- фірмовий шрифтовий напис (назва, логотип);
- фірмовий колір (кольори);
- фірмовий комплект шрифтів;
- фірмовий персонаж (цей пункт допоможе точніше визначити цільову аудиторію);
- інші фірмові константи [2].

Розроблені та вдосконалені протягом виконання дослідження елементи фірмового стилю допоможуть вирішити виявлені в ході ситуаційного аналізу проблеми і дозволять створити ефективний візуальний образ фітнес-клубу Sport.Zone.

Список літератури

1. Паблік рилейшнз для професіоналов / Г.Г. Почепцов, Ф.Г. Панкратов, Ю.К. Баженов и др. М: Рефл-бук, 2008. 629 с.
2. Уэллс У., Бернет Дж., Мориарти С. Реклама принципы и практика. М.: ОМЕГА-Л, 2010. 256 с.