

# ЗОНА ПчП

*Pro et contra, за и против. В этой рубрике, мы представляем мнения компаний-профессионалов и конечных заказчиков рекламного-сувенирного рынка по актуальным проблемам российского рынка деловых подарков и рекламных услуг.*

*Сегодня вашему вниманию предлагается полемика на тему «эксклюзивного» фирменного стиля и дизайна.*

*Елена Петушкова, директор по маркетингу, «Буквоед», Санкт-Петербург*

*Пожалуйста, расскажите, что такое «эксклюзивный» стиль и дизайн в Вашем понимании?*

Эксклюзивный стиль и дизайн – это стратегический инструмент бизнеса и может состоять из множества различных носителей. Люди мыслят словами, но любят, безусловно, глазами и только затем сердцем.

Прежде всего, эксклюзивный стиль и дизайн – это узнаваемость марки везде и всегда: в городе у коренных жителей и посетителей, внутри магазинов и торговых центров. Поэтому он напрямую связан с выбором места его размещения. Одним из основных пунктов является эмоциональность в оформлении, которое западает в душу.

*Чему призваны служить эксклюзивный стиль и дизайн в бизнесе?*

В разработке фирменного стиля мы различаем корпоративный и товарный брендинг. Так как именно различиями рынков «бизнес-бизнес» и «бизнес-потребитель» обусловлено такое деление и особенности разработки каждой системы коммуникаций. И один из наших основных принципов разработки фирменного стиля – это минимум средств при передаче максимума информации.

При выборе макетов дизайна, необходимо соблюдать ключевую линию и задачи, поставленные при разработке фирменного концепта, а впоследствии придерживаться ее во всем. Для нас первостепенной целью, которую должен выражать фирменный стиль, является идея развития интеллектуального бизнеса. И во всех элементах оформления, а также промо-сувенирах, которые мы используем, стараемся зашифровать метафору, что наши товары интеллектуально значимы. Применительно к книге, мы стараемся показать, что это и зало интеллектуального роста, и образование, и досуг. К примеру, эту идею мы обыгрываем на наших пакетах, где на обратной стороне размещен ребус и слоган - «Ключ к успеху». Этим мы стараемся отличаться от конкурентов. Также все наши подарки и призы – это продукты для ума, а не обыкновенные бытовые предметы.

*Какие составляющие эксклюзивного дизайна Вы можете назвать?*

Большое значение имеют стандарты дизайна логотипа и деловой документации, оформления рекламных материалов и вывесок, маркировки сувенирной и подарочной продукции, которые были приняты при создании имиджевой концепции. Соответственно, созданное решение должно быть интегрировано в элементы экстерьерного и интерьерного оформления пространства.

Основу нашего фирменного дизайна составляют цвета, и в выборе необходимо опираться на их психологическое воздействие на людей. Мы используем 2 основных цвета: красный – это цвет лидера, а зеленый располагает к спокойствию. Другой аспект – это демократичность стиля, открытость для потребителей, во внешнюю среду, во всех элементах, внутри и снаружи. Например, открытость в контактах, так как каждый заинтересованный человек может связаться даже с самим генеральным директором. Для этого на сайте помещен его мобильный телефон.

*Какие обязательства накладывает эксклюзивный дизайн на его компанию-обладателя?*

Рынок все время развивается, а конкуренты не спят. Компания-обладатель эксклюзивного дизайна должна понимать, что завоеванные позиции необходимо сохранять. После того как разработан визуальный бренд компании, необходимо развивать стиль дальше, доказывая, что готовы перерастать самих себя. Это одно из основных обязательств компании перед самой собой и перед клиентами.

Рекламные агентства и креативные студии не всегда в полной мере понимают нужды своих заказчиков, не переживают за них. Если компания действительно заинтересована в эксклюзиве, то рано или поздно у нее появится собственная дизайнерская группа, которая приступит к новым проектам. Так у нас все новые проекты, после того как мы отказались от дизайнерских услуг сторонней организации, будут выполнены в более сильной оформительской концепции.

*Слово  
конечного заказчика*

# Слово профессионала

*Полина Голик, руководитель отдела по работе с клиентами, дизайн-студия «Nature Creature», Санкт-Петербург*

*Пожалуйста, расскажите, что такое «эксклюзивный дизайн» в Вашем понимании?*

В моем понимании любой профессионально выполненный дизайн по своей сути изначально является эксклюзивным, так как в его основе лежат оригинальные идеи дизайнера и авторский материал, ведь любое дизайнерское решение отвечает индивидуальным пожеланиям заказчика. Однако зачастую недобросовестные дизайнеры в погоне за прибылью пренебрегают творческой составляющей процесса и используют шаблонные варианты. Здесь, конечно же, никакой речи быть не может об эксклюзивном дизайне, это скорее пускание пыли в глаза заказчику.

*Чему призван служить эксклюзивный дизайн и стиль в бизнесе вообще и в корпоративной культуре в частности?*

Ответ на этот вопрос можно найти в любом более или менее приличном учебнике по теории рекламы и Public Relations. Как правило, это однотипные суждения, смысл которых вкратце сводится к одному: дизайн должен быть не просто красивым воплощением идей заказчика, но в том числе, и эффективным инструментом для достижения конкретных целей компании. Таких целей, как идентификация фирмы среди ее целевой аудитории и качественное позиционирование рекламной политики компании в сравнении с решениями компаний-конкурентов.

**Дизайн-студия "Nature Creature"**  
Санкт-Петербург,  
ул. Варшавская, д.5, литера А  
(812) 369-11-60  
(812) 982-50-59  
8-921-863-97-63  
[www.naturecreature.ru](http://www.naturecreature.ru)

**ENG**

*Pro et contra. In this column we introduce the opinions of the companies and the clients of business souvenirs about current problems on the Russian market of business souvenirs and advertising service. Today we pay your attention to dispute on the topic of "exclusive" company style and design.*

*Какие составляющие эксклюзивного дизайна Вы можете назвать? Что отличает обычный корпоративный дизайн и стиль от эксклюзивного?*

Возвращаясь к первому вопросу, повторю, что эксклюзивная дизайнерская работа, будь то разработка фирменного стиля компании или создание дизайна полиграфической продукции, основывается на использовании оригинальных авторских идей и подразумевает под собой поиск самого выгодного решения для реализации поставленных задач. Главными составляющими в этом случае можно назвать нестандартный подход и отказ от бездумного копирования понравившихся заказчику элементов дизайна других компаний.

*Что дает и какие обязательства накладывает эксклюзивный дизайн на его компанию-обладателя?*

Прежде всего, стоит отметить, что любой профессионально выполненный дизайн действительно накладывает груз ответственности на руководство компании, ограничивая круг возможных схем реализации последующих идей относительно визуальной политики фирмы. Создавая дизайн-продукт, мы, безусловно, прислушиваемся к пожеланиям заказчика, но в то же самое время не исполняем личные прихоти президента фирмы или его помощников. Разработка фирменного стиля – это просчитанная работа, направленная на повышение статуса компании. Среди наших клиентов есть и крупные строительные фирмы, и частные стоматологические клиники, но мы никого из них не учим строить дома или лечить зубы. Мы предлагаем свежие дизайн решения и отвечаем за эффективность продукта, предложенного заказчику.

 **Spb PRomo**  
РЕКЛАМНОЕ АГЕНТСТВО ПОЛНОГО ЦИКЛА

**Рекламное агентство "Spb PRomo"**  
196084, Санкт-Петербург,  
ул. Цветочная 16, оф.428  
тел. (812) 702-27-18  
факс (812) 702-27-19  
моб. (812) 982-03-03  
[ra-promo@spbpromo.ru](mailto:ra-promo@spbpromo.ru)  
[www.spbpromo.ru](http://www.spbpromo.ru)