

Ковальчук И. Е., Зверко И. Е.

БРЕНДБУК КАК СРЕДСТВО ОПТИМИЗАЦИИ УСИЛИЙ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ ТОРГОВОЙ МАРКИ И УДЕРЖАНИЮ ЛИДЕРСКИХ ПОЗИЦИЙ НА РЫНКЕ

Республиканское унитарное предприятие «Белфармация», г. Минск

Брендбук (англ. brand book) — официальный документ компании, в котором описывается концепция бренда, атрибуты бренда, целевая аудитория, позиционирование компании и другие данные, которыми руководствуется отдел маркетинга и руководители бизнеса для построения коммуникации с потребителями и развития компании в целом. Кроме этого, брендбук содержит полное руководство по фирменному стилю, которое включает в себя подробное описание использования каждого фирменного элемента на различных носителях, как рекламных, так и корпоративных.

Корпоративная идентичность выражается в атрибутах корпоративного стиля. Корпоративный бренд связывается с названием компании и (или) его символом. Корпоративный дизайн наряду с корпоративной философией, корпоративной культурой и корпоративным поведением является одним из элементов корпоративной идентичности.

Понятие фирменного стиля появилось в начале XX века, когда количество компаний, работающих в одной области, критически возросло, и стала актуальной проблема их узнаваемости.

Корпоративный стиль разрабатывается на основе логотипа и фирменного знака. Вначале проводится общий анализ компаний, аналогичных той, которая заказала логотип или фирменный знак. Затем вычленяются отличительные особенности данной компании. После этого формируется идея «смыслового образа», который впоследствии станет основополагающим в фирменном стиле данной компании. В этот образ вкладываются не только графические элементы, но и психология продаж (например, агрессивный маркетинг) и географическое местоположение компании, социологические образы общественной среды. Затем разрабатывается логотип. В начале разработки определяются основные элементы: стилеобразующая идея, цветовая гамма, шрифты. Разрабатываются стандарты и рекомендации по нанесению корпоративной символики на носители стиля. После окончания работы по разработке стиля составляется руководство по его применению — логобук.

Запреты, встречающиеся в руководстве по корпоративному стилю:

- не изменять размер знака и логотипа по отдельности;
- не изменять расстояние между фрагментами фирменного блока;
- не использовать обведение по контуру;
- не изменять корпоративные цвета;
- не размещать фирменный блок на сложной текстуре;
- не размывать знак и логотип;
- не использовать затемнение;
- не заливать текстурой.

С учетом изложенных выше требований РУП «Белфармация» первым из предприятий «Фармация» с помощью профессиональной компании, занимающей лидирующее положение на рынке по созданию и продвижению брендов, в 2014 г. разработало собственный брендбук. На первом этапе с учетом современных требований был разработан фирменный блок, состоящий из знаковой части (крест сине-голубого цвета), шрифтовой и слогана (подстрочного элемента).

Дизайн логотипа выполнен в современном стиле с использованием традиционной медицинской символики. Знаковая часть логотипа представляет знакомый всем медицинский крест, который наглядно символизирует сферу деятельности предприятия. Неповторимость и демократический характер придает округленность углов знаковой части. Текстовая часть логотипов («Белфармация», «Аптэка») выполнена устойчивым округлым шрифтом, который удачно гармонирует со знаковой частью и при этом легко считывается. Использование зеленого и голубого цветов символизирует надежность и природную защиту, что соответствует основным атрибутам бренда.

Слоганом или рекламным девизом предприятия выбран «Рядом с Вами» (бел. «Побач з Вамі»).

В созданном логобуке указаны конструкция и пропорции логотипа, охранное поле и масштабирование, недопустимое (запрет) использование логобука, цветовые версии, фирменная цветовая гамма (фирменный колорит), корпоративная типографика, фирменный узор.

С использованием фирменных цветов и элементов логотипа разработаны: образцы спецодежды (халаты мужские и женские), макеты визитной карточки, бейдж сотрудника, фирменный конверт и открытка, календарь, пакет, папка для бумаги, блокнот, ежедневник, авторучки, настенные часы, зонт, корпоративный значок, флаг и вымпел, памятная медаль, Почетная грамота и диплом, фирменный диск. Созданы рекламный модуль для размещения в цветной, черно-белой газете и полноцветном журнале, а также баннеры для интернета. На основе стилизирующих элементов для оформления аптеки выполнены эскизы оформления витрин, рубрикатор товаров, дизайн вывески о режиме работы и др.

Сегодня на предприятии в едином корпоративном стиле оформляются новые аптеки, специалисты аптек обеспечены фирменными халатами, коллективы победители и работники награждаются фирменными Почетными грамотами, дипломами.

Для привлечения покупателей в аптеки РУП «Белфармация» разработаны с использованием элементов логобука рекламные материалы для размещения в транспорте (наземном, подземном и воздушном), периодических и специализированных изданиях, билбордах, световых панно в аптеках. Фирменный флаг предприятия белорусской полярной экспедицией установлен на Южном полюсе.

Таким образом, РУП «Белфармация» активно использует элементы логотипа для построения коммуникации с партнерами и развития предприятия в целом.