

ВИКОРИСТАННЯ ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ У ПРОСУВАННІ АГРОБРЕНДА НА ВІТЧИЗНЯНОМУ РИНКУ

Михайлова А.В., гр. ПМ-18

Науковий керівник – д-р екон. наук, проф. Н.Л. Савицька
Харківський державний університет харчування та торгівлі

Агробізнес – важливий елемент економічної системи будь-якої країни. Від ефективності діяльності підприємств – виробників сільськогосподарської продукції безпосередньо залежить якість життя населення. За умов високої конкуренції ці підприємства повинні постійно впроваджувати нові технології вирощування та переробки сільськогосподарської сировини, сучасне обладнання, сучасні форми управління тощо. З іншого боку, для того щоб домогтися максимального просування своєї продукції, необхідною умовою є впізнаваність підприємства. Ця проблема вирішується наявністю добре організованої реклами з використанням власного агробренда.

Для розробки свого власного агробренда використовується графічний дизайн. Він допомагає створити стильний, лаконічний, впізнаваний фірмовий стиль для підприємства. Для ПрАТ «Чугуївський агротехсервіс», діяльність якого пов'язана із зерновими, бобовими та олійними культурами, нами було розроблено елементи брендбуку: 1) власний логотип; 2) торгова марка; 3) фірмовий шрифт; 4) фірмові кольори; 5) візитні картки; 6) фірмові бланки; 7) бейдж; 8) сувенірна продукція (блокноти, кулькові ручки, магніти, наклейки, фірмовий пакет тощо); 9) фірмове брендуння авто; 10) дизайн вебсайта; 11) дизайн інтер'єру (зокрема використання фірмових кольорів); 12) зовнішня реклама (банери); 13) press-wall; 14) шаблон для соціальних мереж; 15) шаблон для заповнення презентації; 16) фірмова уніформа для робітників.

Брендбук – офіційний документ компанії, в якому описується концепція бренду, його атрибути, цільова аудиторія, позиціонування компанії та інші дані, якими керується відділ маркетингу для побудови комунікації зі споживачами та розвитку компанії в цілому. Під час прийому на роботу кожен кандидат має ознайомитися з історією створення фірми та концепцією бренду.

Таким чином, графічний дизайн є важливим елементом просування будь-якої компанії, у тому числі сфери агробізнесу, оскільки через фірмовий стиль та фірмові елементи фірма стає впізнаваною, а популярність її продукції зростає у покупців.