

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
СУМСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ІНОЗЕМНОЇ ФІЛОЛОГІЇ ТА СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ

Кафедра журналістики та філології

**ПРОЕКТ БРЕНДБУКУ ДЛЯ ОНЛАЙН-МАГАЗИНУ ДИТЯЧИХ
ОРГАНІЧНИХ ІГРАШОК «ORGANIC TOYS»
A brandbook project for the retailer website of children organic toys «Organic
Toys»**

Кваліфікаційна робота
освітнього ступеня «бакалавр»
студента спеціальності «Журналістика»,
освітньої програми «Реклама і зв'язки з
громадськістю»,
групи ЖТ-62(рк)
Діденко Юлії Олегівни

Науковий керівник –
Ковальова Тетяна Вікторівна,
доцент, кандидат наук із соціальних
комунікацій

Суми 2020

Бібліографічний опис

Діденко, Ю. О. Проект брендбуку для онлайн-магазину дитячих органічних іграшок «ORGANIC TOYS» [Текст]: робота на здобуття кваліфікаційного ступеня бакалавр; спец.: 061 – журналістика / Ю. О. Діденко; наук. керівник Т. В. Ковальова. – Суми: СумДУ, 2020. – 42 с.

У роботі на основі вивчення специфіки розроблення фірмового стилю бренду та корпоративної айдентики розглядаються особливості підготовки власного творчого проекту, створення брендбуку для онлайн-магазину дитячих органічних іграшок «ORGANIC TOYS».

Ключові слова: бренд, брендбук, фірмовий стиль.

ЗМІСТ

I. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА	4
ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1. МОНІТОРИНГ ДІЯЛЬНОСТІ КОНКУРЕНТІВ	6
РОЗДІЛ 2. СПЕЦИФІКАЦІЯ ПРОЕКТУ	11
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	15
II. ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПРОДУКТ	17
ВИСНОВКИ	41

І. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

ВСТУП

На сьогодні існує велика кількість брендів, які хочуть утримати увагу споживачів і бути конкурентноспроможними на ринку. Вони бажають стати впізнаваними для аудиторії та особливими серед конкурентів, щоб споживач обрав саме їхню продукцію чи сферу послуг.

Для того, щоб бренд став популярним, потрібно визначити його особливості та корпоративну політику, встановити основні принципи та цілі, зрозуміти суть бренду та дотримуватися його основних засад. Важливим елементом, що може посприяти впізнаваності бренду є корпоративна книга – брендбук. Він має бути у кожній компанії, яка хоче справити позитивне враження на реципієнта бренду.

Брендбук допомагає ідентифікувати імідж компанії, є фундаментом, який створює візуальний образ. Найважливіше в процесі створення брендбуку – концептуальна ідея і її чітке втілення.

Ціллю брендбуку є знайомство з компанією, перш за все, для працівників, адже успіх того чи іншого бренду на пряму залежить від роботи колективу. Брендбук – це важливий інструмент, на його основі складається враження про бренд. Він має бути унікальним та креативним, адже від того, що закладено в основу бренду, залежить його подальший розвиток, впізнаваність та популярність.

Вивченням проблематики цієї теми займалися такі науковці: Глазкова Е. Р., Гніденко М. С., Головльова О. Л., Колесніков В. В. та інші.

Мета бакалаврської роботи – створити проект брендбуку для онлайн-магазину органічних іграшок для дітей «Organic Toys».

Для досягнення поставленої у роботі мети необхідно виконати такі **завдання:**

- проаналізувати та виокремити важливі аспекти обраної теми: поняття та

складові брендбуку;

- провести моніторинг основних конкурентів та обґрунтувати успішність нового бренду;

- обґрунтувати специфіку власного творчого проекту;

- з'ясувати переваги та недоліки нашого бренду;

- розробити дизайн фірмових елементів;

- створити брендбук.

Практичне значення результатів роботи. Результати роботи можуть бути використаними для створення позитивного іміджу та збільшення впізнаваності серед цільової аудиторії. Також дослідження може бути застосованим для виведення бренду органічних іграшок для дітей «Organic Toys» на конкурентноспроможний рівень.

Структура: кваліфікаційна бакалаврська робота складається із пояснювальної записки, до якої входять вступ, два розділи; списку використаних джерел; інформаційного продукту; висновків до роботи.

РОЗДІЛ 1

МОНІТОРИНГ ДІЯЛЬНОСТІ КОНКУРЕНТІВ

Для створення успішного бренду потрібно дослідити ринок товарів чи послуг, які наближені до вашої компанії. Це допоможе врахувати позитивні та негативні сторони конкурентів, створити свій унікальний стиль, відмінний від інших.

Для аналізу було обрано п'ять популярних українських онлайн-магазинів дитячих іграшок. Дослідження проводилося в декілька етапів. Потрібно було дослідити особливості, врахувати недоліки та порівняти проаналізовані ресурси з нашим магазином.

СОРОКА ВОРОНА



Рис. 1.1. Логотип **СОРОКА ВОРОНА**

Особливості онлайн-магазину: на сайті зазначено, що представники магазину самі граються іграшками, які продають, самостійно фотографують увесь товар та викладають фото без обробки, тому можна побачити фото вживу, а не рекламні картинки. Якщо фото буде мало, клієнту можуть надіслати відео того товару, яким зацікавився споживач. Ввесь товар завжди є в наявності.

Магазин працює швидко, про статус замовлення можна дізнатися з смс-повідомлення. Є магазин в Одесі.

Сайт: <https://sorokavorona.com.ua/>

БУДИНОК ІГРАШОК



Рис. 1.2. Логотип **БУДИНОК ІГРАШОК**

«Будинок Іграшок – найбільша українська мережа магазинів іграшок. Наша мета – дарувати, дивувати і трішечки дуріти, наповнюючи життя позитивними емоціями» [9].

Особливості: магазин працює не тільки онлайн, а й має представництва у великих містах України. Співпраця з різноманітними брендами, великий асортимент. Штат співробітників – 650 осіб. Проводяться різноманітні заходи для дітей та акції. Створено YouTube-канал з розпакуванням іграшок.

Сайт: <https://bi.ua/ukr/company/about/>

SMART TOYS



Рис. 1.3. Логотип **SMART TOYS**

«Розумна іграшка – розумні діти – девіз, який визначає філософію компанії» [10].

Особливості: магазин постійно відслідковує актуальні новинки на світовому ринку іграшок. Спеціалізується на іграшках, які розвивають розумовий та творчий потенціал дитини. Персональний менеджер допоможе обрати потрібний товар і буде супроводжувати покупця онлайн від першого дзвінка чи повідомлення. Уся продукція сертифікована та має найвищі показники якості.

Сайт: <https://smarttoys.com.ua/company/about/>

ІГРОТЕКА



Рис. 1.4. Логотип ІГРОТЕКА

Особливості: головним пріоритетом для магазину є наявність товару на складі. Замовлення можна здійснювати цілодобово. Магазин пропонує тільки ті товари, що є в наявності, таким чином, покупець може зекономити час та точно знати, що обраний товар можна замовити просто зараз. Можна придбати не тільки іграшки, а й інші дитячі товари різних виробників. Можна здійснити покупку оптом. На сайті магазину показано товари, які користуються найбільшим попитом, це дає змогу новим покупцям знайти цікавий та перевірений товар для своєї дитини.

Сайт: <https://igroteka.ua/ua/>

SHARA TOYS



Рис. 1.5. Логотип **SHARA TOYS**

Особливості: іграшки, які пропонує магазин допоможуть дітям розвиватися та пізнавати світ. При відвідуванні сайту з'являється онлайн-помічник, яким може відповісти на будь-яке запитання, що цікаве покупця. Великий асортимент, дитячі товари різної специфікації. Ціль магазину – дарувати дітям позитивні емоції. Є доставка кур'єром.

Сайт: <https://sharatoys.com.ua/ua/>

Загальний аналіз конкурентів

Переваги: майже всі досліджувані онлайн-магазини мають широку спеціалізацію, вони пропонують не тільки іграшки, а й інші дитячі товари, є доставка, а в деяких – і магазини в містах України. Співпрацюють з багатьма виробниками, мають різноманітні гарантії якості.

Недоліки: широка спеціалізація не дозволяє зробити акцент на якомусь певному товарі. Матеріали, які використано для вироблення товарів, завжди не екологічні і мають сертифікати якості, тому можуть завдати шкоди дитині. Товари, що вироблено з пластмаси шкодять навколишньому середовищу, довго розкладаються.

Аналіз нашого бренду на основі аналізу конкурентів

Онлайн-магазин дитячих органічних іграшок «Organic toys» виділяється з проаналізованих магазинів, адже спеціалізується винятково на дитячих іграшках, тому може приділити увагу кожній, навіть найменшій іграшці. Вся продукція виробляється саме нашим брендом, ми відповідаємо за якість кожної іграшки. Матеріали, які використовуються при виробництві – органічні, вони є безпечними для дітей та не шкодять навколишньому середовищу.

РОЗДІЛ 2

СПЕЦИФІКАЦІЯ ПРОЕКТУ

Organic Toys – бренд органічних іграшок для дітей з натуральних матеріалів, які не нашкодять малюкам. Усі іграшки створено з ретельно перевірених та нешкідливих матеріалів, щоб все було якісно і бездоганно. Бо дитяча безпека – перш за все.

Цінності бренду:

- Міцність;
- Надійність;
- Якість.

Переваги:

- Продукція зроблена з натуральних матеріалів;
- Не містить шкідливих речовин;
- Довговічні іграшки, їх не можна зламати випадково.
- Не шкодять навколишньому середовищу.

Недоліки:

- Невпізнаність;
- Конкуренція;
- Відсутність брендбуку;

Цільова аудиторія:

Демографічні характеристики:

- Батьки та діти.
- Вік: 0-12

Представники цільової аудиторії – батьки. Для них є важливою безпека їхніх дітей, тому вони обирають продукцію з екологічних матеріалів бренду «Organic toys», щоб убезпечити дітей від неякісних та шкідливих іграшок.

Фірмові шрифти:

1. Thin skinned

Декоративний шрифт використовується в логотипі та рекламі. Шрифт без засічок, він не має гострих кутів, видовжений та простий.

2. **Xarrovv**

Шрифт використовується в рекламній продукції та документації. Без засічок, має дещо згладжену форму.

Фірмові кольори:

«Фірмова колірна гамма - додає індивідуальність образу фірмового стилю, робить його принаднішим, таким, що легко запам'ятовується, надає емоційну дію» [6].

Для фірмового стилю бренду було обрано три фірмові кольори:

Фіолетовий – колір загадковості, креативності, таємничості. Також цьому кольору надають перевагу творчі люди, які шукають нові ідеї всередині себе, адже фіолетовий колір пов'язаний з підсвідомістю.

Коричневий – колір символізує міцність, надійність, якість. Люди не байдужі до відтінків коричневого цінують комфорт, простоту, гармонію і домашнє вогнище.

Жовтий – символізує оригінальність, оптимістичність, активність. «Цей колір також символізує радість, теплоту та надію. Психологи рекомендують фарбувати аудиторії та класи у відтінки жовтого. В такому приміщенні учні і студенти краще сприймають і запам'ятовують інформацію та складають іспити на високі бали» [17].

Логотип:

«Логотип – графічний або текстовий символ, який представляє якийсь конкретний суб'єкт або об'єкт, наприклад – компанію, організацію, приватну особу або продукт» [5].

Логотип складається з назви та знаку - пірамідки, виготовленої з дерева і пофарбованої різними кольорами. Саме така іграшка була в дитинстві багатьох поколінь. Цим бренд хоче донести батькам нашого часу, що потрібно обирати іграшки, які перевірено роками.

Слоган:

Organic Toys – разом через роки. Цією фразою можна вдало поєднати головні переваги компанії, щоб споживач розумів високий рівень надійності та якості продукції бренду.

Корпоративний герой:

«Корпоративний герой – особливий елемент бренду, візуальний образ, істота або живий реальний персонаж, який використовується для персоніфікації корпоративного стилю. Він сприяє впізнаваності бренду та створює «обличчя» підприємства» [7].

Мімі – зайчик-помічник. Таке ім'я обрано для того, щоб дітям було легко запам'ятати і вимовляти. Герой милий та маленький. Він допоможе малюкам швидше розібратися з іграшкою.

Візитка:

Для створення візитки було використано допоміжні кольори бренду – зелений та білий. На лицьовій частині зображено корпоративного героя та назву магазину. На зворотному боці – слоган бренду та контактна інформація, а саме: номер телефону, Instagram, адреса магазину.

Дизайн упаковки:

Оскільки іграшки мають різні розміри та форми, то є два варіанта упаковки:

- Крафтовий пакет з логотипом;
- Крафтова коробка з логотипом і слоганом.

Блокнот:

Блокнот білого кольору, на ньому зображено логотип бренду: іграшкова пірамідка з додатковими графічними елементами та назвою.

Чохол:

Чохол на телефон має привертати увагу, тому було прийнято рішення розмістити на ньому логотип, адже він найкраще може охарактеризувати бренд. Його зображено на темному фоні.

Чашка:

На чашці зображено фірмовий елемент бренду – один із стікер-героїв, який умовно тримає над собою назву бренду. Під ним зображено частину слогану: разом через роки, це підкреслює довговічність товарів, які виробляє наш бренд.

Світшоти:

Було створено два варіанти світшотів:

1. Зображення стікер-героя та назви бренду. Колір світшота – білий.
2. Зображення корпоративного героя та назви бренду. Колір світшота – білий.

Футболки:

Футболки створено в двох варіаціях:

1. Зображення корпоративного героя та назви бренду.
2. Зображення двох стікерів та назви бренду.

Обидві футболки білого кольору.

Автомобіль:

Для оформлення приватного авто використано градієнтні елементи, які переходять із жовтого кольору в зелений. Колір самого автомобіля – білий. Для привернення уваги цільової аудиторії було розміщено фірмові елементи бренду та контактна інформація для зворотного зв'язку.

Маршрутне таксі:

Було обрано маршрутне таксі білого кольору. Для брендуння використано динамічне градієнтне заповнення деяких частин маршрутного таксі. Зображено фірмові елементи, а саме: графічний знак, назва бренду, слоган, контактна інформація та фірмові стікери.

Стікери:

Для того, щоб бренд сприймався краще, було розроблено три варіанти стікерів. Стікери створені з елементів логотипу: пірамідки, зірочки, сердечка. Їх «оживили» та додали їм емоцій. Тепер вони посміхаються представникам цільової аудиторії і нагадують про бренд.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Брендбук. Розробка брендбуку [Електронний ресурс] // Artnet. – Режим доступу до ресурсу: <https://artnet.ua/ua/brendbuk/>
2. Брендкування транспорту [Електронний ресурс] // Uninvest. – Режим доступу до електронного ресурсу: https://rpk.uninvest.ua/ua/produkcija/naruzhnaya_reklama/brendirovanie-transporta/
3. Девід Эйри. Логотип и фирменный стиль. Руководство дизайнера. – СПб.: Питер, 2011. – 208 с.
4. Ельбрюнн Б. Логотип / Бенуа Ельбрюнн. – СПб. : Видавничий дім «Нева», М. : «ОЛМА-ПРЕСС Інвест», 2003. – 127 с.
5. Іванов А. В. Реклама. Гра на емоціях / А. В. Іванов, 2-е вид., доп. – М.: Паблішер, 2016. – 256 с.
6. Логотип [Електронний ресурс] // Wikiwand. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.wikiwand.com/uk/%D0%9B%D0%BE%D0%B3%D0%BE%D1%82%D0%B8%D0%BF>
7. Підсумки конкурсу «Створи корпоративного героя Укрпошти» [Електронний ресурс] // Укрпошта. – Режим доступу до ресурсу: <https://ukrposhta.ua/pidsumki-konkursu-stvori-korporativnogo-geroya-ukrposhti/>
8. Розробка фірмового стилю: основні етапи та елементи [Електронний ресурс] // Gold web solutions. – Режим доступу до ресурсу: <https://goldwebsolutions.com/uk/blog/rozrobka-firmovogo-stilyu-osnovni-etapi-ta-elementi/>
9. Сайт будинку іграшок [Електронний ресурс] // Будинок іграшок. – Режим доступу до ресурсу: <https://bi.ua/ukr/company/about/>
10. Сайт Smart Toys [Електронний ресурс] // Smart Toys. – Режим доступу до ресурсу: <https://smarttoys.com.ua/company/about/>
11. Створення брендбуку [Електронний ресурс] // Brandme. – Режим

доступу до ресурсу: <https://brandme.in.ua/dizayn-brendbuk/>

12. Сьомкін В. Дизайн. Тенденції та напрямки розвитку: монографія / В.В.Сьомкін. – К.: Альтерпрес, 2009. – 523 с.

13. Топчій Н. Фірмовий стиль як засіб ідентифікації компанії [Електронний ресурс] / Наталія Топчій // Центр Міжнародного наукового співробітництва ТК "МЕГАНОМ". – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <https://int-konf.org/ru/2013/suchasnist-nauka-chas-vzaemodiya-ta-vzaemovpliv-18-20-11-2013-r/609-topchij-n-firmovij-stil-yak-zasib-identifikatsiji-kompaniji>

14. Фірмовий стиль [Електронний ресурс] // Український рекламний дім. – Режим доступу до ресурсу: <https://urd.com.ua/ua/dyzain/firmovyi-styl>

15. Фірмовий стиль: навч.-методичний комплекс/ Є.А.Антонович, А.Б.Максимова; за наук. ред. проф. Є.А.Антоновича. – К. : НАКККіМ, 2012. – 48 с.

16. Фірмові шрифти [Електронний ресурс] // Елементи фірмового стилю. – Режим доступу до ресурсу: <http://fishka-plus.com.ua/blog/elementy-firmovogo-stylju.html>

17. Що означає жовтий колір та як він впливає на людину [Електронний ресурс] // Вуха.info. – Режим доступу до ресурсу: <https://vuha.info/taemniche/sho-oznachae-zhovtiy-kolir>

18. Як вибрати колір логотипу: Посібник для початківців [Електронний ресурс] // Продизайн. – Режим доступу до ресурсу: <https://prodesign.in.ua/about/>

19. Як визначити основні цінності вашого бренду (і чому варто це зробити) [Електронний ресурс] // Envatotuts. – Режим доступу до ресурсу: <https://business.tutsplus.com/uk/tutorials/how-to-define-your-core-brand-values-and-why-you-should--cms-26301>

20. Як придумати рекламний слоган [Електронний ресурс] // Marketer. – Режим доступу до ресурсу: <https://marketer.ua/ua/how-to-come-up-with-an-advertising-slogan/>

II. ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПРОДУКТ
БРЕНДБУК ДЛЯ ОНЛАЙН-МАГАЗИНУ ДИТЯЧИХ ОРГАНІЧНИХ
ІГРАШОК «ORGANIC TOYS»



ПРО НАС

Organic Toys – бренд органічних іграшок для дітей з натуральних матеріалів, які не нашкодять малюкам. Ми ретельно підбираємо та перевіряємо матеріали, коли створюємо іграшки, щоб все було якісно і бездоганно. Бо дитяча безпека – перш за все!

МІСІЯ

Створювати безпечні та цікаві іграшки для дітей, щоб обезопасити їх і подарувати позитивні емоції

ВІЗІЯ

Відкрити мазагини нашого бренду по всьому світу

ЦІННОСТІ

ПОЗИТИВНІ ВРАЖЕННЯ

- Міцність;
- Надійність;
- Якість

Разом з «Organic toys»
можна пройти через
роки та покоління

ДЕВІЗ

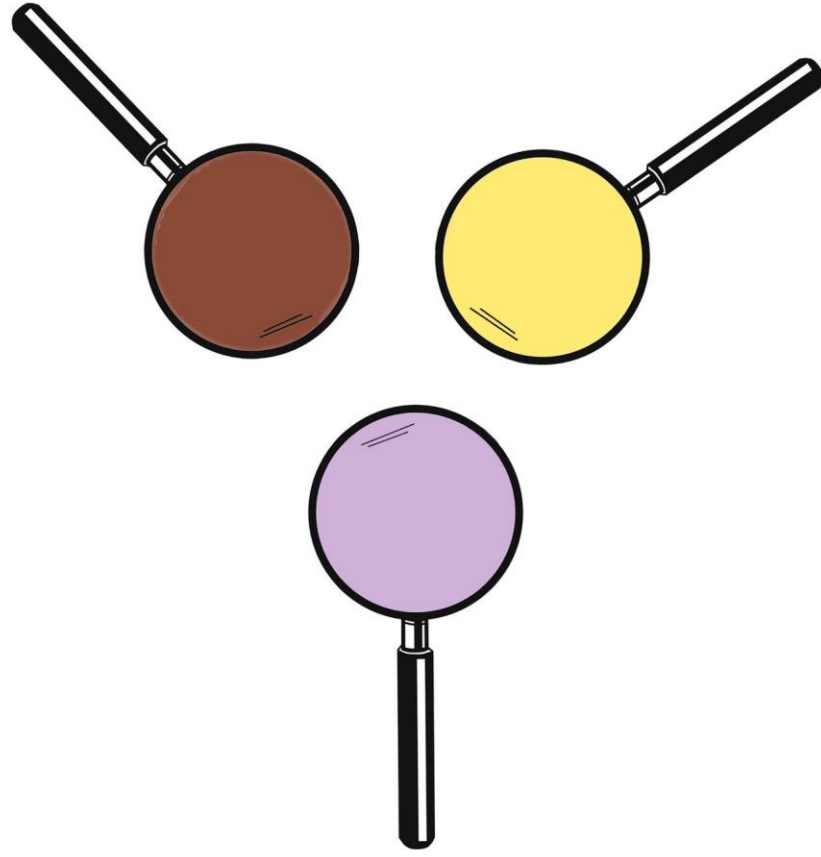
Безпека дитини - понад усе!

ФІРМОВІ ШРИФТИ

A B C D E F G H I J K L M
 N O P Q R S T U V W X Y Z
 A B C D E F G H I J K L M
 N O P Q R S T U V W X Y Z
 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
 . , □ □ () ' " / \ : ;
 А Б В Г Д Е Ё Ж З И Й К Л
 М Н О П Р С Т У Ф Х Ц Ч Ш
 Щ Ъ Ы Ь Э Ю Я
 А Б В Г Д Е Ё Ж З И Й К Л
 М Н О П Р С Т У Ф Х Ц Ч Ш
 Щ Ъ Ы Ь Э Ю Я

A B C D E F G H I J K L M
 N O P Q R S T U V W X Y Z
 a b c d e f g h i j k l m
 n o p q r s t u v w x y z
 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
 . , ! ? () ' " / \ : ;
 А Б В Г Д Е Ё Ж З И Й К Л
 М Н О П Р С Т У Ф Х Ц Ч Ш
 Щ Ъ Ы Ь Э Ю Я
 а б в г д е ё ж з и й к л
 м н о п р с т у ф х ц ч ш
 щ ъ ы ь э ю я

ФІРМОВІ КОЛЬОРИ



#7B4C3C

RGB (123,76,60)

CMYK (34%,67%,72%,44%)

#C5AFD5

RGB (197,175,213)

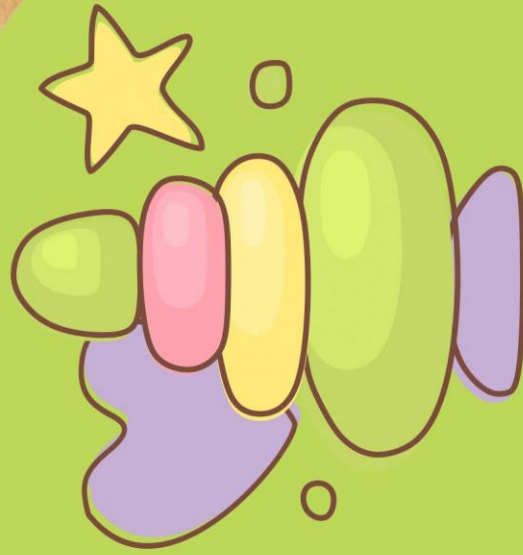
CMYK (27%,35%,0%,0%)

#FFE97A

RGB (255,233,122)

CMYK (2%,5%,63%,0%)

ЛОГОТИП

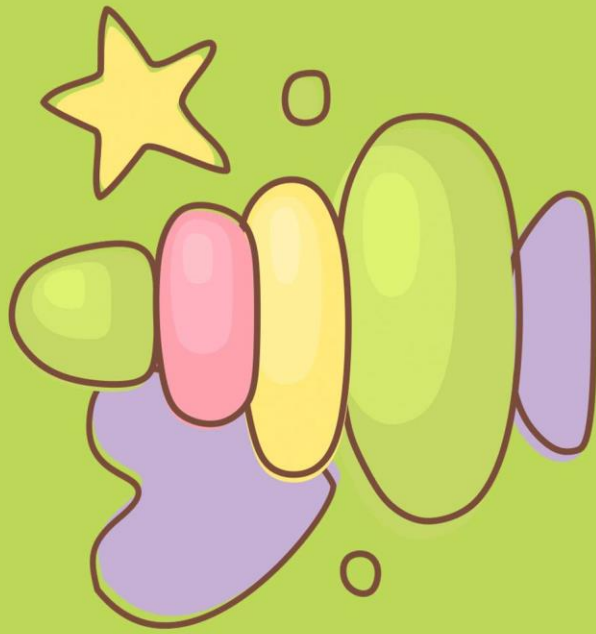


ORGANIC TOYS

8

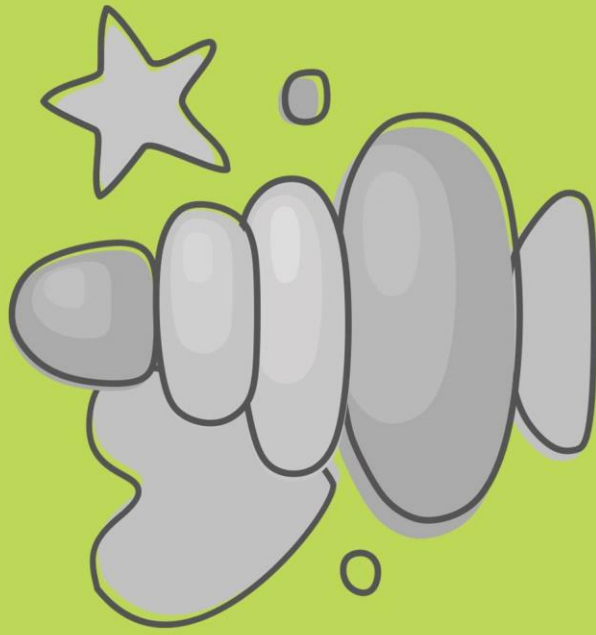
Логотип складається з назви, знаку - пірамідки, виготовленої з дерева і пофарбовану різними кольорами. Саме така іграшка була у наших батьків. Цим ми хочемо донести батькам нашого часу, що потрібно обирати іграшки, що перевірено роками

ЛОГОТИП



ORGANIC TOYS

ЛОГОТИП Ч/Б

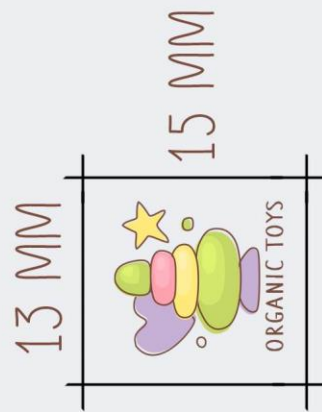
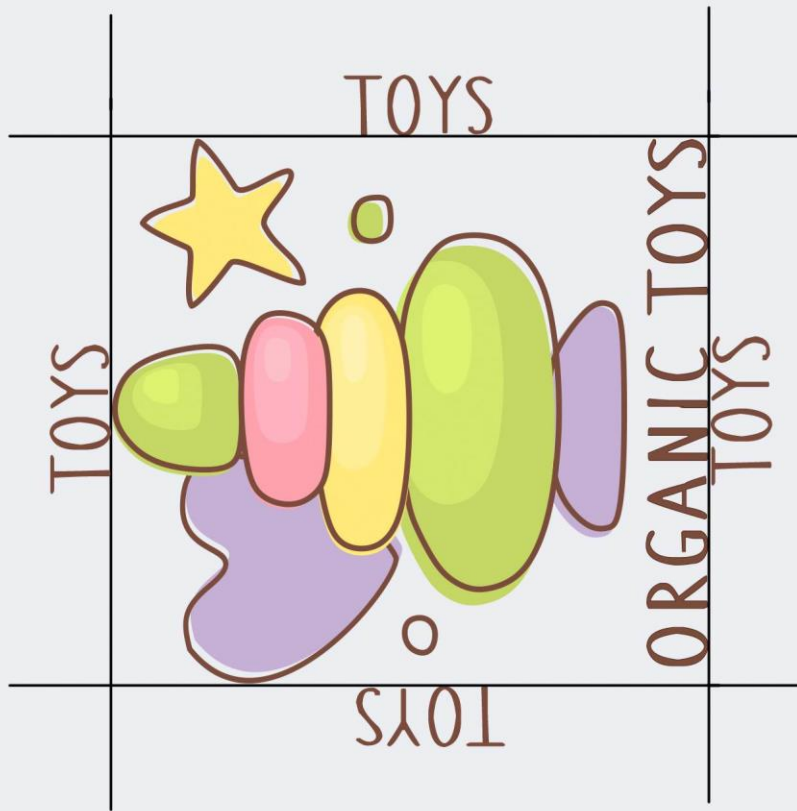


ORGANIC TOYS

The diagram illustrates three design options for a toy, each shown in a flat state and a folded state. A diagonal line separates the flat and folded versions. The text 'ORGANIC TOYS' is printed on the toy's base in all versions.

- Option 1 (Left):** Flat state on a light blue background with a checkmark (✓). The folded state is on a light brown background with a checkmark (✓).
- Option 2 (Middle):** Flat state on a light blue background with an X (✗). The folded state is on a light purple background with an X (✗).
- Option 3 (Right):** Flat state on a light blue background with an X (✗). The folded state is on a light purple background with an X (✗).

10



ЗАХИСНЕ ПОЛЕ

МІНІМАЛЬНИЙ РОЗМІР

ВІЗИТКА



МАГАЗИН ДИТЯЧИХ
ОРГАНІЧНИХ ІГРАШОК
«ORGANIC TOYS»

Organic Toys – разом через роки!



(095)-23-75-256



organictoys



м. Суми, вул. Миру, 25

ФІРМОВИЙ БЛАНК



Магазин органічних іграшок для дітей
«ORGANIC TOYS»
М. Суми, вул. Миру, 25
(095)-23-75-256



Магазин органічних іграшок для дітей
«ORGANIC TOYS»
М. Суми, вул. Миру, 25
(095)-23-75-256

УПАКОВКА



БЛОКНОТ



40x0J



ЧАШКА



17

СВІТШОТИ



ФУТБОЛКИ



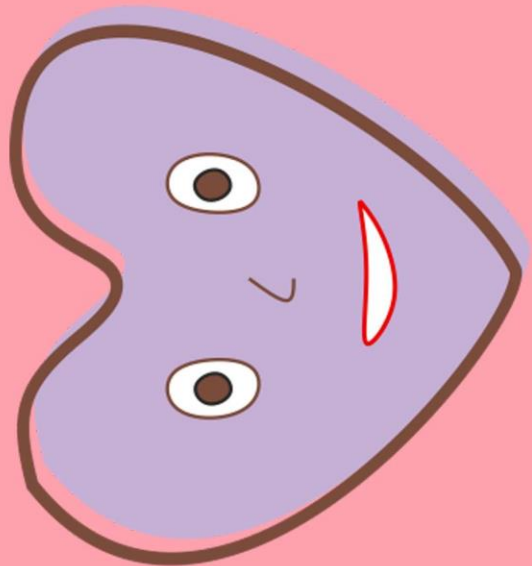
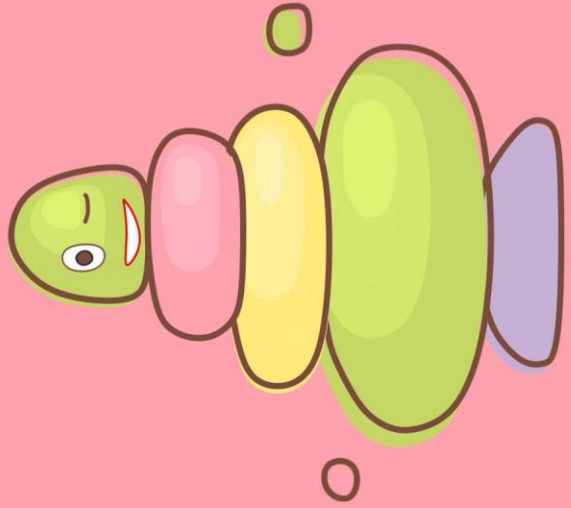
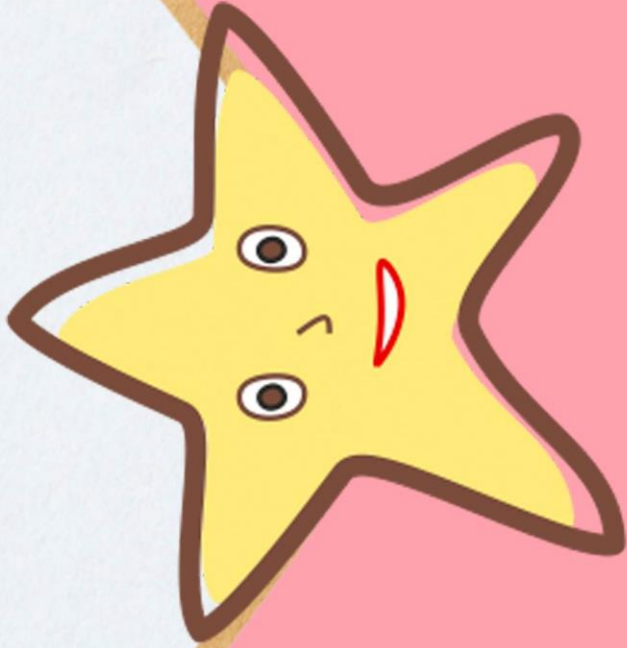


АВТОМОБИЛЬ

МАРШРУТНЕ ТАКСИ



СТИКЕРИ



ЗМІСТ

ПРО НАС	2
МІСЯ. ВІЗІЯ	3
ЦІННОСТІ. ПОЗИЦІОНУВАННЯ	4
ДЕВІЗ	5
ФІРМОВІ ШРИФТИ	6
ФІРМОВІ КОЛЬОРИ	7
ЛОГОТИП	8
ВІЗИТКА	12
ФІРМОВИЙ БЛАНК	13
УПАКОВКА	14
БЛОКНОТ	15
ЧОХОЛ	16
ЧАШКА	17
СВІТШОТ	18
ФУТБОЛКА	19
АВТОМОБІЛЬ	20
МАРШРУТКА	21
СТІКЕРИ	22

ORGANIC TOYS

2020

ВИСНОВКИ

Брендбук – це важлива складова кожного бренду, яка потребує ретельної розробки. Нами було приділено увагу найменшим дрібницям, адже саме вони можуть стати вирішальними у сприйнятті бренду реципієнтами. Також ми продумали концепцію фірмового стилю. Адже фірмовий стиль потрібен для того, щоб бренд при оприлюдненні в інформаційному просторі привернув до себе увагу споживачів і став конкурентноспроможним. Тому розробка власного брендбуку є необхідною.

Для створення успішного бренду нами було досліджено ринок товарів і послуг, наближених до нашої компанії. Для аналізу нами було обрано п'ять популярних українських онлайн-магазинів дитячих іграшок. Проведений моніторинг дозволив врахувати позитивні та негативні сторони конкурентів при створенні унікального стилю бренду, відмінного від інших.

Створений нами брендбук потрібен, перш за все, працівникам бренду, щоб вони дізналися про нього зсередини та зрозуміли всі основні його принципи, цінності та корпоративні елементи, адже це важливо у роботі усєї компанії.

Ми обрали два головних шрифти, щоб підкреслити унікальність продукції:

1. Thin skinned – декоративний шрифт, використовується в логотипі та рекламі.
2. Хартов – шрифт, який використовується в документації та рекламній продукції.

Запропоновано три фірмових кольори: фіолетовий, коричневий, жовтий.

Саме ці кольори найбільш гармонійно підходять бренду і підкреслюють органічність складових компонентів продукції.

Обраний нами логотип – дитяча іграшка-пірамідка, яка є майже в кожній дитини, цим наш бренд стає ближчим до споживача. Назва бренду розміщена під графічним знаком. Запропонований слоган підкреслює та характеризує основні цінності бренду.

Корпоративного героя було розроблено для того, щоб швидше відкласти в пам'яті потенційного споживача. Він буде пояснювати дітям, як користуватися іграшкою.

Варіації упаковки продукту:

1. Крафтовий пакет з логотипом.
2. Крафтова коробка з логотипом та слоганом.

Створено брендovanу сувенірну продукцію, яка має привернути увагу цільової аудиторії та потенційних споживачів бренду. Розроблено: блокнот, чохол для телефону, чашку, світшоти, футболки.

Розроблено фірмовий бланк та двосторонню візитку.

Запропоновано стікер-пак, який створено з графічних елементів логотипу. Стікери посміхаються та мають позитивно вплинути на споживачів. Їх було розроблено з метою кращого запам'ятовування бренду.

Використано рекламу на автомобілях. «На відміну від стандартних білбордів або сіті-лайтів, брендований автомобіль знаходиться в русі і привертає до себе значно більше уваги як динамічний рекламоносій» [2]. Обрано приватне авто та маршрутне таксі. Створено концепт брендуння фірмовими елементами, щоб вивести новий бренд на ринок та зробити впізнаваним потенційними реципієнтами.

Таким чином, розробка корпоративного стилю сприятиме формуванню позитивного іміджу компанії, просуванню її на ринку, а також виявленню інтересу до продукції чи послуг фірми споживачами. Завдяки чітко продуманим елементам брендбуку, бренд органічних дитячих іграшок «Organic Toys» має позитивно себе зарекомендувати, об'єднати колектив та працювати на покращення загального іміджу бренду. Брендбук містить унікальні елементи фірмового стилю з врахуванням побажань батьків та задовольняють потреби маленьких клієнтів.