

Шаура А. Ю., магістр, Тищенко В. П., професор

Київський національний університет технологій та дизайну

РОЛЬ ФІРМОВОГО СТИЛЮ ТА МУЛЬТИМЕДІА У РОЗВИТКУ ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНУ ВИРОБІВ РУЧНОЇ РОБОТИ В УМОВАХ ВІЙНИ

Анотація. *Фірмовий стиль та мультимедійний контент грають важливу роль у розвитку будь-якого бізнесу, включаючи Інтернет-магазини, особливо в умовах війни. Фірмовий стиль, фото та відео контент створюють образ компанії та її товарів, покращують позитивне сприйняття та відзначаються характерними елементами, такими як: логотип, кольорова палітра, фірмовий шрифт, стиль фотографій тощо.*

Ключові слова: *фірмовий стиль, логотип, кольорова палітра, шрифти, фото, відео, Інтернет-магазин, вироби ручної роботи.*

Shaura A., Tymenko V.

Kyiv National University of Technologies and Design

THE ROLE OF BRAND STYLE AND MULTIMEDIA IN THE DEVELOPMENT OF THE INTERNET STORE OF HANDMADE PRODUCTS IN THE CONDITIONS OF WAR

Abstract. *Corporate identity and multimedia content play an important role in the development of any business, including online stores, especially in times of war. Corporate style, photo and video content create the image of the company and its products, improve positive perception and are characterized by characteristic elements, such as: logo, color palette, corporate font, photo style, etc.*

Keywords: *corporate style, logo, color palette, fonts, photo, video, online store, handmade products.*

Вступ. На сьогодні за період пандемії та війни український бізнес сильно постраждав. Завдану шкоду та наслідки оцінити важко, оскільки бойові дії на території країни тривають. Чимало підприємств опинилися в районах активних бойових дій і змушені були евакуюватися в більш безпечні регіони або припинити роботу. Однак навіть ті бізнеси, які відносно далеко від обстрілів, потерпають через проблеми з логістикою та нестачу сировини [7].

Як свідчить опитування Європейської бізнес асоціації, лише 17% компаній працюють у повному обсязі, а кожна третя не працює. Третина підприємців планує відновити діяльність. Приблизно такі ж результати показали й опитування інших організацій [4]. Наприклад, за даними компанії PwC, війна суттєво вплинула на плани українського малого та середнього бізнесу, а саме: 77% респондентів зазначили, що війна дуже сильно вплинула на їхні плани, а ще 20% – що трохи. Лише 3% українських підприємств стверджують, що війна не вплинула на їхні плани взагалі [2].

Попри всі негаразди, навіть в умовах війни бізнес повинен працювати там, де це можливо, платити податки та давати країні ресурс для продовження оборони [7].

В умовах сьогодення також значно знизився попит на вироби ручної праці. Та митці знаходять шляхи вирішення цих проблем і продовжують вдосконалюватись та розвиватись, не зважаючи на всі негаразди.

На сучасному ринку бізнесу в часи швидкого розвитку електронної комерції Інтернет-магазини або маркетплейси можуть мати велике значення для розвитку підприємств та підтримки майстрів народного мистецтва. Інтернет-магазин або магазини на маркетплейсах дозволяють привертати клієнтів з різних регіонів та країн, що відкриває нові можливості для збільшення продажів. Інтернет дозволяє ефективно використовувати цифрові маркетингові стратегії, такі як соціальні мережі, контент-

маркетинг, пошукова оптимізація тощо. Масштабування бізнесу стає простішим, потім не потрібно відкривати нові фізичні магазини. Достатньо розширити асортимент або оптимізувати процеси.

Не менш важливим чинником розвитку бізнесу являється його впізнаваність на ринку, що формується за допомогою фірмового стилю та мультимедійному контенту, які допомагають споживачу прийняти рішення при покупці товару.

Постановка завдання. Виходячи з вищенаведеного, метою дослідження є аналіз впливу фірмового стилю та мультимедіа на розвиток бізнесу в умовах війни, зокрема розвитку та поширенню виробів ручної роботи через Інтернет.

Результати досліджень. Багато досліджень було проведено в області впливу фірмового стилю та мультимедійного контенту на розвиток малого та середнього бізнесу. Ці дослідження фактично проводяться експертами в галузі маркетингу, бізнесу та дизайну, різними агентствами та консалтинговими компаніями, а також в університетах та дослідницьких організаціях. Наприклад, дослідження в галузі маркетингу часто оцінюють ефективність фірмового стилю на підвищення пізнаваності бренду, залучення клієнтів та побудову довіри споживачів. Експерименти та аналізи в області дизайну вивчають, як різні аспекти фірмового стилю (логотипи, кольори, шрифти) впливають на сприйняття бренду та покращують користувацький досвід. Дослідження в сфері Інтернет-маркетингу вивчають ефективність використання мультимедійного контенту (відео, графіки, анімації) у підвищенні уваги та утриманні споживачів на веб-сайтах та соціальних мережах. Дослідження в галузі підприємництва аналізують вплив фірмового стилю на успішність малих бізнесів, включаючи питання брендування та створення унікального образу.

Дослідження в цих галузях можуть бути проведені як науковцями університетів, так і фахівцями в сфері бізнесу та маркетингу. Вони важливі для розуміння та вдосконалення стратегії фірмового стилю та використання мультимедійного контенту в сучасному бізнесі.

Ці дослідження можуть включати аналіз потреб споживачів, опитування підприємців, вивчення ринкових тенденцій та багато іншого. Цільовим призначенням є розуміння того, як ефективно використовувати фірмовий стиль та мультимедійний контент для підтримки та розвитку бізнесу.

Фірмовий стиль (також відомий як бренд-ідентифікація чи корпоративний стиль) – це система графічних, видимих, комунікативних та стратегічних елементів, які представляють унікальний образ і відображення бренду або компанії [1]. Це набір правил та елементів дизайну, які впливають на сприйняття бренду споживачами та інші корисні сторони.

Фірмовий стиль може включати в себе наступні компоненти:

- Логотип – унікальний графічний елемент, який служить ідентифікатором бренду;
- Кольорова палітра (вибір окремих кольорів, які будуть асоційовані з брендом);
- Шрифти (використання конкретних шрифтів для написання логотипу, слоганів та інших текстових елементів);
- Графічні елементи (використання конкретних графічних елементів чи стилів у дизайні матеріалів бренду);
- Типові зображення (визначення стилю та типу фотографій чи ілюстрацій, які використані в матеріалах бренду);
- Тон та стиль комунікації (встановлення характеру, який є у всіх комунікаціях бренду, включаючи тон мовлення та спілкування з клієнтами);

- Спеціальні знаки (визначення будь-яких унікальних або спеціальних знаків, які можуть бути використані для підсилення бренду).

Фірмовий стиль сприяє створенню пізнаваного образу бренду, відчуття єдності та довіри серед клієнтів та споживачів та виведенню інформації про компанію. Це важливий елемент будь-якої маркетингової стратегії, спрямованої на побудову сильного та визнаного бренду.

Створення фірмового стилю починається з аналізу бренду і його цільової аудиторії, іншими словами, вивчення того, як компанія хоче бути сприйнята своїми клієнтами. Наступний крок – розробка концепції та створення елементів фірмового стилю, враховуючи аналіз, який був проведений.

Після того, як була створена концепція й елементи фірмового стилю, їх використовують у всіх матеріалах компанії, наприклад, виданнях, дизайні сайту, рекламних матеріалах, упакуваннях та інших елементах рекламної кампанії [1].

Не менш важливу роль для Інтернет-магазину виробів ручної роботи відіграє мультимедійний контент, який є корисним елементом, особливо, якщо ви продаєте унікальні, виготовлені в ручну або художні вироби. Використання різноманітних мультимедійних елементів може позитивно впливати на споживачів та покупців.

Основними типами мультимедійного контенту, які можуть бути корисними, вважаються: фотографії високої якості, відеопрезентації, фото та відеовідгуки користувачів, інфографіка, блоги або відеоблоги, соціальні мережі, анімація та GIF-зображення.

Додавання якісних фотопродуктів з різних ракурсів та деталізації допоможуть клієнтам краще роздивитися товари та зробити свій вибір, дозволяючи краще оцінити їхню якість та дизайн. Створення відеопрезентацій, у яких можна показати handmade вироби з різних кутів, підкреслити їх функції та деталі. Відео може надати більше інформації, ніж прості фотографії. Відеоогляди або 360-градусні фотографії можуть бути особливо корисними для виробів ручної роботи, де важливі деталі та функції. Також, використання анімації або GIF-зображення привертає увагу до особливостей чи деталей продукту.

Відео чи анімація можуть використовуватися для створення цікавих та привабливих історій про виробництво handmade виробів, їх історію або те, як вони створюються вручну. Це може викликати емоції у покупців та збільшити їхнє зацікавлення.

Крім того, використання мультимедійного контенту, такого як відео, може позитивно вплинути на рейтинг вашого веб-сайту в пошукових системах. Відео часто збільшує тривалість відвідування сторінки, що може позитивно вплинути на позиції в пошукових системах [6].

Ефективну роль у виборі споживачів відіграють використання фото або відео відгуків від задоволених клієнтів, які показують їхні враження від виробів. Такий контент позитивно впливає на розвиток Інтернет-магазину. Відеоогляди або фотографії, на яких показано, як виглядають та працюють вироби в реальному часі, можуть зменшити страх перед покупкою в Інтернеті.

Створення інфографіки для показу основних характеристик, розмірів, матеріалів або інших важливих аспектів товару донести інформацію до читача, зацікавити нову аудиторію, оживити інтерес старих споживачів, збільшити прибуток. Останнім часом її стали часто використовувати тому, що вона легко передає основну думку, динаміку показників, може продемонструвати просторово-часові зв'язки, основні тенденції та просто краще запам'ятовується [5].

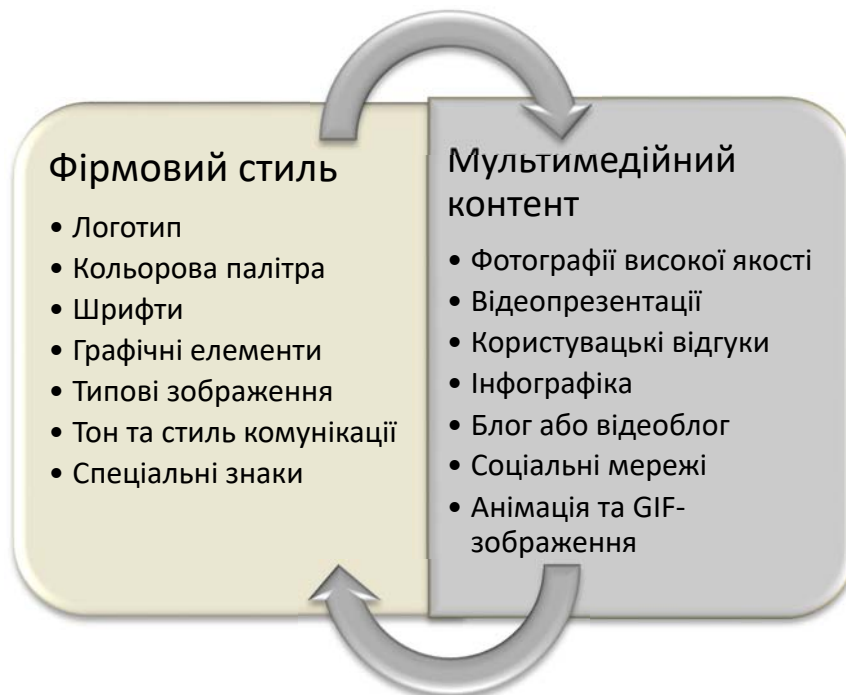
За останні десять років значно зросла популярність соціальних мереж. При цьому зміст і оформлення відеоролика грають не менш важливу роль. «Відео приносить ефективні результати, якщо містить актуальну і цікаву інформацію. Інтернет переповнений відеоконтентом, тому необхідно враховувати індивідуальні переваги користувачів і аналізувати кількість переглядів, щоб отримати конкурентну перевагу», – вважає співзасновник і CEO платформи з пошуку відео Primis Еял Бецалель [8].

Відео дозволяє підвищити впізнаваність автора, виробника або бренду. Користувачі запам'ятовують цікаву манеру мови та поведінки, завдяки цьому збільшується кількість покупок, підписок, переходів і репостів в соціальних мережах.

Цей факт підтверджує дослідження сервісу для створення відео Animoto: воно показало, що переважна більшість користувачів Інтернету вважають за краще переглядати відеоконтент в соціальних мережах. За результатами того ж дослідження, 88% маркетологів задоволені результатами відеомаркетингу в соцмережах [8].

Розміщення мультимедійного контенту в соціальних мережах, таких як Instagram, TikTok, Pinterest або YouTube, де візуальний контент є ключовим, ведення соціальних мереж та блогів, де можна розповісти про процес виготовлення, історії успіху, поділитися порадами щодо догляду за виробами, або провести відео-уроки, також позитивно впливають на довіру споживачів. Ваш мультимедійний контент може бути ефективно використаний у соціальних мережах для просування та привернення уваги. Користувачі часто реагують на візуальний контент, тому відео чи зображення можуть підвищити взаємодію з вашим брендом.

Для більшої ефективності розвитку Інтернет-магазину виробів ручної роботи краще поєднувати фірмовий стиль та мультимедійний контент, що допоможе покупцям отримати більше інформації про товари та створити сильніші враження про бренд (рис. 1).



Джерело: побудовано автором на підставі [1, 5, 6, 8].

Рис. 1. Поєднання фірмового стилю та мультимедійного контенту для розвитку Інтернет-магазину виробів ручної роботи

Загалом, поєднання фірмового стилю та мультимедійного контенту може значно розширити взаємодію з відвідувачами Інтернет-магазину, збільшити продажі та підвищити впізнаваність бренду.

Висновки. Незважаючи на надскладні умови, в яких зараз знаходиться Україна, український бізнес продовжує працювати та знаходить способи вдосконалюватись й навіть досягати успіху. Також значно знизився попит на вироби ручної праці. Попри все підприємці та митці знаходять шляхи вирішення цих проблем і продовжують вдосконалюватись та розвиватись, не зважаючи на всі негаразди в умовах війни.

В часи швидкого розвитку електронної комерції на сучасному ринку бізнесу Інтернет-магазини або маркетплейси можуть мати велике значення для розвитку підприємств та підтримки майстрів народного мистецтва. Крім місця розміщення, не менш важливим чинником розвитку бізнесу являється його впізнаваність на ринку, що формується за допомогою фірмового стилю та мультимедійному контенту, які допомагають споживачу прийняти рішення при покупці товару.

Так, фірмовий стиль та мультимедійний контент являється корисним для Інтернет-магазину handmade виробів. Їх гармонічне поєднання значно покращить користувацький досвід і допоможе залучити більше уваги покупців. Використання вміло підбраного логотипу, певної кольорової палітри, шрифтів, фотографій, відео, анімації та інших графічних та мультимедійних елементів може додати вартість виробам ручної роботи та допомогти в продажі.

Список використаної літератури

1. Баков Н. Фірмовий стиль – як створити концепцію, що підкреслить унікальність бренду. URL: <https://freelancehunt.com/blog/firmovii-stil-iak-stvoriti-kontsieptsiuu-shecho-pidkrieslit-unikalnist-briendu/>
2. Всупереч обставинам: Як український бізнес процвітає під час війни. URL: <https://www1.payoneer.com/ua/resources/defying-the-odds-how-ukrainian-businesses-thrive-during-war/>
3. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
4. Єврепейська бізнес асоціація. URL: <https://eba.com.ua/>
5. Інфографіка: просто про складне. URL: <https://fractus.com.ua/uk/blog/infografika-prosto-pro-skladne/>
6. Переваги розміщення мультимедійного контенту на вашому веб-сайті, наприклад, відео та зображень. URL: <https://www.ranktracker.com/uk/blog/benefits-of-including-multimedia-content-on-your-website-such-as-videos-and-images/>
7. Рихліцький В. Бізнес в умовах війни: хто зазнав найбільших втрат та як відновлюються підприємства. URL: <https://www.epravda.com.ua/publications/2022/03/23/684549/>
8. Чотири причини, чому бізнесу потрібен відеоконтент. URL: <https://uaspectr.com/2020/11/09/chomu-biznesu-potriben-videokontent/>