

Державний торговельно-економічний університет

Кафедра журналістики та реклами

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

«РОЗРОБКА ФІРМОВОГО СТИЛЮ EVENT-АГЕНЦІЇ»

(за матеріалами ТОВ «АГЕНЦІЯ ІВЕНТІВ «САДИБА МЬЮЗІК», м. Київ)

студентки 4 курсу 7 групи
спеціальності 061 «Журналістика»
освітньої програми «Реклама
і зв'язки з громадськістю»

Науковий керівник
к.н., із соц.комунік., доцент

Гарант освітньої
програми,
д.е.н., професор

Власенко Ангеліни
Анатоліївни

Голік Оксана
Василівна

Файвішенко Діана
Сергіївна

КИЇВ-2023

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. АНАЛІТИЧНА ЗАПИСКА	5
1.1. Характеристика діяльності ТОВ «АГЕНЦІЯ ІВЕНТІВ «САДИБА МЬЮЗІК»	5
1.2. Особливості формування та елементи фірмового стилю ТОВ «АГЕНЦІЯ ІВЕНТІВ «САДИБА МЬЮЗІК»	13
РОЗДІЛ 2. ТВОРЧЕ ПРОЄКТУВАННЯ	20
2.1. Розробка оновленої концепції фірмового стилю ТОВ «АГЕНЦІЯ ІВЕНТІВ «САДИБА МЬЮЗІК»	20
2.2. Розробка макетів фірмової поліграфічної та сувенірної продукції ТОВ «АГЕНЦІЯ ІВЕНТІВ «САДИБА МЬЮЗІК»	27
ВИСНОВКИ	33
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	36
ДОДАТКИ	39

SCIENTIA DIFFICILIS SED FRUCTUOSA

ВСТУП

В умовах конкуренції на ринку серед підприємств тема фірмового стилю є досить актуальною, оскільки це саме та частина образу, яка необхідна для виділення підприємства серед різноманіття інших. Суть фірмового стилю полягає в тому, щоб забезпечити консистентність та зрозумілість способу представлення компанії та її продуктів чи послуг у всіх формах комунікації зі споживачами. Використання елементів фірмового стилю та створення товарів високої якості чи надання високоякісних послуг створюють відмінний імідж підприємства, просуваючи його на ринку.

Актуальність обраної теми полягає в тому, що висока конкуренція та швидкі зміни в економіці створюють потребу в ефективному та привабливому брендингу. Фірмовий стиль допомагає відрізнитися від конкурентів, забезпечує впізнаваність бренду, що допомагає залучити нових клієнтів та збільшити продажі та створює позитивний імідж компанії, що сприяє довірі та лояльності споживачів. Важливість теми обумовлена ще й тим, що фірмовий стиль є одним з найефективніших видів маркетингових комунікацій, а тому є певним базисом для подальшого просування бізнесу та постійній підтримці інтересу до продукції чи послуг, які надаються, до власне бренду підприємства, що допомагає створювати та підтримувати імідж.

Актуальність формування фірмового стилю підприємства обумовила інтерес до неї з боку багатьох дослідників. Аспектам даної проблеми присвячені праці таких західних і вітчизняних науковців, як Антонович Є.А., Годін А.М., Максимова А.Б., Сьомкін В.В., Гольман І.А., Добробабенко Н.С., Примак Т.О., Минервин Г.Б., Рунге В.Ф., Розенсон І.А., Джефкінс Ф., Ейрі Д., Меламед К., Монтейро М., Браун Т., Муті І., Роуден М., Ранд П., Ландорф В., Еві М., Огілві Д., Бернетт Л., Норман Д., Гордон В., Ліндстром М. та інші.

Мета випускної кваліфікаційної роботи – характеристика процесу розробки фірмового стилю ТОВ «АГЕНЦІЯ ІВЕНТІВ «САДИБА МБЮЗІК» та аналіз його впливу на розвиток агенції.

Для досягнення поставленої мети були поставлені такі завдання:

- охарактеризувати діяльність ТОВ «АГЕНЦІЯ ІВЕНТІВ «САДИБА МЬЮЗИК»;
- проаналізувати фірмовий стиль ТОВ «АГЕНЦІЯ ІВЕНТІВ «САДИБА МЬЮЗИК»;
- розробити напрями вдосконалення фірмового стилю ТОВ «АГЕНЦІЯ ІВЕНТІВ «САДИБА МЬЮЗИК»;
- розробити оновлені елементи фірмового стилю ТОВ «АГЕНЦІЯ ІВЕНТІВ «САДИБА МЬЮЗИК».

Об'єктом дослідження є процес розробки фірмового стилю ТОВ «АГЕНЦІЯ ІВЕНТІВ «САДИБА МЬЮЗИК».

Предметом дослідження є сукупність практичних та теоретичних аспектів процесу розробки фірмового стилю ТОВ «АГЕНЦІЯ ІВЕНТІВ «САДИБА МЬЮЗИК».

Під час виконання випускної кваліфікаційної роботи було використано як аналітичні методи, а саме системний, синхронно-описовий, порівняльний, так і емпіричні методи – спостереження, узагальнення, опрацювання документів тощо.

Інформаційна база дослідження: наукова література – навчальні посібники, матеріали Інтернет-ресурсів; офіційна сторінка ТОВ «АГЕНЦІЯ ІВЕНТІВ «САДИБА МЬЮЗИК» у соціальній мережі Facebook; статистичні дані діяльності ТОВ «АГЕНЦІЯ ІВЕНТІВ «САДИБА МЬЮЗИК»»; сайти та статистичні дані діяльності компаній-конкурентів, серед яких «Prime Event», «Прищепкін event-team», «Ant Hill» та «Diamond».

Випускна кваліфікаційна робота складається з вступу, 2 розділів, 2 підпунктів, висновку, списку використаних джерел та додатків. Робота містить 49 сторінок, 3 таблиці, 2 рисунки, 13 додатків, список використаних джерел нараховує 23 позицій.

РОЗДІЛ 1 АНАЛІТИЧНА ЗАПИСКА

1.1. Характеристика діяльності ТОВ «АГЕНЦІЯ ІВЕНТІВ «САДИБА МЬЮЗІК»

Об'єктом дослідження фірмового стилю є товариство з обмеженою відповідальністю ТОВ «АГЕНЦІЯ ІВЕНТІВ «САДИБА МЬЮЗІК». Агенція є приватним комерційним підприємством і самостійною юридичною особою, яке відноситься до суб'єктів малого підприємництва.

«Sadyba Music» була заснована у 2017 та має успішний досвід у своїй галузі. Наразі працює у сфері мистецтва з метою надання послуг у концертній та театральній діяльності, спеціалізується на організації та проведенні різноманітних івентів, таких як концерти, фестивалі, вечірки, корпоративні заходи та інші [1].

Спочатку агенція спеціалізувалася на наданні послуг невеликим аудиторіям та колам осіб, але активна робота над проектами клієнтів привела до необхідності вивчення ринку та інших напрямів діяльності. На сьогодні підприємство розширило спектр своїх послуг та має на меті розширюватися та просуватися на ринку.

Основна мета діяльності «Sadyba Music» – це створення незабутніх вражень для своїх клієнтів, надання їм якісних та професійних послуг та задоволення їхніх потреб у проведенні різноманітних івентів. Компанія працює з різними клієнтами, включаючи корпорації, приватних клієнтів, виконавців та інших.

У своїй діяльності товариство керується Конституцією України, Законами України, постановами Верховної Ради України, указами Президента України, постановами та розпорядженнями Кабінету Міністрів України та іншими законодавчими та підзаконними нормативними актами.

ТОВ «Агенція івентів «Sadyba Music» – це компанія, що спеціалізується на організації та проведенні різнопланових заходів будь-якого масштабу на замовлення клієнтів та надання різноманітних послуг у сфері культури, розваг і відпочинку, таких як концерти, фестивалі, корпоративні та приватні заходи, весілля, презентації та інші.

Основним видом діяльності «Sadyba Music» є надання послуг у концертній та театральній діяльності. Також агенція працює у напрямках, які подані у вигляді рис. 1.1.



Рис. 1.1. Напрямки діяльності «Sadyba Music»

Головна мета підприємства – надання високоякісних послуг кожному клієнту відповідно до його вимог та бюджету.

Компанія має свій унікальний стиль та підхід до роботи з клієнтами, який базується на індивідуальному підході та пристрасному ставленні до кожного проекту. «Sadyba Music» використовує свій професіоналізм, творчість та інновації для того, щоб забезпечити своїм клієнтам найкращі послуги та незабутні враження.

Цільова аудиторія «Sadyba Music» складається з людей, які цінують музику та культурні заходи, та хочуть насолоджуватися якісними та незабутніми івентами. Основні характеристики цільової аудиторії подані на рис. 1.2.

Вік:	• від 18 до 45 років
Стать:	• чоловіки та жінки, які цінують якісну музику та культурні події
Соціальний статус:	• люди з різних соціальних груп та категорій, заробітна плата яких дозволяє їм відвідувати різноманітні івенти.
Місце проживання:	• мешканці міст, в основному з крупними концертними залами або відкритими площадками для проведення фестивалів.
Інтереси:	• музика, культура, розваги, спорт, мода, технології.
Стиль життя:	• активний, соціально залучений, креативний, інтелектуальний.

Рис. 1.2. Цільова аудиторія «Sadyba Music»

Цільова аудиторія «Sadyba Music» може бути різноманітною, але основний сегмент складають люди з високими культурними та соціальними потребами, які цінують якісні та незабутні моменти в своєму житті.

Місія агенції івентів «Sadyba Music» полягає у забезпеченні клієнтів послугами найвищої якості у найшвидший термін.

Цілями підприємства на даному етапі є:

- вихід в TOP-10 вітчизняних event-агенств;
- утримання стійких конкурентних переваг на рекламному ринку;
- забезпечення стійкого щорічного зростання прибутку;

- використання передових технологій;
- покращення якості продукції та послуг;
- збільшення частки ринку.

Одним з головних принципів роботи компанії є індивідуальний підхід до кожного клієнта, дотримання високих стандартів якості та професійність у виконанні своїх завдань. Команда «Sadyba Music» вміє працювати в умовах стресу та вирішувати складні задачі, що дозволяє їм створювати незабутні враження для гостей заходів. Фахівці агенції здатні виконати завдання будь-якої складності завдяки високому професійному, освітньому та життєвому досвіду.

«Sadyba Music» пропонує своїм клієнтам повний спектр послуг у сфері організації івентів. Ці послуги включають концепцію та планування івенту, підбір локації та партнерів, забезпечення необхідного обладнання та техніки, організацію музичної та артистичної програми, рекламу та просування івенту. «Sadyba Music» має свою власну базу зірок та артистів, з якими вона постійно співпрацює, що дозволяє їй забезпечувати високий рівень розваг для своїх клієнтів.

Маркетингова діяльність відіграє важливу роль в діяльності підприємства, тому для формування оптимальної маркетингової політики необхідно ретельно досліджувати зовнішнє та внутрішнє середовище підприємства та враховувати усі фактори впливу на них.

На основі проведеного аналізу зовнішніх та внутрішніх факторів, які класифіковано на можливості й загрози (зовнішні чинники) та сильні й слабкі сторони (внутрішні чинники), було встановлено зв'язок між сильними та слабкими сторонами, а також між можливостями та загрозами та побудовано SWOT-аналізу для ТОВ «АГЕНЦІЯ ІВЕНТІВ «САДИБА МЬЮЗІК» (табл. 1.1).

Таблиця 1.1

SWOT-аналіз для ТОВ «АГЕНЦІЯ ІВЕНТІВ «САДИБА МЬЮЗІК»

	Можливості	Загрози
<p>Сильні сторони</p> <p>Відома репутація в галузі івент-організації в Україні.</p> <p>Професійна команда з багатим досвідом роботи в галузі.</p> <p>Широкий спектр послуг з організації різноманітних заходів.</p> <p>Унікальність та індивідуальний підхід до кожного проекту.</p> <p>Довгострокові та взаємовигідні відносини зі значним числом клієнтів.</p>	<p>Розширення ринку за межі України та робота з іноземними клієнтами.</p> <p>Розвиток нових напрямків івент-організації, таких як віртуальні заходи.</p> <p>Розширення команди та залучення нових талановитих спеціалістів.</p> <p>Встановлення довгострокових відносин з великими компаніями та брендами.</p> <p>Введення власних розробок та інноваційних технологій для забезпечення більш ефективного та високоякісного обслуговування клієнтів.</p> <p>Активна рекламна кампанія та просування бренду на ринку.</p> <p>Вдосконалення фірмового стилю.</p> <p>Широкий спектр послуг, які пропонує «Sadyba Music», дозволяє їй привертати різносторонніх клієнтів з різних галузей та здійснювати не схожі один на одні проекти, в той час як високий рівень креативності та інноваційності команди, яка може бути розширена внаслідок залучення нових талановитих спеціалістів, дозволяє «Sadyba Music» пропонувати оригінальні та унікальні ідеї для проведення кожного окремого заходу.</p>	<p>Політична та воєнна ситуація в країні</p> <p>Зростання конкуренції на ринку івент-організації.</p> <p>Зміна тенденцій у смаках та уподобаннях клієнтів.</p> <p>Вплив політичних та економічних факторів на івент-індустрію.</p> <p>Погіршення міжнародної та внутрішньої економічної ситуації, що може привести до скорочення бюджетів на проведення заходів.</p> <p>Вплив пандемії COVID-19 та обмеження на проведення масових заходів.</p> <p>Вплив природних катастроф та інших надзвичайних ситуацій на проведення івентів.</p> <p>Негативні відгуки клієнтів та невдачі в організації заходів, що може призвести до погіршення репутації агенції.</p> <p>Конкуренція на ринку послуг івент-агенцій може призвести до зниження попиту на послуги «Sadyba Music» та зменшення її обсягів бізнесу, але великий досвід та компетенції у проведенні різних типів івентів можуть дати «Sadyba Music» конкурентну перевагу на ринку.</p> <p>Отже, можна сказати, що загрози можуть погіршити стан сильних сторін компанії. Однак, якщо компанія зможе ефективно протидіяти загрозам та вчасно реагувати</p>

<p>Розташування у столиці України, що дозволяє працювати зі значним числом потенційних клієнтів.</p> <p>Використання сучасних технологій та інструментів для забезпечення високої якості послуг.</p>	<p>Отже, можна сказати, що можливості «Sadyba Music» дозволяють компанії пропонувати різнопланові та високоякісні послуги, тоді як її сильні сторони дозволяють привертати та задовольняти клієнтів, що в свою чергу буде приводити до збільшення рентабельності агенції та знаходженні нових клієнтів.</p>	<p>на існуючі загрози, агенція зможе надалі напрацьовувати свої сильні сторони за умови гнучкості та здатності адаптуватися до змін, оскільки надмірна увага до сильних сторін може збільшити вразливість компанії до можливих загроз.</p>
<p>Слабкі сторони</p> <p>Недостатня відомість за межами України.</p> <p>Обмеження в розширенні команди через фінансові та інші обмеження.</p> <p>Високі ціни на послуги порівняно з деякими конкурентами.</p> <p>Обмеження в розширенні клієнтської бази через відсутність рекламних кампаній.</p> <p>Обмеження в можливості роботи з клієнтами за межами столиці.</p> <p>Відсутність власних розробок.</p>	<p>Здатність пристосуватися до змін у смаках та потребах клієнтів дозволяє компанії залишатися актуальною на ринку та збільшувати свій обсяг бізнесу, але через обмеженість ресурсів та персоналу агенція може зменшувати можливості компанії у реалізації великих та складних проєктів.</p> <p>Тому, можна сказати, що можливості «Sadyba Music» дозволяють компанії пропонувати різноманітні та високоякісні послуги, тоді як її слабкі сторони можуть зменшувати можливості компанії у великих та складних проєктах, обмежувати здатність привертати нових клієнтів та зменшувати обсяги бізнесу. Важливо для компанії знаходити додаткові джерела фінансування, що дозволять розвиватися та бути конкурентоспроможними на ринку.</p>	<p>Зниження попиту на послуги івент-агенцій внаслідок економічної нестабільності може призвести до зменшення обсягів прибутку «Sadyba Music» Обмеженість ресурсів та персоналу можуть призвести до недостатнього розвитку компанії та зниження її конкурентоспроможності на ринку.</p> <p>Отже, можна сказати, що загрози, які існують, можуть погіршити стан слабких сторін компанії. Недостатній розвиток компанії може призвести до зниження її конкурентоспроможності та може стати причиною зменшення її обсягів бізнесу. Необхідно приділяти увагу утвєдженню стійкої репутації серед вже наявних клієнтів, що буде допомагати у залученні нових інвесторів, які зможуть протидіяти слабкими сторонами агенції та врівноважувати окремі загрози компанії.</p>

Загалом, агенція «Sadyba Music» має сильну репутацію та професійну команду, а також використовує сучасні технології та інструменти для забезпечення високої якості послуг. Щодо можливостей розвитку, то серед

них варто виокремити розширення ринку, введення нових технологій, просування бренду на ринку та вдосконалення фірмового стилю. Однак, «Sadyba Music» має обмеження у відомості за межами України, розширенні команди, вартість послуг також може бути високою порівняно з деякими конкурентами, що може стати проблемою для певної категорії клієнтів, також існують такі загрози, як конкуренція, зміна тенденцій, погіршення економічної та політичної ситуації.

Аналіз конкурентів – це важлива складова стратегічного планування бізнесу, яка допомагає компанії зрозуміти, як вона відноситься до своїх конкурентів на ринку. Основна мета аналізу конкурентів полягає в зборі інформації про те, які продукти та послуги пропонують конкуренти, як вони просувають свій бізнес, які ціни вони встановлюють, які їх сильні та слабкі сторони Аналіз конкурентів ТОВ «АГЕНЦІЯ ІВЕНТІВ «САДИБА МЬЮЗИК» представлено у табл. 1.2.

Таблиця 1.2

Аналіз конкурентів ТОВ «АГЕНЦІЯ ІВЕНТІВ «САДИБА МЬЮЗИК»

	Prime Event	Прищепкін event-team	Ant Hill	Diamond
Послуги, що надаються	Повний спектр послуг з організації івентів, включаючи розробку концепції, підбір локації, декор та озвучення, технічне обладнання та координацію події.	Повний спектр послуг з організації івентів, включаючи концепцію, підбір локації, декор та озвучення, технічне обладнання та координацію події.	Широкий спектр послуг, включаючи планування та координацію подій, логістику, декор, технічне забезпечення, рекламу та промо-акції, спеціалізуються на корпоративних подіях та конференціях.	Широкий спектр послуг від концепції та розробки ідеї до її реалізації та проведення заходу, створення індивідуальної концепції події, локації, візуалу, аудіо та відео продукції, оформлення приміщення, проведення промо-акцій, PR підтримку, транспортні та готельні послуги та інше.
Ціна послуг	Середньо-висока цінова категорія, їх пропозиція має високу ціну, але компанія надає якісні та	Низька цінова категорія, що може залучити клієнтів, які шукають доступні послуги з організації івентів.	Середня цінова категорія, різні пакети послуг для різних подій, тому ціни варіюються.	Середня цінова категорія, але оскільки є клієнтами з різних країн світу, то ціна послуг може значно відрізнятись в

	індивідуальні послуги.			залежності від проекту та його масштабу.
Цільова аудиторія	Націлені на клієнтів, які шукають індивідуальний підхід та високу якість в організації своєї події. Можуть задовольнити потреби клієнтів з різних індустрій.	Націлені на клієнтів, які шукають доступні послуги та індивідуальний підхід в організації своєї події. Вони можуть зацікавити клієнтів, які мають обмежений бюджет для проведення заходу.	Зосереджені на корпоративній та бізнес-аудиторії. Вони спеціалізуються на плануванні та координації корпоративних заходів, конференцій та зустрічей.	Працюють з різними типами клієнтів, але головною метою їхньої роботи є створення і проведення ексклюзивних та індивідуальних подій для корпоративних клієнтів, брендів та компаній у різних галузях.
Клієнти	Співпрацює з клієнтами з різних секторів, включаючи корпоративні події, весілля, приватні заходи, фестивалі та концерти.	Співпрацює з клієнтами з різних секторів, включаючи корпоративні події, весілля, приватні заходи, фестивалі та концерти.	Співпрацює зі широким колом клієнтів, включаючи корпоративних клієнтів, урядові структури, медіа-компанії та приватних клієнтів. Вони працювали з такими клієнтами, як PwC, Nestle, Google, McDonald's та інші.	Співпрацює зі світовими брендами та провідними компаніями у різних галузях. Серед їхніх клієнтів можна виділити такі компанії як Microsoft, Huawei, Coca-Cola, Samsung, Hennessy, Porsche та інші.
Місце розташування	Київ, вул. Біломорська 1А,	Київ, вул. Бакинська, 37-Д	Київ, вул. Круглоуніверситетська, 14	Київ, вул. Велика Васильківська 5

Аналізуючи конкурентів «Sadyba Music», можна сказати, що деякі агенції є більш доступними за критерієм ціна, проте цінова категорія Sadyba Music є середньою, що задовольнить переважну більшість потенційних клієнтів. Кожен з розглянутих конкурентів пропонує повний спектр послуг, проте особливості їхніх послуг можуть відрізнятися. Клієнти та цільова аудиторія конкурентів також можуть відрізнятися залежно від їхнього досвіду та масштабів бізнесу. Підсумуючи проведений аналіз, за критеріями ціни, послуг, місця розташування, клієнтів та цільової аудиторії можна стверджувати, що кожен з конкурентів має свої переваги та недоліки, але Sadyba Music вирізняється від своїх конкурентів своєю унікальною пропозицією, забезпечуючи інноваційні та персоналізовані рішення для своїх клієнтів, але вдосконалення фірмового стилю допоможе утримувати позиції та ринку та залучати нових клієнтів.

Отже, як можна побачити зі SWOT-аналізу підприємства, «Sadyba Music» розвивається у правильному напрямку і в перспективі може стати провідною агенцією. Аналізуючи таблицю є очевидним, що вдосконалення наявного фірмового стилю є однією з можливостей перспективного розвитку підприємства, тому потрібно взяти це до уваги для привернення уваги потенційних клієнтів. Аналіз конкурентів агенції івентів "Sadyba Music" показує, що на ринку є досить багато конкурентів. Кожен з них має свої сильні та слабкі сторони, які варто враховувати при розробці фірмового стилю агенції, щоб відрізнятись від інших гравців на ринку та як краще привернути свою цільову аудиторію.

1.2. Особливості формування та елементи фірмового стилю ТОВ «АГЕНЦІЯ ІВЕНТІВ «САДИБА МЬЮЗІК»

Створення фірмового стилю це перший крок до суспільного визнання та «стильова основа» будь-якого підприємства, тому «Sadyba Music» вирішила подбати про те, щоб вирізнитися на фоні конкурентів та бути відмінними від них. З цією метою підприємство почало розробляти власний фірмовий стиль, оскільки це головний інструмент для просування на ринку. Через те, що розроблений фірмовий стиль повинен відповідати смакам цільової аудиторії, а не лише смакам власника, «Sadyba Music» зайнялася розробкою відмінних візуальних характеристик підприємства. З цією метою «Sadyba Music» провела ряд досліджень в обґрунтуванні концепції власної ідентифікації, у тому числі аналіз цілей, особливостей та умов діяльності, характеристик товарів та послуг, які надає, а також їх позиціонування на ринку.

Такі дії допомогли «Sadyba Music» розробити власну концепцію ідентифікації та почати роботу над власним фірмовим стилем. Підприємство визначилося з назвою, обрало фірмовий шрифт логотипу, розробило власний логотип та почало розробку основних елементів, для того щоб створити впізнаваний образ в очах клієнтів.

Отже, перейдемо до аналізу елементів фірмового стилю «Sadyba Music».

Логотип. Логотип є одним з найважливіших елементів фірмового стилю, оскільки демонструє приналежність товарів чи послуг до конкретного підприємства.

Оскільки логотип прикрашає усі елементи фірмового блоку (бланки, конверти, візитки та інші документи), то до його формуванню підприємство підійшло з усією відповідальністю, знайшовши правильне співвідношення між практичністю та творчістю.

Логотип агенції «Sadyba Music» (дод. А) являє собою напис «Sadyba Music», який виконаний у червоному та чорному кольорі оригінальним шрифтом з використанням символу скрипкового ключа.

Символ скрипкового ключа був обраний не випадково, оскільки він наочно ілюструє основний вид діяльності компанії (надання послуг у концертній та театральній діяльності).

Логотип також містить в собі назву компанії, який виконаний графічним способом з використанням спеціального шрифту. Для текстового представлення «Sadyba Music» обрала два основних кольори – червоний та чорний. Таке поєднання є найбільш вдалим, оскільки червоний колір – це колір енергії, уваги, а чорний – колір професійності та надії [2]. Таким чином, саме таке колірне поєднання привертає до себе увагу клієнтів та водночас підкреслює професіоналізм та надійність «Sadyba Music».

Отже, комбінування двох видів логотипів (графічний символ та текстове представлення) є досить інформативним та вдалим. Саме завдяки комбінуванню типів допомогло врахувати основні вимоги до вдалого логотипа, а саме:

- функціональність;
- лаконічність (логотип виконаний в стриманому і лаконічному вигляді, без використання великої кількості дрібних деталей);
- інформативність (логотип містить основну суть інформаційного послання про підприємство);

- оригінальність і унікальність. (логотип не включає вкрадену ідею, плагіат, схожі риси іншого бренду, а ідентифікує саме продукцію чи послугу «Sadyba Music»);
- імпульсивність (логотип впливає на споживача за допомогою емоційного, естетичного сприйняття);
- запам'ятовуваність;
- відповідність іміджу, статусу, напрямку діяльності та цілям компанії;
- універсальність (логотип має чітке зображення логотипу як на документах, так і на візитках, продукції та сувенірах [3]).

Аналізуючи вищесказане можна сказати, що логотип виділяє підприємство серед інших своєю оригінальністю та привертає до себе увагу завдяки лаконічності та стриманості. Таким чином, клієнти мають змогу сформувати своє перше враження та думку про агенцію. Вдало створений логотип «Sadyba Music» дозволяє залучити увагу споживачів та забезпечує стабільні показники доходу та зростання.

Фірмові кольори. Кольорова гамма «Sadyba Music» – налічує в собі три класичні кольори – червоний, білий та чорний. Цих кольорів компанія намагається дотримуватися у всіх елементах фірмового стилю: логотипі, оформленні бланків, фірмових конвертів та інших документах.

Фірмові кольори – це одна зі складових успішного фірмового стилю, оскільки вони забезпечують більшу привабливість, чинять сильний емоційний вплив на потенційного споживача та візуально виокремлюють підприємство серед конкурентів.

До вибору фірмових кольорів «Sadyba Music» підійшла досить ґрунтовно, оскільки фірмовий стиль – це постійність, тому з метою забезпечення стильової єдності агенція використовує одні й ті самі класичні базові кольори, які з роками не втрачають своєї актуальності.

Підприємство сфокусувалося на трьох конкретних кольорах, які таким чином залежні від особливостей психології сприйняття кольору:

➤ Червоний – для людини цей колір асоціюється з міццю, силою, владою, ініціативністю і наштовхує на сильну емоційну реакцію. Саме червоний колір змушує діяти рішуче, що обумовлює те, чому саме він привертає увагу до себе і викликає інтерес. Даний колір добре підходить для реклами у сфері бізнесу [4].

➤ Білий – це колір спокою та чистоти. Він характеризується досконалістю та завершеністю, демонструє абсолютне й остаточне рішення. Білий колір здебільшого використовується як фон, усі кольори на ньому виглядають яскраво [5].

➤ Чорний – цей колір володіє значенням вишуканості, культурності. Чорний колір стає важливим елементом загального вирішення зовнішнього вигляду речей і їх рекламного образу. Саме чорний мають на увазі, коли говорять про функціональність та витонченість [6].

Колір у фірмовому стилі грає важливу роль, оскільки сприяє реалізації комунікативної функції, а у загальній композиційній побудові підвищує виразність, образність, запам'ятовуваність.

Отже, кольорове рішення фірмового стилю «Sadyba Music» має позитивний ефект, оскільки фірмові кольори не втратять своєї актуальності з роками, бо є класичними кольорами; дотримані закони гармонії кольору, а саме кожен колір органічно поєднується між собою і вдало доповнює кожен елемент фірмового стилю, а також кожен колір враховує особливості психології сприйняття кольору та чинить певний вплив на споживача.

Фірмовий шрифт. Фірмовий шрифт – один з найважливіших елементів фірмового стилю, який відображає ідентичність бренду і допомагає розпізнавати його від інших компаній [7].

Фірмовий шрифт «Sadyba Music» – Helvetica Neue, що є популярним гротесковим шрифтом без засічок, розробленим компанією Linotype. Helvetica Neue є відносно новим варіантом оригінального шрифту Helvetica, який був створений в 1957 році. Він є дуже універсальним та використовується у

багатьох відомих компаніях, таких як BMW, Toyota, Panasonic, Samsung та багатьох інших [8].

Шрифт Helvetica Neue має безліч варіантів, що дозволяє використовувати його у різноманітних виглядах, що є важливим для створення різних елементів фірмового стилю – візиток, логотипу, рекламних матеріалів, веб-дизайну та інших елементів. Особливістю шрифту Helvetica Neue є його простота, чистота та лаконічність, що передає ідеї сучасності, надійності та професіоналізму компанії. Він також дуже легко читається, що дозволяє використовувати його в різних масштабах та на різних носіях.

Загалом, фірмовий шрифт «Sadyba Music» – Helvetica Neue – добре підходить для компанії, яка працює в сфері івент-менеджменту та розваг. Він передає сучасний, професійний та надійний характер бренду, що є важливим для приваблення клієнтів та партнерів.

Фірмовий банер. Фірмовий банер, а саме графічне зображення рекламного характеру створюється та розміщується для залучення нових клієнтів та для формування позитивного іміджу підприємства.

«Sadyba Music» має свій власний фірмовий банер (дод. Б), який представлений статичним графічним зображенням. Банер виконаний у яскравих кольорах, що привертають та акцентують увагу клієнтів. Також важливим елементом є розміщення логотипу, опису діяльності підприємства та контактних номерів телефонів за якими можна звернутися задля детальної інформації.

Фірмовий банер у цьому випадку виконує дві основні функції:

- Забезпечує приплив нових клієнтів.
- Створює позитивний імідж агенції.

Розміщуючи банери на різноманітних сайтах та білбордах «Sadyba Music» підвищує власну пізнаваність, а таким чином банер допомагає не лише створити позитивний імідж, а й створити максимальне охоплення, що у свою чергу призводить до появи нових клієнтів та збільшення прибутку агенції.

Отже, грамотно створений рекламний банер «Sadyba Music» приносить агенції пізнаваність на ринку серед клієнтів та підвищує популярність на ринку.

Фірмовий конверт. Фірмова поліграфічна продукція, а саме конверти є однією зі складових фірмового стилю підприємства.

Не зважаючи на постійне листування електронною поштою, фізичне надсилання паперових листів є важливим елементом ведення бізнесу, оскільки є перелік документів, які неможливо відправити по email.

Варто згадати про переваги використання паперових конвертів:

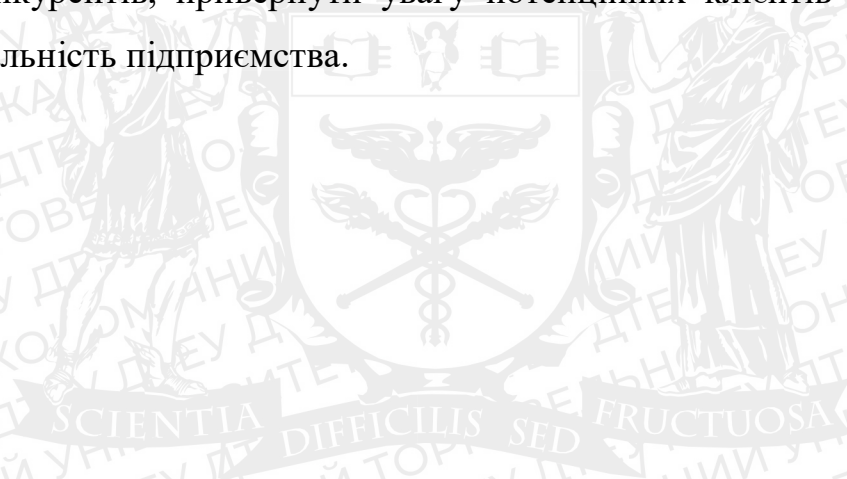
- Підвищення впізнаваності бренду – фірмові конверти, потрапляючи в руки партнерів або потенційних клієнтів, забезпечують звикання до елементів фірмового стилю компанії, завдяки чому зростає впізнаваність і рівень лояльності до підприємства.
- Ексклюзивність – оскільки фірмовий конверт вигідно вирізняється на тлі інших звичайних листів і привертає увагу своєю індивідуальністю – це підвищує шанси, що і вмісту конверта буде приділена належна увага.
- Економія часу – надрукувавши на конверті, крім елементів корпоративного стилю ще й поштові дані (заповнене поле адресант), можна значно заощадити час на оформленні листа.
- Підвищення довіри – для залучення нових і утримання реальних клієнтів важлива кожна дрібниця щодо корпоративної культури компанії, тому компанія, яка хоче сформуванати про себе враження як про стабільну, надійну, серйозну організацію, повинна мати фірмові конверти [9].

Саме для цього агенція «Sadyba Music» подбала про розроблення та друк фірмових конвертів.

При розробці фірмового конверта агенції «Sadyba Music» для фону було використано білий колір. Посередині конверту розміщено логотип підприємства, який ми вже розглядали. Саме такий дизайн фірмового конверта є найбільш вдалим, оскільки містить елемент фірмового стилю (логотип) та розроблений в загальній стилістиці агенції.

Отже, фірмовий стиль охоплює багато різноманітних елементів, включаючи фірмові конверти, «Sadyba Music» зробила правильний вибір виготовляючи їх. Оскільки це позитивно впливає на імідж підприємства, свідчить про високий статус та формує повагу клієнтів та партнерів.

Таким чином можна сказати, що вибір та втілення елементів фірмового стилю «Sadyba Music» є досить успішним. Вдале поєднання усіх складових дозволяє створити впізнаваний образ в очах клієнтів, а це було головною метою підприємства. Також варто зазначити, що «Sadyba Music» розставила правильні акценти, аби створити вигідне враження про агенцію та виокремити її імідж. Тому фірмовий стиль «Sadyba Music» допомагає агенції виділитися серед конкурентів, привернути увагу потенційних клієнтів та підкреслити індивідуальність підприємства.



РОЗДІЛ 2

ТВОРЧЕ ПРОЄКТУВАННЯ

2.1. Розробка оновленої концепції фірмового стилю ТОВ «АГЕНЦІЯ ІВЕНТІВ «САДИБА МЬЮЗІК»

Аналізуючи елементи фірмового стилю «Sadyba Music», можна сказати, що підприємство має чітко виражений фірмовий стиль, який складається з таких елементів як логотип, фірмові кольори, банер та фірмові конверти. Підприємство намагалося розробити кожен елемент фірмового стилю, але допустилося деяких прогалин, які можна наразі виправити, щоб підвищити впізнаваність компанії серед клієнтів та конкурентів. Вдосконалення фірмового стилю може допомогти компанії адаптуватися до змін в ринкових умовах, технологічних та культурних трендів, підвищити візуальне враження про компанію та зробити її більш привабливою для потенційних та наявних клієнтів.

Отже, основні напрями вдосконалення фірмового стилю «Sadyba Music» та їх характеристика подані у табл. 2.1.

Таблиця 2.1

Основні напрями вдосконалення фірмового стилю «Sadyba Music»

Захід / засіб / інструмент	Ціль	ЦА	Термін проведення	Відповідальний	Орієнтовний бюджет
Оновлення логотипу	Адаптація до змін та нових трендів, підвищення відповідності до цінностей та місії компанії	Існуючі та потенційні клієнти	1 тиждень	Фахівець рекламного відділу	3 000 грн
Оновлення фірмового шрифту	Підвищення рівня візуальної ідентифікації, збільшення запам'ятовуваності серед клієнтів	Існуючі та потенційні клієнти	2 тижні	Фахівець ІТ відділу	5 000 грн

Оновлення фірмового банеру	Підвищення рекламної ефективності, привернення та залучення уваги клієнтів	Існуючі та потенційні клієнти	1 тиждень	Фахівець рекламного відділу	2 000 грн
Розробка візиток	Забезпечення успішної комунікації з клієнтами, формування та відображення іміджу	Існуючі та потенційні клієнти	5 днів	Фахівець відділу маркетингу	1 500 грн
Розробка слогану	Привернення уваги потенційної аудиторії, залучення та зацікавлення нових клієнтів	Потенційні клієнти	3 дні	Фахівець рекламного відділу	1 000 грн
Розробка фірмової поліграфічної продукції	Просування на ринку послуг, підвищення рівня лояльності клієнтів	Існуючі клієнти, партнери, співробітники	5 днів	Фахівець відділу маркетингу	1 500 грн
Розробка фірмової сувенірної продукції	Створення фірмової ідентичності, підвищення пізнаваності компанії	Існуючі та потенційні клієнти, партнери	1 тиждень	Фахівець відділу маркетингу	3 000 грн
Розробка фірмового одягу для працівників	Створення професійного іміджу, підтримка командного духу всередині компанії	Співробітники	5 днів	Фахівець відділу маркетингу	2 000 грн

Оновлення логотипу. Логотип є важливою складовою фірмового стилю, оскільки він є візуальним символом бренду та представляє його на ринку. Для того, щоб «Sadyba Music» й надалі зберігала конкурентоспроможність та залучала нових клієнтів, логотип агенції має бути актуальним та сучасним, саме тому він потребує оновлення. Оскільки логотип компанії був створений ще при її заснуванні, то з часом став застарів та став нецікавим для споживачів, тому це необхідно змінювати.

Оновлений логотип може покращити впізнаваність бренду та допомогти підвищити його репутацію серед споживачів. Актуальне лого допоможе

агенції адаптуватися до змін в ринкових умовах, технологічних та культурних трендів, що сприятиме підтримці сучасності бренду та збереженню його конкурентних переваг.

Зокрема, сучасний логотип може допомогти підприємству стати більш привабливим для нової цільової аудиторії, що допоможе розширити клієнтську базу. Отже, оновлений логотип стане ефективним елементом фірмового стилю, який допомагатиме вирізнити «Sadyba Music» серед конкурентів, збільшить впізнаваність агенції та підвищить її візуальну привабливість [10].

Для «Sadyba Music» розроблено варіант оновленого логотипа (дод. В), який компанія може використати для рефрешу власного логотипа. При розробці лого використано фірмові кольори агенції (червоний, чорний та білий) та відобразила ідею агенції у музичному ритмі, який також виконаний у фірмових кольорах. Також важливою частиною оновлення логотипа є позначення сфери діяльності агенції (event agency) та рік заснування компанії, що буде свідчити про її респектабельність та надійність як для клієнтів, так і для партнерів. Унікальний і красивий фірмовий шрифт для логотипа підсилить ефект запам'ятовування агенції, а також продемонструє стабільність, надійність, успіх і статусність «Sadyba Music», підкреслити її імідж, престиж і репутацію.

Оскільки логотип є основним візуальним символом компанії, то він завжди має відповідати сучасним трендам та бути певним відображенням місії та цілей підприємства. Задля того, щоб вирізнити агенцію «Sadyba Music» серед інших, підвищити її привабливість та створити позитивне перше враження про агенцію, запропоновано замінити логотип на новий, який буде відповідати останнім трендам та смакам аудиторії та допоможе підтримати свіжість і актуальність в очах наявних та потенційних клієнтів.. Запропонований мною оновлений логотип буде привертати більше уваги клієнтів, збільшить впізнаваність бренду, зробить компанію більш

запам'ятовуваною, що сприятиме утвердженню її позицій серед конкурентів та підвищить її респектабельність.

Оновлення фірмового шрифту. Важливою складовою фірмового стилю є фірмовий шрифт, який постійно використовується в оформлюваних текстових документах та дизайні послуг чи товарів. Зараз фірмовий шрифт «Sadyba Music» – Helvetica Neue, який підходить компанії та передає сучасний, професійний та надійний характер агенції. Але оскільки фірмовий шрифт був обраний вже давно прийшов час його оновити.

Оскільки шрифти модифікуються та з часом оновлюються, щоб відповідати сучасним тенденціям та стилю «Sadyba Music» варто змінити свій шрифт на Helvetica New – перший за 35 років редизайн шрифту Helvetica Neue. Helvetica New має високу роздільну здатність, а тому забезпечить більшу легкість сприйняття повідомлень та інформації від компанії, покращить читабельність та підкреслить розвиток та вдосконалення агенції.

Helvetica – один з найвідоміших та поширених шрифтів, який був створений швейцарською компанією Haas'sche Schriftgiesserei у 1957 році. У 2019 році компанія Monotype, яка володіє правами на шрифт Helvetica, представила Helvetica Now – сімейство з 48 шрифтів трьох різних розмірів: Micro, Text і Display [11].

Оновлення фірмового шрифту може допомогти збільшити рівень візуальної ідентифікації та привабливості компанії, що створить більший вплив на аудиторію, а більш сучасний та виразний шрифт може зробити бренд більш запам'ятовуваним та відрізнити його від конкурентів.

Отже, оновлення фірмового шрифту «Sadyba Music» позитивно вплине на імідж підприємства, адже так уся документація та фірмові елементи будуть мати чітко виражений і оригінальний шрифт, що забезпечить консистентність та єдність візуальної ідентичності агенції. Також оновлений шрифт буде відповідати сучасним тенденціям, а це сприятиме підвищенню пізнаваності та привабливості агенції, серед потенційних та наявних клієнтів, інвесторів, партнерів.

Оновлення фірмового банеру. Фірмовий банер є одним з елементів фірмового стилю компанії, що допомагає забезпечити консистентність та візуальну ідентифікацію бренду на різних матеріалах та в різних каналах комунікації, використовується для різноманітних рекламних матеріалів агенції та привертає увагу потенційних клієнтів. Якщо говорити про основні функції, які виконує фірмовий банер, то це звичайно підвищення впізнаваності, створення позитивного іміджу та диференціація на фоні конкурентів.

Таким чином стає зрозуміло, що фірмовий банер є важливим елементом фірмового стилю компанії, який забезпечує брендуння, рекламу, підвищення впізнаваності, створення позитивного іміджу, підвищення продажів та диференціацію, тому саме через це потрібно подбати про його оновлення, оскільки він був розроблений ще при створенні агенції, а тому вимагає оновлення.

Оновлений банер буде більш сучасним та відповідатиме сучасним тенденціям та смакам аудиторії, що своєю чергою забезпечить сильніший вплив на неї та допоможе залучити більше потенційних клієнтів, підвищуючи візуальну привабливість агенції. Оновлення банера допоможе мати вищу рекламну ефективність та забезпечить консистентність у використанні графічних елементів та кольорів на різних матеріалах та в різних каналах комунікації [12].

Розроблено оновлений варіант макета фірмового банера для «Sadyba Music» (дод. Г), який агенція може використати для розміщення на різних майданчиках, таких як вебсайт, виставки, конференції, соціальні медіа, рекламні кампанії, друковані матеріали та багато інших. Розробляючи оновлений банер, зроблено акцент на концертній сфері діяльності агенції, зобразивши фігури людей під час концерту. Також на фірмовому банері розміщено коротку інформацію про агенцію (агенція по організації концертів у Києві та областях України), логотип та контактні номери за якими можна зв'язатися з адміністрацією «Sadyba Music». Такий банер буде відображати

основну ідею агенції та підвищить її презентабельність, оскільки привабить потенційних клієнтів та партнерів цікавим дизайном.

Оскільки, фірмовий банер є одним з головних елементів фірмового стилю, то його оновлення стане важливим елементом в підвищенні привабливості та впливу бренду на аудиторію, забезпечить консистентність та диференціацію, а також покращить ефективність комунікації з аудиторією.

Розробка візиток. Візитна картка – це неодмінна частина ділового спілкування, комунікації з цільовою аудиторією, допоміжний інструмент рекламної та маркетингової стратегії підприємства. Візитки є важливим елементом бізнес-комунікації та елементом фірмового стилю, що формує перше враження про підприємство та відображає імідж.

Основною функцією візитної картки є представницькі функції та інформування цільової аудиторії про свої товари чи послуги, а це своєю чергою допоможе «Sadyba Music» завоювати нових клієнтів внаслідок швидкого обміну контактами та інформацією про компанію. Фірмові візитки дозволяють встановлювати та підтримувати професійні контакти з потенційними клієнтами, партнерами та іншими бізнес-співробітниками.

На візитівці підприємству потрібно розмістити лише потрібну та важливу інформацію в короткому обсязі, але з важливою додатковою інформацією, яка може стати в пригоді. Для того, щоб створити приємне візуальне враження візитна картка повинна мати привабливий дизайн, який розроблений у фірмовому стилі, та якісний друк, що буде свідчити про респектабельність компанії. Також обов'язково потрібно надати всю контактну інформацію з можливістю вибору найбільш зручного способу зв'язку для клієнта.

Оскільки, візитка – це обличчя компанії, то вона повинна бути виконана у фірмових кольорах та із зображення логотипа задля донесення інформації про підприємство. Для того аби виділитись серед конкурентів потрібно додати візитці індивідуальності та нестандартності [13].

Тому для «Sadyba Music» запропоновано такі макети візитних карток (дод. Д), які надалі підприємство може використовувати задля просування на ринку. Розроблено два різних варіанти, щоб агенція могла обрати той, який буде більше до вподоби. При розробці візитівок я використала фірмові кольори, логотип агенції для збільшення пізнаваності, розмістила контактну інформацію та можливі соціальні мережі для підтримання зв'язку, щоб пришвидшити можливість комунікації. Також привернути увагу до візитних карток можуть картинки, які відображають основну діяльність компанії, оскільки концертна діяльність один з провідних напрямків агенції.

Отже, візитка – це і ділова, і рекламна поліграфічна продукція, яка при правильному розробленні та наповненні стане відмінним помічником у розвитку «Sadyba Music», рекламуючи та просуваючи агенцію.

Розробка слогану. Фірмовий слоган – це коротка фраза, що легко запам'ятовується та зображає основну ідею та концепцію позиціонування підприємства.

Фірмовий слоган як один з визначальних елементів фірмового стилю обов'язково стане в пригоді «Sadyba Music» та покаже ті змістові аспекти, які не були розміщені в назві, доповнить назву задля її легшого трактування і розуміння. Оскільки слоган має певну енергетику, то він зможе створити важливе перше враження, що у свою чергу допоможе стати агенції більш пізнаваною.

Створюючи слоган «Sadyba Music», слід враховувати те, що він повинен бути:

- *Точним.* Необхідно, щоб слоган був ясним і зрозумілим кожному.
- *Коротким.* Слоган повинен бути сконцентрований на одній основній ідеї.
- *Простим.* Слоган повинен бути простим та лаконічним.
- *Оригінальним.* Оригінальний слоган виділить підприємство на фоні конкурентів.

➤ *Римованим.* Такі слогани краще запам'ятовуються, однак у всіх правилах є винятки: чим креативніша ідея, тим яскравішим і вдалішим буде слоган.

➤ *Легко запам'ятовуваним.* Легкість вимови, стислість, римованість, використання нестандартних слів та інші фактори визначають наскільки впізнаваним і помітним буде слоган [14].

Взагалі розробити успішний рекламний слоган – означає наповнити максимальним змістом мінімальну кількість слів, тому виходячи з місії підприємства (забезпечення клієнтів послугами найвищої якості у найшвидший термін), тому «Sadyba Music» запропоновано такі фірмові слогани, серед яких керівництво агенції змогло б обрати ті, які будуть відгукуватися цінностям та цілям агенції :

- «Sadyba Music» – створюємо події, які залишають слід у серці.
- Відчуйте ритм життя разом з «Sadyba Music».
- Івенти створені «Sadyba Music» залишаються у пам'яті на довгі роки.

Отже, фірмовий слоган формує імідж підприємства та майбутнє ставлення клієнтів до нього. Тому «Sadyba Music» необхідно зайнятися розробкою свого власного фірмового стилю задля привернення до себе уваги, формування позитивного сприйняття агенції та зацікавленості нових клієнтів.

2.2. Розробка макетів фірмової поліграфічної та сувенірної продукції ТОВ «АГЕНЦІЯ ІВЕНТІВ «САДИБА МЬЮЗІК»

Фірмова поліграфічна продукція – це невіддільний компонент фірмового стилю компанії, яка дбає про свою репутацію, а також ефективний маркетинговий інструмент, що забезпечує просування товарів і послуг на ринку. Фірмові матеріали допомагають підкреслити унікальність компанії та зробити її більш запам'ятовувальною в очах клієнтів, збільшити рівень задоволеності клієнтів та підвищити їх лояльність.

Поліграфічна продукція, виконана у фірмовому стилі підприємства «Sadyba Music» сприяла б іміджу підприємства в очах партнерів і потенційних клієнтів, сприяла б зростанню популярності та пізнаваності бренду на ринку. Якісні та привабливі фірмові матеріали, які матимуть привабливий та інформативний дизайн, створять позитивний імідж компанії та свідчатимуть про її професійний підхід до бізнесу, а це буде заохочувати потенційних клієнтів звертатися та довіряти агенції.

Фірмові бланки, теки, запрошення, брошури та інші види фірмової поліграфічної продукції стали б вагомою складовою функціонування «Sadyba Music».

Запропоновано розробити таку фірмову продукцію, як бланки та теки, оскільки:

➤ Фірмовий бланк це один з видів ділової поліграфії, який використовують для ведення як внутрішньої документації, так і офіційного документообігу з партнерами й клієнтами компанії [15]. Тому, я б радила «Sadyba Music» замовити свої фірмові бланки, оскільки часто саме з них починається знайомство потенційного клієнта або партнера з агенцією і створюють перше враження про неї (дод. Е).

➤ Фірмові теки з логотипом стануть у пригоді партнерам та клієнтам, тому що якісна та пристойна тека виконана у фірмовому стилі «Sadyba Music» з документами чи пропозиціями одразу підкреслить особливий статус підприємства [16]. Також фірмова тека стане зручним елементом документообігу, оскільки допоможе архівувати папери, переносити чи передавати. Отже, задля підтримки іміджу агенції та самореклами «Sadyba Music» може почати виготовляти фірмові теки (дод. Ж).

Отже, розробка фірмової поліграфічної продукції «Sadyba Music» повинна бути одним з напрямків вдосконалення фірмового стилю, оскільки така продукція зможе виконувати маркетингову функцію, а саме просувати компанію, сприяти зростанню її пізнаваності, гарантувати віддачу коштів і

сил, вкладених в її виробництво. Враховуючи всі ці фактори, розробка фірмової поліграфії може бути важливою інвестицією в успіх компанії.

Сувенірна продукція із зображенням фірмової символіки є важливим елементом іміджу компанії та ефективним засобом реклами. Такою продукцією може бути предмет або набір предметів у фірмовому кольорі з нанесенням логотипу підприємства.

Сувенірна продукція може входити до будь-якої категорії товарів, наприклад це чашка, канцелярське приладдя, календарі, блокноти тощо, але головною визначальною особливістю є те, що вона повинна бути функціональною аби нею користувалися та на підсвідомому рівні зберігалася інформація про підприємство-виробника цієї продукції.

Фірмова сувенірна продукція може бути розповсюджена серед клієнтів, партнерів, співробітників, що сприятиме підвищенню впізнаваності компанії і зміцненню її позицій на ринку, а це дозволить залучити більше клієнтів та збільшити продажі. Також фірмова сувенірна продукція сприятиме підвищенню рівня мотивації співробітників, що дозволить залучати і утримувати талановитих співробітників та партнерів.

«Sadyba Music» варто зосередитися на розробці фірмової сувенірної продукції задля інформування про себе та підвищення пізнаваності, оскільки сувенірна продукція використовується як рекламний носій.

Вибір сувенірної продукції це досить творчий процес, що вимагає знання багатьох нюансів [17].

Рекомендовано обрати у якості фірмової сувенірної продукції «Sadyba Music» ручки, чашки та блокноти, адже такий вид продукції є найбільш використовуваним серед клієнтів та партнерів, а також має оптимальне співвідношення ціна-якість, оскільки потрібно мати якісну сувенірну продукцію.

Для агенції буде актуальний саме такий вибір сувенірної продукції, адже:

➤ Ручка з фірмовою назвою «Sadyba Music» стала б відмінною рекламою для потенційних клієнтів, а також гарним нагадуванням про підприємство для партнерів (дод. К). Оскільки ручка є практичною річчю, то такий вид продукції не буде супроводжуватися роздратуванням, а навпаки буде добре сприйматися.

➤ Чашка – невід’язний атрибут ділової людини та необхідний предмет побуту як вдома, так і на роботі. А кружка виготовлена у фірмових кольорах з логотипом «Sadyba Music» стане оригінальним нагадуванням про агенцію (дод. Л).

➤ Блокнот у своєму житті використовує кожна людина для ведення необхідних записів. Фірмовий блокнот у свою чергу буде виконувати ще одну функцію, а саме ненав’язливо нагадуватиме про бренд. Тематично оформлена обкладинка та розташований логотип в куточку кожного листка буде підкреслювати приналежність та нагадувати про «Sadyba Music» (дод. М).

➤ Шопер виконаний у фірмових кольорах компанії з логотипом «Sadyba Music» привертатиме увагу до нових клієнтів, сприятиме впізнаваності бренду, допомагає розпізнавати агенцію серед конкурентів та стане приємним подарунком для клієнтів, щоб підвищити їх лояльність до компанії (дод. Н).

Отже, фірмова сувенірна продукція може бути ефективним рекламним інструментом, що сприятиме створенню візуальної ідентичності компанії, підвищить усвідомлення про компанію серед широкої аудиторії не лише наявних, а й потенційних клієнтів, та дозволить вибудувати відносини з клієнтами чи партнерами.

Фірмовий одяг містить елементи дизайну, що відповідають фірмовому стилю компанії, такі як логотип, кольорова гама, шрифт та може бути виготовлений для різноманітних цілей. Використання фірмового одягу може допомогти підсилити візуальну ідентичність компанії, підвищити рівень довіри клієнтів та сприяти позиціонування бренду.

Серед основних переваг розробки фірмового одягу працівників є промоція бренду, що допомагає підкреслити ідентичність бренду та залучити увагу до компанії; підвищення впізнаваності агенції; забезпечення співробітниками відчуття єдності та спільності, що може стимулювати командну роботу та знижувати рівень конфліктів; та просування компанії серед широкого загалу [18].

Саме тому, розроблено власний фірмовий одяг для співробітників агенції «Sadyba Music», який вони зможуть використовувати не лише під час роботи, а й у повсякденному житті, тим самим неусвідомлено його рекламуючи. Я вважаю, що найбільш вдалим вибором фірмового одягу для працівників будуть:

➤ Фірмові футболки – це повсякденний одяг у теплу пору року, який допоможе підсилити візуальну ідентичність компанії та створити враження єдиної команди працівників. Також вони можуть бути використані для реклами та промоції бренду на заходах, таких як виставки, конференції, спортивні змагання тощо. Фірмові футболки можуть стати додатковою формою реклами та позиціонування бренду в очах клієнтів (дод. П).

➤ Фірмові худі – така форма одягу частіше за все використовується у холодну пору року та буде корисною задля того, щоб зміцнити візуальну складову агенції та підкреслити єдність команди працівників. Фірмові худі, як і фірмові футболки, буде корисно використовувати на різноманітних заходах, а також як промо-одяг, що дозволяє виконати рекламну функцію та позиціонувати бренд в очах клієнтів. Крім того, вони можуть стати частиною корпоративної культури компанії та підвищити мотивацію працівників (дод. Р).

Отже, фірмовий одяг з логотипом та іншими елементами фірмового стилю допоможе просувати бренд компанії «Sadyba Music», підвищуючи її впізнаваність, зміцнювати командний дух та збільшувати ефективність рекламних кампаній. Крім того, фірмовий одяг може допомогти створити професійний вигляд працівників та підвищити рівень довіри до компанії, а

також може бути використаний для стандартизації вигляду всіх працівників, що дозволяє легше впізнавати їх серед гостей або клієнтів. Тому «Sadyba Music» потрібно звернути свою увагу на цей напрям вдосконалення, що допоможе в розвитку агенції.

Аналізуючи все вищесказане, можна прийти до висновку, що дотримуючись саме таких напрямів вдосконалення фірмового стилю, «Sadyba Music» має змогу збільшити свою пізнаваність, завоювати довіру серед нових клієнтів, підвищити рівень лояльності серед вже наявних клієнтів та знайти нових клієнтів внаслідок збільшення ідентифікації серед конкурентів. Також введення нових елементів доповнить фірмовий стиль підприємства та буде свідчити про респектабельність та перспективність «Sadyba Music». Загальна вартість запропонованих напрямів складає 19 000,00 гривень та є об'єктивною у зв'язку з обсягом та складністю робіт, необхідних для їх впровадження.

ВИСНОВКИ

Фірмовий стиль – це набір візуальних і графічних елементів, мета яких виділити підприємство та створити індивідуальний образ, який запам'ятовується.

Він відіграє одну з найважливіших ролей у системі маркетингу, оскільки він є головний частиною брендингу підприємства, а тому є важливою складовою маркетингових комунікацій підприємства, оскільки допоможе виділитися серед конкурентів та привернути увагу потенційних клієнтів.

Об'єктом дослідження фірмового стилю підприємства обрано ТОВ «АГЕНЦІЯ ІВЕНТІВ «САДИБА МЬЮЗІК». «Sadyba Music» працює у сфері мистецтва з метою надання послуг у концертній та театральній діяльності. Діяльність «Sadyba Music» спрямована на організацію різнопланових заходів будь-якого масштабу на замовлення клієнтів та надання різноманітних послуг у сфері культури, розваг і відпочинку.

Провівши аналіз зовнішніх та внутрішніх факторів впливу на підприємство, які класифіковано на можливості й загрози (зовнішні чинники) та сильні й слабкі сторони (внутрішні чинники), було встановлено зв'язок між сильними та слабкими сторонами, а також між можливостями та загрозами, які свідчать, що «Sadyba Music» розвивається у правильному напрямку і в перспективі може стати провідною агенцією. Також при аналізі таблиці стає очевидним, що вдосконалення наявного фірмового стилю є однією з можливостей перспективного розвитку підприємства.

Аналіз конкурентів ТОВ «Sadyba Music» дозволяє зробити висновок, що компанія пропонує послуги в середньому ціновому діапазоні та має широкий спектр послуг, який конкурує з провідними агентствами. Кожен з конкурентів має свої сильні та слабкі сторони, але компанія «Sadyba Music» має свої конкретні конкурентні переваги, зокрема широкий спектр послуг та звернення до різних сегментів клієнтів, які охоплюють як корпоративні заходи, так і приватні події, які допомагають зберігати позиції на ринку та привертати увагу

нових клієнтів, щоб досягати більшого успіху. Аналіз конкурентів дав зрозуміти, що оновлення фірмового стилю є важливою складовою покращення позиціонування на ринку та збільшення прибутковості.

Вибір та втілення елементів фірмового стилю «Sadyba Music» є досить успішним. «Sadyba Music» має такі елементи фірмового стилю як логотип, фірмові кольори, фірмовий банер та фірмові конверти. Вдале поєднання усіх складових дозволяє створити впізнаваний образ в очах клієнтів, а це було головною метою підприємства. Також варто зазначити, що «Sadyba Music» розставила правильні акценти, аби створити вигідне враження про агенцію та виокремити її імідж. Тому фірмовий стиль «Sadyba Music» допомагає агенції виділитися серед конкурентів, привернути увагу потенційних клієнтів та підкреслити індивідуальність підприємства.

Оскільки при розробці фірмового стилю «Sadyba Music» розробила не всі обов'язкові елементи фірмового стилю, а також протягом часу свого існування не проводила актуалізації свого фірмового стилю, головними напрямками вдосконалення фірмового стилю є:

- оновлення логотипа;
- оновлення фірмового шрифту;
- оновлення фірмового банера;
- розробка візиток;
- розробка фірмового слогана;
- розробка фірмової поліграфічної продукції;
- розробка фірмової сувенірної продукції;
- розробка фірмового одягу для працівників.

Впровадивши запропоновані напрями вдосконалення, «Sadyba Music» має змогу збільшити свою пізнаваність, завоювати довіру серед нових клієнтів, підвищити рівень лояльності серед вже наявних клієнтів та знайти нових клієнтів внаслідок збільшення ідентифікації серед конкурентів. Розроблені напрями вдосконалення спрямовані на покращення роботи агенції та будуть сприяти збільшенню її ефективності та результативності, залученню

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. ТОВ АГЕНЦІЯ ІВЕНТІВ SADYBA [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://youcontrol.com.ua/catalog/company_details/41509480.
2. Уплив кольорів на психоемоційний стан людини. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://urok.osvita.ua/materials/psychology/33170>.
3. Логотип: види логотипів. Логотипи компаній. Створення логотипу. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://uk.campwaltblog.com/4313101-logo-types-of-logos-company-logos-logo-creation>.
4. Психологія кольору в рекламі [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://marketer.ua/ua/psihologiya-tsveta-v-reklame>.
5. АНАЛІЗ БРЕНД-КОЛОРИСТИКИ ЯК ІНСТРУМЕНТУ ВПЛИВУ НА ЦІЛЬОВУ АУДИТОРІЮ БРЕНДУ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2011_2_95_104.pdf.
6. Шрифт і логотип як спосіб привернення уваги споживачів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2020/05/20.-menedzhment-i-marketyng-u-sferi-turyzmu-i-gotelno-restorannoyi-spravy.pdf>.
7. Helvetica. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Helvetica>.
8. Психологія кольору в рекламі та маркетингу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://marketingr.com.ua.82>.
9. Навіщо сучасному бізнесу потрібні брендovanі конверти? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://kremdruk.com.ua/ua/ru-zachem-sovremennomu-biznesu-nuzhny-brendirovannye-konverty-ua-navishho-suchasnomu-biznesu-potribni-brendovani-konverti>.
10. Навіщо потрібен логотип [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://litoprint.com.ua/navischo-potriben-logotip>.

11. Helvetica Now [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.monotype.com/fonts/helvetica-now>.
12. Що потрібно враховувати, щоб створити ефективний банер [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://telegraf.design/shho-potribno-vrahovuvaty-shhoby-stvoryty-efektyvnyj-baner-porady-marketologyni-ta-dyzajnera>.
13. Візитка – рекламна чи ділова продукція? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://kremdruk.com.ua/ua/ru-vizitka-reklamna-ili-delovaja-poligrafija-ua-vizitka-reklamna-chi-dilova-poligrafija>.
14. Слоган для реклами. Бренд-дизайн. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://koloro.ua/ua/slogan-dlya-reklamy.html>.
15. Як ділова поліграфія може просувати бренд. ФІРМОВІ БЛАНКИ. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://kremdruk.com.ua/ua/ru-kak-delovaja-poligrafija-mozhet-prodvygat-brend-firmennye-blanki-ua-jak-dilova-poligrafija-mozhe-prosuvati-brend-firmovi-blanki>.
16. Друк фірмових папок, виготовлення папок з логотипом. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://brandme.in.ua/papki>.
17. Сувенірна продукція – багатофункціональний елемент реклами. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://leosvit.com/art/suvenirna_produkcia.
18. Спецодяг як фірмовий стиль компанії [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://effetex.com/uk/2021/02/23/speczodyag-yak-firmovyj-styl-kompaniyi>.
19. Sadyba Music [Електронний ресурс] : сторінка в Facebook. – Режим доступу: <https://www.facebook.com/SadybaMusic>.
20. Prime Event [Електронний ресурс] : веб-сайт. – Режим доступу: <https://prime-event.com.ua>.
21. Прищепкін event-team [Електронний ресурс] : веб-сайт. – Режим доступу: <http://www.prischepkin.com>.

22. Ant Hill [Електронний ресурс] : веб-сайт. – Режим доступу:
<https://anthill.events/ua>.

23. Diamond [Електронний ресурс] : веб-сайт. – Режим доступу:
<https://diamondshow.com.ua>.



ДОДАТКИ

Додаток А



Рис. А.1. Логотип «Sadyba Music»

Додаток Б



Рис. Б.1. Банер «Sadyba Music»



Рис. В.1. Оновлений логотип «Sadyba Music»

АГЕНЦІЯ ПО ОРГАНІЗАЦІЇ
КОНЦЕРТІВ В КИЄВІ
ТА ОБЛАСТЯХ УКРАЇНИ



095-175-27-21
067-747-98-07



Рис. Г.1. Оновлений банер «Sadyba Music»



Рис. Д.1. Запропонований макет візитки «Sadyba Music», титульна сторона (варіант 1)

СТВОРЮЄМО ПОДІЇ, ЯКІ ЗАЛИШАЮТЬ СЛІД У СЕРЦІ



ТЕЛЕФОН: 095-175-2721, 067-747-98-07

АДРЕСА: МІСТО КИЇВ, ПРОСПЕКТ ГОЛОСІЇВСЬКИЙ, БУДИНОК 9

EMAIL: SADIBA-MUSIC@UKR.NET

FACEBOOK: [HTTPS://WWW.FACEBOOK.COM/SADYBAMUSIC](https://www.facebook.com/sadybamusic)



Рис. Д.2. Запропонований макет візитки «Sadyba Music», зворотня сторона (варіант 1)



☎ 095-175-27-21, 067-747-98-07

✉ SADIBA-MUSIC@UKR.NET

🏠 МІСТО КИЇВ, ПРОСПЕКТ ГОЛОСІВСЬКИЙ, БУДИНОК 9

🌐 WWW.FACEBOOK.COM/SADYBAMUSIC

Рис. Д.3. Запропонований макет візитки «Sadyba Music» (варіант 2)



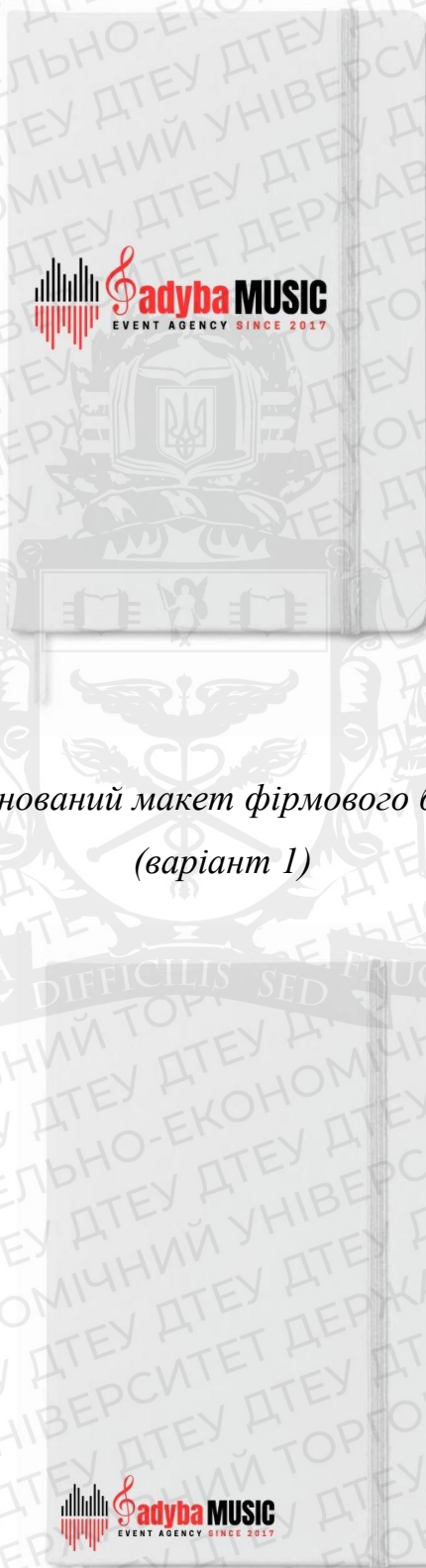
Рис. Е.1. Запропонований макет фірмового бланку «Sadyba Music»



Рис. Ж.1. Запропонований макет фірмової теки «Sadyba Music»



Рис. К.1. Запропонований макет фірмової ручки «Sadyba Music»



*Рис. М.1. Запропонований макет фірмового блокноту «Sadyba Music»
(варіант 1)*

*Рис. М.2. Запропонований макет фірмового блокноту «Sadyba Music»
(варіант 2)*



Рис. Н.1. Запропонований макет фірмового шопера «Sadyba Music»



Рис. П.1. Запропонований макет фірмової футболки «Sadyba Music»

(варіант 1)



*Рис. П.2. Запропонований макет фірмової футболки «Sadyba Music»
(варіант 2)*

Додаток Р



*Рис. Р.1. Запропонований макет фірмового худі «Sadyba Music»
(варіант 1)*

