

## **ЯК ДИЗАЙН МОЖЕ СПРИЯТИ ПРОСУВАННЮ БІЗНЕСУ**

**Анна Шапрудова,**

здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти,  
спеціальність 061 Журналістика,

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

**Науковий керівник –**

кандидат наук із соціальних комунікацій,

доцент кафедри реклами і зв'язків з громадськістю

Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара

**Андрій Гусєв**

Сучасний світ стрімко змінюється, і разом з ним еволюціонує роль графічного дизайну. Його вплив на візуальні комунікації та маркетингові стратегії стає все більш значним, роблячи цю сферу знань надзвичайно актуальною для дослідження.

З одного боку, глобалізація стирає кордони, роблячи дизайн більш універсальним. З іншого боку, зростає потреба у збереженні етнокультурної самобутності, що стимулює розвиток локального дизайну з автентичними рисами. Графічні дизайнери шукають баланс між універсальними естетичними принципами та унікальними культурними кодами.

В умовах інформаційного шуму та "втоми" від одноманітності дизайнери стикаються з викликом створення оригінальних та чітких візуальних образів. Їх завдання – не просто привернути увагу, але й донести сенс та цінність продукту чи послуги.

Інтернет та цифрові технології відкривають нові горизонти для графічного дизайну. З'являються нові формати візуальної комунікації, такі як моушн-дизайн, UX/UI дизайн, 3D-графіка, AR/VR. Дизайнери активно освоюють ці інструменти, щоб відповідати потребам сучасного світу.

Графічний дизайн – це не просто естетика. Це потужний інструмент маркетингових комунікацій, що стимулює споживання та просування товарів і послуг. Дослідники аналізують психологічні аспекти впливу дизайну на споживача, його роль в брендингу, еволюцію в контексті культурних змін, зв'язок з іншими видами мистецтва, вплив нових технологій.

Графічний дизайн є частиною візуальної культури повсякденного життя; у продуктах, які ми використовуємо, до формату-

вання інформації, яку ми споживаємо. Кожен день – це змагання за увагу людей у морі інформації; таким чином, наукова комунікація має бути ефективною. Використовуючи аналогію з рекламним щитом біля шосе, на можливість привернути увагу та швидко передати бажану інформацію можна вплинути макетом презентації, зображеннями, гарнітурою та вибором кольору.

Оскільки дизайн слугує каналом для взаємодії між брендами та споживачами, дуже важливо, щоб контент був ретельно розроблений, щоб він був одночасно привабливим та інтерактивним. Забезпечення захоплюючих онлайн-досвідів впливає на купівельну поведінку клієнтів, і розробити такий досвід є складним завданням. Створення бажаного іміджу та впізнаваності сприяють ефективному зверненню до людей; різноманітні онлайн-платформи дозволяють щодня створювати привабливий і вражаючий контент. Вони допомагають дизайнерам створювати будь-який тип візуального контенту та роблять процес ефективнішим. Це програмне забезпечення для створення та редагування зображень надає користувачеві можливість створювати персоналізований візуальний контент, графіки, діаграми, меми, інфографіку, забезпечуючи послідовний вигляд у всіх каналах. На додаток до створення візуально привабливої графіки в різноманітних форматах, вони пропонують можливість легко поширювати та циркулювати дизайни.

Дизайн - це тренд у бізнесі. Бізнес-фахівці пишуть про дизайн та його цінність для більш традиційних бізнес-практик, що сприяє інноваціям, співпраці та творчості. Forrester Research описує сервіс-дизайн як "найважливішу дизайнерську дисципліну". Такі компанії, як Apple, Dyson та Philips, підвищили обізнаність про цінність дизайну для бізнесу. Інші великі компанії впроваджують можливості дизайну в себе. IBM будує свою студію дизайну. Capital One Bank придбав провідне дизайнерське агентство. Уряд Великої Британії наймає дизайнерів у таких сферах, як податки, доходи та правосуддя. Провідні управлінські консалтингові компанії також визнають цінність дизайну. McKinsey придбала дизайн-студію Lunar, а Accenture - компанію Fjord, що займається цифровим дизайном.

Якісний маркетинговий дизайн володіє силою мотивувати людей до дії, пропонуючи чіткий і легкий шлях до задоволення

їхніх потреб. Приваблива упаковка, витончений дизайн продукції, що виділяють товар на тлі конкурентів, значно збільшують число покупців, виводячи бізнес на новий рівень. Грамотний дизайн здатен розвіяти занепокоєння людей і підштовхнути їх до дії. Аудиторія повинна чітко бачити, як компанія може допомогти їй вирішити проблему або принести радість.

Роль дизайну у комунікативній стратегії бренду

Те, як виглядає ваш товар або ваш бренд в очах аудиторії відіграє велику роль у побудові комунікативної стратегії вашої компанії. Дизайн, в цьому випадку, транслює цільовій аудиторії загальний настрій бренду, створює довірливі відносини з цією аудиторією, а також формує необхідне уявлення, враження про продукт або послугу.

Головна задача дизайну в комунікативній стратегії створювати емоції, враження про продукт та впливати на аудиторію. Спонукає її до певних дій, таких як придбання продукту або послуги. Ефективний дизайн товару або послуги звертає увагу потенційного споживача, викликає зацікавленість, передає загальну концепцію та ідею бренду.

Важливі аспекти комунікативної функції дизайну:

- Цільова аудиторія: дизайн повинен відповідати стилю, тону та елементам, які найбільш ефективно комунікують з цільовими групами.

- Візуальна привабливість: дизайн повинен бути візуально привабливим і привертати увагу аудиторії.

- Чіткість та простота: дизайн повинен бути чітким і простим у сприйнятті.

- Емоційна залученість: дизайн повинен викликати емоційну реакцію у споживачів.

- Використання вербальних елементів: заголовки, слогани, описи та вказівки допомагають чітко донести повідомлення.

- Ідея та концепція: дизайн повинен передавати ясну ідею та концепцію.

- Візуальні елементи: кольори, форми, шрифти та графічні елементи допомагають створити настрій, викликати емоції та привернути увагу аудиторії.

- Графічна композиція: правильна композиція допомагає чітко донести повідомлення.

- Типографіка: вибір правильного шрифту та його розташування важливі для ефективної комунікації.

- Використання зображень: зображення можуть бути потужними комунікаторами, які передають повідомлення швидше, ніж слова.

- Унікальність та конкурентні переваги: дизайн повинен підкреслювати унікальність та конкурентні переваги продукту або послуги.

Ефективне використання комунікативної функції дизайну напряму впливає на успіх просування рекламних кампаній та побудови міцного зв'язку з цільовою аудиторією.

#### Фірмовий стиль

Успішні компанії усвідомлюють важливість фірмового стилю. Це запорука впізнаваності їхнього бренду. Придбають чи не придбають ваш продукт, часто залежить від його зовнішнього вигляду. Саме вдалий дизайн допомагає переконати покупця в правильному виборі товару; допомагає бізнесу зрозуміти, що люди купують не 657 продукт, а досвід взаємодії.

59% респондентів дослідження Adobe State of Create зазначають [6], що у виборі продукту чи сервісу гарний дизайн стає для них переконливим критерієм (і 45% з них погоджувалися платити більше, якщо продукт мав естетичний вигляд). У звіті "The Value of Design" [7] Британської ради з дизайну зазначається, що "компаніям, які вважають дизайн частиною продукту, не доводиться так сильно боротися за ціну, як іншим". Згідно зі статтею Девіда Куні та Асуки Кондо [8], дизайнери можуть підвищити цінність бренду так само, як і якісний продукт.

Поширені випадки, коли власники бізнесу не розуміють для чого потрібно виділяти гроші з бюджету на дизайн та його просування, вони обмежуються логотипом. Однак, такий підхід втрачає свою актуальність через велику кількість нових гравців на ринку. Стає недостатньо лише нагадувати про себе своїй аудиторії, потрібно вже налагоджувати нові зв'язки та залучати все нових і нових клієнтів.

Тому, підсумувавши, можна вважати, що бізнесу не просто потрібен логотип, це має бути повна упаковка тренду з урахуванням всіх потреб цільової аудиторії та постійні апгрейди фірмового стилю.

У сучасному діджитал-просторі дизайн і фірмовий стиль не є просто доповненням до розвитку бренду, вони є надзвичайно важливими для компанії, що хоче закріпитись у своїй ніші та розвиватись, збільшувати продажі. Дизайн дає змогу ефективно транслиувати цінності та ідентичність бренду, створювати міцні взаємовідносини з аудиторією. Вкладаючи в якісний дизайн і стратегічний брендинг, можна вважати, що це інвестиція є запорукою успішного майбутнього компанії.

### **Список використаних джерел**

1. Дереза О.І. Маркетинг виробників та маркетингові дослідження: навч. посіб. Київ : Знання, 2017. С.112-125. (дата звернення 16.03.24)
2. Литовченко О.В., Білоконь А.В. Дизайн у сучасній рекламі. Київ : Філін, 2017. С. 73-86. (дата звернення 16.03.24)
3. Просвирина А. Підвищуємо довіру до бренду. Рецепт від КОЛОРО// <https://koloro.ua/ua/blog/brending-imarketing/povyshaem-doverie-k-brendu.-recept-ot-koloro.html> (дата звернення 19.03.24)
4. Юдіна Н.В. Бренд-менеджмент: навчальний посібник. Київ: КПІм. Ігоря Сікорського, 2020. 114 с. (дата звернення 19.03.24)
5. VistaCreate // Дизайн, що продає: як підняти продажі за допомогою соц. мереж // <https://create.vista.com/ru/blog/how-to-sell-more-with-design/> (дата звернення 21.03.24)
6. Adobe State of Creativity // State of Creativity Report 2020: с. 21 (дата звернення 21.03.2024)
7. The Value of Design // Factfinder report 2007: 19с. (дата звернення 21.03.24)
8. Redesigning the design department Report // David Cooney Asuka Condo // 2022 (дата звернення 21.03.24)