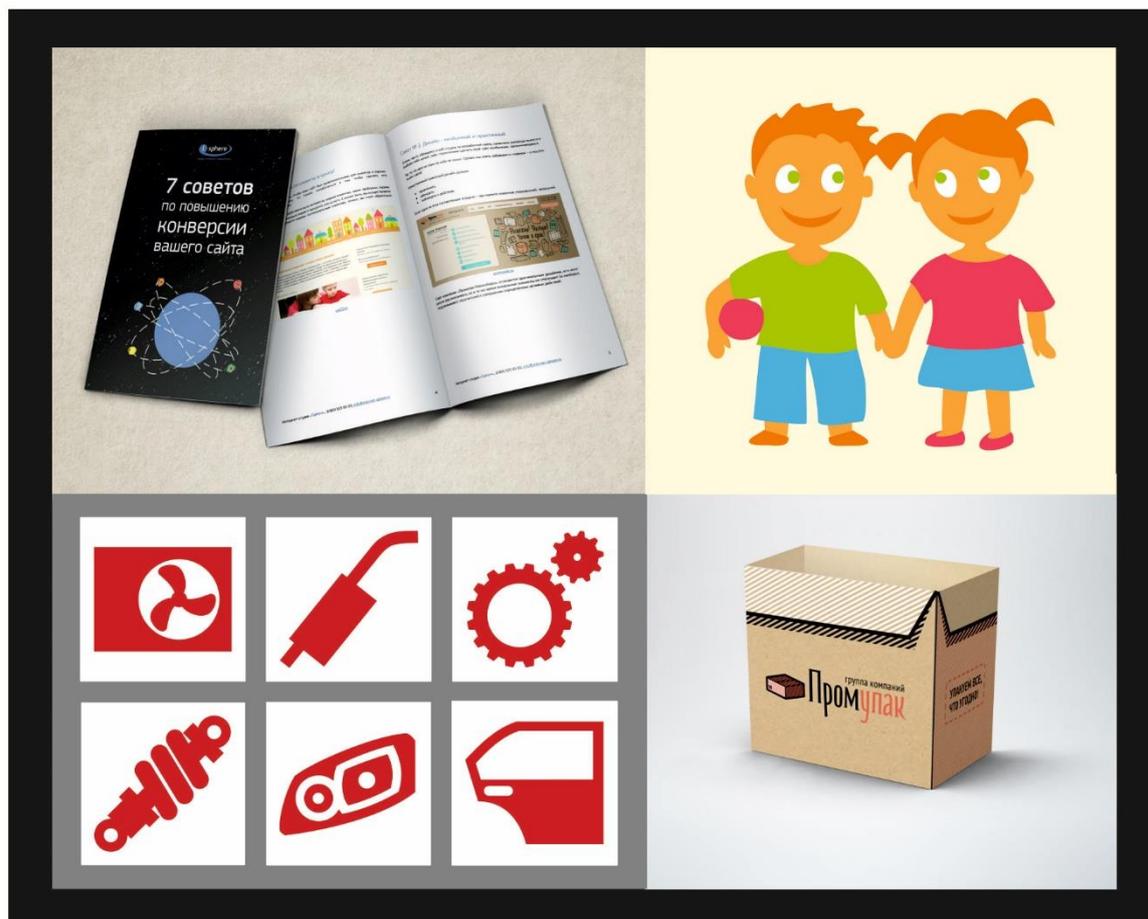


7 дизайн-идей для улучшения имиджа вашей компании



Содержание

7 дизайн-идей для улучшения имиджа вашей компании	3
Идея № 1. Новый старый логотип	4
Идея № 2. Необычная визитка	5
Идея № 3. Иконки и иллюстрации	6
Идея № 4. Пособия и руководства	7
Идея № 5. Инфографика	8
Идея № 6. Карта клиента	9
Идея № 7. Уникальные сувениры	10

7 дизайн-идей для улучшения имиджа вашей компании

Дорогие друзья! Мы с вами живем в такое время, когда чтобы хорошо зарабатывать и быть успешным, приходится постоянно развиваться, искать новые пути и проявлять немалую изобретательность. Забота о том, как компания выглядит в глазах клиентов, становится важной как никогда.

На это есть две веские причины:

1. развитие Интернет-технологий, благодаря которым новости разносятся с мгновенной скоростью;
2. выбор, который появился у покупателей в связи с ростом конкуренции в большинстве сегментов рынка.

Поэтому в современных условиях забота об имидже сводится к тому, чтобы постоянно совершенствовать точки контакта с клиентом, придумывать что-то новое, пополнять запас маркетинговых инструментов.

Итак, в этом руководстве мы собрали дизайн-идеи, которые помогут улучшить существующие и добавить новые инструменты по улучшению имиджа компании. Каждый пример дополнен фотографиями из нашего опыта работы с клиентами, из нашего портфолио. Всё это мы или наши клиенты испытали на себе!

В нашей [базе знаний](#) уже есть руководство «7 «фишек» для вашей компании». Если вы его еще не видели, – рекомендуем посмотреть. Эти два пособия прекрасно дополняют друг друга.

Идея №1. Новый старый логотип

Логотип, как и любой другой элемент имиджа компании, имеет свой срок жизни. Обычно это около 5 лет, по истечении которых он нуждается в совершенствовании или полной переработке. Учитывая современные условия форсированного развития, срок жизни логотипа может скоро уменьшиться еще на пару лет.

Часто бывает так, что компания с большим опытом работы не меняет логотип только из опасения, что его могут не узнать постоянные клиенты. Однако есть возможность убить двух зайцев – сохранить логотип узнаваемым и сделать его более современным и статусным.

Как это сделать?

- Усовершенствуйте структуру логотипа и соотношение элементов друг с другом.
- Подберите современные шрифты.
- Обновите или добавьте основной символ, чтобы он был узнаваемым и запоминающимся.
- Замените оттенки. При этом можно сохранить основную цветовую гамму, даже если в нее добавятся 1-2 промежуточных цвета.

Логотип компании «Виталаб» до и после редизайна:



Логотип компании «АртМастер» до и после редизайна:



Идея №2. Необычная визитка

Уже давно прошло время, когда можно было обойтись односторонними визитками на обычной бумаге со скромным логотипом в уголке. Даже если такая визитка сделана по всем правилам делового этикета, в ней будет мало толку, если она тут же попадет в мусорное ведро.

Любая уважающая себя компания должна заботиться о том, что попадает в руки клиентов. И абсолютно не важно, кто распространяет визитки: руководитель или менеджер по продажам.

Визитка в любом случае должна быть:

- А) информативной;
- Б) качественной;
- В) выделяющейся среди визиток конкурентов.

Если это корпоративная визитка, то стоит разместить на ней:

- несколько альтернативных контактов;
- основное преимущество или довод в пользу компании.

Если это персональная визитка, хорошо будет разместить на ней:

- несколько личных контактов;
- ключевые компетенции визитера.

Варианты креативных визиток, разработанных для группы компаний «Промупак»:



Идея №3. Иконки и иллюстрации

Разработайте для своей компании фирменный набор иконок и иллюстраций.

Это поможет:

- легко выделиться среди конкурентов;
- создать свой неповторимый и узнаваемый стиль;
- запомниться и привлечь внимание к компании и своему продукту;
- сделать свои маркетинговые материалы интересными и узнаваемыми.

Иконки и иллюстрации можно использовать для оформления:

- коммерческих предложений и презентаций;
- визиток, листовок, каталога и другой печатной продукции;
- вывесок, билбордов и других элементов наружной рекламы;
- этикеток и упаковки;
- сайта и групп в соц. сетях.

Иконки для компании «Акцент Восточный»:



Иллюстрация для Центра поддержки семьи и детей «Вундеркинд»:



Идея №4. Пособия и руководства

В качестве дополнительных маркетинговых материалов очень хорошо могут послужить различные пособия, руководства, инструкции по использованию товара и др.

В чем их ценность? Эти материалы не связаны с продажами напрямую – они несут пользу, какую-то информацию, которая будет интересна клиенту и останется у него независимо от того, станет он сейчас покупать что-то у вас или нет.

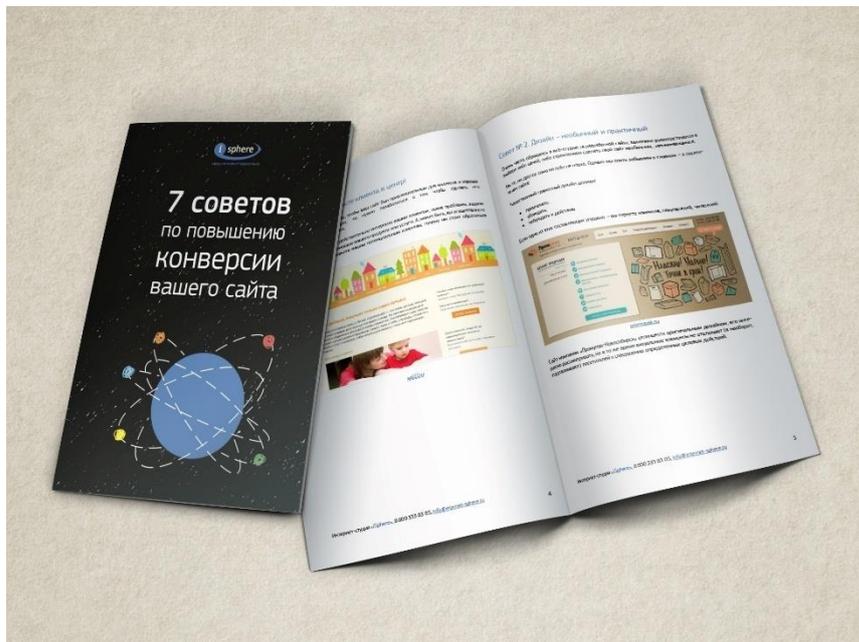
Такое пособие можно:

- А) распечатать и раздавать при встречах с клиентами;
- Б) оформить в виде pdf-файла и выложить на сайт с возможностью скачивания.

Как должно выглядеть пособие, чтобы заинтересовать клиентов:

- быть действительно полезным и информативным – для этого надо хорошо понимать потребности клиентов;
- содержать минимум рекламы (достаточно просто разместить информацию о компании в конце пособия);
- показывать всё наглядно с помощью схем, фотографий, иллюстраций;
- содержать ваши контакты.

Пособие для клиентов Интернет-студии «iSphere»



Идея №5. Инфографика

Еще один вариант оформления ценного контента – это инфографика.

Инфографикой называют визуальную передачу какой-либо информации, сочетающую текст и рисунок.

Как создать инфографику?

- Выберите тему, которая будет интересна вашим клиентам.
- Набросайте текстовую часть.
- Теперь пересмотрите текст еще раз и подумайте, как можно его сократить и обобщить.
- Добавьте цифры, факты, результаты исследований – сделайте инфографику максимально сжатой и полезной.
- Теперь можно передавать ее дизайнеру на оформление.

Как использовать инфографику:

- разместите ее на своем сайте, в блоге, в соц. сетях;
- включите в рассылку среди клиентов;
- распечатайте и раздавайте клиентам в качестве маркетинговых материалов.

Инфографика «Гид по продажам»

Виды продаж

активные и пассивные

прямые и опосредованные

личные и телефонные

b2b и b2c

известные эксперты в области продаж

Борис Жалило

Константин Бакшт

Игорь Рызов

Николай Рысев

Максим Батырев

Ася Барышева

Евгений Жигилий

как увеличить свои продажи

объем продаж = количество клиентов * ваш коэффициент конверсии * средний счёт

с которыми вы взаимодействуете

воронка продаж

Итак, существует всего 3 способа увеличить продажи:

- увеличить количество клиентов, с которыми вы ведете переговоры
- улучшить ваш коэффициент конверсии
- увеличить средний счет

Идея №6. Карта клиента

Карта клиента – это отличный маркетинговый инструмент.

Карта партнера Интернет-студии «iSphere»:

Варианты использования карты клиента:

- создание клиентской сети;
- создание партнерской сети для распространения вашей продукции.

«Фишки»:

- Если тираж небольшой, разместите на карте индивидуальный номер, который поможет лучше отслеживать использование карт клиентами. Кроме того, если клиент будет видеть, что ему отведен его номер, это подчеркнет ваше отношение к нему.
- Если это скидочная карта, укажите размер скидки и срок ее действия.
- Обычную визитку можно легко превратить в карту клиента, если разместить на ней информацию о скидке – это увеличит срок жизни визитки.



Карта клиента для компании «Акцент Восточный»:



Идея №7. Уникальные сувениры

Если вы хотите сделать подарок клиенту, оставить ему сувенир, который действительно произведет впечатление и запомнится, лучше воздержитесь от изготовления бесполезных или давно избитых вещей (календари, кружки, ежедневники, ручки). Эти материалы, конечно, нужны для работы с клиентами, но ими уже никого не удивишь.

Гораздо интереснее будет выглядеть подарок, который клиент больше нигде не сможет получить.

Как создать такой подарок?

- Подумайте, с какими вещами, предметами, явлениями ассоциируется ваша компания.
- Набросайте ассоциативную карту.
- Выделите те предметы, которые имеют еще и практическое значение.
- Теперь попробуйте всё обобщить и обязательно запишите все идеи, даже если они кажутся нереализуемыми.
- Выберите самые интересные идеи и обсудите с коллегами, с друзьями. Обратите внимание на их реакцию: вызывают ли ваши идеи интерес, удивление?

Карты для улучшения навыков работы с возражениями:



Звоните: 8-800-250-65-58.

Пишите: you@prodasch.ru.

Читайте: www.prodach.ru.

В гости: Российская Федерация, Алтайский край,
г. Барнаул, ул.Пушкина, 38, оф. 306.

Еще больше полезных знаний:

www.facebook.com/prodach;

www.vk.com/prodach.