

Вдосконалення
корпоративного стилю
СМАРТ ХОЛДІНГ

Чому актуально вдосконалення корпоративного стилю



Зміни у компанії

- **Завершення трансформації.** Смарт-Холдинг в останні декілька років суттєво змінився. Це стосується як формальних змін (керівництво, орг. структура), так і корпоративної культури.
- **Оновлення стратегії.** Компанія прагне вийти на нові ринки у Європі де вона поки ще не здобула «ім'я». Корпоративний стиль грає важливу роль у створенні першого позитивного враження та формуванні цільового іміджу.



Зміни в Україні

- **Криза на ринку праці.** Внаслідок війни та масового відтоку людей для залучення професіоналів важливо використовувати всі засоби для формування позитивного сприйняття компанії.



Глобальні тренди

- **Цифрова реальність.** Людська діяльність переміщується у цифровий і, у перспективі, віртуальний світ. Необхідно враховувати вимоги та особливості сприйняття інформації у цифровому середовищі.
- **Соціалізація та гуманізація.** Партнери та клієнти обирають компанії, які демонструють піклування про людей, їх почуття та емоції.
- **Новий образ успішного бізнесу.** Надійність та стабільність вже не є ознакою успішності. Для сучасних компаній-лідерів характерні такі риси, як готовність до експерименту, здатність швидко змінюватись, а також інтегрувати у свій бізнес нові практики управління та технічні рішення.

Які елементи корпоративного стилю можна вдосконалити

Основні елементи

Назва компанії
Логотип

Брендбук

Шрифти
Корпоративні кольори
Декоративні петерни та графіка
Шаблони корпоративних паперових документів

Дизайн система *

Шаблони модулів, веб-сторінок/екранів додатків
Петерни розміщення елементів
Інтерактивні елементи управління
Стили та елементи оформлення
Технічні специфікації
Аксіоматичні принципи та правила

Пропонується
оновити

Пропонується
створити

* Використовується внутрішніми та зовнішніми **розробниками програмного забезпечення та цифрового контенту** для зовнішньої та внутрішньої аудиторії. Дозволяє радикально підвищити швидкість та якість розробки ПЗ. Інтегрується в існуючий процес (pipeline) створення цифрових продуктів на етапі прототипування.

Сучасні тренди у дизайні корпоративного стилю



Регулярне оновлення бренду стає звичним

Традиційні компанії відчують ризик бути нерелевантними у очах потенційних працівників, особливо молодого покоління, які порівнюють їх із сучасними лідерами цифрового світу, що проводять сміливі та інтригуючі бренд-комунікації. Переосмислення корпоративної ідентичності, хоча ще не є рутинною, але вже не розглядається як щось визначне. Компанії все частіше та сміливіше експериментують зі своїм брендом заради того, щоб привернути увагу та відповідати очікуванням потенційної аудиторії.



Пошук унікальності у простоті

Графічні образи спрощуються і тому є багато причин. Люди підсвідомо тягнуться до простих форм, бо відчують перевантаження інформаційною складністю оточуючого світу. Лаконічні знаки значно краще виглядають на невеликих цифрових екранах мобільних пристроїв. Дизайнери намагаються зберегти впізнаваність існуючих брендів або закласти характерність та більшу кількість сенсів у якомога більш простих формах. Чисті кольори допомагають привернути увагу до знаку та створити позитивне емоційне сприйняття.



Цифровізація

Люди проводять все більше часу у цифровому просторі. Веб-сайти та мобільні додатки стають переважною формою задоволення інформаційних потреб, отримання сервісів та навіть виконання роботи. Багато компаній переосмислюють свою корпоративну ідентичність та бренд-стратегії з урахуванням розвитку цифрових технологій та каналів, а на черзі вже технології віртуальної реальності, які здатні перевернути нашу уяву про можливе.



Цілісність користувацького досвіду

Компанії, які не забезпечують цілісність користувацького досвіду та неперервність взаємодії на всіх комунікаційних платформах ризикують виглядати аутсайдерами. Вже існують та активно розповсюджуються рішення, що допомагають організувати та уніфікувати розмаїття елементів бренду і при цьому не обмежують їх використання так суворо, як це роблять традиційні бренд-буки. І так, всі ці рішення є цифровими.

Два підходи до оновлення логотипу

Радикальна зміна

Повна зміна форми та кольорів знаку. Є наслідком зміни бізнес-концепції та моделі, що тягне за собою необхідність у репозиціонуванні.

Для вже відомих брендів потребує багато зусиль та значних бюджетів.



Еволюційна зміна (facelift)

Вдосконалення форми та стилю, що не зменшують впізнаваність, але позитивно впливають на сприйняття та використання. Для частини цільової аудиторії іноді проходить непомітно.

Для **СМАРТ ХОЛДІНГ** пропонується **еволюційний підхід**:

- Компанії притаманний послідовний стиль змін.
- Бренд відомий в Україні. Важливо зберегти впізнаваність для партнерів та клієнтів.
- Під час війни та за умови втрати частини активів суттєві витрати, які супроводжують радикальну зміну стилю, є невиправданими.

Поточний логотип, що добре і що можна покращити

Сприйняття

- Добре впізнаваний.
- Викликає відчуття сили, впевненості, стабільності.
- Має характерний колір.
- Може виступати самодостатнім декоративним елементом. Не потребує доповнення.



Зони покращення:

- У знак закладена метафора рукостискання, але біла лінія, що розділяє частини знаку, робить стискання незавершеним.
- Гострі вугли та вузькі прямі лінії можуть викликати підсвідоме відчуття небезпеки.
- Додатковий колір задуманий як золотий, але це не завжди сприймається і потребує пояснень. Можлива інша трактовка кольору.
- Графічна самодостатність знижує адаптивність логотипу та ускладнює задачу використання у різних контекстах.

Використання

- «Золотий» колір можна без змін використовувати великих заголовків.
- Логотип добре виглядає на білому фоні без додаткових елементів.

Минимальные размеры логотипов и их варианты



- Тонкі лінії та слово HOLDING розмивається при зменшенні розміру, що характерно для цифрові екранів мобільних пристроїв
- Горизонтальні лінії утворюють петерн, якій важко підтримати в інших елементах дизайну та інтерфейсу.
- Пропорції логотипу можуть викликати враження, що він розтягнутий по ширині.
- Домінуючі гострі кути складно узгодити з будь-якими округлими формами.
- «Золотий» колір занадто інтенсивний для заливки елементів, що обмежує його використання.
- Слово SMART є малюнком, при його створенні не використовувався шрифт. Це додає характерності знаку, але може ускладнює узгодження з будь-яким іншим шрифтом.

Оновлений логотип SMART ХОЛДИНГ



Ключові зміни

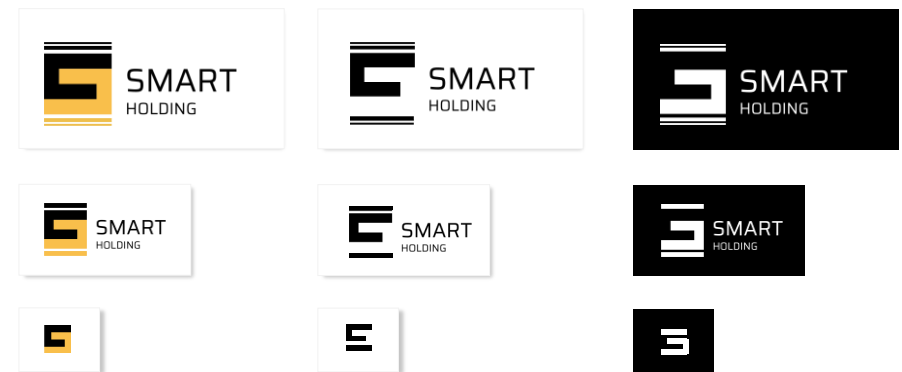
- Збережено позитивні риси минулого варіанту та виправлені особливості, що заважали ефективному використанню.
- Метафоричне рукостискання стало більш щирим та міцним.
- За однакових розмірів оновлений варіант суттєво помітніший.
- Колір став більш емоційно-заряджаючим.
- Шрифт став лаконічнішим, зберіг фамільні риси та гармонійно виглядає будь-яким іншим сучасним шрифтом для використання в основному тексті.

Метафори використання оновленого логотипу

- *Рукостискання як символ партнерства.*
- *Промислові активи, які є основними у портфелі та мають надійну фінансово-інвестиційну підтримку.*
- *Розмаїття активів різної величини, як реального сектору, так і фінансового, що складають портфель.*

Додаткові переваги

- Впізнаваність бренду збережено.
- Логотип виконано у багатьох варіантах: з вертикальною та горизонтальною компоновкою, у різних масштабах та кольорових варіантах. Можливість зчитувати текстову частину зберігається навіть при значному зменшенні.
- У пропорції логотипу закладена більш коректна математична, що гарантує просте використання та гармонійний результат у цифровому середовищі.



Приклади використання оновленого логотипу



Поточний та новий логотипи на сайті компанії

