

РЕБРЕНДИНГ КАК ВАЖНЫЙ ЭЛЕМЕНТ ВИЗУАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ

Кириллова И.Л., доц., Закусило Е.А. студ.

*Витебский государственный технологический университет,
г. Витебск, Республика Беларусь*

Реферат. В статье рассмотрена актуальность ребрендинга как важного элемента визуальной коммуникации. Определено его назначение в современных рыночных условиях. Представлены примеры работ студентки кафедры дизайна и моды Витебского государственного технологического университета по этой теме.

Ключевые слова: дизайн, актуальность, брендинг, ребрендинг, упаковка, фирменный стиль.

В современных рыночных условиях управление торговой маркой становится все более популярным. Это обуславливается повышением качества товаров и услуг, появлением новых рынков и видов коммуникации.

Для успешного продвижения компании необходимо четкое понимание всех аспектов потребительского рынка, требуется изучение конкурентов, их действий, позиций, и важно адекватная оценка возможностей собственной компании. Любая перестройка бренда является реакцией на изменчивую ситуацию на рынке, на меняющееся общественное мнение.

Растущая конкуренция и постоянные обновления рынка призывают компании принимать вынужденные меры по смене имиджа. Когда критерии успеха, сформированные за время существования компании, начинают отставать от требований времени на смену брендингу приходит ребрендинг. Именно ребрендинг обуславливает выход компании на новый сегмент рынка, взросление компании или быстрый запуск нового продукта. Ребрендинг становится необходим при слиянии нескольких компаний, при качественном росте компании. На этапе создания и становления торговой марки, созданный фирменный стиль может казаться идеальным, но по мере развития и достижения успеха на рынке товаров и услуг существующий стиль может стать «не дотягивающим» до уровня профессионального брендинга конкурентов. Несмотря на все плюсы ребрендинга, любые метаморфозы растущей торговой марки довольно опасны. Вносимые изменения нуждаются в доскональной проверке. Идеальное содержание бренда включает в себя присутствие имидж-дизайна, как графического элемента представления образа, так как визуальная информация позволяет остаться в памяти у потенциальных потребителей. По этой причине успешные бренды вынуждены периодически обновлять существующий образ, при этом, не уничтожая саму основу.

В современном мире упаковка играет важную роль в продаже товаров. Она не только защищает товар, но и является элементом дизайна и маркетинга. Возможности ребрендинга упаковки способствуют повышению продаж и узнаваемости бренда. Ребрендинг упаковки является важным элементом маркетинговой стратегии компании, позволяющим увеличить узнаваемость бренда, привлечь новых потребителей и повысить продажи. Однако, для успешного ребрендинга необходимо учитывать все факторы, влияющие на потребителей и конкурентов, использовать профессиональный подход к разработке уникального дизайна упаковки.

Ребрендинг упаковки для обуви – это процесс изменения дизайна и общего внешнего вида упаковки, которая используется для хранения, транспортировки и продажи обуви. Он может быть вызван различными причинами, включая желание привлечь новых потребителей, расширить рынок сбыта или просто обновить устаревший дизайн упаковки [1].

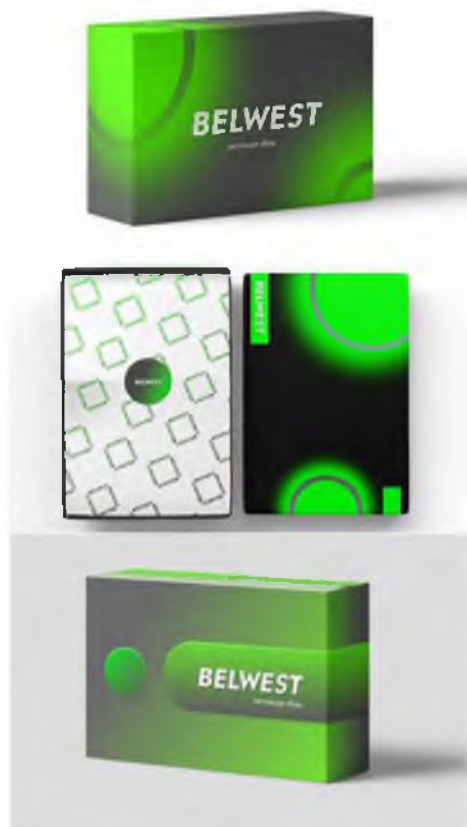
Упаковка должна быть удобной, защищающей обувь от повреждений, привлекательной и качественной. При этом потребители обращают внимание на ее дизайн и качество, удобство при хранении и транспортировке обуви.

Актуальность ребрендинга упаковки заключается в том, что упаковка является важным элементом визуальной коммуникации между компанией и потребителем. В наше время, когда рынок насыщен продуктами и услугами, владельцы бизнеса должны уделять большое внимание упаковке своих товаров, так как это является одним из факторов желания приобрести товар, запомнить фирму. Ребрендинг упаковки может помочь снизить затраты на производство и упаковку продукции, улучшить узнаваемость бренда и повысить уровень продаж.

Идея ребрендинга упаковки отражается в том, что дизайн упаковки может быть более ярким, эффективным и запоминающимся, отражать изменения в ценностях и миссии бренда.

В настоящее время, когда рынок постоянно меняется и развивается, очень важно следить за тенденциями и изменениями, чтобы оставаться конкурентоспособными. Один из способов привлечения внимания покупателей и повышения продаж – это ребрендинг упаковки. Что является важным элементом для визуальной коммуникации.

Ребрендинг упаковки для бренда ООО «Белвест» нужен для обновления образа компании, так как их упаковка не выделяется среди рынка, выглядит не совсем привлекательно для молодой целевой аудитории, на которую обычно рассчитаны продажи. [2]. Варианты ребрендинга упаковки представлены на рисунке 1.



На рисунке 1 представлены варианты ребрендинга упаковки для бренда ООО «Белвест» Закусило Евгении студентки Витебского государственного технологического университета направления специальности «Дизайн коммуникативный».

Варианты ребрендинга упаковки разработан с четом использования современных графических тенденций в упаковке для обуви: минимализм и градиенты, геометрия, градиенты и 3D-эффекты.

Рисунок 1 – Варианты ребрендинга упаковки для бренда ООО «Белвест»

Список используемых источников

1. Library [Электронный ресурс]/ Современный ребрендинг / Режим доступа: <http://lib.7480040.ru/images/books/42030107201603.pdf>. – Дата доступа: 18.02.2023 г.
3. Studbook [Электронный ресурс]/ ООО «Белвест» /Режим доступа: https://studbooks.net/2102367/ekonomika/belvest_element_natsionalnoy_ekonomiki. – Дата доступа: 18.02.2023 г.
3. Кириллова И. Л. Этапы проектирования художественного альбома для творческого объединения «Витебская акварель» / И. Л. Кириллова, А. С. Болтова // Материалы докладов // Молодые ученые – развитию Национальной технологической инициативы (ПОИСК – 2022) : сборник материалов Национальной (с международным участием) молодежной научно-технической конференции, Иваново, № 1. С. 743–745.
4. Кириллова И. Л. Стиль «эко» в графическом дизайне / И. Л. Кириллова, А. В. Похомова // Материалы докладов // 55-й Международной научно-технической конференции преподавателей и студентов : в 2 т. / УО «ВГТУ». – Витебск, 2022. С.172–174.