

Процесс создания и продвижения стикеров для личного бренда

К.В. ИВАНОВА, А.В. ПОПОВА

(Витебский государственный технологический университет, Республика Беларусь)

Важность создания уникальных стикеров заключается в том, что в эпоху цифрового общения они становятся неотъемлемой частью нашего языка, могут служить не только средством выражения эмоций, но и способом самовыражения и самопродвижения. Создание собственной коллекции стикеров – это возможность для человека или бренда стать более узнаваемыми и запоминающимися.

Стикер, как и личный бренд, формирует определенный образ в сознании аудитории. Они могут вызывать ассоциации с определенным стилем, характером или видом деятельности. Когда люди видят стикер, они могут сразу вспомнить человека или сообщество, с которым он ассоциируется.

Сегодня стикеры – популярный инструмент нативного продвижения бренда, обладающий вирусным потенциалом, эффект от которого не ограничен во времени. Брендированные стикеры отражают жизнь фирменного персонажа компании, помогают клиентам бренда общаться между собой в мессенджерах и соцсетях, транслируя свои эмоции через призму виртуального друга.

Люди привыкли пользоваться электронными стикерами в соцсетях, выражать ими эмоции или побуждать к действию, привыкли менять аватарку в зависимости от настроения или времени года. Они чаще всего объединены общей тематикой: персонажи одного произведения, изображения любимых музыкантов или представителей одного стиля, визуализация настроения или личных предпочтений, шуточные, мотивирующие, или наоборот, демотивирующие стикеры.

В социальных сетях в последнее время набирают популярность стикеры, эмодзи, анимированные gif-файлы и другие способы кратко отреагировать на пост или сообщение от человека.

Данный проект направлен на создание уникальных, креативных и забавных стикеров для личного бренда для различных ситуаций и настроений.

Цель проекта: научиться создавать авторские стикеры и разработать набор интересных и оригинальных стикеров, которые пользователи могут использовать в мессенджере, чтобы выражать свои эмоции и чувства в более яркой и креативной форме.

В проекте предполагается решение следующих задач:

- изучить историю возникновения и создания стикеров и других способов выражения эмоций в социальных сетях;
- изучить способы и сферы применения стикеров;
- провести опрос сверстников с целью выявления общего отношения к проблеме создания стикеров;
- изучить алгоритм создания и загрузки стикеров в социальных сетях;
- создать свой набор авторских стикеров.

Практическая значимость проекта состоит в том, что продукт проекта можно будет использовать для общения в чатах социальных сетей, в общении с близким кругом людей.

Процесс создания стикеров включает в себя разработку оригинального дизайна, который отражает личность и ценности создателя. Это могут быть изображения,

символы или слова, которые вместе создают сильный и запоминающийся визуальный ряд.

Как и в случае с фирменным стилем, для стикеров важно, чтобы каждый элемент был продуман и работал на создание целостного образа. Это поможет им выделиться среди множества других и сделает их запоминающимися.

Данные стикеры представляют собой набор изображений в стиле мультфильмов с различными выражениями лица и действиями женского персонажа. Каждый стикер сопровождается текстом на русском языке, указывающим на различные фразы или эмоции. Центральное изображение показывает переднюю часть головы персонажа с длинными коричневыми волосами. В некоторых стикерах она выглядит счастливой или взволнованной; в других она выглядит стрессовой или грустной. Различные фоны используются для подчеркивания эмоций или ситуаций – как закат, небо с облаками и так далее. Некоторые стикеры изображают повседневные ситуации (рис.1).



Рис. 1. Стикерпак для личного бренда

Следующим этапом стал процесс адаптации и использования стикеров в мессенджере (рис.2).

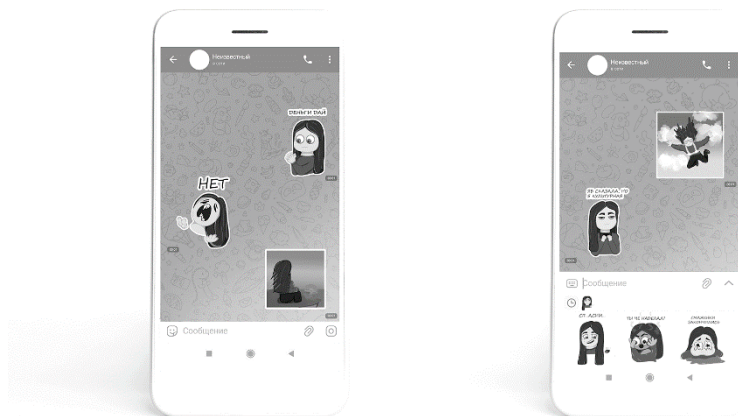


Рис. 2. Пример адаптации стикеров в мессенджере

В конечном итоге, разработанные стикеры – это не просто картинки, это инструменты коммуникации, которые могут играть ключевую роль в формировании и поддержании личного бренда в цифровом пространстве.

ЛИТЕРАТУРА

1. Абрамович Н. А., Графический язык в дизайне / Н. А. Абрамович, Д. А. Столбанова // Материалы докладов 55-й Международной научно-технической конференции преподавателей и студентов: в 2 т. / УО «ВГТУ». – Витебск, 2022. – Т. 2. – С. 171-172.
2. Кириллова И. Л., Фирменный стиль как важнейший аспект современной бизнес-стратегии / И. Л. Кириллова, В. А. Копцова // Сборник материалов Национальной (с международным участием) молодежной научно-технической конференции «ПОИСК-2023» – Иваново, ИВГПУ, 2023. – С. 677–679.
3. Лисьева, А.Б. Ар-деко – позволительная роскошь / А.Б. Лисьева, Н.Н. Самутина // Материалы докладов 55-й международной научно-технической конференции преподавателей и студентов. в 2 т. / УО «ВГТУ». – Витебск, 2022. – Т. 2. – С. 160–162.
4. Попова А. В., Пашко Е.С., Уникальность проектирования личного фирменного стиля / А. В. Попова, Е.С. Пашко // Сборник материалов Национальной (с международным участием) молодежной научно-технической конференции «ПОИСК-2023» / Иваново, ИВГПУ, 2023. – С. 701–703.
5. Попова А. В., Серафимович В. Р., Анализ концепций рекламно-информационной поддержки для хоккейного клуба «Юность» / А. В. Попова, В. Р. Серафимович // Материалы докладов 56-й Международной научно-технической конференции преподавателей и студентов : в 2 т. / УО «ВГТУ». – Витебск, 2023. – Т. 2. – С. 177–180.
6. Шинвизе, А.А. Анализ эргономики интерфейса туристических приложений / А.А. Шинвизе, Н.Н. Самутина // Тезисы докладов 55-й Международной научно-технической конференции преподавателей и студентов / УО «ВГТУ». – Витебск, 2022. – С. 186–187.