

ЧТО ТАКОЕ «ИМИДЖ БРЕНДА»?

Имидж бренда – это набор текущих ассоциаций с брендом.

Знакомясь с новым проектом, человек задается вопросами:

- «Чей это проект?»
- «Что я знаю об этой организации?»
- «Можно ли доверять этому бренду?»



Работа на имидж организации – это вклад в её будущее, это возможность быть заметными и успешными в своих проектах.

ЭТАПЫ ПОДГОТОВКИ

Что включено в брендбук?

- Гайдлайны, т.е. стандарты использования фирменных шрифтов, цветов, логотипа
- Сам **логотип** в разных графических форматах
- Базовые элементы** брендбука: концепция бренда, позиционирование, язык и стилистика общения со всеми группами ЦА.

Это даёт понимание, как от имени бренда общаться с ЦА в соцсетях, как обращаться к ней в рекламе и т.д.

- Миссия и цели организации, философия, ключевые сообщения.**



ПИРАМИДА БРЕНДА

Чтобы описать коммуникацию бренда и ЦА с разных сторон, можно использовать **пирамиду бренда**.

Она поможет понять:

- Какой у бренда характер
- Какое впечатление он должен производить
- Какие идеи транслирует



СООТВЕТСТВИЕ НОВОГО ПРОЕКТА ИМИДЖУ БРЕНДА

Когда вы разработали проект и собираетесь приступить к его продвижению, проверьте его на **соответствие брендбуку**.

- Отвечает ли мероприятие, реклама, проект целям и миссии бренда?
- Стилистика/принципы данного проекта соответствуют позиционированию бренда?
- Возможно ли для вас сотрудничество со всеми партнерами проекта?

Вы удивитесь, но большая часть идей и проектов не проходят проверку этими вопросами.



Визуальные материалы, тексты, слоганы, формулировки сообщений – всё это тоже нужно проверить.

Любая коммуникация с аудиторией должна соответствовать той тональности, которую определяет позиционирование вашего бренда.