

Изграждане на корпоративна и визуална идентичност на фирма “Раломекс” АД

Камен Узунов

***Building corporate and visual identity of "Ralomeks" JSCo:** Modern companies are facing various challenges coming from the surrounding environment. To maintain their competitive edge and to be recognizable in the market, they need a bright and distinctive feature to assist them in the process of expansion and improvement.*

Corporate identity is a complex marketing tool formed by the convergence of the concepts of organizational and corporate identity, their relationship with the corporate culture, communication practices of management, corporate image and corporate reputation.

Visual identity reflects the company's image. Means of expression, which necessarily relies are companies sign - logo, choice of fonts and colors, business cards, letterheads, catalogs, website and others to shape and enhance the style and the visual presence of the company in the media.

Key words: Corporate identity, Visual identity, Graphic design, Multimedia, Web design.

ВЪВЕДЕНИЕ

Съвременните компании са изправени пред различни предизвикателства, идващи от обкръжаващата ги среда. За да запазят конкурентните си предимства и за да бъдат разпознаваеми на пазара, те се нуждаят от ярки и отличителни характеристики, които да ги подпомагат в процеса на разрастване и усъвършенстване.

Корпоративната идентичност е комплексен маркетингов инструмент формиран от сближаването на концепциите за организационната и корпоративната идентичност, тяхната връзка с корпоративната култура, комуникационните практики на мениджмънта, корпоративния имидж и корпоративната репутация.

Визуалната идентичност е израз на имиджа на компанията. Изразните средства, на които задължително се залага са фирменият знак – лого; избор на шрифтове и цветове; визитки, фирмени бланки, каталози, уеб сайт и други, които да оформят и подчертаят стила и визуалното присъствие на компанията в медийното пространство.

Корпоративната и визуалната идентичност определя начините, по които компанията се стреми да идентифицира или позиционира себе си или продукта си, докато имиджът е начинът, по който клиентите и партньорите възприема компанията или продуктите ѝ.

ИЗЛОЖЕНИЕ

За успешно представяне на “Раломекс” АД и формиране на позитивен фирмен имидж бяха разработени широк диапазон от рекламни материали за представяне на фирмата и нейните продукти. Беше положено огромно старание, за да се създадат подходящите за поставената цел графични образи, които да имат максимално въздействие върху потенциалните им клиенти. Реализираните задачи са в основата на по-добрите бизнес резултати на фирмата през последните няколко години.

Фирмата притежава собствено лого, регистрирано в Патентно ведомство и представлява стилизирани култиваторни лапи оформени в кръг. То ясно изразява характера на фирмата и позволява успешното изграждане на корпоративна и визуална идентичност на “Раломекс” АД. За изписването на фирмения надпис се използва шрифта “Arial” и включва изписването на самото име на фирмата плюс добавен символ за запазен знак. Фирмата използва два основни цвята: червен и зелен за изобразяване на логото и фирмения надпис.

Бяха разработени различни по размер и сложност графични материали:

- Визитки;
- Флаери;

- Карета за публикуване в специализирани списания;
- Календари (едно листови 50x70 см; работни) и новогодишни картички;
- Брошури;
- Различни видове табла, трансперанти и билбордове;
- Каталози (на български, румънски и английски);
- Мултимедийна презентация (на български, руски, немски и английски);
- Уеб сайт (на български, румънски и английски);



Фиг.1. Визитни картички

Бяха проектирани визитни картички (фиг.1.) за всички членове на Борда на директорите, Управителя и всички водещи специалисти на фирмата. На лицевата страна бяха изобразени логото на фирмата, знака на сертификата за управление на качеството, снимка на служителя и данните за контакт. На гърба е отпечатан стих от стихотворението “Рало”.

На фиг.2 е показано графичното решение за рекламен флаер (с размер 120x210мм, 4+4 цветност) на предоставените от “Раломекс” АД и “Уникредит Лизинг” възможности за закупуване на продуктите на фирмата на лизинг.



Фиг.2. Флаер



Фиг.3. Календари



Фиг.4. Карета

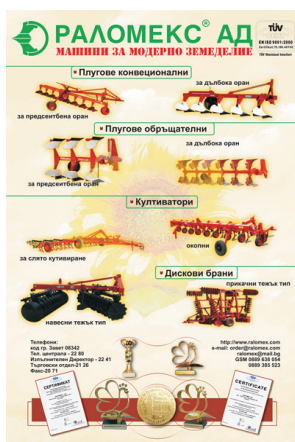
Разработените и реализирани проекти за глава на работен календар и листов календар (50x70 см) представи на фиг.3. и проект за новогодишна картичка изграждат положителния образ на фирмата при предоставяне на подаръчни рекламни материали на клиентите им през годините.

На фиг.4 са показани две от многото карета, които “Раломекс” АД публикува във периодичните специализирани списания за земеделска техника.

Необходимостта от по-добро представяне на продуктите на и възможността за рекламиране на продуктите им наложи проектирането и отпечатването на набор от брошури със следните характеристики: размер А4, 4+4 цветност и отпечатани на хартия 120 гр/ кв.м. (фиг.6)



Фиг.6. Набор от брошури за конкретни продукти и представяне на “Раломекс” АД.



Фиг.7. Транспарант



Фиг.8. Табло “35 години Раломекс”

Разработени бяха графични материали за външна реклама под формата на транспарант (фиг. 7) и десет броя табла (фиг. 8.) разказващи историята на фирмата и историята на плуга. Таблата се използват в единствения музей на плуга в България, намиращ се в гр. Завет.



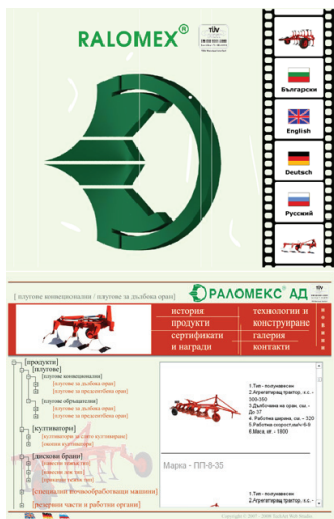
Фиг.9. Юбилеен часовник



Фиг.10. Обложка на CD – презентация

Във връзка с празнувания през 2012 г. юбилей “35 години Раломекс” бяха разработени и допълнителни рекламни материали под формата на химикали, запалки, ключодържатели, електрони часовници (фиг. 9.), обложка за мултимедийна презентация (фиг. 10) и др.

За цялостното представяне на “Раломекс” АД и изграждане на позитивни корпоративна и визуална идентичност бяха разработени мултимедийна презентация (фиг.11) и уеб сайт (фиг.12) на адрес: <http://www.ralomex.com>



Фиг.11. Мултимедийна презентация



Фиг.12. Уеб сайт

Като заключителен и всеобхватен рекламен материал може да се посочи проектирания и изработен каталог (фиг.13.) със следните характеристики: размер в сгънато състояние А4, 4+4 цветност, 36 страници, хартия на която беше отпечатан - корица 250 гр/кв.м. и тяло 120 гр./кв.м. В него са представени историята на фирмата, наградите и произвежданите продукти с техните технически характеристики. Каталогът се обновява всяка година и се издава на три езика: български, румънски и английски.



Фиг.13. Каталог на фирма “Раломекс” АД за 2013 г. (на български)

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Добре разработената корпоративна и визуална идентичност е важна част от имиджа на една компания. Изграждането на добър външен вид, привлекателен и отличаващ се от конкурентите, изисква известни финансови ресурси и достатъчно време, и не на последно място – креативно мислене. Резултатите от съвместната ни работа в продължение на много години е видима и допринася за все по-доброто представяне на фирма “Раломекс” АД както на националния така и на международния пазар за земеделски машини и оборудване.

ЛИТЕРАТУРА

[1]. Върчинска С., Ст. Йорданова и др., Изследване на визуалните и мултимедийни модули като помощни средства при обучението и изследователската работа по Инженерна графика – резюме, Годишник на ТУ-Варна, 2009, Варна, 77-78 стр., ISSN 1311-896X

[2]. Мюлер, Ар., Мултимедия и компютри, 136 с., Изд. “Техника”, София, 1995.

[3]. Узунов К., Цифрово видео, тримерна компютърна анимация и мултимедия – същност и приложение, Промислен дизайн 2. Giugiaro и ние. стр.192-197, катедра Промислен дизайн, Русе, 1996.

[4]. <http://b2bportal.150m.com/firm-imig.html>

[5]. <http://www.gdstyles.com/services/bg/1-grafichen-dizayn/6-korporativna-identichnost.html>

[6]. <http://bg.wikipedia.org/wiki/>

ЗА КОНТАКТИ:

д-р инж. Камен Узунов, Русенски университет „Ангел Кънчев”, Тел. 082/ 888 845, e-mail: kamen.uzunov@gmail.com