

Компания информационных и PR-технологий



YUDJES GROUP[®]

СОЗДАНИЕ И ПРОДВИЖЕНИЕ

WWW.YUDJES.COM.UA





Зачем маркетологам и руководителям знать о графическом дизайне? -----

Графический дизайн в вашей компании это фундамент любого продвижения



Эффект от продвижения с «неправильным» дизайном



Эффект от продвижения с «правильным» дизайном



Тема:

Воплощение идеи: дизайн вещь субъективная, но...



Дизайн это прекрасное, но всем нравится не может

Я нравлюсь
всем

Я самая
красивая

Красивее меня
никого нет

Извините, но
мне нравится
Мерлин Монро!





■ **Задачи, которые должен решать графический дизайн** - - - - -

- **Привлечь и удержать внимание большинства людей (должен нравиться большинству).**
- **Представить ваш товар, компанию или услугу в нужном свете (правильная расстановка акцентов).**
- **Сделать запоминающимся.**



Правило №1:

Цветовая гамма.



- **Ассоциативное восприятие**
- **Цветовая насыщенность**

 **Правило №1: Цветовая гамма** - - - - -

 **Ассоциативное восприятие**

Каждый цвет мы привыкли ассоциировать с окружающими нас предметами или эмоциями.



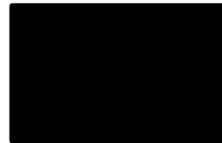
= **красный**



= **зелёный**



= **синий**



= **страх, солидность и т.д.**

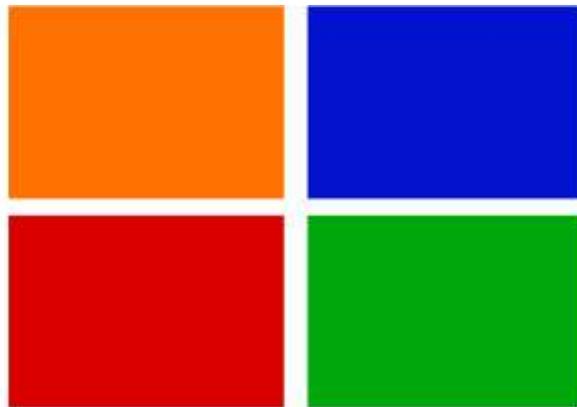
В графическом дизайне используемые цвета должны соответствовать цветам, окружающих нас вещей, а если это не возможно, то эмоциям.



■ **Правило №1: Цветовая гамма** - - - - -

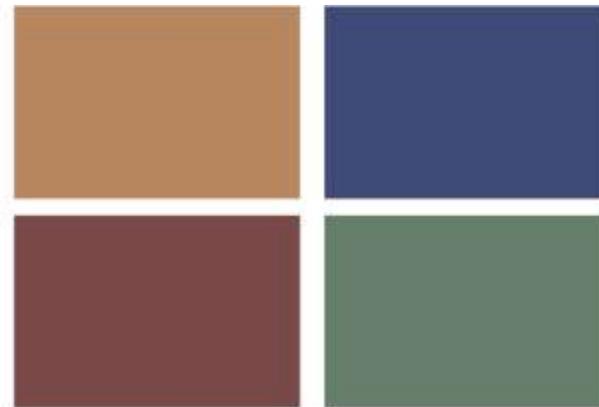
■ **Цветовая насыщенность**

Цвета в графическом дизайне должны быть яркие, сочные и «чистые».



Чистый

Яркие, сочные и «чистые» цвета



Грязный

Блеклые, сухие и «грязные» цвета

Правило №1: Цветовая гамма



Дизайн сайта с сочными и «чистыми» цветами



Дизайн сайта с «грязными» цветами

- Девушка слева точно не выиграет конкурс красоты, потому-что слишком долго была в солярии ☺



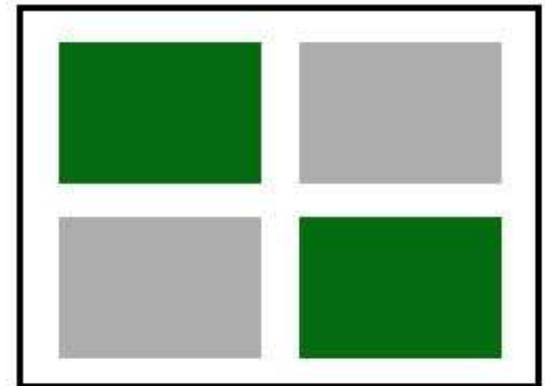
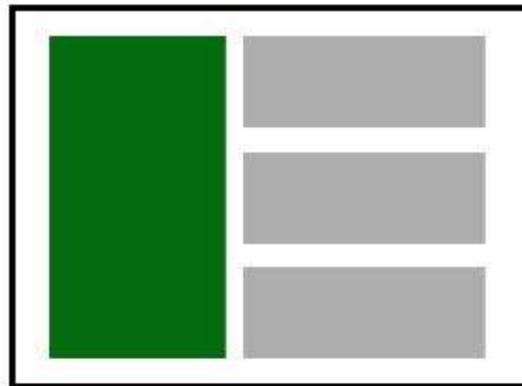
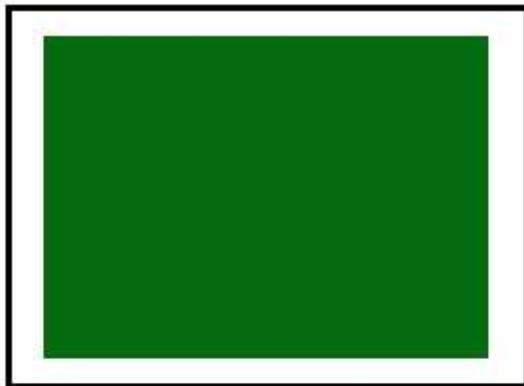


Правило №2:

Композиция и расстановка акцентов.

Композиция — это гармоничное расположение графических элементов, передающих определенную информацию.

Расстановка акцентов — это то, в какой последовательности мы эту информацию воспринимаем.





Правило №2: композиция и расстановка акцентов

Дизайн может выполнять различные функции:

- Увеличение продаж одного или нескольких товаров.
- Поднятия имиджа компании.
- Привлечь внимание.
- Передать сообщение.
- ...и т.д. и т.п.

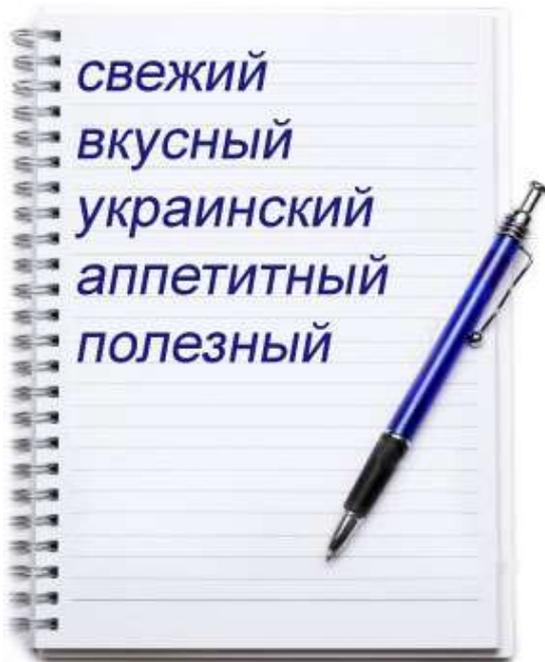
Поэтому, очень важно определиться какие функции будет выполнять дизайн и тем самым правильно поставить акценты.

Правило №2: композиция и расстановка акцентов

Пример-задача.

Сделать дизайн промо-сайта торговой марки соков, которые производятся в Украине

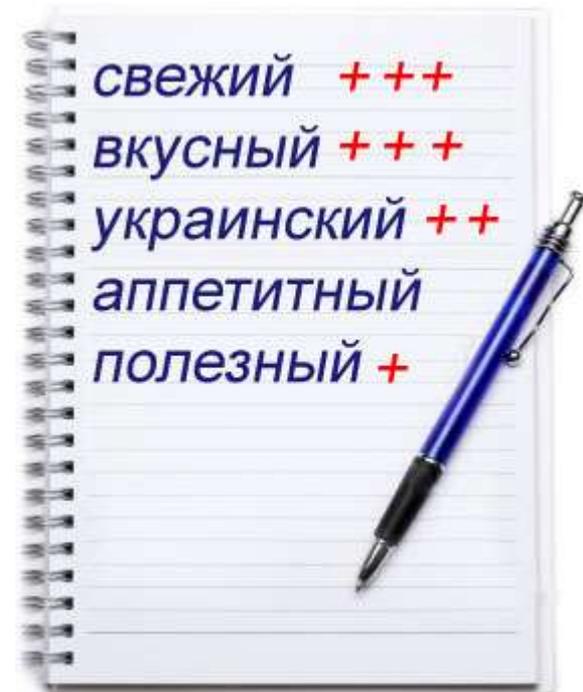
Описываем продукт 5
прилагательными

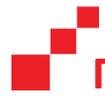


Даёте коллегам выбрать 3



Результат





Правило №2: композиция и расстановка акцентов

Пример-задача.

Сделать дизайн промо-сайта торговой марки соков, которые производятся в Украине

Формируем прототип: делаем композицию, выставляем акценты

Украинские

Свежий
Вкусный

Украинские

Правило №2: композиция и расстановка акцентов

Пример-задача.

Сделать дизайн промо-сайта торговой марки соков, которые производятся в Украине

Получаем промосайт

Українские

Свежие

Вкусные

Акція!
СОКИ УКРАЇНИ

Торгова марка «Соки України» вітає переможців акції «Подарунки як для себе!»

Головна сторінка | Вітаємо переможців | Переможці акції

Дякуємо всім, хто брав участь в акції!
Вітаємо переможців!



Композиция на этих фото, явно не соответствуют нужному нам восприятию 😊 - - -





Правило №3:

Оформление контента.

Правильно оформленный контент, это также одна из **важных элементов** графического дизайна. С помощью правильно оформленного контента, Вы сможете не только удобно предоставить ту или иную информацию для чтения, а и улучшить его общее восприятие.

Оформление контента Разбивка текста Тематические картинки
Абзацы Информация Контент Восприятие Знаки препинания Чтение Правило Дизайн
Удобство Элемент Колонтитул Параграф **Буквы** Слова Предложения Графика Предложения Акценты



Правило №3: Оформление контента

Правила оформления контента:

- Использовать не более 2-3 шрифтов в общем дизайне.
- Подчеркивать слова, ТОЛЬКО если это гиперссылка.
- Разбивать текст на тематические заголовки.
- Разбивать текст на абзацы.
- Стараться разбавлять текст тематическими картинками.
- Использовать в текстах на разных языках соответствующие знаки. Для русского и украинского текста кавычки «» и тире — . Для латинского текста: - и “”.

Правило №3: Оформление контента

Маркетинг в Интернеті. Реальність чи міф?



Запрошуємо всіх **23 березня 2012** на Всеукраїнський Форум «Дні Інтернет-маркетингу» 2012!

Телефон гарячої лінії: **(044) 221-55-66**

Триває реєстрація на «Дні Інтернет-маркетингу» — перший в Україні спеціалізований Форум, присвячений просуванню бізнесу в мережі.

Місце проведення

м. Київ, вул. Хрещатик 2, 5-й поверх, Конференц-зал Національного центру ділового та культурного співробітництва «Український Дім».



Що дізнаються учасники форуму?

Учасники Форуму «Дні Інтернет-маркетингу» дізнаються, які можливості Інтернет дає компаніям і які інструменти для просування в мережі можуть використовувати маркетологи.

Який він, «правильний» дизайн, чи просуває він бізнес в Інтернеті? Що таке нейромаркетинг і в чому секрет успішного вірусного просування? Як можна досягнути справжньої інформаційної безпеки і чи можна передбачити ризики в інтернет-просуванні?

Пример удачного
оформления контента

Маркетинг в Интернеті. Реальність чи міф?

Запрошуємо всіх 23 березня 2012 на Всеукраїнський Форум «Дні Інтернет-маркетингу» 2012!
Телефон гарячої лінії: (044) 221-55-66
Триває реєстрація на «Дні Інтернет-маркетингу» - перший в Україні спеціалізований Форум, присвячений просуванню бізнесу в мережі.

Місце проведення: м. Київ, вул. Хрещатик 2, 5-й поверх, Конференц-зал Національного центру ділового та культурного співробітництва «Український Дім».

Що дізнаються учасники форуму?

Учасники Форуму «Дні Інтернет-маркетингу» дізнаються, які можливості Інтернет дає компаніям і які інструменти для просування в мережі можуть використовувати маркетологи.

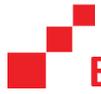
Який він, «правильний» дизайн, чи просуває він бізнес в Інтернеті? Що таке нейромаркетинг і в чому секрет успішного вірусного просування? Як можна досягнути справжньої інформаційної безпеки і чи можна передбачити ризики в інтернет-просуванні?

Пример удачного
оформления контента



■ Парень слева точно не выиграет конкурс бодибилдеров, потому-что не оформил свой телесный контент 😊





Вывод

- **Графический дизайн очень тонкая штука. Кому-то может нравится одно, кому-то другое и под всех подстроиться нельзя, но главное тут большинство.**
- **В дизайне нет четких правил, есть только рекомендации, которые проверены временем и которые работают.**



Евгений Щирин

Технический директор

Адрес:

Украина, Киев, ул. Маршала Тимошенко, 2-Л, оф. 11



тел.: +38 (044) 221-55-66

моб.: +38 (067) 751-36-62

тел./факс: +38 (044) 379-14-03



eugen@yudjes.com



www.yudjes.com.ua