

image not found or type unknown



Введение

Дизайн — способ коммуникации бренда с потребителем, через визуальные образы, целью которого является решение поставленных задач (увеличение продаж, повышение лояльности потребителя продукту, рост конкурентоспособности, привлечение внимания).

Дизайн окружает нас повсюду: на вывесках, в кафе, на работе, в рекламных брошюрах, дома.

86 % информации мы воспринимаем через глаза, поэтому роль дизайна как в жизни человека, так и в «жизни» продукта или бренда играет большую роль.

1. Роль дизайна

Дизайн является не только «лицом» бренда или визуализацией продукта, прежде всего, это маркетинговый инструмент. Инструмент, который должен увеличить прибыль бизнеса, помочь компании отстроиться от конкурентов и завоевать свою целевую аудиторию.

Обилие рекламных сообщений снижает чувствительность человека к восприятию информации, одна компания становится похожа на другую, порой рекламные сообщения не отличаются друг от друга, превращаясь в сплошной «белый шум». Потребитель выбирает тот бренд, который пропагандирует тот, образ жизни, который близок именно ему. Сегодня дизайн — это уже не просто красивая картинка и не просто визуальная концепция или маркетинговый инструмент, это воплощение ценностей, вкуса и психологических установок потребителя. Главное — попасть в свою целевую аудиторию.

Каждому нужно выделиться на фоне конкурентов. Проще всего это сделать через визуальный контент. «Встречают по одежке» — в бизнесе эта пословица тоже действует. Когда человек покупает продукт впервые, он не знает какого качества продукт, может только предположить. Эти предположения строятся либо на восприятии продукта через дизайн (дизайн рекламы, дизайн упаковки), либо через рекомендации.

У любого дизайна есть задачи, концепция и результат. Чтобы достичь результата, дизайнер должен не только досконально изучить продукт, который должен презентовать потребителю, но и четко понимать особенности и боли целевой аудитории (создавать дизайн нужно ориентируясь на поведенческие паттерны аудитории).

2. Рассматривая дизайн с точки зрения психологии, традиционно выделяют восприятие по:

цвету,

насыщенности,

форме,

объему,

глубине,

стилю,

композиции,

типовой ассоциации.

Понимание психологии восприятия помогает выбрать оптимальные визуальные инструменты, чтобы объяснить суть и свойства продукта таким образом, чтобы потребитель смог максимально быстро понять, представленную информацию.

3. Брендинг

Брендинг в сочетании с другими маркетинговыми инструментами может принести компании ощутимую пользу.

Сильный брендинг:

повышает узнаваемость;

увеличивает узнаваемость;

увеличивает продажи;

привлекает новую целевую аудиторию;

стимулирует повторные продажи.

4. Когда обращают внимание на дизайн и когда не обращают?

Дизайн играет важную роль не во всех сферах. Если речь идет, например, о тяжелой металлургии — дизайн не имеет значения. Но если вы продаете свой продукт в сегменте B2C (коммерческие отношения между компанией и физическим лицом), то качественный брендинг играет чуть ли ни ключевую роль в борьбе за клиента.

Многим известно то особенное чувство, которое испытываешь, попадая в новое помещение. Иногда чувствуется комфорт, поэтому хочется надолго остаться в комнате. В некоторых случаях, наоборот, возникает какая-то тревожность. Что лежит в основе восприятия? Обычно это интерьер, цветовая гамма, декоративное оформление. Даже зал ожидания в аэропорту может быть уютным, похожим на комнату в доме.

Дизайн интерьеров по праву считается искусством, причем не декоративным, а основанным на знании таких предметов, как строительные технологии, эргономика, психология и пр. Где применяют дизайн интерьеров? В тех случаях, когда к помещению предъявляются особые требования к функциональности, комфорту, удобству. Очень распространенной является проблема разработки дизайна для рабочей среды. Внутреннее оформление таких помещений следует продумывать до мелочей, чтобы обеспечить продуктивную работу и привлечь клиентов.

Дизайн общественных интерьеров разрабатывать так же сложно, нужно учесть множество разнообразных функциональных процессов. При этом каждый из них (торговля, обучение, занятия спортом, лечение и пр.) имеет свои особенности: может отличаться числом людей, участвующих в действии, количеством необходимого оборудования, мебели.

Большое влияние на создание благоприятной обстановки для обучения, работы, лечения оказывает правильный акустический дизайн. Чтобы правильно подобрать необходимые материалы, нужно определить, какая деятельность будет осуществляться в этом помещении. Компания «Декоративные Акустические Решения» готова помочь в создании благоприятной звуковой среды с учетом трех основных аспектов: количества людей в комнате, специфики деятельности, конструктивных особенностей объекта. Особенностью нашего подхода является выбор высококачественных акустических материалов (стеновых и потолочных

панелей, свободно висящих экранов и элементов).

Список литературы:

1. <http://decoracs.ru/stati/36-kak-dizajn-vliyaet-na-cheloveka.html>
2. <https://spark.ru/startup/smartpr/blog/43676/kak-dizajn-vliyaet-na-cheloveka>
3. <https://www.ennea-space.com/post/design-impact-on-humans>