

Складові побудови цифрового бренда



Візуальна та вербальна ідентичність

Візуальна ідентичність

Візуальна ідентичність – це те, як бренд виглядає. Це включає логотип, фірмовий стиль, кольори, шрифти, графічні елементи.

Вербальна ідентичність

Вербальна ідентичність – це те, як бренд звучить. Це включає тон голосу, стиль спілкування, ключові повідомлення.



Логотип та фірмовий стиль

1 Логотип

Логотип – це візуальне представлення бренду. Це може бути текст, символ, або обидва.

2 Фірмовий стиль

Фірмовий стиль – це набір правил, які визначають, як використовувати логотип, кольори, шрифти, графічні елементи.

3 Кольори

Кольори – це важливий елемент візуальної ідентичності. Кожен колір асоціюється з певними емоціями та цінностями.

4 Шрифти

Шрифти – це важливий елемент вербальної ідентичності. Вони можуть впливати на те, як люди сприймають ваш бренд.



Тон голосу



Спілкування

Стиль спілкування бренду в цифровому середовищі – це спосіб, яким він взаємодіє з клієнтами.



Цільова аудиторія

Тон голосу повинен бути адаптований до цільової аудиторії.



Тонізація

Тон голосу – це стиль спілкування. Він може бути формальним, неформальним, дружнім, професійним.

Контент-стратегія

1

Ключові повідомлення

Це основні ідеї, які бренд хоче донести до своєї аудиторії.

2

Цільова аудиторія

Це люди, до яких звертається бренд. Важливо розуміти їхні потреби та інтереси.

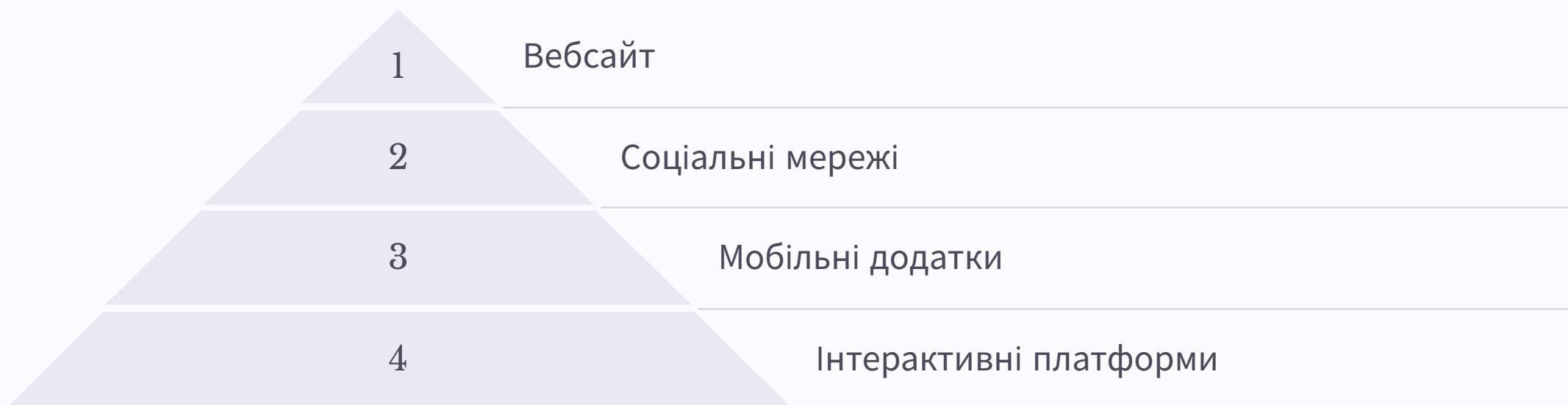
3

Канали комунікації

Це платформи, на яких бренд буде поширювати свої повідомлення.



Цифрова присутність



Офіційний вебсайт

Платформа

Вебсайт – це основна платформа для представлення бренду.

Інформація

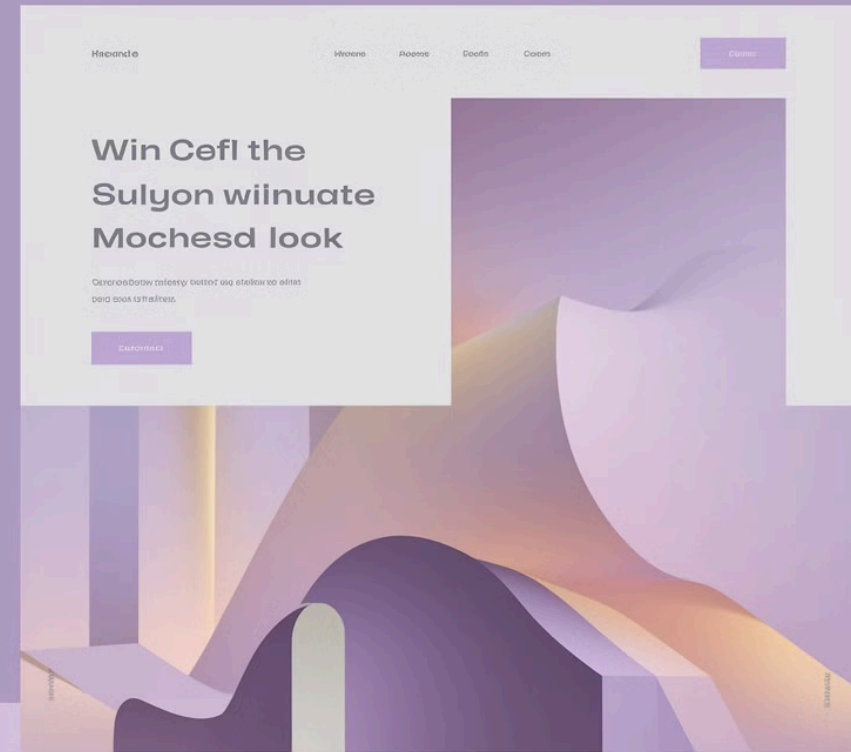
Вебсайт повинен надавати детальну інформацію про бренд.

Дизайн

Дизайн вебсайту повинен бути привабливим та зручним для користувачів.

Функціонал

Вебсайт повинен бути функціональним і простим у використанні.



Сторінки у соціальних мережах



Facebook

Facebook – це популярна платформа для спілкування та поширення інформації.



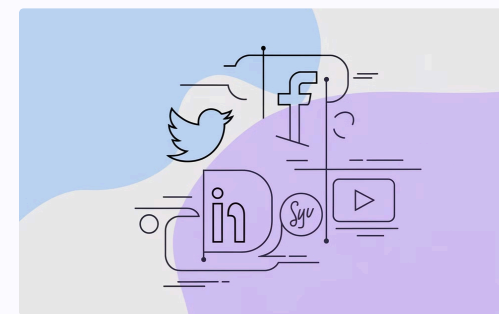
Instagram

Instagram – це візуальна платформа, ідеальна для демонстрації продуктів та послуг.



LinkedIn

LinkedIn – це професійна платформа для створення контактів та пошуку роботи.



TikTok

TikTok – це платформа для коротких відео, популярна серед молоді.

Мобільні додатки

1

Зручність

Мобільні додатки надають користувачам швидкий та легкий доступ до послуг.

2

Функціонал

Мобільні додатки можуть включати унікальні функції, які не доступні на вебсайті.

3

Інтерактивність

Мобільні додатки дозволяють брендам взаємодіяти з користувачами на більш особистому рівні.



Висновки та рекомендації

1

Стратегія

Розробка цифрової стратегії має включати всі етапи побудови цифрового бренда.

2

Контент

Створення якісного та цінного контенту – це ключовий фактор успіху.

3

Вимірювання

Вимірювання результатів – це важливий крок для оцінки ефективності цифрової стратегії.

4

Адаптація

Необхідно постійно адаптувати цифрову стратегію до змін у ринку та поведінці користувачів.