

ОСОБЕННОСТИ ВНЕДРЕНИЯ КОРПОРАТИВНОГО СТИЛЯ В ТОРГОВОМ ЗАЛЕ

(на примере ИП “Торговый дом “Баден”)

Наличие внятного корпоративного стиля — одно из главных условий успешной деятельности компании на рынке, способствующее эффективной внешней идентификации, более того — это необходимость.

Корпоративный стиль предполагает не только ряд визуальных образов, это скорее философия компании, стиль существования, линия поведения.

Несмотря на соответствие основным правилам и параметрам, корпоративный стиль ИП “Торговый дом “Баден” требовал доработки определенных элементов айдентики, а также создания новых для предприятия носителей корпоративного стиля. Существующий базовый пакет элементов корпоративного стиля не в полной мере отображал ценности компании и не способствовал выделению среди конкурентов.

ИП “Торговый дом “Баден” приняло решение о кардинальном изменении корпоративного стиля. Если ранее в элементах айдентики присутствовала агрессивная красно-оранжевая гамма, и общий стиль рекламы был ярким и выделяемым среди множества прочих рекламных продуктов предприятий, то сегодня общая концепция стиля резко изменилась, начиная от системы фирменных цветов, логотипа и заканчивая глобальными структурными элементами корпоративного стиля — интерьер магазинов, наружная реклама, стилистика рекламных сообщений, появились новые направления в установлении корпоративной культуры в компании.

Одной из причин изменения стиля были особенности целевой аудитории и несоответствие корпоративного стиля данной аудитории. В результате исследований выявлено, что целевая аудитория ИП “Торговый дом “Баден” — это женщины в возрасте от 30 лет и старше. Очевидно, что прежний стиль с яркими цветами и замысловатой “мультишной” графикой не совпадал с потребностями и особенностями целевой аудитории.

Для внедрения корпоративного стиля в торговом зале посредством музыки было разработано более 14 аудио-роликов имиджевого характера: “Баден” — обувь для тех, кто любит комфорт”, “Баден” — обувь с расширенной полнотой колодки”, “Баден” — обувь с анатомической стелькой”, “Баден” — обувь с гибкой подошвой” и т.д.

Данные ролики воспроизводятся в торговом зале в промежутках между музыкальными композициями. При этом они имеют музыкальную подложку и приятный тембр озвучивающего голоса, чем не вызывают неприятных ощущений у посетителей, в отличие от навязчивой рекламы.

Во всех торговых залах сети “Баден” было установлено программное обеспечение, способствующее ротации музыкальных произведений без пауз. На практике проверено, что музыка способствует формированию позитивного настроения покупателя. Музыкальная база в магазинах “Торгового дома” “Баден” в основном состоит из популярных мелодий. Однако есть и классические произведения на случай проведения специальных акций (например, акция “Закрытый показ обуви”), когда следует создать атмосферу уникальности посетителя и “высокого качества” товара.

Музыкальное сопровождение с присутствием ненавязчивых корпоративных слоганов компании, удобная и опрятная униформа сотрудников, наличие различных носителей корпоративной культуры в торговом зале (Р.О.Р. — материалы, сувенирная и рекламная продукция, интерьер) способствуют приобщению покупателей к корпоративному стилю ИП “Торговый дом “Баден”.

Несмотря на уже разработанные элементы корпоративного стиля, предприятие стремится к его усовершенствованию, так как практика показывает, что некоторые элементы не так работают, как хотелось бы. Много внимания сегодня уделяется формированию корпоративной культуры, что способствует сплочению коллектива ИП “Торговый дом “Баден”. Рассматриваются и новые возможности для использования элементов корпоративного стиля как внутри компании, так и для ее клиентов — покупателей обуви.

СЕКЦИЯ 8

ПРОБЛЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА И ЭКОНОМИКИ ПРЕДПРИЯТИЙ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

А.А. Байгин, И.А. Кирик
БГЭУ (Минск)

ВЛИЯНИЕ МИРОВОЙ КОНЪЮНКТУРЫ ЦЕН НА НЕФТЬ И НЕФТЕПРОДУКТЫ НА ЭКОНОМИКУ БЕЛАРУСИ

Объем белорусского экспорта нефтепродуктов в 2005 г. составил 4851,1 млн дол., что равнялось 30,1 % экспорта товаров, или 26,7 % об-

Беларускі дзяржаўны эканамічны ўніверсітэт. Бібліятэка. 115
Белорусский государственный экономический университет. Библиотека.
Belarus State Economic University. Library.

<http://www.bseu.by>