РОЛЬ ГРАФИЧЕСКОГО ДИЗАЙНА В КОММУНИКАЦИОННОЙ СИСТЕМЕ МАРКЕТИНГА

Ана-Мария ГЛАДКАЯ

CZU: 658.8:659.3:004.73 anna.gladcaia.smm@gmail.com

The relevance of the research topic lies in the rapidly growing popularity of graphic products, which can include movies, advertising, comics. Identifying the role of graphic design in the marketing communications system will optimize the ways of delivering messages from the company to the consumer and, accordingly, increase the main indicators such as profit and customer loyalty. Systematization of information in this area allows a marketer to develop objective methods of evaluating graphic design and build a structure for creating effective marketing communications.

Актуальность темы исследования состоит в стремительно растущей популярности продуктов графической деятельности, куда можно отнести кино, рекламу, комиксы. Выявление роли графического дизайна в системе маркетинговых коммуникаций позволит оптимизировать пути доставления сообщений от компании до потребителя и соответственно увеличить главные показатели как прибыль и лояльность потребителей. Систематизация информации в данной области позволяет маркетологу выработать объективные методы оценки графического дизайна и построить структуру создания эффективных маркетинговых коммуникаций.

Американская Маркетинговая Ассоциация даёт разные определения маркетинговым коммуникациям и интегрированным маркетинговым коммуникациям. Маркетинговыми коммуникациями являются скоординированные рекламные сообщения и с ними связанные средства массовой информации, используемые для связи с рынком. Интегрированные маркетинговые коммуникации представляются как «согласованная комбинация маркетинговых коммуникационных мероприятий», методов и средств массовой информации, предназначенных для доставки скоординированного сообщения целевому рынку [1, с. 24].

Для практической части анализа было выбрано предприятие SRL «SIMPALS» и один из его проектов 999 Market. SRL «SIMPALS» представляет собой группу молдавских компаний, основными направлениями деятельности которых являются интернет-сервисы, интернет-реклама, 3D-анимация и спортивные мероприятия. Автором была детально проанализирована коммуникационная система SRL «SIMPALS». Каждый проект имеет собственную выстроенную систему коммуникации с потребителями и клиентами. Коммуникации играют большую роль в оценке эффективности маркетинговой кампании [2, с.340]. Продукт 999 Market обладает 3 группами каналов коммуникации:

1) Реклама:
   • объявления в СМИ – выход значимых обновлений или достижение определенных результатов редактируется в формате новостей;
2) Стимулирование сбыта:
   • розыгрыши – проведение розыгрышей в социальных сетях;
   • мерчандайзинг = UI/UX дизайн сайта – постоянные обновления интерфейса сайта для удобства пользователя и подталкивания его к покупке;
3) PR:
   • социальные сети – публикации с текстом и графическими элементами;
   • email-рассылки – электронные письма, оповещающие о новых акциях или актуальных товарах.

Среди выделенных маркетинговых коммуникаций нельзя не отметить важность графического дизайна. 999 Market – это сервис по покупке и доставке товаров, существующий в интернет-пространстве, соответственно графические элементы играют важную роль для привлечения и удержания внимания потребителя, а также создания комфортного физического окружения.

Графический дизайн с каждым годом становится всё более актуальным и значимым в использовании системой маркетинговых коммуникаций. Маркетинг и графический дизайн всё ещё представлены как две разные сферы, взаимодействующие лишь в проектах компании. Однако в контексте коммуникаций элементы графики уже давно стали неотъемлемой частью большого процента маркетинговых сообщений.

Особенно это актуально для проанализированной компании, так как интернет-услуги и IT-сектор всё ещё остаются одной из самых стремительно развивающихся сфер. SRL «SIMPALS» на данный момент является уникальной компанией, занимающейся рядом деятельностей преимущественно в digital-пространстве. Ежегодно они оптимизируют свои продукты, создают новые проекты и расширяют список инициатив.

Проведенные исследования позволяют предложить компании ряд рекомендаций:

– для решения проблемы недостаточной развитости маркетинговых коммуникаций, что приводит к сниженной лояльности потребителей и недостаточной узнаваемости сервиса, рекомендуется активно заниматься улучшением маркетинговых коммуникаций, применяя графический дизайн единого стиля для более ясного донесения сообщения до адресата, а также проведением постоянных исследований;
– для решения проблемы отсутствия единого стиля графических элементов сайта, логотипа и сторонних ресурсов 999 Market, что активно влияет на восприятие потребителя и эффективность маркетинговых коммуникаций, рекомендуется провести необходимые исследования и назначить команду сотрудников, которые бы проанализировали нынеш-

ние ресурсы, предложенные инициативы и занялись бы разработкой новой стилистики, а также созданием обновленных коммуникаций;
– для решения проблемы слабой технической базы сайта 999.md, что затрудняет внедрение новых разработок, рекомендуется провести рефакторинг кода сайта 999.md, выделив отдельную команду IT-специалистов из всего отдела.

Ссылки:

1. СИНЯЕВА, И.М. *Интегрированные маркетинговые коммуникации*. Москва: Юнити-Дана, 2017. 504 с.
2. ДАНЧЕНОК, Л.А., ДЕЙНЕКИН, Т.В., ЗОТОВ, В.В., КУЧУГУНИН, Н.Л., ШМЕЛЕВ Н.А. *Маркетинг по нотам. Практический курс по российским примерам*. Москва: Маркет ДС Корпорейшн, 2004. 758 с.

Recomandat
Larisa TRIFONOVA, *dr., lector univ.*