



# Dlaczego identyfikacja wizualna firmy jest ważna?

O tym, że rozpoznawalność marki jest ważna, nie trzeba przekonywać żadnego przedsiębiorcy. Wszyscy wiemy, że aby zbudować firmę odnoszącą sukcesy, nie wystarczy inwestycja w dobre produkty. Rozpoznawalność w branży jest kluczowa. Dlatego tak istotne jest zrozumienie, na czym polega prawidłowo zbudowana identyfikacja wizualna. Pomogą nam w tym nawet proste elementy: odpowiednio zaprojektowane **wizytówki na zamówienie** i zapadające w pamięć logo.

Czym jest identyfikacja wizualna firmy?

Na identyfikację wizualną marki składa się wiele czynników, które, działając razem, mają sprawić, że firma będzie zapamiętana przez klientów. Aby pozostać w świadomości odbiorców na dłużej, należy skupić się przede wszystkim na spójności wszystkich elementów identyfikacji.

SIW (czyli system identyfikacji wizualnej) to wszystkie symbole, które mają reprezentować markę. Podstawowe to nazwa firmy, logo i kolorystyka. Powinny nawiązywać do branży, ale też być charakterystyczne, wyróżniające nas na tle konkurencji. Jeśli zależy nam na stworzeniu identyfikacji, która trafi do naszej grupy docelowej, nie powinniśmy przystępować do jej projektowania bez przeprowadzenia badań, m.in. analizy konkurencji.

### **Wizytówki na zamówienie** i inne elementy SIW

Kolejnym ważnym elementem identyfikacji wizualnej jest typografia. Kroje pisma stosowane na materiałach promocyjnych powinny być konsekwentnie używane. Tak samo jak kolorystyka czy logo, będą kojarzyć się z naszą firmą, warto więc zadbać o to, by taki sam styl był stosowany zarówno na stronie internetowej, jak i ulotkach.

Wszelkie druki firmowe, czyli wizytówki, ulotki, stemple czy koperty również skutecznie tworzą wizerunek firmy. Ich wygląd jest co najmniej tak ważny, jak treść. Warto dążyć do sytuacji, w której odbiorca, widząc materiały promocyjne, będzie mógł skojarzyć je z konkretną marką. Aby odróżnić się od konkurencyjnych firm, dobrze jest wykorzystać pieczątki czy **wizytówki na zamówienie**. Jeśli będą zaprojektowane bezpośrednio dla naszej firmy, pomogą zbudować jej spójny wizerunek.

Po procesie projektowania elementów identyfikacji wizualnej, ważne jest też ich wdrażanie i konsekwentne stosowanie. Jeśli odbiorca przyzwyczai się do wykorzystywanej przez nas kolorystyki czy układów graficznych, powinniśmy używać ich niezmiennie. Modyfikacje mogą wprowadzić klientów w błąd, a to wpłynie niekorzystnie na rozpoznawalność marki. Jeżeli planujemy przeprowadzić rebranding (czyli odświeżenie poprzez np. modyfikację logo), musimy wprowadzić zmiany świadomie, najlepiej informując o tym klientów.