

5. Информационно аналитический ресурс о системе высшего образования [Электронный ресурс] / Интернет-адрес: <http://www.edubelarus.info/uploads/ehea/negativ.pdf>.
6. *Кажуро Н. Я.* Основы экономической теории: учеб. Пособие. Мн., ООО «ФУ Аинформ», ООО «Мисанта», 2005. 645 с.
7. Особенности безработицы и политики занятости в Республике Беларусь [Электронный ресурс] / Интернет-адрес: <http://www.bestreferat.ru/referat-212105.html>.
8. Тонкости кредитования DebtExpert [Электронный ресурс] / Безработица и ее роль. Интернет-адрес: <http://www.debtexpert.ru/debts-293-1.html>.

РАЗРАБОТКА БРЕНДБУКА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ В КОНТЕКСТЕ МИРОВОГО ОПЫТА

А. В. Стаховец

В настоящее время компании уделяют большое внимание разработке и совершенствованию фирменного стиля с помощью такого инструмента, как брендбук.

Брендбук – это свод правил, которые устанавливают порядок использования всех элементов фирменного стиля компании.

Фирменный стиль – совокупность атрибутов (графика, цвет, аудио- и видео-элементы и пр.), которые обеспечивают единство и уникальность товара (услуги) и самой компании.

Брендбуки бывают двух видов: брендбук компании и брендбук конкретного продукта (услуги).

Брендбук выполняет ряд функций, а именно:

- регламентирует использование корпоративного стиля фирмы и его элементов во всех аспектах деятельности (при работе с поставщиками и партнерами при проведении рекламных кампаний и т.п.);
- дает общее описание компании (товара, услуги): цели, ценности, целевая аудитория и т.д.;
- обеспечивает узнаваемость товарной или торговой марки за счет единства в визуальном восприятии продукта или компании и выделения эксклюзивных характеристик;
- упрощает и унифицирует процесс оформления мест продажи товара и оформления деловой документации;
- облегчает работу маркетологов, которые четко должны представлять себе торговую марку, которую они продвигают (рекламируют).

Структура брендбука не является универсальной.

Приведем общую схему построения брендбука:

- общее описание бренда (философия, ценности, целевая аудитория, концепция бренда);

- логобук (логотип, пропорции, специфика цветов, шрифты, правила использования товарного знака);
- оформление деловой документации (визитки, конверты, папки);
- бизнес-сувениры (блокноты, ежедневники, ручки, кружки);
- рекламная полиграфия (буклеты, листовки, афиши, брошюры);
- оформление наружной рекламы (вывески, стенды);
- реклама в средствах массовой информации (примеры допустимого и недопустимого построения рекламных блоков);
- интерьер офиса (интерьер, униформа) [1].

Услуги по разработке брендбука в Беларуси предоставляют различные рекламные агентства, индивидуальные предприниматели, студии дизайна и брендинговые агентства. На их счету – брендбуки, созданные по заказу самых разных компаний: турагентств, аптек, банков, обслуживающих организаций, строительных фирм, лизинговых компаний. На пример, Белорусский Банк Малого бизнеса, «Заботливая аптека», группа компаний «Вест Лизинг», «Белорусские обои» и другие [2].

Следовательно, в Республике Беларусь маркетинговый инструмент – брендбук – становится все более популярным.

Если сравнить популярность использования брендбука в Беларуси и России, то, несомненно, в Российской Федерации такой маркетинговый продукт как брендбук используются гораздо шире (охватывает компании из большего числа сфер жизни общества). Так, к примеру, брендбуки уже имеют некоторые государственные корпорации, благотворительные фонды, нефтяные компании, крупные промышленные предприятия, банки, страховые компании. Этот список можно дополнить спортивными клубами, мобильными операторами, торговыми, туристическими и курортными центрами. Вот конкретные примеры: Банк Москвы, «Росатом», «Мегафон», Сбербанк, хоккейный клуб «Спартак» и другие [3].

В России наблюдается брендинг организаций и продуктов, но и отдельных территорий. Самым ярким примером является Пермский край, где были созданы брендбуки для городов и поселков, в которых сделали акцент на особенностях, интересных фактах конкретной территории и отразили местный колорит. В этих брендбуках больший упор делался на описании сувенирной продукции и описании территории [4].

В использовании брендбуков интересным, на мой взгляд, еще является опыт США. Масштаб экономики и уровень развития этой страны накладывает отпечаток и на маркетинг, а в частности и на применение брендбуков в деятельности компаний. В крупных американских организациях брендбук негласно является обязательным. Об этом может свидетельствовать список компаний, которые уже используют в своей деятельно-

сти «книгу о бренде»: General Electric, Ford, Bentley, Mastercard, Java, McDonalds, Microsoft.

Еще особенностью США, да и Великобритании, в отношении брендинга является то, что большинство университетов и колледжей в этих странах прибегли к созданию собственных брендбуков. Опыт «туманного Альбиона» примечателен также тем, что брендбуки уже разработаны для многих объектов социального назначения (к примеру, для Национальной службы здравоохранения, пожарных служб, для транспорта Лондона и др.). Интересной находкой, на мой взгляд, можно считать разработку брендбука для Олимпийских игр 2012 года в Лондоне [3].

На основе всего вышеизложенного белорусским компаниям, предоставляющим услугу по созданию брендбука, можно дать следующие рекомендации:

- расширять клиентскую базу, предлагать свои услуги как состоявшимся компаниям, так и тем, которые находятся на стадии роста. При этом необходимо вырабатывать индивидуальный подход к каждому клиенту (разная схема построения брендбука, выделение тех элементов, которые заказчик считает наиболее значимыми для подчеркивания своей уникальности);
- не останавливаться только на корпоративных брендбуках, но и создавать их для отдельных товаров, оказываемых услуг;
- акцентировать внимание на национальной культуре Беларуси, формируя «книги исконно белорусских брендов», делая акцент на сувенирной продукции из разных туристических центров;
- уделять внимание не только производственным предприятиям, финансовым компаниям, но и образовательным учреждениям (учитывая важность сферы образования в Республике Беларусь и ее специфику)
- сделать заявку на разработку брендбука для Чемпионата мира по хоккею 2014 года.

Используя брендбук, организация делает шаг на пути к совершенствованию.

Литература

1. Brandbook. Разработка брендбука. [Электронный ресурс]. Интернет-адрес: <http://cnc.by/uslugi/breeding/brandbook-brendbuk>.
2. Примеры разработанных брендбуков компанией AIDA Pioneer. [Электронный ресурс]. Интернет-адрес: <http://www.aidapioneer.by/brendbuk>.
3. Таблица просмотра брендбуков компаний. [Электронный ресурс]. Интернет-адрес: http://www.ph4.ru/bb_seetab.ph4.
4. Пермский край: чайники, варежки и ... НЛЮ. [Электронный ресурс]. Интернет-адрес: <http://imagebelarus.by/node/82525>.