

VIZUAL BRENDINGNI YOMON KO'RSATADIGAN 3 TA ENG KENG TARQALGAN SLIP-UP

Majidov Anvarxon Mahmudxon o'g'li
Namangan muhandislik-qurilish instituti
Sanoatni axborotlashtirish fakulteti talabasi

Annotatsiya: *Ushbu maqolada Vizual brandingni yomon ko'rsatadigan taraflari haqida batafsil yoritib berilgan hamda uning to'g'ri talqin qilish bo'yicha keng ma'noda tushuntirilgan*

Kalit so'zlar: Vizual, brend, tajriba, logotip, ma'no, estetika, identifikator, tashkilot, vosita.

Vizual branding mijozlarning ijobiy tajribasi va natijalariga erishishga yordam beradigan kuchli vositadir. Ammo agar u yaxshi o'ylamagan bo'lsa, muvaffaqiyatga erishish imkoniyatini buzishi mumkin. Odamlar sizning brandingiz yoki veb-saytingizni kashf qilganda, ularning birinchi taassurotlari juda tez shakllanadi. Men faoliyatimning ko'p qismini frilanser bo'lganman, bu meni turli sohalardagi ko'plab mijozlar bilan ishlashga olib keldi. Vizual branding haqida gap ketganda, xatoga o'rin yo'q.

Asosiy maqsad - brandingizni sotish va investitsiyalarning mumkin bo'lgan eng yuqori daromadini (ROI) taqdim etishdir.


Buning uchun sizga brandingizni yaxshi ko'rinishga va bozorda ajralib turadigan yuqori samarali vizual brend strategiyasi kerak bo'ladi. Keling, potentsial mijozlarda birinchi yomon taassurot qoldirishi mumkin bo'lgan oltita keng tarqalgan vizual branding slip-uplarini ko'rib chiqaylik.

Ma'nosiz logotip

Agar sizning sohangiz uchun ma'nosiz (yoki undan ham yomoni: nomaqbul) logotipingiz bo'lsa, siz o'z brandingiz imidjiga putur etkazish xavfi ostida qolasiz. Logotiplar brend nimani anglatishini vizual tarzda ifodalash uchun mo'ljallangan. Bu sizning kompaniyangizning oddiy vakili bo'lishi kerak, ortiqcha murakkab bo'lmasdan. Bema'ni logotipga duch kelganingizda, siz o'z maqsadi nima ekanligini bilmaydigan yoki uni samarali muloqot qila olmaydigan kompaniyaga qaraysiz.

Bu sizning mijozlaringiz kimligi yoki ular sizdan nimani xohlashlari haqida tasavvurga ega emasligingizni ko'rsatishi mumkin. Va eng yomoni, bu siz ularni ajoyib narsalarni loyihalash uchun zarur bo'lgan sa'y-harakatlarni - sahifa yoki ekrandagi shunchaki tasvirdan ko'ra ko'proq narsani qilish uchun jiddiy qabul





qilmayotgandek taassurot qoldirishi mumkin. Ma'noli logotip sizning fikringizning mohiyatini aks ettiradi va odamlarni siz bilan biznes qilish istagini uyg'otadigan tarzda kompaniyangizni ifodalaydi. Ma'noli logotip yaratish uchun siz kimligingizni va qayerga ketayotganingizni bilishingiz kerak. Bu dizayn jarayonini boshlashdan oldin, barcha ishtirokchilar kompaniyaning maqsadlari va qadriyatlarini yaxshi tushunishlari muhimligini anglatadi. Bu sizning kompaniyangizni o'z sanoati yoki bozorida boshqalardan nimasi bilan ajratib turadiganligi haqida hech qanday tushunmovchiliklar bo'lmasligi uchun aniq belgilanishi kerak. Hamma bir xil sahifada bo'lgandan so'ng, siz tayyor mahsulot nimani ifodalashi kerakligi haqida g'oyalarni miya hujumini boshlashingiz mumkin. Umuman olganda, logotip yaratishda ikkita narsa muhim : soddalik va esdalik . Uning ramzi aniq bo'lishi va maqsadli auditoriyangizga to'g'ridan-to'g'ri gapirishi kerak. Ma'noli logotip mazmunli munosabatlarni o'rnatishda yangi mijozlarni jalb qilishga yordam beradi. Bu, shuningdek, mijozlar orasida ishonchni mustahkamlashga yordam beradi va ularni brendingiz bilan ko'proq bog'lashiga yordam beradi. Bu sizning brendingizning yuzi va u xuddi siz kabi kompaniyangizning bir qismi ekanligini his qilishi kerak.

Marketing materiallari bo'yicha nomuvofiqlik

Muayyan estetikani yaratishga yoki ma'lum bir xabarni etkazishga harakat qilayotganingizda, yondashuvingizda izchil bo'lish muhimdir. Agar siz ma'lum bir hayot tarzini, munosabatni yoki hatto umumiy tajribani tasvirlashga harakat qilmoqchi bo'lsangiz, unda izchillik muhim ahamiyatga ega. Agar siz etishmayotgan bo'lsangiz, bu odamlar sizdan va mahsulotingizdan nimani olishlarini bilmasliklarini his qilishlariga olib kelishi mumkin. Qachonki ular nimaga erishayotganini bilmasalar, ehtimol sizga ishonmaydilar.

Vizual brend identifikatoringiz qanday ko'rinishini xohlashingiz uchun rejaga ega bo'lishingiz va keyin unga rioya qilishingiz muhimdir.

Agar kerak bo'lsa, vaqti-vaqti bilan narsalarni o'zgartirishingiz mumkin, ammo izchillik muhim ahamiyatga ega. Vizual brendingiz uchun umumiy ohangga erishishning eng yaxshi usuli - bu brend uslubi bo'yicha qo'llanmani ishlab chiqish. U marketing materiallarida ranglar, shriftlar va tasvirlardan qanday foydalanishni belgilaydi, shunda hamma narsa bir-biriga tegishlilidek ko'rinadi.

Bu veb-sayt dizaynidan tortib, ijtimoiy tarmoqdagi postlargacha bo'lgan barcha miqyosda vizual identifikatoringizni izchil saqlash bo'yicha sizning yo'l xaritingizdir. Ba'zi qo'llanmalar juda oddiy bo'lishi mumkin, boshqalari esa murakkabroq va batafsilroq bo'ladi. Tashkilot sifatida sizning ehtiyojlaringizga mos keladigan va brendingiz uchun vizual aktivlarni yaratishda maqsadlaringizga erishishga yordam beradigan tashkilot yaratmoqchisiz.



Olib ketish

Agar siz o'z brendingizga yomon nom qo'yishi mumkin bo'lgan nosozliklardan saqlanishni istasangiz, vizual identifikatingizni o'zgartirishga biroz vaqt ajrating. Birinchi taassurotlar oxirgi va yomon brending tajribasini engish qiyin bo'lishi mumkin - agar imkonsiz bo'lmasa. Ma'noli logotip yaratish, tegishli tipografiyani tanlash va sizga va jamoangizga brendingiz ovoziga sodiq qolishga yordam beradigan uslublar qo'llanmasini yaratish orqali ushbu to'siqlarni yenging.

FOYDALANILADIGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI:

1. Normurodov Ch.B. Mengliyev Sh.A. PHP7 dasturlash tili - O'quv qo'llanma –
2. Termiz: "Xamidi xususiy firmasi", 2020, 218 bet.
3. Vasilev A. N. Python na primerax. Prakticheskiy kurs po programmirovaniyu. —
4. SPb. Nauka i Texnika, 2016. — 432 st.
5. Dj. Forse, P. Bisseks, U. CHan - Django. Razrabotka veb-prilopeniy na Python,
6. Simvol-Plyus , 2010. – 456 st
7. 4. Eric Matthes Python Crash Course, a hands-on, Project-Based, Introduction to
8. Programming, ISBN-13: 978-1-59327-603-4, 2016, 562 p.

