

Іншими словами, позиціонування бренду компанії дозволяє їй виділитися серед конкурентів. Така диференціація допомагає компанії підвищити впізнаваність бренду, повідомити про цінність і обґрунтувати ціни, що в свою чергу впливає на прибуток.

Наявність сильного бренду на будь-якому ринку має значення. Щоб позиціонувати підприємство на виграшному місці свого цільового ринку, необхідно користуватися стратегіями позиціонування бренду.

Список використаних інформаційних джерел

1. Смерічевський С. Ф., Петропавловська С. Є., Радченко О. А. Бренд-менеджмент : навч. посіб. / за заг. ред. С. Ф. Смерічевський, С. Є. Петропавловська, О. А. Радченко. – Київ : НАУ, 2019. – 156 с.
2. URL: <https://bit.ly/3HKZBgA>.
3. URL: <https://businessyield.com/uk/business-strategies/brand-positioning/>.

ВЕБ-ДИЗАЙН ЯК ІНСТРУМЕНТ ВІЗУАЛІЗАЦІЇ ПРОДУКТУ КОМПАНІЇ

С. В. Северин, спеціальність *Інтернет Маркетинг*, група *М ІМ 6-21*

Т. М. Білоусько, канд. екон. наук, доцент кафедри маркетингу – науковий керівник
Полтавський університет економіки і торгівлі

Сучасні складні умови України та суспільні потреби вимагають значних змін та вирішення ґрунтовних питань щодо здійснення бізнесу. З підвищенням конкуренції на ринку багато компаній хочуть виділитися і як найпотужніше розкривати сутність свого бренду та продукції через веб-дизайн. На сьогодні веб-дизайн може бути потужним інструментом для розвитку бренду компанії [1]. Для досягнення цієї мети, необхідно врахувати декілька факторів, таких як:

1. Створення відмінного враження про бренд: Веб-дизайн повинен передати характер та цінності бренду. Оформлення веб-сайту повинно бути чистим та професійним, а дизайн повинен бути узгодженим з елементами бренду.

2. Візуальна консистентність: Веб-дизайн повинен бути консистентним з усіма іншими матеріалами бренду, такими як логотип, фірмовий стиль, рекламні банери, тощо. Кольорова палітра та шрифти повинні бути узгодженими [2].

3. Взаємодія з користувачами: Веб-дизайн повинен бути спрямований на спілкування з користувачами. Це означає, що веб-сайт повинен бути зручним та легким у використанні, з чіткими та лаконічними повідомленнями та інструкціями.

4. Мобільна дружність: З урахуванням того, що все більше людей використовують мобільні пристрої для перегляду веб-сайтів, веб-дизайн повинен бути адаптивним та мобільно дружнім. Веб-сайт повинен коректно відображатися на різних пристроях, включаючи смартфони та планшети [3].

5. Створення відчуття спільноти: Веб-сайт може бути використаний для створення відчуття спільноти серед користувачів, наприклад, шляхом додавання функцій коментування, можливості обговорення, створення форумів, тощо. Це може допомогти збільшити лояльність користувачів до бренду.

Мабуть, всім зрозуміло, що не лише веб-дизайн бренду важливий для бізнесу, а й дотримання практик веб-дизайну для продукту компанії теж потрібно приділяти багато уваги [5]. Веб-дизайн відіграє дуже динамічну роль у створенні та обслуговуванні продуктів компанії.

Існують різні аспекти веб-дизайну, такі як графічний дизайн, дизайн інтерфейсу, оптимізація пошукової системи тощо.

Для кожної області процедури проектування виділяються різні команди. Як правило, у невеликих організаціях одна команда може охоплювати всі сфери, але у великих та середніх бізнесах, можливо, будуть різні команди для різних областей. Нижче наведено деякі найкращі практики, яких варто дотримуватися при створенні веб-дизайну для продукту компанії:

1. Зробити веб-сайт легким у використанні та мінімалістичним [6].

2. Зробити веб-сайт візуально привабливим.

3. Забезпечити адаптивність веб-сайту.

4. Забезпечити доступність контенту.

5. Тестувати та оптимізувати веб-сайт.

Задля того, щоб дотриматися всіх вище перерахованих практик, знадобляться новітні інструменти і програмне забезпечення, які допоможуть як найбільше швидше вособити всі критерії і побажання Звісно, вони можуть варіюватися залежно від потреб та вимог проекту. Проте, нижче наведено кілька загальних інструментів та програмного забезпечення, які можна використовувати під час розробки веб-дизайну:

1. Графічні редактори, такі як Adobe Photoshop, Sketch, Figma, Adobe XD, InVision Studio, Gravit Designer [7].

2. Редактори коду, такі як Visual Studio Code, Sublime Text, Atom, Brackets [8].

3. Керуючі системи версій, такі як Git, Bitbucket, GitHub.

4. Фреймворки та бібліотеки для розробки веб-дизайну, такі як Bootstrap, Foundation, Materialize CSS, React, Vue [9].

5. Інструменти для перевірки веб-сайту на доступність та SEO, такі як Google PageSpeed Insights, GTmetrix, Lighthouse, WAVE, Screaming Frog [10].

6. Інструменти для тестування та налагодження веб-сайту, такі як BrowserStack, Sauce Labs, CrossBrowserTesting [11].

Ці інструменти можуть бути корисними для веб-дизайнерів у процесі розробки веб-дизайну для продукту компанії.

Отже, веб-дизайн як інструмент візуалізації продукту компанії в теперішній час потрібен як ніколи, і тому потрібно враховувати багато критеріїв щоб не залишатися позаду конкурентів та вивести свій бренд і продукт на високий рівень. Для цього, звісно, знадобляться висококваліфіковані спеціалісти, які зможуть модифікувати, удосконалювати бренд і продукт компанії завдяки веб-дизайну під потреби всіх споживачів.

Список використаних інформаційних джерел

1. Розробка бренд стилю. Дизайн бренду. Візуальний образ веб-сайт. URL: <https://true-ag.com/blog/post/razrabotka-brend-stilya-dizajnbrenda-vizualnyj-obraz>.
2. 10-найкращих-прикладів-фірмового-стилю. URL: <http://surl.li/gmkdw>.
3. Адаптивний веб-дизайн. URL: https://w3schoolsua.github.io/html/html_responsive.html.
4. 10 заповідей UI дизайну. URL: <https://internetdevels.ua/blog/the-10-commandments-of-user-interface-design>.
5. 10 найкращих програмних засобів для графічного дизайну для початківців. URL: <https://uk.myservername.com/top-10-best-graphic-design-software-tools>.
6. Правила розробки сайту: як створити гарний сайт? URL: <https://webstudio2u.net/ua/webdesign/353-how-make-good-site.html>.
7. Графічні Редактори. URL: <https://blog.ithillel.ua/articles/graficni-redaktori-dlya-pocatktivcv-oglyad-adobe-photoshop-adobe-illustrator-i-figma>.
8. 18 популярних редакторів коду в 2020. URL: <https://hyperhost.ua/info/uk/18-populyarnikh-redaktoriv-kodu-v-2020>.

9. Фреймворки та бібліотеки. URL: <http://surl.li/gmkjj>.
10. Інструменти для перевірки веб-сайту на доступність та SEO. URL: <https://magefan.com/ua/blog/instrumenty-dlia-perevirky-shvydkosti-veb-sajtu-magento>.
11. Інструменти для тестування та налагодження. URL: <https://training.qatestlab.com/blog/technical-articles/cross-browser-testing/>

ЯК ЗРОБИТИ КОНТЕНТ ЦІКАВИМ

А. В. Сідаш, спеціальність Маркетинг, група М ІМ 6-11

Н. В. Карпенко, д-р екон. наук, завідувач кафедри маркетингу – науковий керівник

Полтавський університет економіки і торгівлі

Контент – матеріал інформації на сторінках соціальних мереж, сайтів, платформ.

До контенту відносяться тексти, аудіо- і відео-файли, зображення, загалом, усе, що можна побачити, чи почути, або ж прочитати.

Важливо розуміти, чи буде Ваш контент цікавим та яку користь він принесе? Види контенту допоможуть більш детально вивчити аудиторію, їх вподобання та поведінку.

В сучасному інтернет-просторі існують такі види контенту:

Контент, що продає – контент, який пов'язаний з продажами продукції або послугами вашій цільовій аудиторії. Його головним завданням є залучення підписників до дії. До такого контенту належать:

- кейси;
- лендінги;
- комерційна чи акційна пропозиція;
- огляди;
- відгуки;
- продаючий пост у соціальних мережах.

Але й не потрібно захоплюватись цим дуже часто! Аудиторії набридне і статистика акаунту погіршиться, в результаті чого, ви втратите своїх підписників, яких буде дуже важко повернути. Інформаційний контент – контент, який несе користь. Перед тим, аби купити товар, користувач ознайомлюється з детальною інформацією про нього, уточнює нюанси та дізнається певну інформацію для себе.

Головним завданням інформаційного контенту є ознайомлення читача з інформацією про продукцію. Аби зацікавити