Пономарева Надія Сергіївна, к.п.н., ПЗВО “Харківський технологічний університет “Шаг””,

м. Харків, ORCID: 0000-0001-9840-7287;

Самойлова Анастасія Русланівна, студентка кафедри інформаційних технологій,

ПЗВО “Харківський технологічний університет “Шаг””, м. Харків,

**ВПЛИВ ВІЗУАЛЬНИХ ЕЛЕМЕНТІВ НА СПРИЙНЯТТЯ БРЕНДУ**

Візуальний дизайн значною мірою впливає на сприйняття споживачами та впізнаваність бренду, що робить його надзвичайно важливим елементом у формуванні брендової ідентичності. Вдало виконаний візуальний дизайн здатен створити позитивне перше враження, підкреслити надійність і достовірність бренду, а також забезпечити його диференціацію від конкурентів. Крім того, візуальний дизайн відіграє ключову роль у створенні емоційного зв'язку зі споживачами.

Візуальні елементи відіграють ключову роль у сприйнятті бренду споживачами та суттєво впливають на їхні емоції, уявлення та поведінку [1]. Вони формують перше враження про бренд через логотип, кольорову гаму, типографіку та інші візуальні складові, що можуть викликати як позитивні, так і негативні асоціації під час першого знайомства з брендом. Також візуальна ідентичність забезпечує унікальність та відмінність бренду серед конкурентів, полегшуючи споживачам розрізнення бренду на ринку товарів і послуг. А самі візуальні елементи здатні викликати різні емоції у споживачів: яскраві та насичені кольори можуть стимулювати радість і ентузіазм, тоді як темні та стримані кольори можуть сприяти відчуттю спокою та надійності[2].

Крім того, професійно оформлені візуальні елементи сприяють створенню враження довіри та авторитетності, що є важливим для встановлення стабільних відносин зі споживачами та підвищення їхньої лояльності до бренду. Отже, послідовне використання однакових візуальних елементів на різних платформах і в різних комунікаційних каналах допомагає зберігати консистентність бренду і підвищує його впізнаваність серед споживачів.

Візуальні елементи, такі як графічний дизайн та фотографії, можуть впливати на спосіб, яким споживачі сприймають інформацію про бренд. Наприклад, привабливі та естетично оформлені зображення можуть залучати увагу та стимулювати бажання дізнатися більше про продукт чи послугу. Візуальні елементи допомагають бренду створити свою унікальну ідентичність, що дозволяє йому відмежуватися від конкурентів і займати особливе місце в уявленні споживачів. Якщо вони відповідають стандартам якості та професіоналізму, вони можуть сприяти будівництву довіри до бренду серед споживачів. Грамотно розроблений дизайн та використання відповідних кольорів можуть підсвідомо асоціюватися з якістю та надійністю.

Привабливий та цікавий візуальний образ може бути вирішальним фактором при прийнятті рішення про покупку. Споживачі можуть бути схильні віддати перевагу продукту або послузі, яка має привабливий зовнішній вигляд та сприймається як якісний та відповідний їхнім потребам. Клієнти з більшою ймовірністю запам'ятовують і впізнають бренд, який послідовно використовує однакові кольори, шрифти та загальний дизайн у всіх своїх маркетингових матеріалах. Послідовність у візуальному дизайні також сприяє формуванню довіри, оскільки бренд, який демонструє стабільність у своєму візуальному представленні, виглядає більш професійним і заслуговує на довіру. Це, у свою чергу, може сприяти підвищенню лояльності клієнтів та їх утриманню. Крім того, створення послідовного візуального дизайну може забезпечити економію часу та коштів у довгостроковій перспективі [3].

Отже, візуальний дизайн є ключовим елементом у формуванні брендової ідентичності, оскільки значною мірою впливає на сприйняття споживачами та впізнаваність бренду. Загалом, візуальні елементи впливають на сприйняття бренду споживачами через їхній емоційний та психологічний вплив. Крім того, візуальний дизайн відіграє важливу роль у створенні емоційного зв'язку зі споживачами, викликаючи позитивні емоції та почуття, що сприяє формуванню більшої лояльності та підтримки бренду. Візуальні елементи формують перше враження про бренд через логотип, кольорову гаму, типографіку та інші складові, що можуть викликати як позитивні, так і негативні асоціації. Вони забезпечують унікальність та відмінність бренду серед конкурентів, полегшуючи споживачам розрізнення бренду на ринку товарів і послуг.

Професійно оформлені візуальні елементи сприяють створенню враження довіри та авторитетності, що є важливим для встановлення стабільних відносин зі споживачами та підвищення їхньої лояльності до бренду. Розуміння цього впливу дозволяє брендам створювати ефективні візуальні стратегії, які сприяють позитивному сприйняттю та взаємодії з цільовою аудиторією. Отже, візуальний дизайн не лише привертає увагу, але й формує емоційний зв'язок та довіру споживачів, що є вирішальними для успіху бренду.

**Література**

1. Кліфтон Р. Бренд і Брендинг. New York: Bloomberg Press, 2013. 256 c.

2. Симоненко Є.П., Пономарева Н.С. Психологія кольорів у дизайні // Студентський вісник IT STEP Приватного закладу вищої освіти “Харківський технологічний університет “Шаг”: збірник наукових праць. Харків: ШАГ, 2023. Вип. 2. С. 84-88.

3. Як створити цілісний візуальний дизайн для вашого бренду. URL: https://stfalcon.com/uk/blog/post/how-to-create-consistent-visual-design-for-your-brand (дата звернення: 06.05.2024).