



УДК 7.012:659.126:[339.137.2]

## АНАЛІЗ ТЕНДЕНЦІЙ ДИЗАЙНУ ЛОГОТИПІВ ДЛЯ ЗАКОРДОННИХ КОМПАНІЙ, ЩО ЗАЙМАЮТЬСЯ НЕРУХОМІСТЮ

ГОЛОВЧАНСЬКА Євгенія, ДОБРОРОДНЯ Анастасія  
Київський національний університет технологій та дизайну, Київ,  
[dobrorodniaa@gmail.com](mailto:dobrorodniaa@gmail.com)

*У роботі надано результати аналізу дизайну логотипів іноземних компаній, що займаються нерухомістю. Для аналізу були обрані компанії, що орієнтовані на споживачів з різним рівнем фінансового доходу. Визначено закономірності в дизайні, композиції, використанні кольорової гами в дизайні логотипів компаній відповідно до цільової аудиторії.*

**Ключові слова:** фірмовий стиль, логотип, конкурентоспроможність, композиція, нерухомість

### ВСТУП

Індустрія нерухомості нараховує велику кількість компаній, для яких основним способом створення цінності бренду та привернення уваги клієнтів є логотип. Він виступає як візуальний інструмент для потенційних клієнтів, який призначений для виокремлення компаній на ринку з-поміж інших, формування довіри, прихильності та стійких асоціативних зв'язків з компанією у споживача. При створенні конкурентоспроможного логотипу важливо правильно визначити цільову аудиторію та акцентувати увагу на особливостях компанії, використовувати нестандартні ідеї.

### ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Сфера нерухомості вважається однією з найбільш конкурентоспроможних, тому особливо важливо приділити увагу логотипу для підвищення впізнаваності бренду. Є необхідним аналіз сучасних тенденцій дизайну логотипів закордонних компаній та визначення особливостей їх розробки.

### РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ЇХ ОБГОВОРЕННЯ

Розробка фірмового стилю компанії починається з потреби дослідження цільової аудиторії та чинників, що її характеризують: вік, стать, рівень освіти, соціальний статус, спеціальність тощо. Важливими при створенні логотипу та інших складників фірмового стилю є рівень добробуту потенційних клієнтів. Аналіз цих показників дозволяє з'ясувати яким чином зацікавити потенційних клієнтів компанії. Іншими словами, логотип повинен відповідати компанії та послугам, які вона пропонує. При розробці логотипу варто дотримуватись певних критеріїв, таких як:

- простота сприйняття;
- гармонійне поєднання всіх елементів за розміром, формою, кольором;
- унікальність, яскравість і чіткість логотипу у візуальному виконанні;



- оптимальні пропорції логотипу для вдалого відображення на рекламних носіях як великого, так і маленького розміру;

- відповідність назви, форми та маркетинговій стратегії компанії [1].

Логотип виконує ряд функцій в компанії: акцентує увагу клієнта на цілях і задачах організації; передає основні відомості про компанію клієнту; впливає на емоційну складову клієнта, щоб логотип зберігся в його пам'яті; загострює увагу клієнта на символічній оцінці логотипу [2].

У випадку з агентством нерухомості необхідно, щоб логотип трансливав клієнтові набір якостей компанії – надійність, стабільність, довіру, спокій. Ці відчуття підсилюються використанням синього, зеленого, червоного, коричневого кольорів. Також поєднання в логотипі таких кольорів, як чорний, білий і сірий, надає відчуття впевненості, серйозності бренду. Вони також слугують гарним рішенням для фону, щоб підкреслити переваги логотипу. Використання шрифтів із засічками для назви компанії передає професійний підхід компанії до роботи з клієнтами [3], проте звичайний шрифт в багатьох випадках є більш доречним, оскільки він легше сприймається і виглядає сучасним. Всі ці характеристики притаманні фірмовому стилю компаній, що орієнтовані на клієнтів з різним рівнем фінансових показників.

**Поєднання мінімалізму з текстом** *овим логотипом*. При розробці логотипу компанії «Stuxcel» (рис. 1, а) дизайнери віддали перевагу мінімалізму, створивши просту, зрозумілу композицію. Замість використання звичайних для цієї галузі елементів, таких як дах і вікна, лише кілька рядків передають повідомлення. У цьому логотипі прямокутник тонкою лінією представляє бізнес з нерухомості [3].

Американська компанія «Tim Perry Real Estate Sales» (рис. 1, б) при виборі логотипу віддала перевагу простоті композиції. Цікавість логотипу полягає в розміщенні абrevіатури у вигляді будинку усередині подвійного кола. Завдяки простому дизайну компанія транслиє цільовій аудиторії політику компанії – зрозумілість та доступні послуги [4].

**Символи**. Для дослідження було обрано низку закордонних компаній, що займаються нерухомістю та проаналізовано особливості структури і кольору їх логотипів. Дизайн логотипу компанії «Here's a house» має в собі зображення двох будиночків (рис. 1, г) і є унікальним, оскільки він одразу закликає до контакту та не виглядає консервативним. Дизайн добре говорить про те, що робить компанія. Зелений і синій кольори викликають емоції дружелюбності та зростання [3].

Логотип компанії «Hawai'i Life Real Estate Brokers» (рис. 1, д) поєднує у собі символ будинку і тексту. При цьому він є гарним прикладом правильного вибору шрифту: завдяки тому, що немає класичного "квадратного" шрифту, дизайнерам вдалося передати естетику гавайських поселень. Графічний знак у вигляді невеликої хатини говорить про те, що ціни на нерухомість доступні будь-якому покупцеві [4].

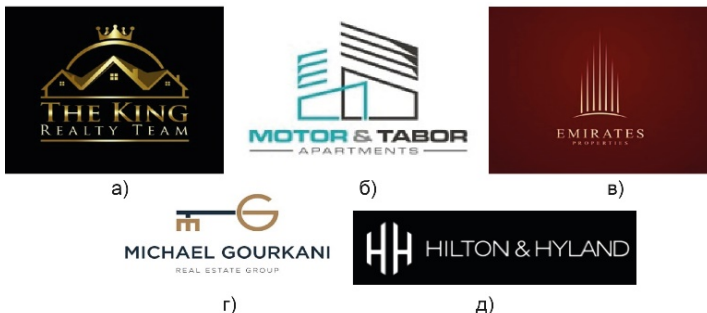
Логотип компанії «Riverfront» (рис. 1, в) – цікавий тим, що на ньому символічно зображено місце розташування, яке згадує клієнт в описі дизайну. В даному випадку, в логотипі можна побачити пейзаж, що оточує офісну будівлю компанії. Конструктор включив до логотипу фабрику з трьома димовими трубами, річкою та мостом. Ці елементи створюють ідентичність компанії через логотип [3, 5].



**Рис. 1.** Логотипи компаній, що орієнтовані на клієнтів з середнім рівнем добробуту: а) Cruxcel; б) Tim Perry Real Estate Sales; в) Riverfront; г) Here's a house; д) Hawai'i Life Real Estate Brokers

В дизайні логотипів компаній, потенційні споживачі якої мають високий рівень добробуту, є використання «золотого» кольору, що асоціюється з багатством, розкішшю, блиском. Використання його в логотипах одразу вказує як на рівень доходу потенційних клієнтів, їх статусність, так і на високий рівень пропонованої нерухомості. В композиції можуть бути присутні символи, які вказують на статусність нерухомості, а також назви або слогани компаній.

**СИМВОЛИ** (корони, ключі). Логотип компанії «The King» (рис. 2, а) виділяється унікальним поєднанням зображень, центральним з яких є корона. Разом з куполом і трьома дахами золотого кольору на чорному тлі логотип справляє враження королівської розкоші, захоплює глядача, відображаючи прагнення компанії домінувати на ринку нерухомості. Логотип компанії «Michael Gourkani» (рис. 2, г) передає цілі заможних людей, які купують розкішні будинки. Ключ на логотипі – це символ володіння майном. Колірне поєднання чорного та золотого, яке використали дизайнери, свідчить про розкішні будинки високого класу, що пропонуються компанією [3, 5].



**Рис. 2.** Логотипи компаній, що орієнтовані на клієнтів з високим рівнем добробуту: а) The King; б) Motor & Tabor; в) Emirates; г) Michael Gourkani; д) Hilton&Hyland.



**Мінімалізм.** Також слід згадати про поширену тенденцію передавати повідомлення за допомогою малювання кількох ліній. Прикладами такого дизайну є логотипи компаній «Motor & Taborg» (геометричні лінії та чотирикутники в логотипі, що створюють асоціацію з будівлею сучасної архітектури (рис. 2, б)) та «Emirates» (рис. 2, в) [3].

**Текст овий.** Структура логотипу компанії «Hilton&Hyland» (рис. 2, д) складається з двох прізвищ, написаних простим та зрозумілим шрифтом, а монограма у вигляді будівлі говорить про сферу діяльності компанії. Білий колір на чорному тлі надає логотипу вишуканого вигляду, затримує погляд клієнта та створює відчуття довіри [5].

### ВИСНОВКИ

Досліджено логотипи компаній, що орієнтовані на клієнтів з різними рівнем фінансових доходів та було виявлено, що в наш час дизайнери у своїх проєктах не використовують складних композицій, віддаючи перевагу мінімалізму. Також досліджено які кольори найчастіше використовуються при розробці логотипів цієї галузі для різних фінансових груп, а також проведено порівняння цих груп.

### ЛІТЕРАТУРА

1. Розробка фірмового стилю: основні етапи та елементи. *Goldweb Solutions*: веб-сайт. URL: <https://goldwebsolutions.com/uk/blog/rozrobka-firmovogo-stilyu-osnovni-etapi-ta-elementi/>
2. Что такое логотип и зачем он нужен. *Prostudio*: веб-сайт. URL: <https://prostudio.ru/journal/logo/#heading-3>
3. 50 Best Real Estate Logos For Inspiration In 2022. *Designhill*: веб-сайт. URL: <https://www.designhill.com/design-blog/best-real-estate-logos-for-inspiration/>
4. Навіщо агентству нерухомості потрібний логотип? *WeLoveBrands*: веб-сайт. URL: <https://welovebrands.com.ua/blog/real-estate-logo/>
5. 29 Exceptional Real Estate Logos to Help Inspire Yours. *Hubspot*: веб-сайт. URL: <https://blog.hubspot.com/sales/real-estate-logos>

**HOLOVCHANSKA Y., DOBRORODNIA A.**

### ANALYSIS OF LOGO DESIGN TRENDS FOR FOREIGN REAL ESTATE COMPANIES

*The paper examines sources with information about foreign real estate companies and analyzes the features of the use of different shapes, colors and fonts in the development of logos for these companies. Consumer-oriented companies with different financial capabilities were selected for analysis, which resulted in a comparison and study of the impact of the target audience on the appearance of the logo.*

**Key words:** real estate, competitiveness, company, logo, color, composition.