**Фирменный стиль детского лагеря**

Фирменный стиль детского лагеря: его функции и основные элементы — это один из наиболее современных и актуальных видов самоидентификации лагеря.

Под **фирменным стилем** понимают набор цветовых, графических, словесных и прочих постоянных элементов, обеспечивающих визуальное и смысловое единство образа, всей исходящей от детского лагеря информации, ее внутреннего и внешнего оформления. Использование фирменного стиля предполагает единый подход к оформлению, цветовым сочетаниям, образам в рекламе, деятельности, оформления лагеря, его вожатых, детей и пр.

Фирменный стиль в жизни организации выполняет следующие важные функции.

1. *Имиджевая функция*. Формирование и поддержка быстро узнаваемого, оригинального и привлекательного образа детского лагеря, что способствует повышению ее престижа и репутации. Положительное восприятие детского лагеря целевой аудиторией переносится и на его (лагеря) деятельность.
2. *Идентифицирующая функция*. Фирменный стиль способствует идентификации деятельности лагеря, указывает на её связь с данным детским лагерем и их общее происхождение.
3. *Дифференцирующая функция*. Выделение деятельности данного детского лагеря из общей массы аналогичных. Он является определенным «информационным носителем» и помогает потребителю услуг лагеря ориентироваться в потоке информации в данной сфере, облегчает процесс выбора.

Когда целевая аудитория знает данный фирменный стиль, она с большей долей вероятности обратит внимание на знакомый логотип, цвета, шрифты, выделит конкретное имиджевое сообщение из общего информационного шума, который становится с каждым днем все более интенсивным. Использование единого фирменного стиля во всех формах рекламной кампании сделает рекламу более целостной. Кроме того, значение фирменного стиля состоит в том, что он позволяет детскому лагерю с меньшими затратами выводить на рынок свои новые услуги, повышает эффективность рекламы и улучшает ее запоминаемость.

Фирменный стиль упрощает разработку маркетинговых коммуникаций, сокращает время и расходы на их подготовку, способствует повышению корпоративного духа, объединяет сотрудников, вырабатывает «корпоративный патриотизм», положительно влияет на визуальную среду детского лагеря и эстетическое восприятие его деятельности (красивый, привлекательный стиль повышает эстетическую ценность программы детского лагеря).

К *системе фирменного стиля* относят следующие основные элементы:

* логотип;
* фирменный лозунг (слоган);
* фирменная гамма цветов;
* прочие фирменные константы.

**Логотип** — представляет собой оригинальный рисунок, эмблему.

*Звуковой* *логотип* — это мелодии, шумы, звуки.

**Фирменный лозунг (слоган)**. Слоган создаётся как постоянно используемый, оригинальный девиз детского лагеря. Он становится важной составляющей фирменного стиля.

Слоган — это и визуальный, и аудиообраз компании, что придает ему исключительную значимость. Фирменный слоган как элемент фирменного стиля должен отражать специфику детского лагеря, способствовать выделению детского лагеря среди его конкурентов, поддерживать его реноме. Он должен в концентрированной форме передавать идею, основную мысль фирменного стиля. Удачный слоган органично вписывается в фирменный стиль детского лагеря, гармонично согласуется с другими элементами стиля, краток, звучен, ритмичен, запоминаем. Многие удачные фирменные слоганы живут десятилетиями.

**Фирменная гамма цветов**. Многие детские лагеря можно мгновенно узнать по характерному сочетанию цветов.

Фирменный цвет должен вызывать конкретные ассоциации с деятельностью детского лагеря, его летней программой и образом, должен нести определенную информацию и отражать идею фирменного стиля. В связи с этим при выборе фирменных цветов важно изучать эмоциональное воздействие и ассоциации, которые вызывает тот или иной цвет у потенциальных клиентов детского лагеря.

Помимо эмоционального воздействия цвета важно проанализировать, *с каким видом деятельности он ассоциируется*. Так, обычно деятельность оздоровительных ДОЛов связывают со спокойными и консервативными цветами: синими, зелеными. Для спортивного лагеря, более подходят яркие и энергичные цвета. Деятельность, связанную с морем или водой, обычно символизирует голубой цвет, лесного лагеря — зеленый и т.д.

Кроме того, цвет воспринимается по-разному в зависимости от того, какую форму и площадь он занимает. Необходимо учитывать и то, какие цвета будут окружать выбранный вами цвет, т.е. психологическую сочетаемость цветов.

В фирменном стиле нежелательно многоцветие, если это не продиктовано спецификой детского лагеря. Хороший фирменный стиль содержит обычно не более двух цветов. Это обусловлено следующим:

* цветовой хаос не воспринимается гармонично и даже может раздражать;
* могут возникнуть проблемы цветопередачи на разных носителях;
* в случае многоцветного фирменного знака возрастут затраты на изготовление рекламы, сувенирной и полиграфической продукции, футболок и пр.

**Прочие фирменные константы**. К фирменному стилю могут быть отнесены и некоторые другие элементы, постоянно используемые в сфере коммуникаций детского лагеря и играющие важную роль в формировании его образа.

Элементом фирменного стиля, символом детского лагеря может быть *корпоративный герой*. Это постоянный персонаж, образ, используемый в коммуникациях с целевой аудиторией. Это может быть человек, мультипликационный, рисованный персонаж, животное и др. Корпоративный герой должен наделяться некоторыми чертами, которые детский лагерь стремится включить в свой образ. Корпоративный герой позволяет выделить детский лагерь, передать основные черты ее образа, сделать его более понятным.

Иногда в качестве элемента фирменного стиля может быть использован постоянный коммуникант («*лицо детского лагеря*»). В отличие от корпоративного героя — это реальное лицо, конкретный человек.

Для детского лагеря можно разработать *оригинальные сигнатуры и пиктограммы* — абстрактные графические символы, обозначающие товарные группы, размещение служб и другую информацию. Они также могут быть составляющими фирменного стиля.

С некоторыми оговорками можно назвать элементами фирменной символики и определенные внутрифирменные стандарты. Кроме того, это может быть фирменный этикет, стиль общения, стиль одежды (дресс-код) и многое другое.

Фирменный стиль может насчитывать сотни элементов, но на практике используется лишь несколько десятков. Набор элементов фирменного стиля зависит от специфики деятельности детского лагеря. Все эти элементы образуют систему фирменного стиля и могут использоваться на разнообразных носителях и в разнообразных областях деятельности детского лагеря.