

## СОЗДАНИЕ МАСТЕР-ПЛАНА ДЛЯ АРХИТЕКТУРНО-ДИЗАЙНЕРСКОЙ КОМПАНИИ "АВАНГАРТ"

*Аннотация. Раскрыты ключевые этапы построения и поддержания имиджа успешной компании, предложены мероприятия по обеспечению безупречного реноме.*

*Анотація. Розкрито ключові етапи побудови та підтримання іміджу успішної компанії, запропоновано заходи, які забезпечують бездоганне реноме.*

*Annotation. Key stages of building and maintaining the image of a successful company, the measures to ensure a flawless reputation have been disclosed.*

*Ключевые слова: имидж, репутация, приверженность, коллектив.*

В современных условиях ведения бизнеса все большую роль играет не только качество продукта, но и имидж компании, конкуренция брендов. Для формирования устойчивого могущественного имиджа необходимо прикладывать все больше усилий в течение всего времени существования компании. Одним из шагов на пути достижения данной цели является создание имиджеформирующей системы, которая укладывается в Мастер-план.

Мастер-план – официальный документ, прописывающий шаги построения эффективного всестороннего имиджа компании. Он является основополагающим и весомым для компаний, планирующих вести длительную успешную деятельность.

Исследуемым объектом является архитектурно-дизайнерская компания "АвангАрт", которая занимается разработкой и реализацией высококачественных и экологически безопасных проектов для потребителей с доходом выше среднего уровня.

Для успешного ведения бизнеса руководству нужен подробный план достижения дополнительных конкурентных преимуществ в виде прописывания фундаментальных основ компании и ее внешнего имиджа.

Принципы – это образ жизни компании. От правильности их построения зависит успешность позиционирования компании среди конкурентов, в глазах потребителей и членов коллектива.

В компании "АвангАрт" выделяются как общественные, так и специфические принципы. Они имеют следующее выражение:

**Честность.**

*"Честность есть простейшее выражение принципа правды" (Сэмюэл Смайлс).*

**Надежность.**

*"Время всегда будет уважать и поддерживать то, что крепко, но обратит в прах то, что окажется непрочным" (Анатоль Франс).*

**Пунктуальность.**

*"Каждое потерянное мгновение – потерянное дело, потерянная польза" (Честерфилд Филип Дормер Стенхоп).*

**Трудолюбие.**

*"Вдохновение – это такая гостья, которая не любит посещать ленивых" (Петр Чайковский).*

**Ответственность.**

*"Невозможно ступить ни шагу по этой земле без того, чтобы не соприкоснуться с ответственностью и долгом, который необходимо исполнить" (Томас Карлейль).*

**Уважение.**

*"Истинная вежливость неразлучна с уважением к личности другого и без нее невозможна" (Николай Шелгунов).*

**Профессионализм.**

*"Любитель живет надеждами, профессионал работает" (Гарсон Кейнин).*

**Уверенность.**

*"Сознание своей силы умножает ее" (Вовенарг).*

**Взаимовыручка.**

*"Состояние любого звена отражается на всей цепи" (Георгий Александров).*

**Оригинальность.**

*"Весь секрет бизнеса в том, чтобы знать что-то такое, чего не знает больше никто" (Аристотель Онассис).*

**Инициативность и самосовершенствование.**

*"Даже оказавшись на правильном пути, вы рискуете сойти с него, если остановитесь хоть на минуту" (Уилл Роджерс).*

Цели – движущая сила компании, помогающая всем членам команды понять направление движения.

Основная цель компании "АвангАрт" – донести до каждого красоту привычных вещей с помощью выполнения уникальных проектов, обеспечивая при этом точное выполнение пожеланий заказчиков в кратчайшие сроки и на

высоком уровне, благодаря высококвалифицированным специалистам, с высокой степенью социальной ответственности.

Отличием компании "АвангАрт" является нацеленность на экологическую безопасность использованных материалов, работа ведущих специалистов региона и создание сплоченного коллектива, стремящегося к развитию своего потенциала, а также тесное сотрудничество с известными производителями материалов, ведущими строительными фирмами, международными дизайнерскими компаниями, администрацией города и муниципальными службами.

Третий камень фундамента – философия компании. Она отражает сущность создания и функционирования компании.

Искусство есть способность видеть невидимое, осязать неосозаемое и рисовать то, что не имеет облика. Главная идея компании – донести гамму чувств и эмоций через палитру обыденности.

Цель – это мечта с оговоренными сроками достижения и конкретикой. Это данное себе обещание для достижения определенной мечты.

Для данной компании характерны следующие долгосрочные цели:

- Создание сети агентств по всей Украине с дальнейшим выходом на международный уровень.
- Тесное сотрудничество с администрациями городов по реализации совместных проектов.
- Сотрудничество с мировыми производителями и дизайнерскими фирмами.
- Расширение собственных мощностей для реализации проектов.
- Создание сплоченного, квалифицированного, ответственного коллектива и благоприятного социально-психологического климата в коллективе.
- Постоянное моральное воспитание и совершенствование персонала.
- Завоевание лидерских позиций в отрасли.

Для достижения поставленных целей и построения имиджа необходима слаженная работа персонала, для чего следует четко определить стандарты его поведения и внешнего вида. Здесь ключевым является деловой стиль в одежде, вежливость и профессионализм в работе с клиентами и партнерами.

*Осязаемый имидж* формируется из восприятия бизнеса клиентами и партнерами при помощи их пяти чувств. Впечатление складывается из зрительного и звукового образа, из тактильных ощущений и запахов.

Первым шагом в этом направлении является название. "АвангАрт" является производной от направления в искусстве – авангарда, ключевым отличием которого были нестандартность и символизм. Название подчеркивается лозунгом – "*Ощути палитру эмоций!*".

*Месторасположение офиса компании* – вблизи парковой зоны, недалеко от центра. Это обеспечит и удобство доступа, и более благоприятные условия для творческой работы, а также подчеркнет нацеленность на экологичность деятельности.

*Эмблема компании* – это ее лицо. В данной фирме эмблемой станет мазок краски с использованием фирменных цветов: красного, желтого и зеленого.

Проанализировав национальные особенности восприятия цветов и их влияние на отдельные психотипы, были выбраны зеленый, красный и желтый. Сочетание этих цветов является контрастным и отражает сущность выбранного стиля. Также эти цвета вызывают возбуждение эмоций. Все корпоративные цвета стимулируют персонал к самосовершенствованию и развитию, а у клиентов вызывают эмоциональную предрасположенность и контактность.

Так как фирма "АвангАрт" нацелена на высокий ценовой сегмент, качество выполняемых заказов должно быть безупречным. Это обеспечивается с помощью опытного, высококвалифицированного персонала, современных экологически безопасных материалов и технологий, предугадывания желаний клиента путем создания его психологического портрета и выявления предпочтений, создания каталогов с ценовой градацией, полной визуализации будущего проекта, сувенира после выполнения.

*Реклама* играет значительную роль при формировании и поддержании имиджа компании.

Первая рекламная компания направлена на презентацию фирмы и ее эмоциональное восприятие. Основной акцент сделан на ассоциирование компании с нестандартным креативным подходом и сильными чувствами. Второй этап рекламной компании акцентирован на закреплении в сознании потребителей лидирующих позиций фирмы.

*Общественная деятельность* – неотъемлемая часть в программе создания внешнего имиджа, так как она обеспечивает уважение в обществе и укрепляет с ним эмоциональные связи.

В качестве общественной деятельности компании "АвангАрт" предлагается мероприятие по озеленению районов Харькова, а также разработка и реализация совместно с партнерами и инвесторами проекта больницы для онкологически больных детей и дальнейшее шефство этой больницы.

*Средства массовой информации* – это механизм, с помощью которого можно доносить необходимую информацию до потребителей и партнеров, реализовывать политику создания и поддержания имиджа фирмы. Налаживание контактов с прессой лучше доверить специалисту, поэтому в компании будет введена должность пресс-атташе.

При налаживании контактов важно знать, с кем имеешь дело, поэтому необходимо узнать максимально возможное количество информации о потенциальных партнерах в СМИ. Тогда есть возможность сделать приятный сюрприз человеку, опираясь на его вкусы, интересы, жизненные позиции.

*Связи с инвесторами* дополняют формирование внешнего имиджа компании. Связи с инвесторами налаживаются также на основе информации о людях, которые могут и хотя вложить свои средства. В организации отношений с инвесторами важную роль играют отзывы в прессе и на телевидении, упоминания о компании, результаты общественной деятельности и удовлетворенность клиентов.

Таким образом, выполнение Мастер-плана поможет архитектурно-дизайнерской компании "АвангАрт" повысить осведомленность и приверженность клиентов, установить эмоциональные связи с клиентами и партнерами, создать имидж успешной компании, которой можно верить.

Научн. рук. Седова Л. Н.

всех специальностей всех форм обучения / сост. Л. Н. Седова, Л. Э. Добрунова. – Х. : Изд. ХНЭУ, 2004. – 152 с. 3. Седова Л. Н. Могущество имиджа : учебн. пособ. Ч. 2 / Л. Н. Седова. – Х. : Изд. ХНЭУ, 2005. – 400 с.