

Nie sprzedasz jaguara

w garażu!



Strona WWW nie chodzi spać, jeść, nie choruje, nie wyjeżdża na urlop. Za to całą dobę może krzyczeć, że właśnie tu znajdziesz tę jakość, której szukałeś, ten produkt, usługę. Żeby strona wysyłała właściwy komunikat, potrzebuje kogoś, kto dopasuje projekt, znajdzie smaczek, który ją wyróżni i scali WWW z całą marką. Gdzie znaleźć tego „kogoś”? Na szczęście na Śląsku mamy właściwych ludzi.

– Nasi klienci wiele uwagi poświęcają zaprojektowaniu i wyposażeniu swoich salonów samochodowych, kosmetycznych, centrów sprzedaży. Dbają o to, by ich klienci czuli się komfortowo, a także troszczą się, żeby obsługa działała na najwyższym poziomie. Zawsze to robi na nas wielkie wrażenie. Ale jedynym elementem, który nierzadko nie pasuje do całej układanki, jest identyfikacja graficzna i strona WWW – mówi Michał Kaźmierczak, projektant, zwycięzca głównej nagrody m.in. w konkursie Chevrolet Polska, właściciel Agencji Reklamowej Fooz z Katowic, która pracowała już dla ponad 120 klientów.

DESIGN PO POLSKU

Polacy projektują futurystyczne samochody, ekskluzywne jachty, budynki, które wzbudzają podziw na całym świecie. Graficy znad Wisły odpowiedzialni za identyfikację wizualną i strony internetowe to również światowa elita. Wyróżniają się zarówno ich prace, jak i efekty, które realnie przynoszą. Agencja Fooz działa na Śląsku od ponad pięciu lat. I to, co od początku ją wyróżnia, to silny nacisk na jeden z podstawowych składników rozwoju marek.

– Stawiamy na spójność. Bo tego jako konsumenci chcemy, tego podświadomie szukamy i oczekujemy. Wyobraźmy sobie, że zrezygnujemy z wystroju centrum sprzedaży i zaczniemy sprzedawać fantastyczne, nowe jaguary w garażu z taną terakotą, bez dojazdu, parkingu i obsługi. Realne? Spójność jest bezwzględnie potrzebna w przypadku towarów luksusowych, podobnie jak w przypadku żywności. Kiedyś mówiło się, że z ładniejszej miski lepiej smakuje. Teraz można powiedzieć: w lepszym opakowaniu lepiej się sprzedaje – śmieje się pan Michał.

Co ciekawe, mają tego świadomość globalni producenci żywności bezglutenowej, którzy właśnie agencji Fooz powierzyli projekt identyfikacji całej linii nowych produktów.

Co daje spójna marka?

- 01 silną tożsamość,
- 02 większą sprzedaż,
- 03 wyższe marże,
- 04 potencjał rozszerzania i rozwoju,
- 05 wzrost efektywności działań.

IDENTYFIKACJA W USŁUGACH

Ale nie tylko produkty wymagają odpowiedniego podejścia. Spójność jako przepis na sukces sprzedażowy działa także w usługach. Beskid Extreme Festiwal w Szczyrku to festiwal dla pasjonatów gór z całej Polski i nie tylko. Przyjeżdża tu śmietanka światowego himalaizmu z takimi nazwiskami jak Denis Urubko z Rosji czy Adam Bielecki. W zeszłym roku organizatorzy przygotowali miejsca dla 200 osób. Przyjechało ich pięć razy tyle. A w styczniu czeka nas kolejna edycja.

– Stworzyliśmy brand Beskid Extreme niemal od zera, a teraz zyskał on rozpoznawalność i żyje już własnym życiem. Zaczęło się od logo. Organizator natychmiast zobaczył ten potencjał i zgodził się, by w takiej samej konwencji zaplanować kompletną identyfikację. Teraz projekt ewoluował i to już nie tylko festiwal, ale też Beskid Sport Arena, czyli nowo powstający ośrodek narciarski w Szczyrku i wiele innych – tłumaczy pan Michał i dodaje: - Dobre projekty powstają tylko tam, gdzie jest kreatywny, silny i zgrany zespół. Ja mam szczęście pracować z najlepszymi ludźmi, jakich mogłem sobie tylko wymarzyć.

www.fooz.pl