

«ДИЗАЙН – РІЧ СУБ'ЄКТИВНА, АЛЕ...»



ЄВГЕН ЩИРІН

Дизайнер і технічний директор компанії інформаційних та PR технологій «ЮДЖЕС ГРУП»

Так повелося, що дизайн став міцним фундаментом будь-якого просування. Чи то в бізнесі, чи під час будівництва нового приміщення. І від того, наскільки міцна ця основа, залежить подальша доля проекту. Під час Форуму «Дні Інтернет-маркетингу» 2012 я представив доклад на тему: «Дизайн річ суб'єктивна, але...» На розсуд аудиторії я запропонував провести аналогію між графічним дизайном та конкурсом краси. Ще з середини ХХ століття людьми були сформовані ідеали вроди. Але на планеті людей дуже багато, тому цілком очевидно, що ідеальні дівчата подобаються далеко не всім. Так само і в графічному дизайні. Той продукт, який створив талановитий дизайнер, апіорі всім сподобатися не може. Саме тому, переш за все, варто орієнтуватися на більшість. Не менш важливо під час дизайнерського оформлення звернути увагу на правильну розстановку акцентів та виконати його так, щоб його одразу запам'ятали.

Для того, щоб Ваше візуальне вирішення розв'язувало головні завдання з просування бізнесу, існує кілька неписаних правил, на які варто звернути увагу. Зараз найголовнішою проблемою є те, що спеціалісти досить часто неправильно їх використовують. А відтак - самі від цього і страждають.

Перше правило – це кольорова гама. Вона має викликати у споживачів певну асоціацію. Адже через неї йде візуальне сприйняття продукту чи послуги. Наприклад, якщо Ви продаєте воду, на підсвідомому рівні у клієнтів є голові вирінає блакитний колір. Якщо це правило порушуєть-

ся, асоціація відбувається неправильно, і люди починають невірно позиціонувати Вашу компанію. Не менш важливою у візуальному сприйнятті є насиченість кольорів. Тут все просто – дизайн завжди має бути яскравим, соковитим і чистим. Якщо ж кольори будуть тьмяними, вони просто не будуть притягувати увагу.

Наступне правило – це правильне оформлення контенту. Це також один з найважливіших елементів графічного дизайну. За допомогою гармонійного розміщення інформації, клієнтам буде комфортніше її читати. Тут також існує декілька пунктів, яких необхідно дотримуватися. Найперше – так повелося, що в загальному дизайні використовують максимум 3 різні шрифти. Якщо їх більше – це вважається поганим тоном. По-друге, в тексті підкреслюється тільки гіперпосилання. Якщо підкреслене щось інше, у людей виникає дисбаланс.

Для кращого візуального сприйняття текст завжди треба розбивати тематичними заголовками. Далеко не всі користувачі хочуть читати інформацію повністю. Їм набагато зручніше переглянути заголовки і ознайомитися з тим, що їм цікаво найбільше. Також, контент обов'язково варто розбити на абзаци та підтвердити тематичними картинками. Малюнків потрібно використати максимально багато. Тоді ваш текст буде сприйматися не лише візуально, а ще й асоціативно. Останнє правило – використовувати в текстах відповідні знаки, які відповідають мові введення. Це стосується лапок і орфографії.

І на сам кінець хочу зазначити, що від правильного оформлення тексту залежить не лише зручність користування сайтом, а й імідж вашої компанії. Пам'ятайте, в дизайні немає чітких правил. Є тільки рекомендації, які перевірені часом і які працюють.