ЕМОЦІЙНИЙ ДИЗАЙН ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ІНСТРУМЕНТ СУЧАСНОГО МАРКЕТИНГУ

Восколович Л.
Національний університет харчових технологій

Професійний дизайнер в своїй роботі використовує чимало знань з різних галузей знань, таких як: правила поєднання й використання кольорів, композицію, основи типографії та поліграфії, знання про властивості матеріалів, маркетинг психологію, соціологію тощо. Дизайн здатен передавати відчуття світу найбільш повно й цілісно. На сьогоднішній день актуальним напрямком в дизайні є так званий «емоційний дизайн», який здатен створювати продукти, які покликані робити споживача щасливим і водночас створювати унікальну конкурентну перевагу за часто за рахунок зниження витрат.

Термін «емоційний дизайн» вперше було вжито Аароном Уолтером у своїй книзі «Емоційний веб-дизайн», в якій даний термін описувався спираючись на відому ієрархію потреб Маслоу, виходячи з якої, людям для елементарного існування необхідні здоров'я та безпека, перш ніж думати про потреби більш високого рівня, наприклад, про самореалізацію.

Піраміда емоційного дизайну Аарона Уолтера має такий вигляд:

1. Зовнішній вигляд;
2. Зручність користування;
3. Зручність читання;
4. Функціональність.

Відповідно до цієї теорії, продукт повинен бути функціональним, надійним і корисним (саме в такому порядку) для того, щоб користувач залишився задоволений. Емоційний дизайн є саме тим рівнем задоволення, який можете піднестись над функціональністю, надійністю і корисністю продукту.

Стратегія ефективного емоційного дизайну має два аспекти:

1. Створюється щось унікальне, те, що пов'язане тільки з певним продуктом і викликає позитивні відгуки користувачів.

2. Послідовно використовується даний стиль, поки він не стане основою роботи, своєрідним фактором особистості, індивідуальністю.

У рамках наукового експерименту, проведеного Volvo Car Group у співпраці з фахівцями електроенцефалографії компанії Myndplay, дослідники спробували дізнатися, як мозок людини реагує на дизайн автомобілів і як естетика дизайну впливає на почуття.

До успішних приколів інноваційного застосування емоційного дизайну можна віднести концепт-кар Volvo це перше візуальне втілення нового стратегічно важливого вектора розвитку компанії з метою посилення емоційного сприйняття. Розвиток емоційного аспекту має на меті дати поштовх шведському бренду до розвитку у напрямках, які у споживача традиційно асоціюються з Volvo: акцент на безпеці (створення засобів підтримки водія і посилення комфорту); турбота про довкілля (зниження шкідливих викидів, скорочення витрати палива); функ-

ціональність (розробка рішень і функцій, які полегшують життя в сучасному світі, насиченому інформацією та портативними пристроями). [2]

Отже, «емоційний дизайн» або «емоційне проектування» це проектування продуктів, які не тільки дозволяють користувачам ефективно досягати кінцевих цілей, але і викликають позитивні емоції при взаємодії з ними. [3]

Головна мета емоційного дизайну полягає в тому, щоб викликати позитивний відгук у користувачів, змусити людей любити щось більше. Настільки, щоб їм захотілося розповісти про це друзям і знайомим. [1, с. 256]. Позитивні емоції переростають в позитивну думку, а далі в бажання використовувати продукт в майбутньому. [4]

Емоційний дизайн річ в певній мірі ризикована. Неможливо подобається всім, та й зазвичай в цьому нема потреби, якщо мова йде не про сегмент FMCG потрібно. Головними постулатами є необхідність доводити готовності чути, вчитись, що демонструє лояльність до споживача та за необхідності вибачитись, за можливі недоопрацювання чи помилки, — це показує людяність, прояв емоційного дизайну. Хороший емоційний дизайн це те, що змушує серця людей битися частіше, надихає їх на вчинення покупок, стимулює взаємодіяти з будь-яким пропозицією бренду.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Мочерний С. В. Економічна теорія: підручник / С. В. Мочерний, М. В. Довженко. — К.: Видавничій центр «Академія», 2004. — 856с.

2. Автомобильный дизайн, способный вызвать самые глубокие чувства: первый в мире эксперимент Volvo Cars раскрывает эмоциональный потенциал автомобильного дизайна [Електронний ресурс]/ Режим доступу: http://www.volvocars.com/ru-ua/top/about/news-events/pages/default.aspx?itemid= 77

3. Эмоциональный веб-дизайн: советы и примеры [Електронний ресурс]/ Режим доступу: http://www.dejurka.ru/articless/ emotional-web-design/

4. Эмоциональный дизайн или тайна четвёртой волны [Електронний ресурс]/ Режим доступу: http://www.uexpert.ru/Articles/ Emo_design.htm

Науковий керівник: Семененко К.Ю.