

Агеева Анастасия Андреевна,
студент, РГУ им. А. Н. Косыгина, Москва

Емельянова Александра Николаевна,
студент, РГУ им. А. Н. Косыгина, Москва

РЕДИЗАЙН КАК ИНСТРУМЕНТ ПРОДВИЖЕНИЯ КОМПАНИЙ И ОНЛАЙН-СЕРВИСОВ КОМПЬЮТЕРНЫХ ИГР

Аннотация: В статье рассматриваются особенности редизайна, как инструмента продвижения компаний и онлайн-сервисов компьютерных игр.

Ключевые слова: Редизайн компаний, онлайн-сервисы компьютерных игр.

Редизайн как инструмент продвижения компаний и онлайн-сервисов компьютерных игр занимает ключевую позицию в стратегии развития и укрепления бренда. В современном мире, где пользователи сталкиваются с постоянно возрастающим потоком информации, важность визуального восприятия бренда значительно возросла. Редизайн не просто обновляет внешний вид продукта или сервиса, он также служит мощным средством для укрепления позиций компании на рынке, привлечения новой аудитории и удержания существующих клиентов.

Большие компании и онлайн-сервисы, работающие в сфере компьютерных игр, используют редизайн как способ демонстрации своего развития и инновационности. Это акт коммуникации с аудиторией, который позволяет передать ключевые сообщения о бренде, его ценностях и направлении развития. Редизайн также помогает компаниям оставаться актуальными и конкурентоспособными в быстро меняющейся индустрии.

Редизайн – это процесс изменения и улучшения визуального и функционального аспектов продукта, бренда, интерфейса или сервиса. Это не просто изменение внешнего вида, но и переосмысление, как продукт или бренд взаимодействует со своей аудиторией.

Важно отметить, что успешный редизайн требует тщательного планирования и понимания целевой аудитории. Он должен учитывать, как текущие тренды в дизайне, так и уникальную историю, культуру бренда. Редизайн, который принимает во внимание эти факторы, может эффективно укрепить позиции компании на рынке, улучшить восприятие бренда и способствовать росту продаж.

Основные аспекты редизайна включают:

1. Визуальный Аспект. Включает обновление логотипов, цветовой палитры, шрифтов, иллюстраций, и других графических элементов. Целью является сделать визуальный стиль более современным, узнаваемым и соответствующим ценностям бренда.

2. Функциональность. Редизайн может затрагивать изменение структуры веб-сайтов, пользовательских интерфейсов игр и приложений. Это делается для упрощения навигации, улучшения интуитивности и повышения общего удобства использования.

3. Контент. Пересмотр и обновление контента, включая тексты, изображения, видео, чтобы они лучше соответствовали современным стандартам и были более привлекательными для аудитории.

4. Технологии. Внедрение новых технологических решений для улучшения производительности и функциональности продуктов.

5. Маркетинговая Стратегия. Редизайн часто сопровождается изменением маркетинговой стратегии, чтобы лучше выразить обновленный образ бренда и привлечь новую аудиторию.

Цель редизайна не только обновить внешний вид, но и улучшить восприятие и ценность бренда или продукта в глазах потребителя. Это стратегический инструмент, который помогает компаниям оставаться релевантными и конкурентоспособными в динамично изменяющейся среде. Он учитывает отзывы и предпочтения пользователей,



текущие рыночные тренды и технологические инновации. Также может быть мотивирован необходимостью улучшения пользовательского опыта, желанием обновить устаревший дизайн, стремлением к увеличению узнаваемости бренда или необходимостью адаптации к изменяющимся потребительским трендам.

Редизайн больших компаний представляет собой значительный и стратегический процесс, который влияет на все аспекты бренда и его восприятие на рынке. При переосмыслении дизайна, крупные компании сталкиваются с рядом уникальных вызовов и возможностей:

1. Перед началом процесса редизайна большие компании проводят глубокий анализ своего текущего бренда, включая его историю, репутацию, сильные и слабые стороны. Оценка текущего положения на рынке, имиджа и восприятия бренда клиентами является важным этапом, который определяет направление будущих изменений.

2. Ключевым моментом является определение целей редизайна. Для больших компаний это может быть усиление узнаваемости бренда, обновление визуального образа для соответствия современным тенденциям, улучшение пользовательского опыта или реагирование на изменения в целевой аудитории. Разработка стратегии редизайна включает в себя выбор элементов бренда, которые будут изменены, и тех, которые останутся неизменными для сохранения узнаваемости и доверия пользователей.

3. Процесс редизайна в больших компаниях обычно включает в себя обновление логотипа, корпоративного стиля, веб-сайтов, продуктовой упаковки, маркетинговых материалов и даже корпоративной культуры. Это требует согласованной работы различных отделов – от маркетинга и дизайна до разработки и управления продуктами.

4. Важной частью процесса редизайна является вовлечение сотрудников компании, партнеров и, в некоторых случаях, потребителей. Получение обратной связи и учет мнений различных заинтересованных сторон может сыграть ключевую роль в успехе редизайна.

5. После разработки и утверждения нового дизайна следует этап его реализации. Большие компании обычно используют поэтапный подход, чтобы минимизировать риски и позволить пользователям постепенно привыкнуть к изменениям. Коммуникация изменений – важная часть стратегии редизайна, включающая информирование клиентов и партнеров о предстоящих изменениях и причинах, которые их мотивировали.

6. После реализации редизайна большие компании проводят оценку его эффективности. Анализируются показатели, такие как изменение в восприятии бренда, реакция аудитории, улучшение пользовательского опыта и влияние на продажи. Это позволяет понять, насколько успешным был редизайн и какие уроки можно извлечь для будущих инициатив.

Можно привести несколько примеров редизайна крупных компаний. Например, компания Grohe, занимающаяся производством сантехники, провела редизайн своих продуктов с акцентом на инновационные технологии и устойчивость. Они внедрили в свои продукты технологии уменьшения потребления воды и энергии, обновив при этом дизайн для соответствия современным требованиям к эстетике и функциональности. Компания IKEA провела редизайн своего веб-сайта и мобильного приложения, добавив функции виртуальной реальности для предпросмотра мебели в интерьере. Это обновление значительно улучшило пользовательский опыт и помогло клиентам лучше визуализировать продукцию компании в их домах. Также при редизайне своего логотипа и ливреи самолетов British Airways сохранила основные элементы своего бренда, одновременно сделав их более современными и динамичными. Это помогло компании сохранить связь с ее историей и одновременно подчеркнуть ее стремление к инновациям.

Таким образом, редизайн в крупных компаниях – это многоаспектный и сложный процесс, который требует стратегического подхода, учета множества факторов и тщательного планирования. Он направлен не только на обновление внешнего образа, но и на укрепление позиций бренда, улучшение взаимодействия с клиентами и адаптацию к меняющимся условиям рынка.



Примеры редизайна можно встретить и в сфере онлайн сервисов компьютерных игр и программ. Это процесс, который идет далеко за пределы простого изменения внешнего вида интерфейсов. Он включает в себя глубокий пересмотр пользовательского опыта, функциональности и способов взаимодействия с аудиторией. В этом контексте редизайн играет критическую роль в поддержании актуальности сервисов и удовлетворении изменяющихся потребностей пользователей.

Одним из ключевых элементов редизайна является улучшение пользовательского опыта (UX). Это включает в себя упрощение навигации, ускорение загрузки страниц, улучшение визуального представления информации и оптимизацию интерфейса для различных устройств. Особое внимание уделяется интуитивной понятности интерфейсов, что позволяет пользователям легко находить нужные функции и сервисы.

Редизайн также включает в себя обновление функциональности. Это может быть внедрение новых особенностей, улучшение существующих механик или даже полное переосмысление того, как пользователи взаимодействуют с сервисом или игрой. В сфере онлайн игр это может включать добавление новых игровых режимов, улучшение системы матчмейкинга или внедрение новых социальных функций.

Также редизайн часто связан с интеграцией новых технологий. В случае онлайн сервисов и программ, это может означать переход на более мощные и эффективные серверные решения, использование облачных технологий для улучшения доступности и надежности сервисов, или внедрение искусственного интеллекта для персонализации пользовательского опыта.

Эффективный редизайн требует сильной маркетинговой поддержки и четкой коммуникации с пользователями. Это включает информирование пользователей о предстоящих изменениях, объяснение причин и преимуществ редизайна, и сбор обратной связи после запуска обновленных сервисов. Такой подход помогает смягчить возможное сопротивление изменениям со стороны пользователей и усиливает их вовлеченность в процесс обновления.

Важным аспектом редизайна онлайн сервисов является усиление мер безопасности и защиты приватности пользователей. Это может включать в себя обновление системы шифрования, улучшение процедур аутентификации и внедрение более строгих политик конфиденциальности. Повышение безопасности укрепляет доверие пользователей и повышает репутацию сервиса.

С учетом многообразия устройств, с которых пользователи получают доступ к онлайн сервисам и играм, редизайн часто включает оптимизацию для различных платформ. Это включает адаптацию интерфейсов для мобильных устройств, планшетов и настольных компьютеров, а также улучшение производительности и совместимости с различными операционными системами.

Примеры редизайна онлайн сервисов игровой индустрии:

1. Платформа Steam периодически обновляет свой интерфейс, улучшая навигацию и пользовательский опыт. Недавние обновления включали улучшение библиотеки игр, обновление страницы магазина и интеграцию социальных функций.

2. Сервис Blizzard Battle.net прошел через значительный редизайн, включающий обновление дизайна, улучшение функциональности чата и интеграцию с социальными медиа, что повысило удобство использования сервиса для игроков.

Редизайн онлайн сервисов компьютерных игр и программ – это комплексный процесс, который идет далеко за пределы простого обновления визуального стиля. Он включает в себя переосмысление пользовательского опыта, интеграцию новых технологий, усиление безопасности и приватности, а также оптимизацию для различных платформ. Эффективный редизайн улучшает взаимодействие с пользователем, укрепляет доверие к бренду и обеспечивает его долгосрочную актуальность и успех на рынке.

Редизайн в крупных компаниях и в онлайн сервисах компьютерных игр и программ, хотя и имеет общие принципы, все же отличается по ряду ключевых аспектов.



Цели редизайна у крупных компаний часто включают укрепление бренда, улучшение восприятия компании на рынке, привлечение новых клиентов и сохранение актуальности в меняющихся рыночных условиях. Редизайн также может быть направлен на подчеркивание корпоративных ценностей или экологической ответственности. В онлайн сервисах редизайн чаще фокусируется на улучшении пользовательского опыта, интеграции новых технологий, усилении вовлеченности и удержания пользователей. Цели могут включать повышение эффективности, упрощение интерфейсов и добавление новых функций.

Процесс редизайна у компаний может быть более консервативным и осторожным, поскольку изменения влияют на уже установленное восприятие бренда на рынке. Процесс может включать широкое исследование рынка и обширные консультации со всеми заинтересованными сторонами. В онлайн сервисах игровой индустрии процесс часто более динамичный и экспериментальный. Редизайн может проводиться в ответ на быстро меняющиеся технологии и потребности пользователей, что требует быстрой адаптации и инноваций.

Технологические инновации и эксперименты часто стоят на переднем плане у онлайн сервисов. Это включает в себя использование последних разработок в области искусственного интеллекта, облачных технологий, и многое другое. Тогда как, компании, хоть также интегрируют новые технологии, подходят более осторожно, с акцентом на надежность и проверенные решения.

У крупных компаний, взаимодействие с клиентами может быть более формализованным и стратегическим. Редизайн может сопровождаться кампаниями по сбору отзывов и маркетинговыми исследованиями. А онлайн сервисы стараются напрямую взаимодействовать с пользователями и сбор обратной связи часто является важной частью процесса. Разработчики могут быстро адаптироваться к отзывам пользователей, внося изменения в реальном времени.

Поддержание узнаваемости бренда и его исторического наследия остается приоритетом для крупных компаний. Изменения обычно более сдержанные и учитывают долгосрочную стратегию бренда. В свою очередь онлайн сервисы в игровой индустрии могут быть более свободны и открыты к радикальным изменениям, особенно если это повышает функциональность и привлекательность продукта.

Маркетинговые усилия компаний могут быть более обширными и включать множество каналов - от печатной рекламы до цифрового маркетинга. Но, онлайн сервисы фокусируются часто на цифровом маркетинге и прямой коммуникации с пользователями через социальные медиа и сообщества.

В заключение можно сказать, что, хотя основные принципы редизайна остаются схожими – улучшение пользовательского опыта, интеграция новых технологий, укрепление бренда – подходы и методы его реализации могут значительно различаться в зависимости от особенностей отрасли и специфики компании.

Редизайн в крупных компаниях и онлайн сервисах игр и программ имеет свои уникальные особенности и подходы. В то время как крупные компании часто сосредотачиваются на укреплении бренда и поддержании его долгосрочной актуальности, онлайн сервисы игр и программ акцентируют внимание на динамичном развитии, инновациях и прямом взаимодействии с пользователями. Оба подхода отражают различные стратегические цели и требования к своим рынкам, подчеркивая важность гибкости и адаптации в процессе редизайна.

Список литературы:

1. Эйри, Дэвид. Логотип и фирменный стиль: руководство дизайнера. - М. [и др.]: Питер, 2011. - 202 с.
2. Хембри Райн. Графический дизайн. – М.: 2008. – 53-85 с.
3. Келли Гото, Эмили Котлер. Веб-редизайн. – М.: 2006. – 185с.



4. Джесси Шелл. Геймдизайн. Как создать игру, в которую будут играть все. - М.: Искусство, 2019 - 573 с
5. Сергей Галёнкин. Маркетинг игр. - М.: 2019. -325 с.

