Кваліфікаційна робота магістра

На тему: «Підвищення конверсії проєкту "ECOTIME" шляхом гейміфікації віртуального представлення»



Підготувала: студентка 2-го курсу
Мисник Анастасія В'ячеславівна
Керівник: PhD, доц. Чемерис Г.Ю

Актуальність теми:

Сучасний дизайн націлений на підвищення конверсії проєкту та залучення нової аудиторії. Створення іноваційної бренд-платформи з використання елементів гейміфікації та конверсійного маркетингу є іноваційним рішенням се-ред усіх інших





Апарат дослідження

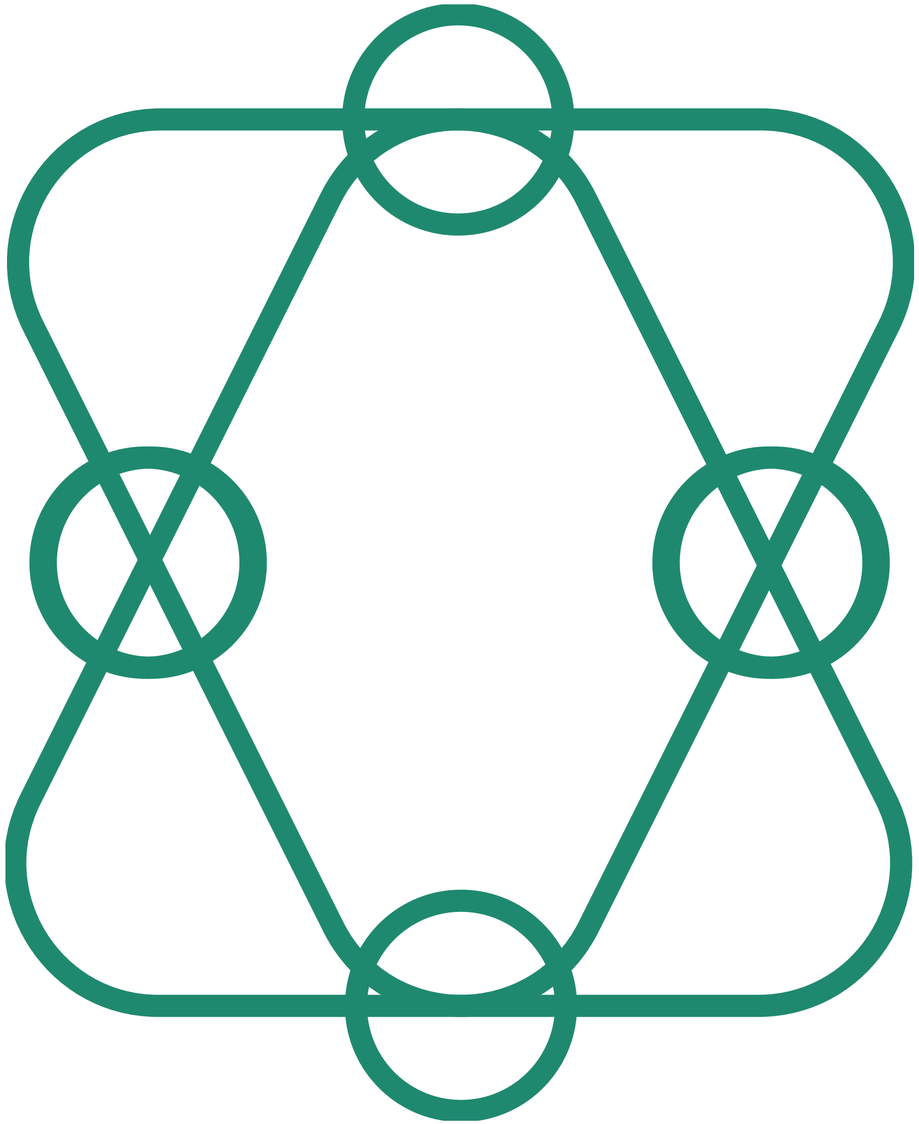
Об'єкт: гейміфікація в цифрових носіях бренд-платформі

Предмет: бренд-платформа

Мета: на основі теоретичного та практичного аналізу розробити складові бренд-платформи з елементами гейміфікації та конверсійного маркетингу

Завдання

1. Дослідити друковані та інтернет-джерела, які охоплюють теми гейміфікації, конверсійного маркетингу, бренд-платформи;
2. Провести соціальне опитування на тему проблематики сортування сміття в Україні, сегментувати цільову аудиторію;
3. Проаналізувати дизайн та структури аналогових компаній в сфері еко-активізму та брендів, що застосовують геймфікацію;
4. Визначити сенсові елементи бренд-платформи майбутнього проєкту, провести SWOT-аналіз продукту;
5. Сформулювати концепції візуальних елементів бренд-платформи;
6. Розробити бренд-платформу з закладеними принципами гейміфікації та конверсійного маркетингу;
7. Описати процес розробки цифрового та аналогового представлення;
8. Створити брендбук проєкту з усіма елементами бренд-платформи.



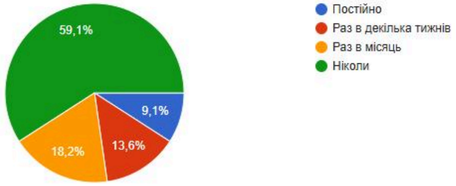
Апробація

1. Участь у конференції «2nd International scientific and practical conference Design & Visual Art Creativity: Modern Trends and Technologies» у 2023 р., де було опубліковано тези на тему: «Використання методів дизайн-мислення під час проєктування их дизайну»
2. Стаття «розробка бренд-платформи з залученням гейміфікації» для журналу Art and Design

Як часто ви сортуєте сміття вдома?

Копировать диаграмму

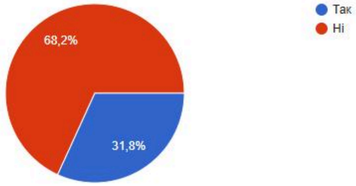
22 ответа



Чи є у вашому домі окремі контейнери для різних видів відходів (пластик, папір, скло, органіка)?

Копировать диаграмму

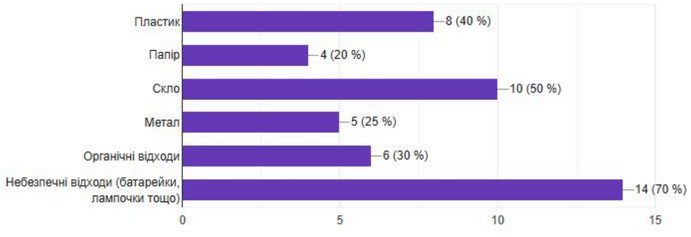
22 ответа



Які з наступних видів відходів ви зазвичай сортуєте? (можна вибрати декілька варіантів)

Копировать диаграмму

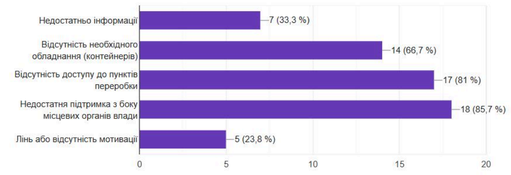
20 ответов



Які основні перешкоди ви бачите для сортування сміття?

Копировать диаграмму

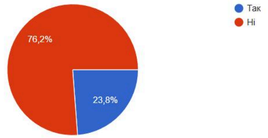
21 ответ



Чи знаєте ви, де знаходяться найближчі пункти прийому відходів для переробки?

Копировать диаграмму

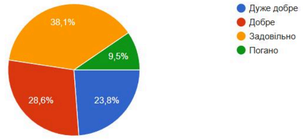
21 ответ



Як ви оцінюєте свою обізнаність про правила сортування сміття?

Копировать диаграмму

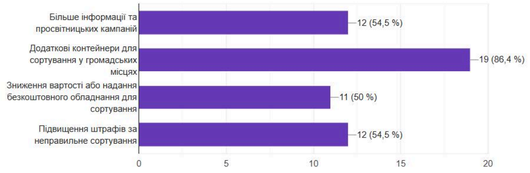
21 ответ



Які заходи, на вашу думку, могли б покращити ситуацію з сортуванням сміття у вашому регіоні?

Копировать диаграмму

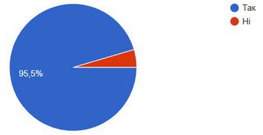
22 ответа



Чи використовуєте ви повторно речі, які можна переробити або перетворити на щось нове (наприклад, скляні банки, пластикові контейнери, одяг)?

Копировать диаграмму

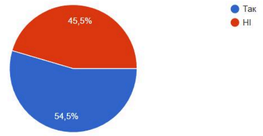
22 ответа



Чи цікавитесь ви екологічними заходами та подіями, присвяченими переробці відходів або обізнаному використанню ресурсів?

Копировать диаграмму

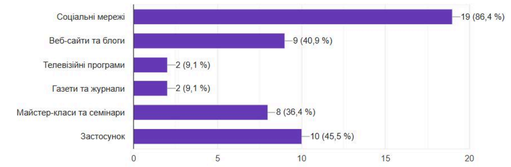
22 ответа



Які канали інформації для вас є найзручнішими для отримання інформації про сортування сміття та переробку?

Копировать диаграмму

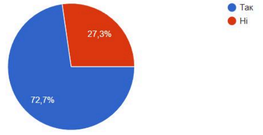
22 ответа



Чи брали ви участь у заходах або програмах, присвячених екології та переробці сміття?

Копировать диаграмму

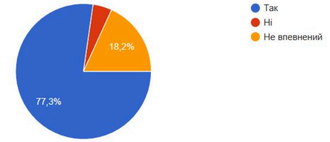
22 ответа



Чи підтримуєте ви ідею введення обов'язкового сортування сміття на законодавчому рівні?

Копировать диаграмму

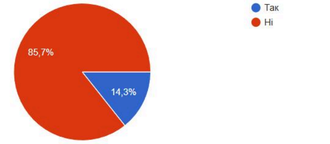
22 ответа



Як ви думаєте, чи достатньо ваша місцева влада робить для підтримки та розвитку системи переробки сміття?

Копировать диаграмму

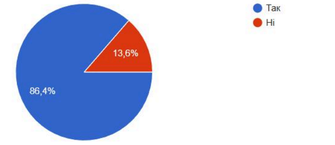
21 ответ



Чи цікавить вас можливість отримання додаткових знань та навичок щодо правильного сортування та переробки сміття?

Копировать диаграмму

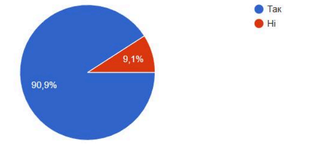
22 ответа



Чи був би для вас зручним застосунок, де є уся інформація про сортування сміття?

Копировать диаграмму

22 ответа



Дослідження проблеми проєкту

Опитування в Google Forms на виявлення найбільших проблем користувачів з переробкою та сортуванням сміття в Україні



АВАТАР ЦА №1

Стать: Ж
Вік: 22
Географічне положення: Україна
Сімейний статус: вільна

Соціальний
Сфера зайнятості: дизайн
Посада: дизайнер в компанії
Дохід: вище середнього

Психологічний
Характер: лідерство, креатив
Цінності: саморозвиток, сім'я, робота
Особливості: має моральне занепокоєння стосовно екології як наслідок підвищенна тривога

Болі:
Відсутність чіткої та зрозумілої інформації про сортування.
Брак зручних місць для здачі відходів на переробку.
Відчуття безсилля перед масштабами екологічних проблем

Бажання:
Хоче зробити свій внесок у збереження довкілля.
Прагне до легкого доступу до інформації та інфраструктури для сортування.
Мріє про світ, де сортування сміття є нормою.



АВАТАР ЦА №2

Стать: Ж
Вік: 30
Географічне положення: Україна
Сімейний статус: заміжня, мати

Соціальний
Сфера зайнятості: домогосподарка
Посада: -
Дохід: -

Психологічний
Характер: турботлива, відповідальна
Цінності: саморозвиток, сім'я, відпочинок
Особливості: вона турбується про майбутнє своїх дітей та про світ в якому вони будуть жити

Болі:
Відсутність зручних рішень для сортування сміття вдома.
Недостатність часу та ресурсів для організації сортування.
Складність пояснення дітям важливості екологічних звичок

Бажання:
Хочуть, щоб їхні діти росли у чистому та безпечному довкіллі.
Прагнуть до легких та зручних рішень для сортування вдома.
Мріють про світ, де екологічна свідомість є частиною культури



АВАТАР ЦА №3

Стать: Ч
Вік: 45
Географічне положення: Європа
Сімейний статус: одружений

Соціальний
Сфера зайнятості: власний бізнес, сфера технологій
Посада: керівник технологічної компанії
Дохід: високий

Психологічний
Характер: лідерсво, впевненість, жага до покращення
Цінності: саморозвиток, бізнес
Особливості: для покращення свого бізнесу готовий на все

Болі:
Високі витрати на впровадження систем сортування та переробки для співробітників.
Відсутність достатніх знань та ресурсів для організації ефективної системи.
Складність мотивації співробітників до дотримання правил сортування

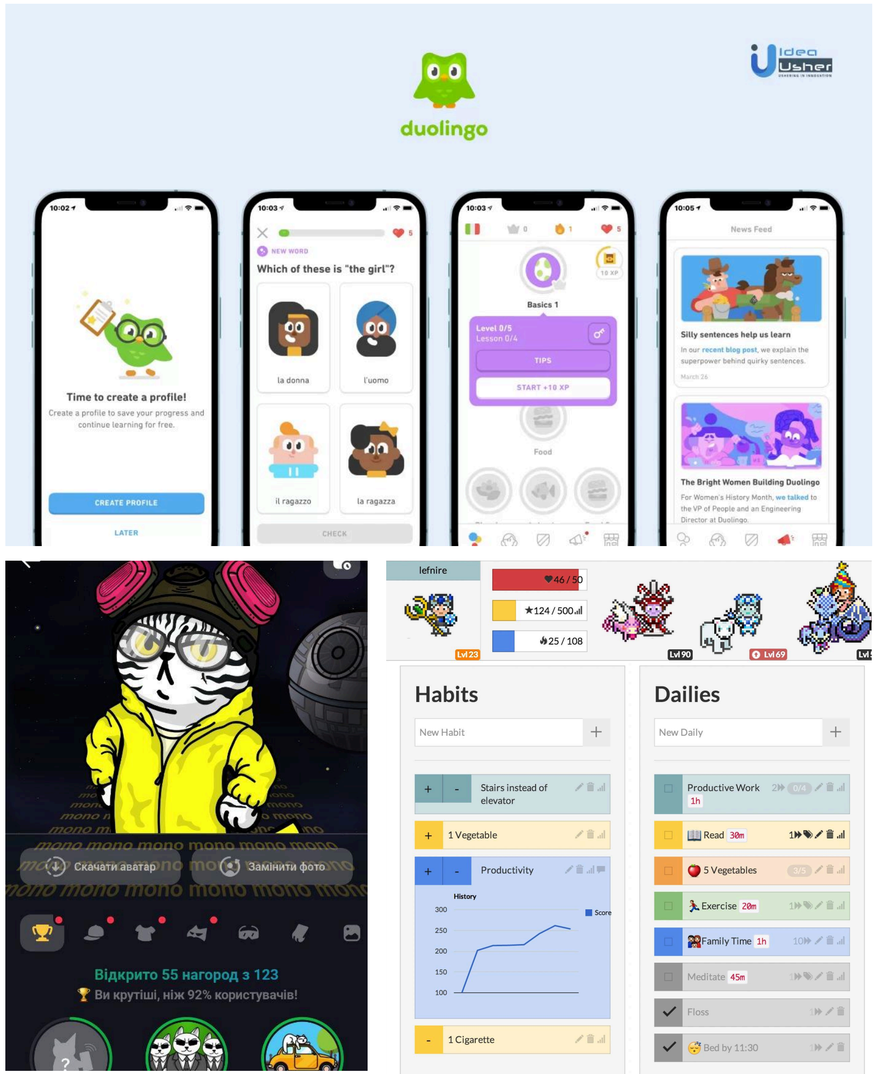
Бажання:
Хочуть зменшити свій екологічний слід.
Прагнуть до ефективних та економічно вигідних рішень для сортування.
Мріють про позитивний імідж екологічно відповідальної компанії.

Картки персон проєкту

Аналіз аналогів



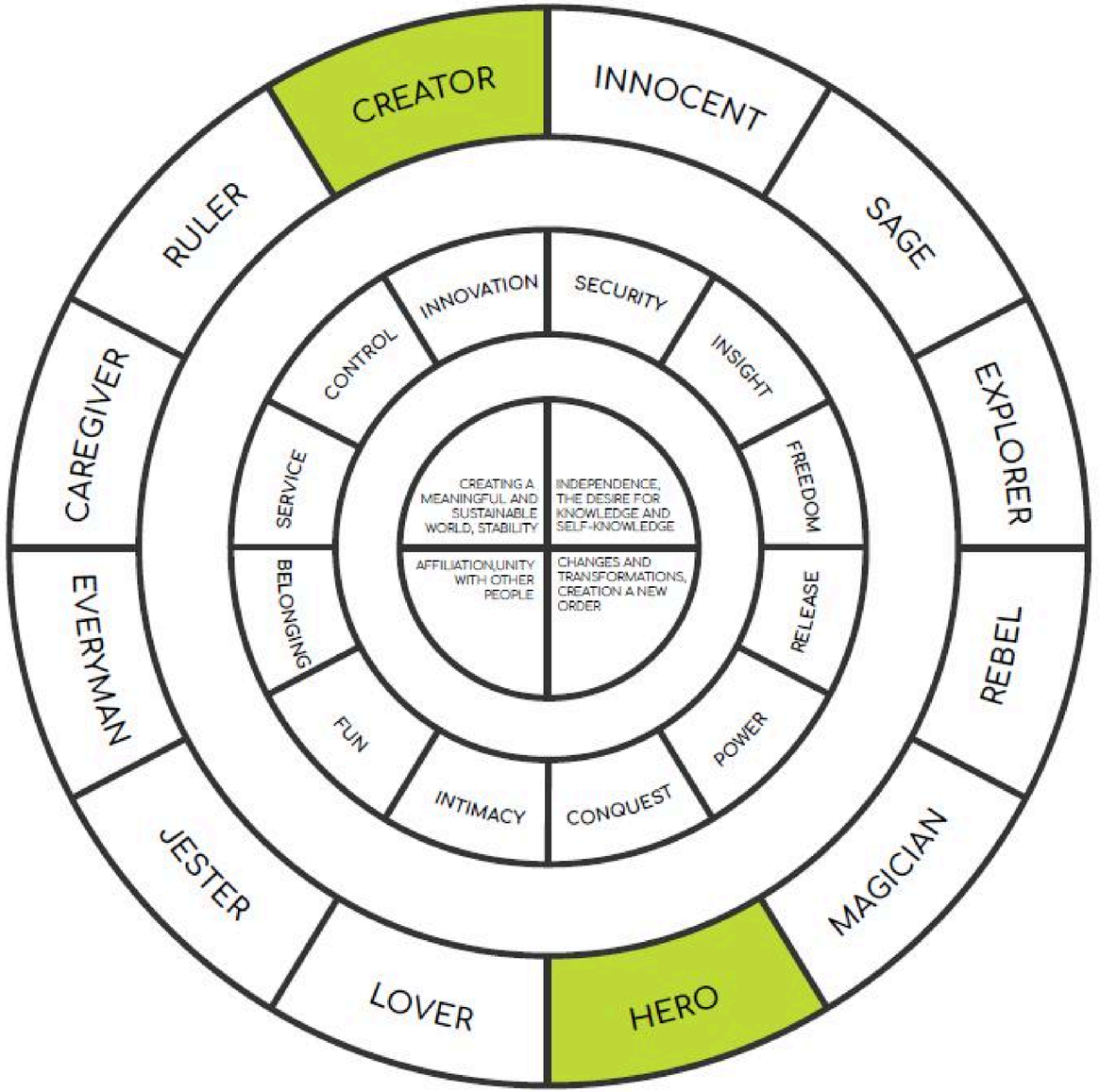
Брендбуки (друковані/цифрові)

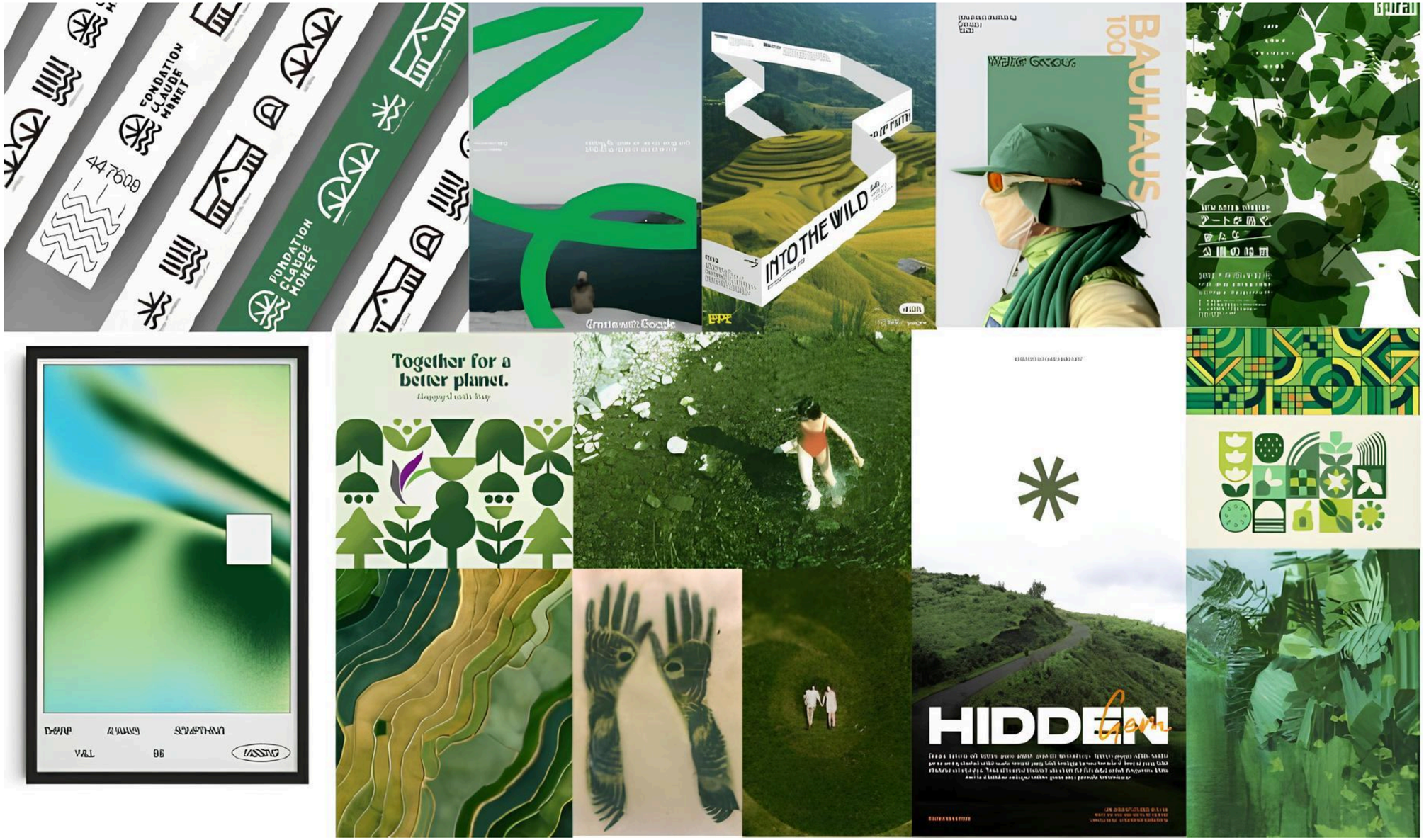


Цифрові носії з гейміфікацією

Формування теоретичної складової бренд-платформи

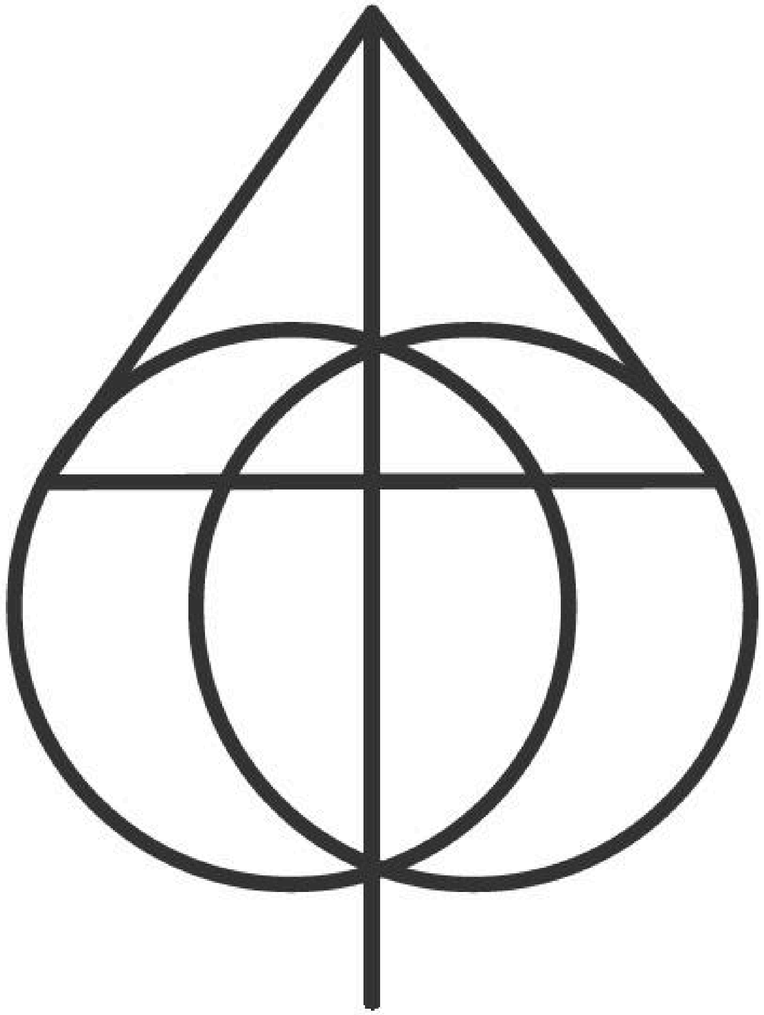
1. Місія, Візія, Цінності
2. Цілі проєкту: (переробка, навчання, благодійність)
3. Архетипи: Герой та Творець
4. Тон голосу: середній та підвищений
5. Позіціонування та велика ідея
6. Створення унікальних торгових пропозицій за допомогою дизайн мислення





Етапи розробки айдентики проєкту "ECOTIME"

1. Мудборд

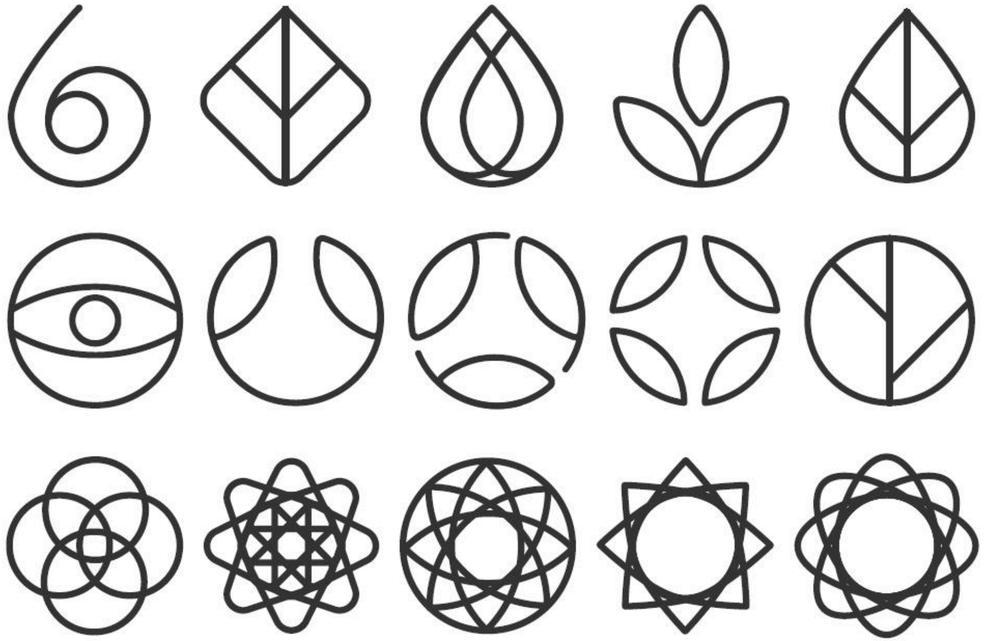




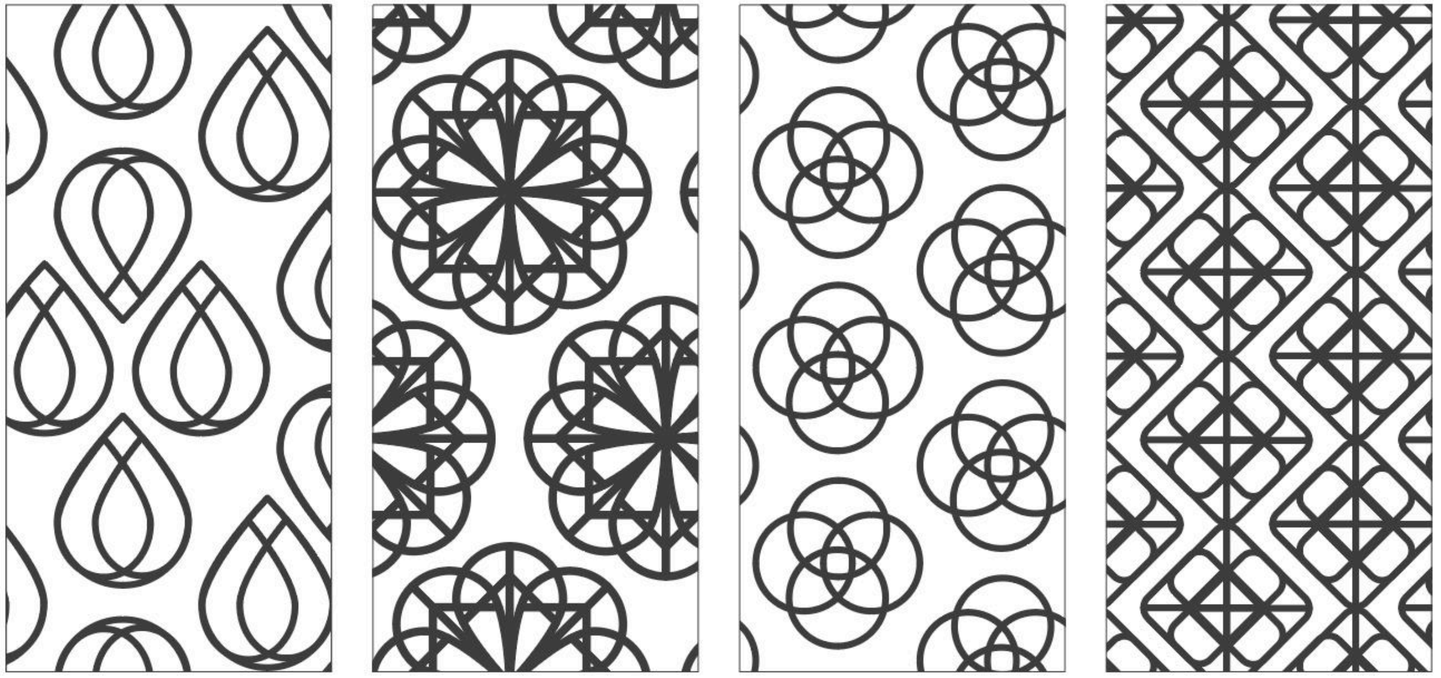
Етапи розробки айдентики проєкту "ECOTIME"

2. Створення концепції

Іконки



Патерни



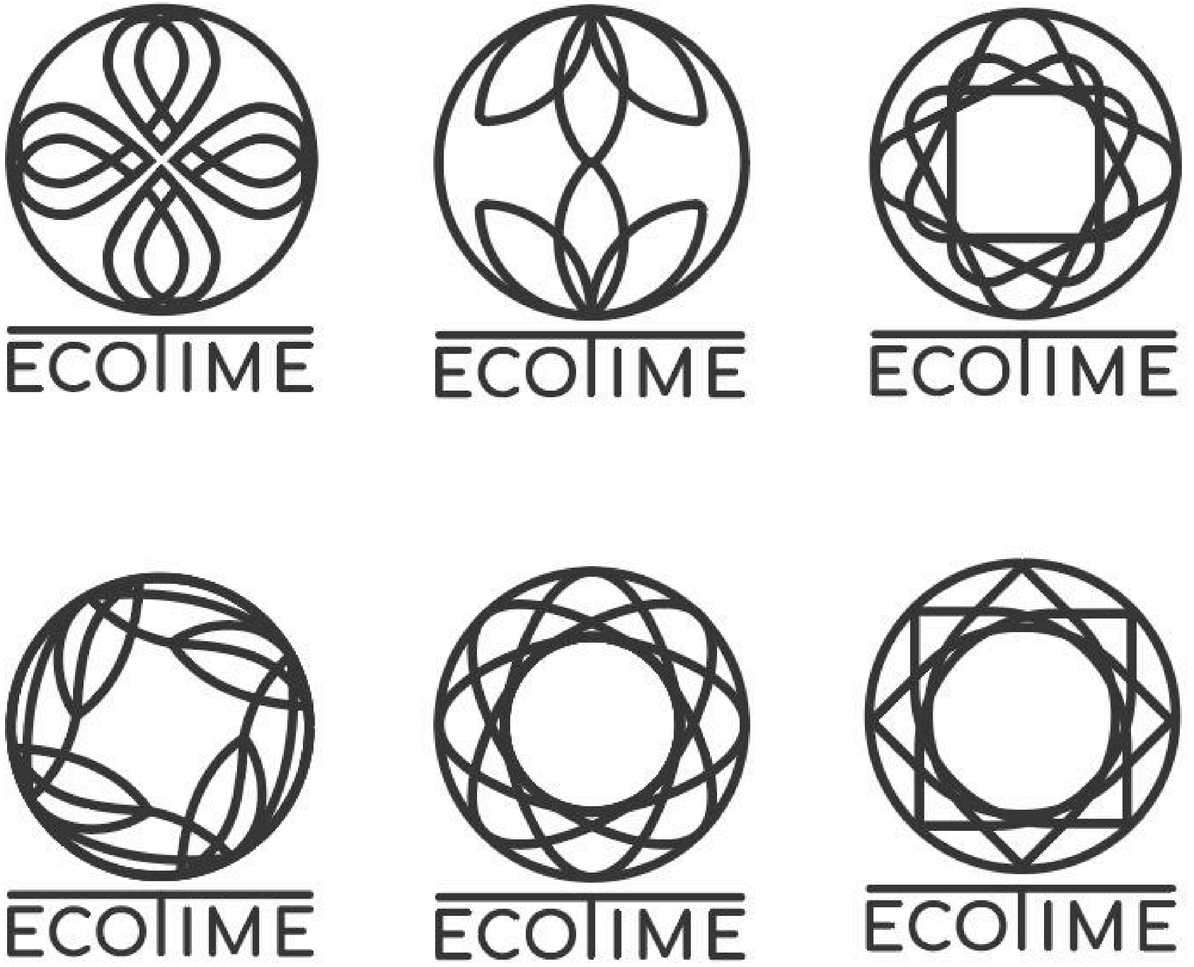
Етапи розробки айдентики проєкту "ECOTIME"

3. Розробка обширної структури стилеутворюючої графіки

Головний логотип



Варіації логомарки



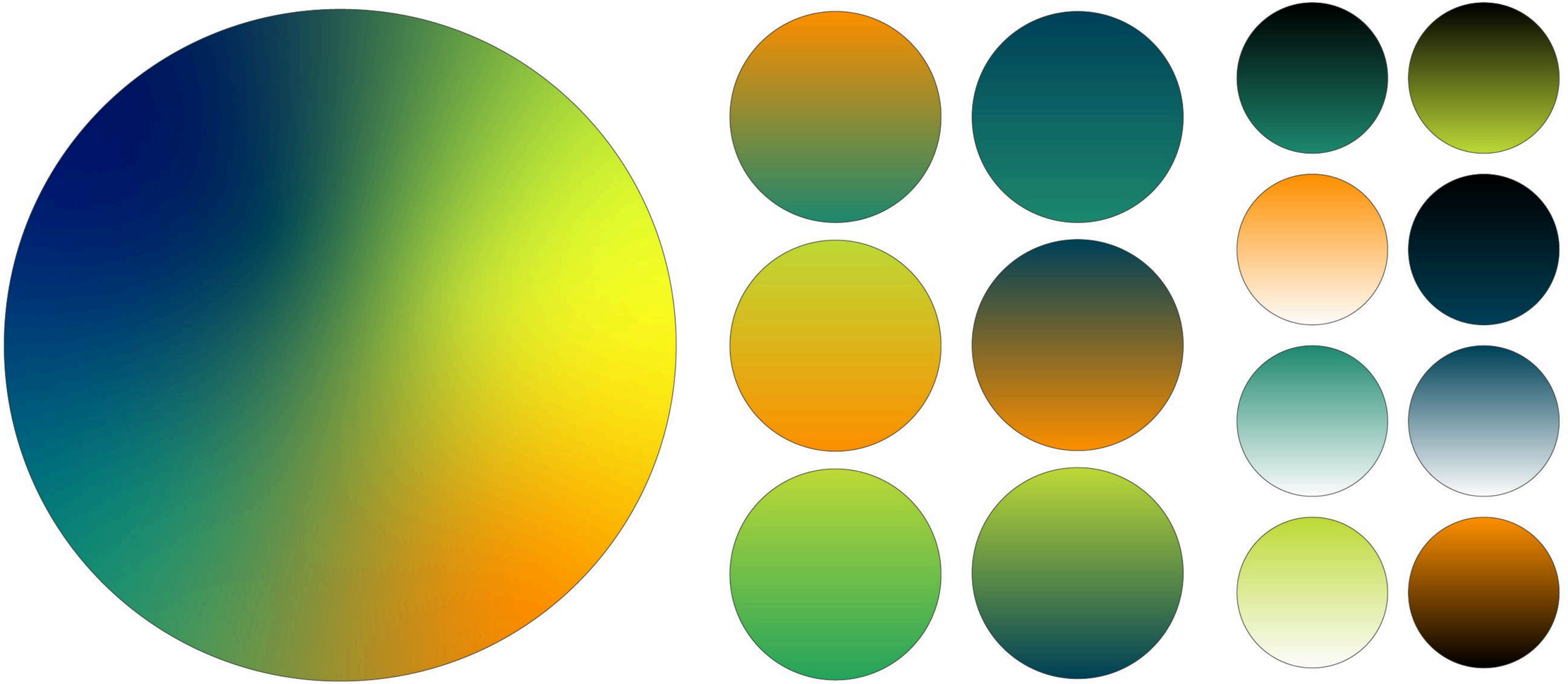
Етапи розробки айдентики проєкту "ECOTIME"

4. Створення динамічного логотипу



Етапи розробки айдентики проєкту "ECOTIME"

5. Горизонтальна варіація логотипу



Етапи розробки айдентики проєкту "ECOTIME"

6. Колірне рішення

Головний

COM
FOR
TAA

Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWX-
YZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWX-
YZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWX-
YZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Додатковий

Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

CALI
BRI

Етапи розробки айдентики проєкту "ECOTIME"

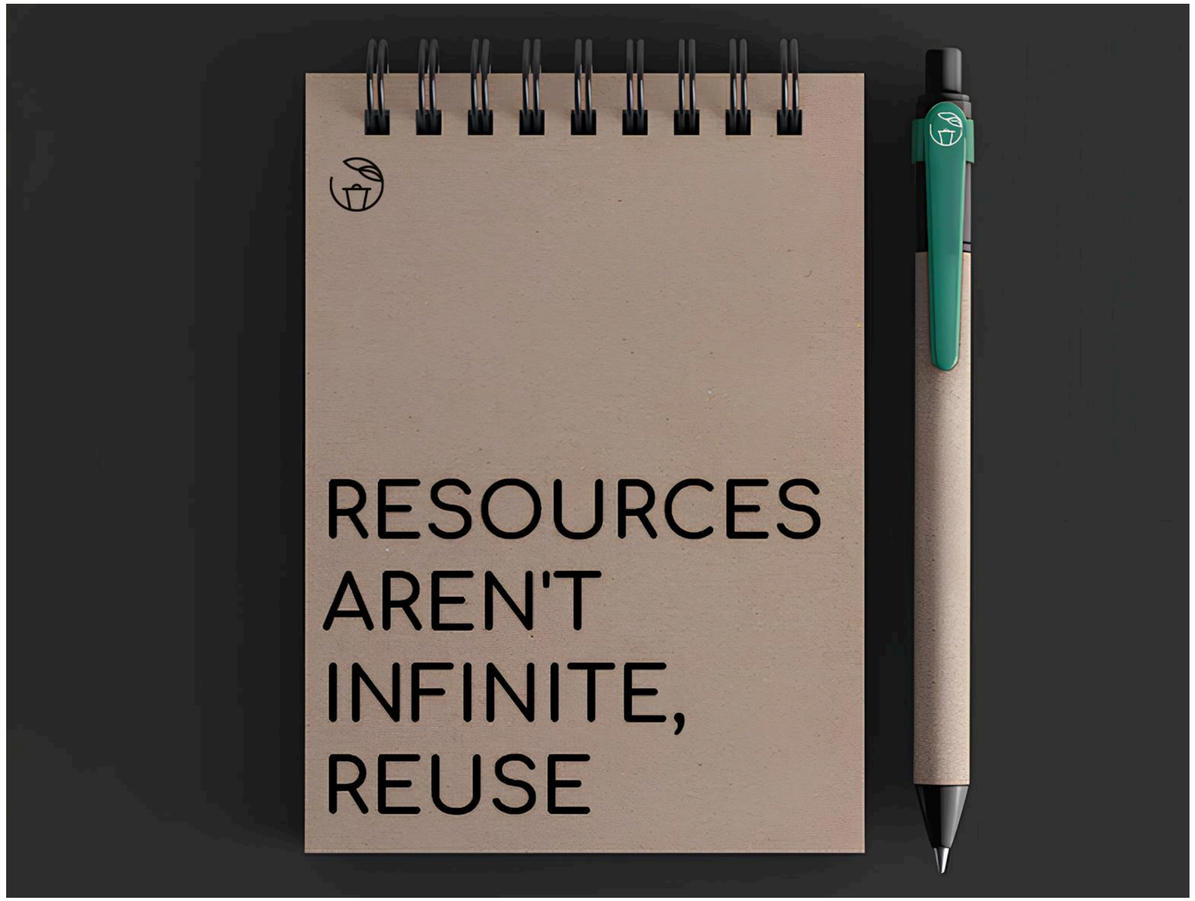
7. Шрифтове рішення



Етапи розробки айдентики проєкту "ECOTIME"

8. Корпоративні носії





Етапи розробки айдентики проєкту "ECOTIME"

8. Корпоративні носії

Іконки різних видів відходів



Етапи розробки айдентики проєкту "ECOTIME"

8. Сервісне обладнання



Етапи розробки айдентики проєкту "ECOTIME"

8. Сервісне обладнання





Етапи розробки айдентики проєкту "ECOTIME"

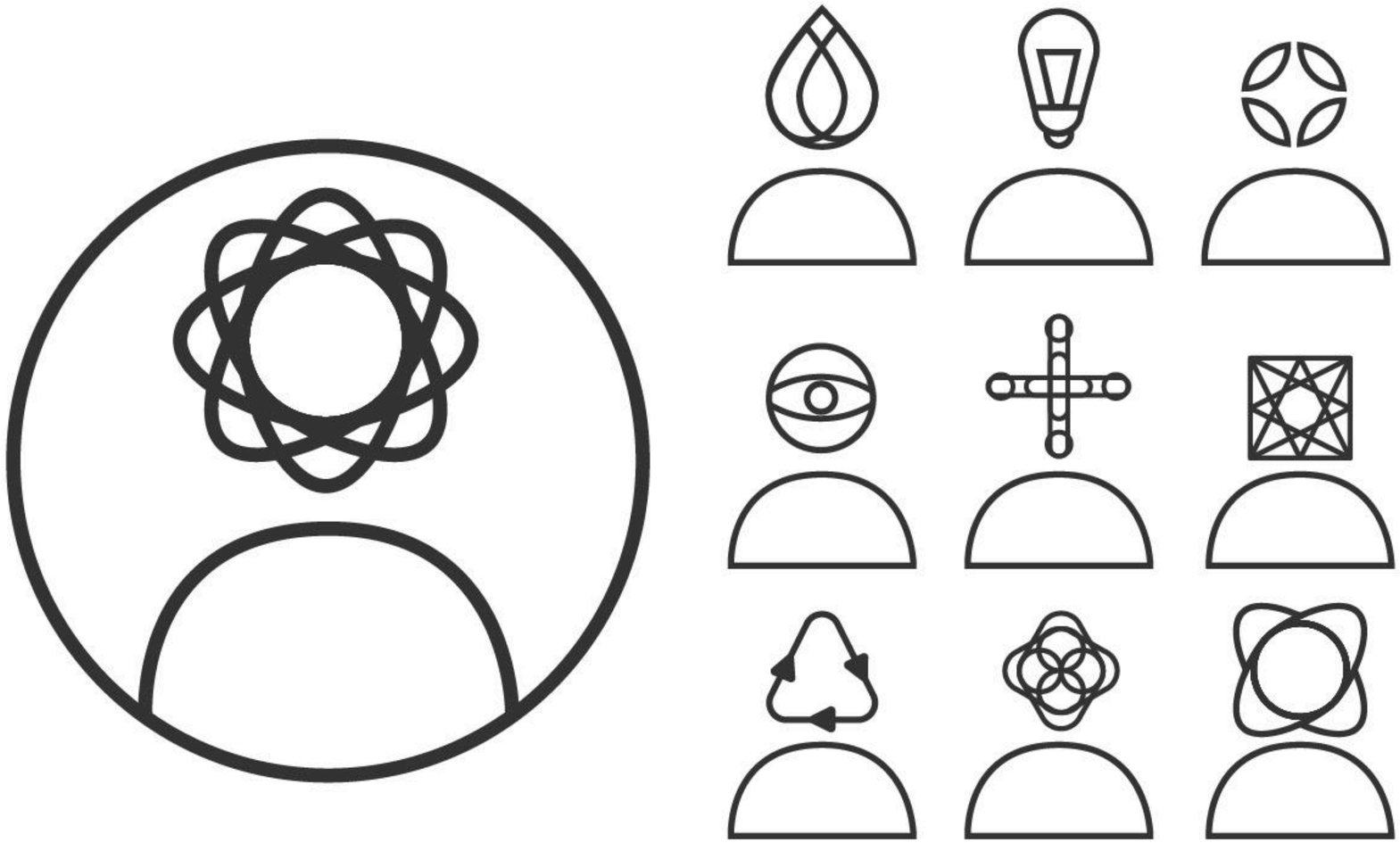
8. Сервісне обладнання





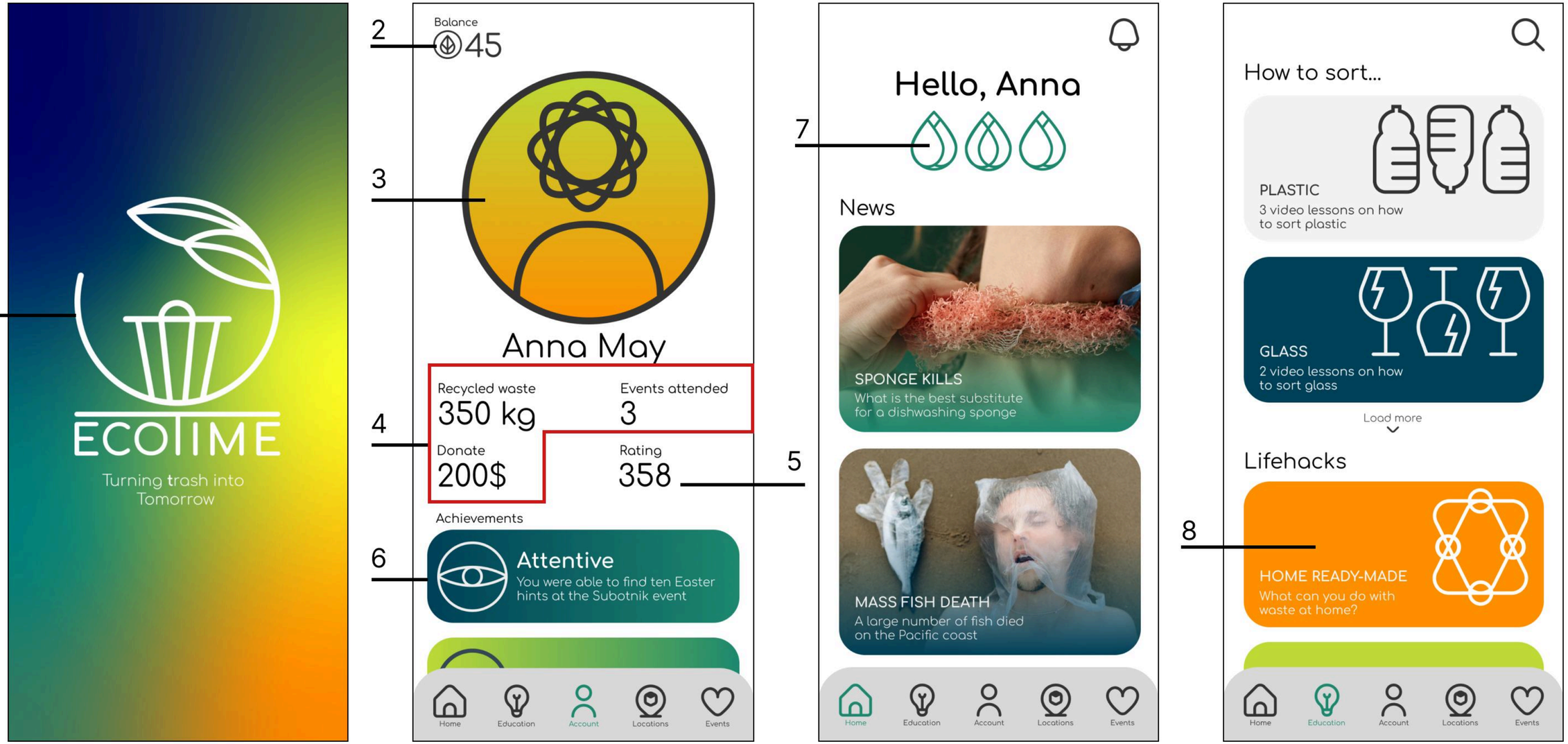
Етапи розробки айдентики проєкту "ECOTIME"

8. Сервісне обладнання



Етапи розробки айдентики проєкту "ECOTIME"

9. Гейміфікація та конверсійний маркетинг



1 - логотип-конструтор; 2 - бонусна система; 3 - аватар; 4 - графік продуктивності; 5 - рейтинг;
6 - значки; 7 - стилеутворююча графіка; 8 - e-learning елементи

Етапи розробки айдентики проєкту "ECOTIME"

9. Гейміфікація та конверсійний маркетинг



Етапи розробки айдентики проєкту "ECOTIME"

9. Гейміфікація та конверсійний маркетинг



Етапи розробки айдентики проєкту "ECOTIME"

9. Гейміфікація та конверсійний маркетинг

Середній тон голосу



Етапи розробки айдентики проєкту "ECOTIME"

10. Зовнішня реклама

Підвищений тон голосу



Етапи розробки айдентики проєкту "ECOTIME"

10. Зовнішня реклама



Етапи розробки айдентики проєкту "ECOTIME"

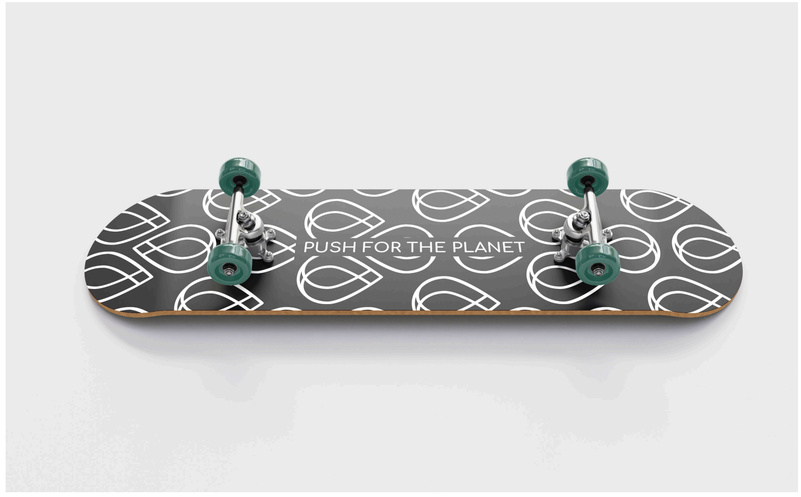
11. Мерчендайз













Етапи розробки айдентики проєкту "ECOTIME"

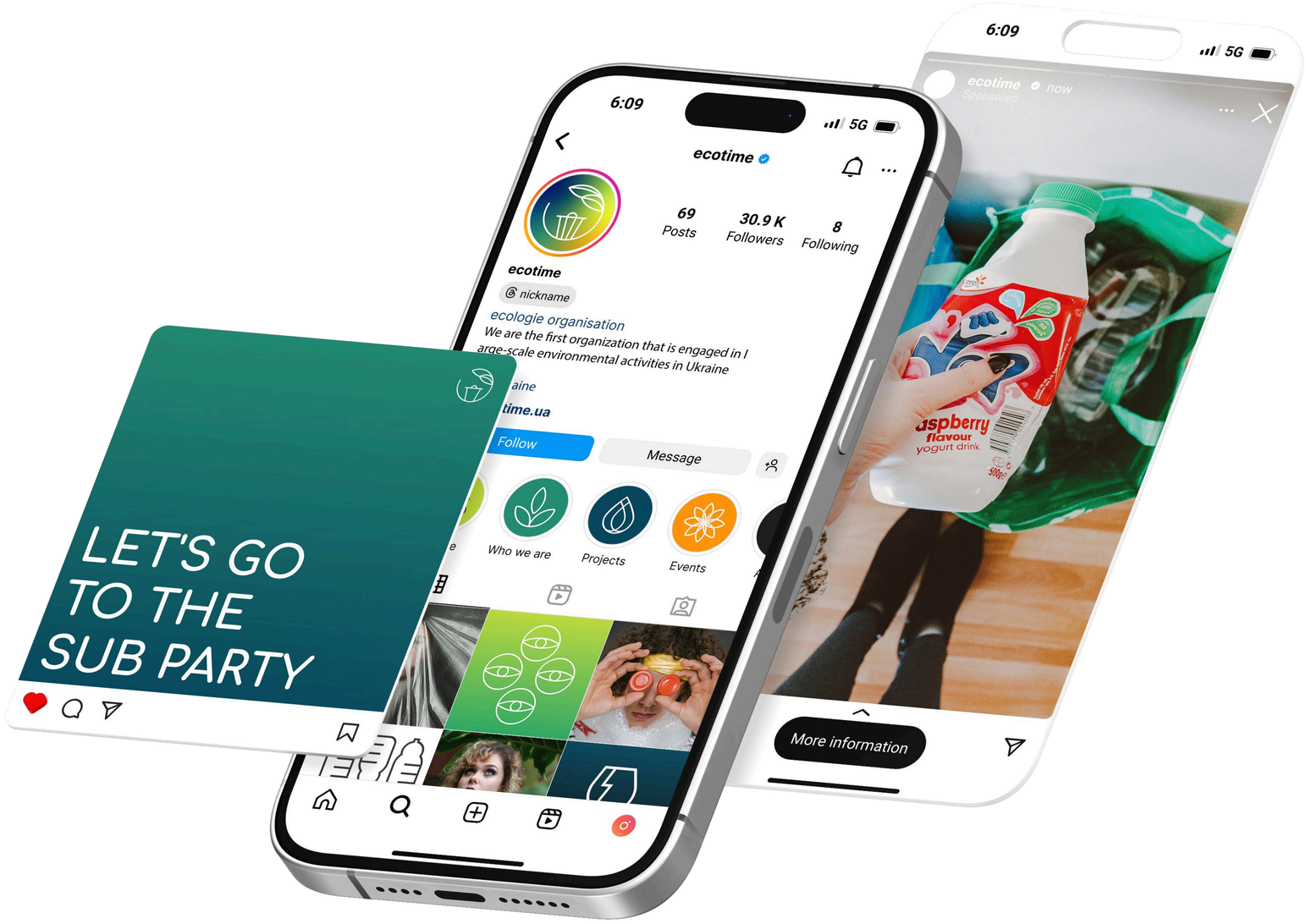
11. Мерчендайз





Етапи розробки айдентики проєкту "ECOTIME"

11. Соціальні мережі



Етапи розробки айдентики проєкту "ECOTIME"

11. Соціальні мережі

ECOTIME

2024
BRAND BOOK

TABLE OF CONTENTS

Introduction 3
Brand tone 6
Concept 10
Logotype 13
Colors 22
Fonts 27
Style graphics 30
Business items 34
Service Equipment 38
Gamification 43
Outdoor advertising 47
Merchandise 50
Social media 53

INTRODUCTION

WHAT WE DO

RECYCLING

We arrange places for distribution containers, provide users with the necessary items for sorting resources

EDUCATION

Raising people's awareness of recycling through education. The project aims to provide educational materials on how to properly sort or reuse resources that everyone has at home

CHARITY

We are engaged in charity. Cleanups, environmental forums, thematic events, charity. Environmental projects to create parks, gardens, public areas, and other elements that activists and partners can offer

WE ARE

POSITIONING

The ECOTIME project is an innovator in the field of ecological restoration of the country. It motivates people to unite and change their environment on a common platform. The project's technologies and innovations will help people do this.

BIG IDEA

We are all different, but together we will change our country.

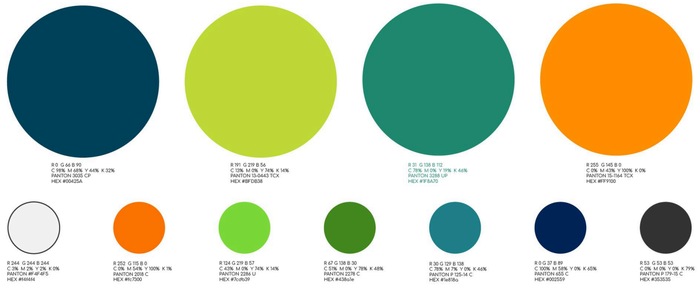
MODULAR GRID

The modular logo grid is anchored to the golden ratio rule. The ratio of module circles = 1.6. Thanks to this rule the logo looks harmonious and inherits the laws of nature.

After all, the golden ratio come from nature.



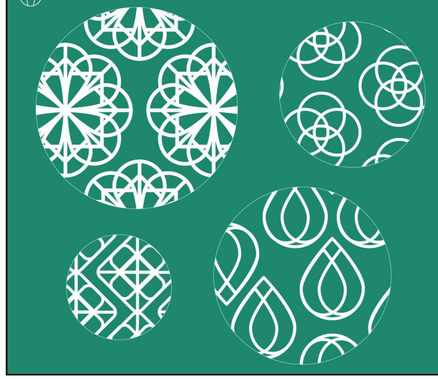
PALETTE



The brand has four main colors, with orange acting as an accent. It should be used in small quantities.

There is also an additional palette that will help you choose general materials to match the tone of the communication

CONSTRUCTION



Together, these forms create complex patterns. It's just like in nature.

Style graphics can be used in any identity media. Patterns can be used as background images.

The main rules are: corners should be round, icons should be tangent to natural shapes, and you can't use colored patterns on a colored background

TRASH BINS

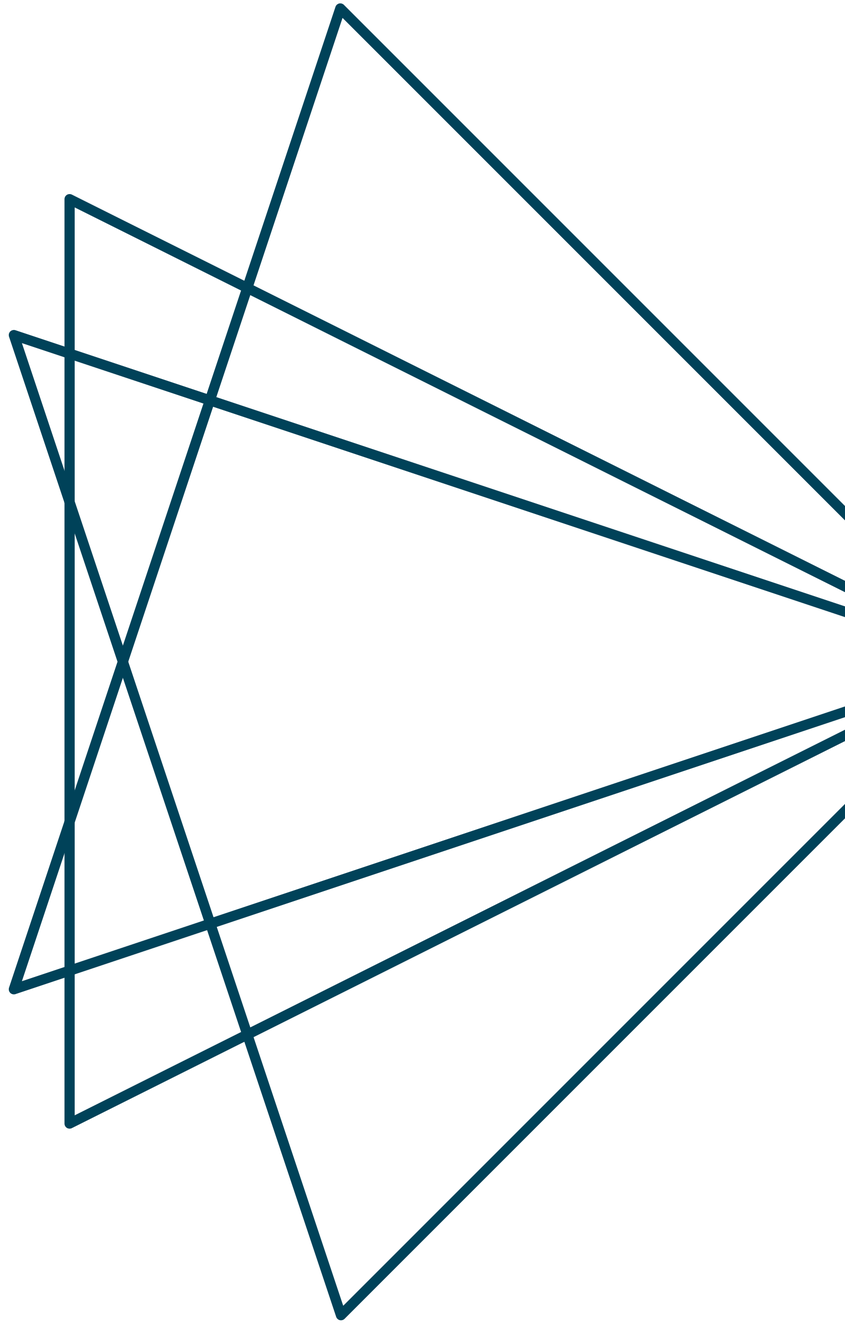


We have developed a special design of stickers for trash bins. They will help users better navigate between different types of waste. Also, each bin should be color-coded accordingly

Брендбук проєкту "ECOTIME"

Висовки

1. Досліджено відповідну літературу яка охоплює теми гейміфікації, конверсійного маркетингу, бренд-платформи;
2. Проведено соціальне опитування на тему проблематики проєкту, проаналізовано цільовуаудиторію;
3. Проаналізовано аналоги брендбуків та цифрові носії з гейміфікацією
4. Зформовано теоретичну складову бренд-платформи;
5. Сформульовано концептуальне рішення бренд-платформи;
6. Розроблено айдентику бренд-платформи з закладеними принципами гейміфікації та конверсійного маркетингу;
7. Створено брендбук проєкту з усіма елементами бренд-платформи.



Кваліфікаційна робота магістра

На тему: «Підвищення конверсії проєкту "ECOTIME" шляхом гейміфікації віртуального представлення»



Підготувала: студентка 2-го курсу
Мисник Анастасія В'ячеславівна
Керівник: PhD, доц. Чемерис Г.Ю