JinJin / September 16, 2012 01:00PM

[講義01] 識別系統設計的基本概念

- 1. <u>1. 何謂CIS</u>
- 2. 2. CIS企業形象設計的作用
- 3. 3. CIS被重視且蔚然成風的原因
- 4. 4. CIS產生的原因
- 5. 5. CIS導入的時機
- 6. 6. 什麼是企業識別系統「CIS」?
- 7. 6.0.1 MI (Mind Identity) 理念識別
- 8. 6.0.2 BI (Behaviour Identity) 行為/活動識別
- 9. 6.0.3 VI (Visul Identity) 視覺識別
- 10. 6.1 CIS的常見問題
- 11. 7. 一般視覺系統VI設計的內容
- 12.8.CIS視覺設計作業流程

1. 何謂CIS

CIS(Corporate Identity System)企業形象設計識別系統:將企業經營理念與精神文化,運用整體傳達給企業內部與社會大眾,並使其對企業產生一致的認同感或價值觀,從而達到形成良好的企業形象和促銷產品的設計系統。

[color=#66CC00]以星巴克的識別系統設計來看,只要看到標誌即會聯想到星巴克整體的企業形象與產品。[/color]

CIS企業形象設計系統是60年代由美國首先提出,70年代在日本得以廣泛推廣和應用,CIS企業形象設計是現代企業 走向整體化,形象化和系統管理的以種全新的概念。

[hr]

2. CIS企業形象設計的作用

在競爭激烈的環境下,建立獨具魅力的企業形象,不僅是致勝關鍵,而且可以幫助企業提升知名度,進而提高商品的銷售業績。由於企業形象對於市場競爭力提升的無形助力是被肯定的,因此企業形象的建立,在現代化企業經營中已被企業所重視並加以研究。在民國七十年以後,大型企業如統一企業公司、長榮航空公司、宏碁電腦、捷安特、震旦行、各行各業的連鎖店等,皆紛紛導入CIS。

[img]http://www.famous1993.com.tw/tech/tech1/113.png[/img]

1.台灣最早引用 CI 是執台灣企業牛耳的台塑關係企業,1957 年由當時海外學成返國的設計家郭叔熊先生進行規劃,配合台塑企業的經營需求而設計出波浪形標誌,將所有關係企業結合起來,象徵整個企業體系延綿 不斷地蓬勃發展之外,並表現出台塑企業塑膠材料的可塑性;這個「多角企業的設計政策」的表現形式,可隨著台灣企業體系的發展、擴大,自由地增加、組合。

[img]http://www.ruchya.com.tw/userfiles/%E5%8F%B0%E5%A1%91%E9%97%9C%E4%BF%82%E4%BC%81%E6%A5%ADlogo.jpg[/img]

[hr]

2.味全公司之CIS

特聘日本設計家 大智浩為設計顧問,於1968年導入,首開國內食品業CIS風氣之先。以圓點造形為標誌構成要素, 象徵食品業「圓潤可口」的特質。五個圓點意味著中國美食的「五味俱全」。

[IMG]http://i556.photobucket.com/albums/ss1/whc915/7cb0ae9f.jpg[/IMG]

1981年,委請日本伊東設計研究所進行修訂。將原有公司名稱的中英文標準字體線端稍加弧形修飾,使之與五圓標 誌造形意念統一,充份強調「圓潤可口」的食品特性。

[img]http://www.weichuan.com.tw/images/about/logo.jpg[/img]

[hr]

[img]http://www.energypark.org.tw/_admin/_upload/topGoal/GoalCom/250/photo4/%E7%B5%B1%E4%B8%80%E4%BC%81%E6%A5%AD%E5%85%AC%E5%8F%B8LOGO.jpg[/img]

[img]http://img2.zol.com.cn/product/29_500x2000/611/ceMpWau80LigE.jpg[/img]

[img]http://www2.giant-bicycles.com/_upload_co/logo.png[/img]

[hr]

3. CIS被重視且蔚然成風的原因

- 1. 零售業發展走向連鎖化、專業化是目前的發展趨勢,為讓顧客有耳目一新的感覺,以及創造一致的形象,紛紛導 入CIS。
- 2. 自由化、國際化的時代來臨,跨國企業的行銷實力及企業形象,極為強烈明顯,本土公司為了追求企業未來發展 與應付目前企業競爭,CIS建立有其必要。
- 3. 現今企業經營、成本及費用的降低是致勝關鍵,若提早建立CIS,以後公司不論是商品種類的增加,或行銷據點增加,均不需使用很多廣告,即可獲得消費者的知悉及信賴。
- 4. 科技日日創新,尤其電腦業特別明顯,在技術提昇下,導致產品日趨同質化,甲商品與乙商品的品質差距更為接近,如何讓顧客購買商品,不是完全依賴產品品質或包裝,而是裝您公司的CIS,給予顧客的觀感與認同感。

[hr]

4. CIS產生的原因

企業內部自覺的需求:

- (1)吸收人才、確保生產力
- (2)激勵員工士氣、改造組織氣候
- (3)提升企業形象與知名度
- (4)提高廣告效果

- (5)增進公司營業額
- (6)統一設計形式、節省製作成本
- (7)方便內部管理、活用外部人員

[hr]

5. CIS導入的時機

- (1)新公司設立,合併成企業集團
- (2) 創業週年紀念
- (3)企業擴大營業內容,朝向多角化經營
- (4) 進軍海外市場,邁向國際化經營
- (5)改善經營危機、活絡事業停滯
- (6)消除負面印象,統一企業實態與企業形象
- (7)企業改組或經營高峰更換,創新作風
- (8)提升品牌與企業的共同性或品牌昇格為企業
- (9)企業情報組織不一、管理系統欠缺
- (10)營理念的重整與再出發
- (11)競爭產品性格模糊、品牌差異性不明確

[hr]

6. 什麼是企業識別系統「CIS」?

- 一、企業識別系統 CIS (Corporate Identity System,以下簡稱CI或CIS)
- 一般來說,企業識別系統(CIS)由三個要素(子系統)構成,即:
- ·理念識別系統(Mind Identity system, 以下簡稱 MI 或 MIS) 《老闆的經營理念、企業文化屬於思想層面》。
- ·行為識別系統(Behavior Identity system,以下簡稱 BI 或 BIS) 《員工貫徹企業傳達的理念或精神》。(
- ·視覺識別系統(Visual identity System,以下簡稱 VI 或 VIS) 《具體的廣告形象傳達》

1. MI (Mind Identity) 理念識別

理念識別是企業經營的基本精神與原動力所在,也是視覺識別據以展開的決策主張,完整的企業識別系統建立,端賴企業經營理念的確立。理念識別包括:理念(價值觀、經營信條、精神標語、企業文化、企業使命、經營哲學與方針策略等)、策略(做什麼、如何做)、遠景(展望、責任、企圖心)。

[color=#CC0066]《以7-Eleven為例》[/color]

企業理念是:「真誠、創新、共享」的企業文化,讓每一位統一超商同仁,樂在服務,並將每一位顧客滿足的笑容, 當作是自己最大的成就

透過-Eleven企業標語(slogan)來傳達:

第一階段: 1985~1990, [color=#003399]「您方便的好鄰居[/color]

」,這句話,透過「方便」和「鄰居」兩種形象,突顯7-Eleven 全天不打烊,隨時都可以買到東西的經營特性。

第二階段:1991~2006[color=#003399]「有7-Eleven真好」[/color]

,這已經成為一種企業經營的承諾,希望無論何時何地,7-Eleven都能讓消費者感受到及時的溫暖。

第三階段:2007~[color=#003399]「Always Open, 7-Eleven」[/color],一句話清楚傳遞溝通訊息

第一層是物理性的營業實況,說明7-Eleven是24小時營業、不打烊的經營業態。

第二層則展現企業的企圖心,「Open」象徵7-Eleven開放的經營心態,不斷有新的創新,不斷在思考還有什麼更棒的新做法。

第三層則是7-Eleven 對整個社會的關心與期望。

[hr]

2. BI (Behaviour Identity) 行為/活動識別

BI,有兩個含義,一為活動識別,一為行為識別,以中國的語彙而言即: "特長"的識別與展現。 為使 "特長"發揮極致,也就需要教育(服務態度、應對技巧、電話禮貌、工作精神等)、管理(環境、職工福利、研發),更需要推廣活動化(調查、推廣、公關、促銷、公益事件、贊助活動的識別形式) 來贏得社會大眾認同,此即為BI 行為、活動識別。

[color=#CC0066]《以7-Eleven為例》[/color]

全省同步舉行的集點活動、咖啡第二杯半價、關東煮、御便當、等促銷活動等 以及當顧客進店之後的口號等皆為行為/活動識別

[hr]

3. VI (Visul Identity) 視覺識別

廣義的品牌識別是對商品、服務、或企業,開發以文字形象、意念和消費者對品牌所具有感受的綜合設計或宣傳或承諾。而其視覺設計開發則包括品牌名、品牌標誌、圖像系統(象徵圖形或吉祥物)。應用展開則包括行銷傳播、宣傳、促銷活動、銷售策略擴張等。品牌種類:包括商品品牌、事業品牌、服務品牌、企業品牌及企業哲學品牌化的哲學品牌。

[color=#CC0066]《以7-Eleven為例》[/color]

視覺標誌

[img]http://upload.wikimedia.org/wikipedia/zh/thumb/3/33/7-ELEVEn.svg/187px-7-ELEVEn.svg.png[/img]

[hr]

這三個要素既獨立發揮作用,又相輔相成並最終融合為一個有機的整體。目前,大多數企業尚不能充分實現CI系統的整體化運作,許多企業對不同CI要素本身的作用認識不清,在其運作方式的把握上存在著不足,最為典型的有以下幾種:

1. CIS的常見問題

(1)理念識別(MI)常常止於口號化。

雖然設計了一系列條文化的理念信條,但僅僅當作對外宣傳的口號,而沒有通過教育培訓和文化建設把它內化為組織 成員共的價值觀,因而理念系統的建立只能流於形式,無法真正發揮作用。

(2)忽視行為識別(BI)的重要作用。

由於沒有一套有效的行為識別系統來加以推行,企業理念無法轉化為有生命的行為,從而導致CI戰略的失敗。

(3)誤把視覺識別(VI)當CI。

為追求「速效」而片面強調VI,把CI成了一種「企業化妝術」,結果,企業很快更換了一套外包裝,可其它方面依然如故,這無疑失去了導入CI的真正意義。

從當前企業的實際情況看,在上述三個問題當中,危害最大的就是對行為識別的忽視以及措施乏力,這是造成許多企業的CI導入淺表化和短期化的最普遍的原因。

[hr]

7. 一般視覺系統VI設計的內容

一般企業在系統設定上,大致有下列幾項基本項目:

基本系統

- 1. 企業標誌。
- 2. 企業標準字體。
- 3. 企業標誌與公司文字組合。
- 4. 企業標準色彩。
- 5. 企業輔助色彩。

應用系統

- 6. 企業制服系統。
- 7. 企業包裝紙、提袋系統。
- 8. 企業出入證、停車證、及各項證件系統。
- 9. 企業招牌系統。
- 10. 企業產品外觀系統。
- 11. 企業建築物外觀系統。
- 12. 企業旗幟系統。
- 13. 企業廣告規範系統。
- 14. 企業用品、贈品系統。
- 15. 企業車輛系統。
- 16. 企業事務用品系統。

[IMG]http://i556.photobucket.com/albums/ss1/whc915/2-4.jpg[/IMG]

[hr]

8. CIS視覺設計作業流程

大致了解識別系統設計的概念之後,就要開始進行了,以下是設計作業流程

[IMG]http://i556.photobucket.com/albums/ss1/whc915/ch01-00.jpg[/IMG] [IMG]http://i556.photobucket.com/albums/ss1/whc915/ch01-11.jpg[/IMG] [IMG]http://i556.photobucket.com/albums/ss1/whc915/ch01-02.jpg[/IMG]

Edited 2 time(s). Last edit at 09/16/2012 05:08PM by JinJin.