

Старый логотип компании включал в себя форму дома, внутри которого была свеча в форме единицы. Единица–первый (похоронный дом), свеча (память и узнаваемый символ в ритуальной сфере)



Рисунок 1 – Логотип ритуального агентства «Первый областной похоронный дом»

Было принято решение провести ребрендинг, чтобы донести до целевой аудитории символы надёжности агентства. Гипотеза заключалась в том, что коммуникативная связь (текст, фото), отражающая связи с государственными органами, выполняет задачу формирования надёжности и доверия в сознании целевой аудитории. Это связано с тем, что раньше похоронные бюро были государственными. Теперь отсылка к связям с государственными органами вероятно выступает важной составляющей позиционирования компании.

В рамках совершенствования модели цифровой маркетинговой коммуникации был разработан новый логотип. В новом логотипе были использованы колонны. Колонна создает образ надёжности, защиты. Также, колонны часто использовались в античности. Древние гробницы также были с колоннами. Второй символ — символ дома. Дом в форме П — означает Первый. Первый похоронный дом. Две колонны выходят вперед, отражая динамику. Шрифт был также изменен в соответствии с идеей логотипа (увеличилась жирность и толщина шрифта)



Рисунок 2 – Новый логотип ритуального агентства «Первый областной похоронный дом»