

Fonteilla on väliä!

Brändin rakentaminen alkaa fonteista

Oikein valituilla fonteilla ehostusta viestintään

Tutkimustulokset todistavat kiistatta, että fontit ovat koko organisaation juttuja, eivät vain markkinointiosaston asioita. *Fontit tuovat organisaation viestintään uutta ilmettä, tehokkuutta ja erottuvuutta.* Jos fonteja ei käytetä koko organisaatiossa, viestinnän teho ja toimivuus heikkenee väistämättä.

Fontit ovat myös yrityksen sisäisen sitoutuksen välineitä. Yrityksen "omia" fontteja käyttämällä *henkilökunta tiedostaa yrityksen viestinnän erottuvan massasta ja kilpailijoista ja toisaalta brändin yksityiskohdat kristallisoituvat kaikille.*

Onnistunut fonttivalinta ja fonttien kokonaisvaltainen toteutus välittävät selkeän viestin; yrityksen *viestintä herättää myönteisiä mielikuvia*, viestintä osoittaa ja korostaa yrityksen tai tuotteen etuja ja tuottaa siten lisää kauppaa.

1234567890 - 1234567890

Hyvä viestintä on ennenkaikkea toimivaa, mutta toimiakseen kunnolla, on sen oltava myös *hyvin tehtyä, viimeisteltyä ja erottuvaa.* Kuulostaa yksinkertaiselta ja jopa itsestäänselvältä, mutta todellisuudessa vain harva yritys huomioi tämän arkiviestinnässään.

Kun yritys viestii eri sidosryhmilleen, sisäisille tai ulkoisille asiakkailleen, pitäisi viestinnän ulkoasun olla yhtenäinen koko yrityksessä. Tämän merkitys korostuu erityisesti kriittisessä asiakasrajapinnassa olevien henkilöiden osalta.

Hyvä yritysfontti luo mielikuvia ja erottaa kilpailijoista. Hyvä yritysfontti ei pysäytä tai säväytä itsessään, mutta se tekee silti vaikutuksen. Fontin on oltava tavallaan läpinäkyvä, jolloin viesti itsessään on pääosassa. Toisaalta yritysfontin on oltava aisteihin vetoava keino, joka tehostaa ja ehostaa viestin sisältöä samalla syventäen yritykseen liittyvää tiedostamatonta muistijälkeä.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzääö

Jokainen asiakaskohtaaminen on tärkeä. Yritysfontit ovat brändille, sen tunnistettavuudelle ja kaikelle viestinnälle keskeinen elementti, joka vaikuttaa niin yksityiskohtiin kuin kokonaisuuteenkin.

On tärkeätä, että yrityksen viestintä on tunnistettavissa, ei vain symbolisten elementtien, logon ja värien osalta, vaan myös yrityksen ilmefonttien kautta.

Kun yritys haluaa synnyttää syvemmän muistikuvan potentiaalisten asiakkaidensa keskuudessa, fontit ovat hyvä vaikuttamisen väline, joka nostaa viestinnän laatua ja arvoa.

Yritysfontit luovat puitteet laadukkaammalle viestinnälle. Jos viestit häviävät harmaaseen massaansa ulkoasunsa takia, *yritys ei ole houkutteluvaa.* Ostopäätökset tehdään niin yritysten välisessä kuin kuluttajakaupassakin useasti ensivaikutelman perusteella. Hyvä yritysfontti erottaa parhaimmat hyvistä. Tutkimuksemme ovat osoittaneet, **että erityisesti myyntitilanteessa yrityksen huolella toteutettu ja yksityiskohdiltaan viimeistelty identiteetti ja viestintä erottuu massasta edukseen ja edistää myyntiä.**

Fonteilla on väliä - Leiskausta 2009 - Pasi Rahikka - Tyytetek Oy

Extra Light

Extra Light Italic

Light

Light Italic

Regular

Italic

Medium

Medium Italic

Bold

Bold Italic

Black

Black Italic

Ultra

Ultra Italic

Mundo Sans