**Корпоративный герой**

***Корпоративный герой – важная часть формируемого имиджа фирмы.***

*Под корпоративным героем понимается устойчивый, постоянный образ посредника в коммуникациях, представителя перед целевой аудиторией.*

 Фирменные персонажи – универсальные герои, которых создают для лучшей коммуникации компании и потребителя. Информация от выдуманного героя лучше воспринимается, поэтому рисованные образы часто используют в рекламе продукции для детей: Кролик Несквик, семья пингвинов из рекламы «Kinder Pingui». Для влияния и лучшего восприятия женщинами компании используют образ сильного мужчины, который справится с любыми трудностями: Мистер Пропер,

***Преимущества фирменного персонажа:***

- повышает осведомленность потребителей о бренде и лояльность потребителей;

- создает положительный имидж компании;

- привлекает потенциальных клиентов;

- стимул для семей и детей покупать товар именно этой компании;

- увеличивает экспозицию в СМИ.

*Фирменный персонаж компании – это образ, вызывающий любопытство.* Хорошо продуманный образ может стать лучшим инструментом продаж и маркетинга для малого бизнеса. Забавный, интересный маскот привлечет больше внимания потребителей, чем классический логотип. дитории развивать более тесные отношения с бизнесом.

Очень часто корпоративный герой наделяется некоторыми чертами, которые коммуникатор стремится включить в свой имидж:

***-*** Шумный кролик Квики призван смешить маленьких любителей какао. - Клоун Роналд Макдоналд должен олицетворять в глазах маленьких посетителей ресторана дух веселого праздника с подарками и представлениями.

 Образ корпоративного героя также можно отнести к элементу, формирующему имидж компании. Корпоративный герой также олицетворяет и фантазийный образ потребителя. Корпоративный герой – это лицо вымышленное.



 



 