

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ МЕХАНИЗМЫ СОЗДАНИЯ ИМИДЖА ЛАНДШАФТНОГО БЮРО (НА ПРИМЕРЕ КОМПАНИИ «ИВОЛГА»)

А. А. Добрикова, А. А. Смелов

В статье исследуются психологические механизмы формирования имиджа ландшафтного бюро «Иволга» (г. Выборг). Актуальность обусловлена необходимостью создания образа надежной и компетентной компании для привлечения клиентов в сфере дорогостоящих проектов. На основе анализа коммуникационных материалов (посты ВК, отзывы клиентов) выделены три ключевые группы механизмов: демонстрация региональной экспертизы, обеспечение надежности и прозрачности, а также формирование эмоциональной связи и клиентоориентированности. Системное применение этих механизмов способствует успешному формированию имиджа и развитию компании на региональном рынке.

Ключевые слова: психологические механизмы, имидж компании, ландшафтное бюро, надежность, компетентность, клиентоориентированность, региональный маркетинг.

На современном рынке услуг формирование устойчивого позитивного имиджа играет решающую роль в успешности любой компании. Для ландшафтных бюро, чья работа требует значительных финансовых затрат со стороны клиентов и зачастую связана с долгим процессом воплощения проектов, создание образа надежной и компетентной компании является особенно важным. В рамках данного исследования были изучены ключевые психологические механизмы, способствующие формированию имиджа ландшафтного бюро «Иволга», работающего в городе Выборг и специализирующегося на создании уникальных ландшафтных проектов, которые учитывают особенности местного климата и историко-культурного наследия региона. Под психологическими механизмами мы понимаем: «системы психических явлений, которые предназначены для преобразования и формирования активности, выраженной одним или несколькими мотивами, в требуемую активность, выраженную другими мотивами» [2].

Целью исследования является выявление и анализ психологических механизмов, используемых бюро «Иволга»

для формирования имиджа надежной и компетентной компании.

Для достижения поставленной цели были сформулированы следующие задачи:

1. Провести анализ документов ландшафтного бюро «Иволга».
2. Идентифицировать основные психологические механизмы, применяемые в данных материалах, с учетом региональной специфики.
3. Систематизировать выявленные механизмы.
4. Сформулировать выводы.

Основным методом исследования был выбран анализ документов, направленных на внешнюю аудиторию. База исследования для анализа включала:

1. 50 статей, постов и описаний проектов, размещенных в официальном сообществе ВК ландшафтного бюро «Иволга» за период с 1 июня по 10 октября 2025 г. [1].

2. 20 отзывов клиентов, размещенных на сайте бюро и локальных онлайн-платформах (2ГИС, Отзовик).

Для анализа материалов были определены следующие группы критериев, отражающие психологические аспекты формирования имиджа надежности и компетентности:

1. Индикаторы экспертности: упоминание опыта работы в условиях Северо-Западного региона, местной флоры и фауны, размещение сертификатов соответствия климатическим условиям, демонстрация решения сложных задач (например: работа на склонах, создание дренажных систем в условиях высокой влажности).

2. Индикаторы надежности и прозрачности: упоминание в материалах об официальной работе с заказчиком, оформлении договорных отношений, наличии гарантий на посадочный материал и выполненные работы, четкость в описании этапов сотрудничества, а также упоминание лицензий и разрешений, актуальных для данного региона.

3. Клиентоориентированность: публикация кейсов, подчеркивание уникальности и указание на персонализированный подход в каждом проекте в контексте местного ландшафта и архитектуры.

4. Высококачественные фотографии проектов, демонстрирующие гармоничное вписывание ландшафта в историческую или природную среду Выборга, наличие фотографий команды в процессе работы, использование узнаваемого фирменного стиля.

В ходе изучения коммуникационных материалов ландшафтного бюро «Иволга» мы выделили три ключевые группы психологических механизмов, активно применяемых для формирования имиджа надежной и компетентной компании, адаптированного к условиям рынка Выборга и Выборгского района Ленинградской области.

Первая группа механизмов направлена на демонстрацию экспертности и специфической компетенции, релевантной для региона. Материалы бюро активно подчеркивают многолетний опыт работы именно в условиях климата Северо-Западного района, знание особенностей местной почвы и растительности. Например, в описаниях проектов часто акцентируется внимание на под-

боре морозостойких и влаголюбивых растений, а также на разработке эффективных дренажных систем, что является критически важным для Выборга. Наличие в команде специалистов с профильным образованием, ориентированным на региональные особенности, и упоминание об их участии в местных профильных выставках или семинарах, также способствует формированию доверия к компетентности сотрудников бюро.

Вторая группа механизмов фокусируется на создании у клиентов ощущения надежности, стабильности и прозрачности в сотрудничестве. Было отмечено, что ландшафтное бюро «Иволга» активно транслирует принципы четкого договорного оформления, поэтапной реализации проектов с обязательным согласованием на каждом этапе и предоставлением гарантий на посадочный материал и выполненные работы. Компания публикует информацию о соблюдении строительных норм и правил, применимых в регионе, а также о наличии положительных отзывов от потребителей, убеждая потенциальных клиентов в ответственности и добросовестности исполнителя.

Третья группа выявленных механизмов связана с формированием эмоциональной связи между потенциальным клиентом и исполнителем, подчеркиванием клиентоориентированности. В материалах бюро часто используются визуальные образы, демонстрирующие, как ландшафтные проекты гармонично вписываются в историческую застройку Выборга или в природные ландшафты Ленинградской области. Истории успеха, где описывается, как бюро помогло создать уютное пространство для отдыха или увеличить эстетическую привлекательность участка, подчеркивая при этом уникальные потребности каждого клиента, способствуют установлению доверительных отношений. Акцент на индивидуальном подходе и стремлении реализовать мечты клиентов, понимая их желание к созданию комфортной

среды в специфических условиях региона, укрепляет имидж бюро.

Таким образом, нами были определены и систематизированы три ключевые группы таких механизмов как: демонстрация специфической для региона экспертизы и компетенции, создание ощущения надежности и прозрачности в сотрудничестве, а также формирование эмоциональной связи и клиентоориентированности с учетом локального контекста. Системное и целенаправленное

применение данных механизмов в коммуникационной стратегии ландшафтного бюро «Иволга» позволяет эффективно формировать положительный имидж, что является залогом привлечения новых клиентов и долгосрочного развития компании на региональном рынке. Полученные выводы могут служить руководством для оптимизации маркетинговых и PR-стратегий ландшафтных бюро, стремящихся укрепить свои позиции в конкретных географических локациях.

Список источников и литературы

1. Коптелова, И. Е. Теоретический анализ изучения психологических механизмов / И. Е. Коптелова // Психология и педагогика: методика и проблемы практического применения. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/teoreticheskiy-analiz-izucheniya-psihologicheskikh-mehanizmov> (дата обращения: 23.10.2025).

2. Официальное сообщество ландшафтного бюро «Иволга» [электронный ресурс] // социальная сеть «ВКонтакте». – URL: <https://vk.com/landshaftvyborg> (дата обращения: 16.10.2025).

Добрикова Алия Ануваровна – к. культ, доцент кафедры рекламы, Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, (г. Санкт-Петербург, Россия), aa.dobrikova@gmail.com

Смелов Александр Анатольевич – студент, Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, (г. Санкт-Петербург, Россия), asmelov87@gmail.com

PSYCHOLOGICAL MECHANISMS OF CREATING THE IMAGE OF A LANDSCAPE BUREAU (BASED ON THE IVOLGA COMPANY)

A. A. Dobrikova, A. A. Smelov

The article investigates the psychological mechanisms of image formation for the "Ivolga" landscape design bureau (Vyborg). Its relevance is due to the necessity of creating an image of a reliable and competent company to attract clients for high-cost projects. Based on the analysis of communication materials (VK posts, client reviews), three key groups of mechanisms were identified: demonstration of regional expertise, ensuring reliability and transparency, and fostering emotional connection and client-centricity. Systematic application of these mechanisms contributes to successful image formation and company development in the regional market.

Keywords: psychological mechanisms, company image, landscape design bureau, reliability, competence, client-centricity, regional marketing.

References

1. Koptelova, I. E. Teoreticheskiy analiz izucheniya psikhologicheskikh mekhanizmov [Theoretical Analysis of the Study of Psychological Mechanisms] / I. E. Koptelova // Psikhologiya i pedagogika: metodika i problemy prakticheskogo primeneniya [Psychology and Pedagogy: Methods and Problems of Practical Application]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/teoreticheskiy-analiz-izucheniya-psihologicheskikh-mehanizmov> (last request: 23.10.2025). (In Russ.)

2. Oficial'noe soobshchestvo landshaftnogo byuro «Ivolga» [Official Community of the Landscape Bureau "Ivolga"] [electronic resource] // social'naya set' «VKontakte» [social network "VKontakte"]. – URL: <https://vk.com/landshaftvyborg> (last request: 16.10.2025). (In Russ.)

Dobrikova Aliya Anuvarovna – Candidate of Culture, Associate Professor of the Department of Advertising, St. Petersburg State University of Industrial Technology and Design, (St. Petersburg, Russia), aa.dobrikova@gmail.com

Smelov Alexander Anatolyevich – Student, St. Petersburg State University of Industrial Technology and Design, (St. Petersburg, Russia), asmelov87@gmail.com

Статья поступила в редакцию: 21.04.2026; принята к публикации: 25.05.2026

ДЛЯ ЦИТИРОВАНИЯ:

Добрикова А. А., Смелов А. А. Психологические механизмы создания имиджа ландшафтного бюро (на примере компании «Иволга») // Социогуманитарные коммуникации. – 2026. – № 2(16). – С. 174-177.

FOR CITATION:

Dobrikova A. A., Smelov A. A. Psikhologicheskiye mekhanizmy sozdaniya imidzha landshaftnogo byuro (na primere kompanii «Ivolga») [Psychological mechanisms of creating the image of a landscape bureau (based on the Ivolga company)] // Sociogumanitarnye kommunikacii [Social and humanitarian communications]. 2026. № 2(16). P. 174-177.