لوگو چیست؟

قبل از آن که با انواع لوگو آشنا شوید، بهتر است تعریف لوگو را بدانید. در واقع لوگو یا نشان، طرحی گرافیکی است، متشکل از کلمات، تصاویر و رنگ‌ها که برای شناسایی یک برند یا محصول استفاده می‌‌شود. انواع خاصی از لوگوها در اشکال و اندازه‌های مختلف وجود دارند که در ادامه آن‌ها را به شما معرفی می‌کنیم. به طور کلی یک لوگوی خوب، برند، کسب و کار و خدمات یک شرکت را به مخاطب معرفی می‌کند. تمام کسب و کارهای حرفه‌ای از یک لوگوی به یادماندنی استفاده می‌کنند. به عنوان مثال با فکر کردن به کوکاکولا، نایک، آدیداس، پپسی و... مطمئنا شمایل لوگوی آن‌ها را متصور می‌شوید.

لوگو نوشتاری

لوگوتایپ یا وردمارک یکی از انواع نماد است که از نوشته در طراحی آن استفاده می‌شود. در طراحی لوگوتایپ، اسم برند یا شرکت به صورت منحصر به فرد و خاص، با اندازه مشخص و فونت تعیین شده نوشته می‌شود. در واقع برای طراحی وردمارک، علاوه بر این که به خلاقیت نیاز است، اسم برند باید به صورتی واضح نوشته شود. بهتر است برای طراحی چنین لوگوهایی با یک فریلنسر متخصص مشورت و همکاری کنید.

لوگو تصویری

لوگو تصویری که به آن لوگو مارک نیز گفته می‌شود، از یک طرح گرافیکی یا تصویر خاص ساخته می‌شود. لوگو تصویری نسبت به نوع نوشتاری کمی پیچیده‌تر است و برای آگاهی از آن، به شناخت حداقلی از برند نیاز است. به عنوان مثال لوگو تلگرام یا شرکت اپل از این نوع هستند. استفاده از یک نماد و تصویر مناسب برای طراحی لوگومارک نیز بسیار مهم است.

لوگو ترکیبی

همان‌طور که از نام آن مشخص است، این نوع از تلفیق لوگو نوشتاری و تصویری ایجاد می‌شود. به عنوان مثال لوگوی برند پوما یک نمونه معروف از لوگو ترکیبی است. استفاده از هرکدام نمادها به نوع کسب و کار شما، مخاطب و سلیقه شما بستگی دارد. فراموش نکنید یکی از مهم‌ترین بخش‌های بازاریابی و برندینگ طراحی لوگو است؛ بنابراین بهتر است حتما قبل از طراحی نهایی با متخصص گرافیست مشورت کنید.

اصول طراحی لوگو

زمانی که یک لوگو به درستی طراحی شود، به عنوان چهره کسب و کار شما عمل کرده و به مخاطبان شما کمک می کند تا تشخیص دهند شما چه کسی هستید و چه خدماتی را ارائه می‌دهید. هنگام تصمیم گیری در مورد نحوه طراحی یک لوگو، چند مؤلفه وجود دارد که باید با هم ترکیب شوند تا طرح منحصر به فرد شما را ایجاد کنند. برخی از لوگوها فقط از عناصر خاصی استفاده می‌کنند، در حالی که برخی دیگر همه آن‌ها را ترکیب می‌کنند. در ادامه چند مورد از المان‌هایی که برای طراحی لوگو یا نشان کسب و کارتان، باید به آن‌ها توجه کنید را به شما معرفی می‌کنیم.

رنگ

انتخاب رنگ لوگو فقط به سلیقه شما مربوط نمی‌شود، بلکه به تحقیق و تفکر نیاز دارد. طرح رنگ مناسب لوگو می تواند لوگوی شما را بسازد و بر احساسات یا عواطف مرتبط با برند شما تاثیر بگذارد. به طور معمول بهتر است از بیشتر از 3 رنگ در طراحی لوگو استفاده نشود.

تصویر

در حالت کلی، تصاویر باید نشان دهنده محصول و یا مرتبط با کسب و کار شما باشند. با این حال، گاهی اوقات لوگوها از تصاویر انتزاعی برای بیان خلاقیت و شخصیت دادن به برند خود استفاده می کنند. هنگام استفاده از تصاویر غیر مرتبط، توصیه می‌شود این ایده‌ها را به یک داستان یا یک احساس در رابطه با محصول خود متصل کنید.

نوشته

برای طراحی لوگو تایپوگرافی و یا ترکیبی باید به مواردی مانند فونت و یا سایز نوشته توجه کنید. همان‌طور که درباره رنگ نیز گفتیم، بهتر است حداکثر از 2 یا 3 نوع فونت استفاده کنید تا طرح لوگو ساده و ثابت باشد.

شعار

شعار معمولاً زیر یا اطراف یک لوگو قرار می گیرد و یک جمله ساده است که در ذهن مخاطب ماندگار شود. همه لوگوها به شعار احتیاج ندارند اما مطمئنا استفاده از آن، می‌تواند تاثیرگذار باشد.

مزایای طراحی لوگو چیست؟ چرا به لوگو نیاز داریم؟

حالا که می دانید لوگو یعنی چه، آیا تا به حال متوجه شده‌اید که روزانه در معرض هزاران لوگو قرار می‌گیرید؟ چه در حال جستجو در اینستاگرام خود باشید، یا در حال خرید از فروشگاه مواد غذائی.

ممکن است ندانید لوگو چیست ولی دائماً با لوگوها ارتباط برقرار می‌کنید و اغلب اوقات، این ارتباط را متوجه نمی‌شوید. اگر چه ممکن است بی‌اهمیت به نظر برسد، اما این نمادهای کوچک اما قدرتمند تبدیل به بخشی از زندگی روزمره ما شده و قسمت جدایی‌ ناپذیر از تلاش‌ کسب و کارها برای برندسازی هستند.

یک لوگوی حرفه ای چه ویژگی هایی دارد؟

سادگی و ماندگاری: لوگو نباید پیچیده باشد. اگر کار صنعتی دارید نیازی نیست که از چرخ دنده و پیچ گوشتی استفاده کنید و بخواهید با لوگو به افراد بفهمانید چه می کنید.

تکراری نبودن: از اشکال تکراری مثل دایره و مربع استفاده نکنید و متمایز باشید.

داشتن یک نشان خاص: المان و یا رنگ خاصی در نظر بگیرید که مختص کسب و کار شما باشد. مثل لوگوی کوکا کولا یا پپسی که حتی بدون دیدن نام آنها هم می توانیم بفهمیم که محصول برای کدام کارخانه است.

بالانس بودن: یک لوگوی حرفه ای اگر برعکس ( معکوس) هم باشد تغییر شکل نمی دهد. مثل لوگوهایی که برای شرکت های نوکیا و سونی و ال جی طراحی شده است.

تداعی رنگ سازمانی: از چندین رنگ در لوگو استفاده نکنید و لوگوی شما باید با رنگ سازمانی شما زیبا به نظر بیاید.

چاپ سیاه و سفید: حتما لوگوی خود را به صورت سیاه و سفید چاپ کنید و بررسی کنید آیا مفهوم و هویت کسب وکار شما را می رساند و قابل تشخیص است یا خیر.

افقی بودن: خط دید انسان افقی است. لوگوهای عمودی تاثیرگذاری کمتری دارند، همچنین استفاده از آن ها برای استفاده در سربرگ یا تبلیغ سخت و دردسر ساز است.

اجزای یک لوگو چیست؟

اکنون که می دانید لوگو چیست و چه کاری انجام می دهد، بیایید ببینیم آنها از چه چیزی ساخته شده اند. در ادامه برخی از عناصر رایج در انواع لوگو را معرفی می کنیم:

رنگ لوگو

رنگ‌ها مفهومی بسیار فراتر از جذابیت‌ و زیبایی هستند. رنگ لوگو پیام‌رسان اصلی برند شما است. رنگ ها به مخاطب شما می گویند که برند شما شوخ طبع یا جدی، خلاق، لوکس، پیشرفته، جاودانه و یا هر صفت دیگری است که میخواهید القا کنید.

تصویر

بیشتر افراد زمانی که میخواهند بگویند لوگو چیست، آن را یک تصویر می دانند. تصویر لوگو می‌تواند یک پیکان ساده یا مفهوم پیچیده انتزاعی باشد. تصویر باید نشان دهنده چیزی باشد که می فروشید یا ارزشی که برای آن تلاش می کنید. برای تصویر لوگو باید از چیزی استفاده کنید که واضح و مقیاس پذیر به نظر برسد.

به طور مثال، شرکت اپل از یک سیب گاز گرفته به عنوان لوگوی خود استفاده می‌کند. سیب گاز گرفته توضیحی نمی‌دهد که این شرکت چه کاری انجام می‌دهد، اما متمایز و قابل تشخیص است.

تایپوگرافی

تایپوگرافی لوگو به معنای طراحی و انتخاب نوع‌های حروف و قلم‌های متناسب با لوگوی یک شرکت، برند یا سازمان است. در واقع، تایپوگرافی لوگو شامل انتخاب نوع حروف، اندازه، فاصله‌بین حروف و رنگ‌های استفاده شده در نام و لوگوی شرکت می‌شود. هدف اصلی تایپوگرافی لوگو، ایجاد یک هویت بصری قوی و یکنواخت برای شرکت است که به شناسایی آسان و سریع آن کمک می کند و درک بهتر از محصولات و خدمات ارائه شده توسط شرکت را نیز بهبود می بخشد.

شعار یا تگ لاین

شعار لوگو چیست؟ شعار که در زیر یک لوگو قرار می گیرد، معمولاً شامل یک جمله یا عبارت جذاب است که برای جلب مخاطب شما، یا روشن کردن آنچه کسب و کار شما انجام می دهد، طراحی شده است. لزوماً نیازی نیست که لوگوها با یک شعار همراه شوند، اما اگر تصویر لوگوی شما به تنهایی نمی تواند مفهوم دقیق کار شما را منتقل کند، بهتر است از شعار استفاده شود.

پیشینه ی طراحی لوگو چیست؟

پیش از اینکه به طراحی لوگو

 چیست برسیم لازم است تا اندازه ای با پیشینه ی لوگو یا آرم آشنا شده و ببینیم اصلا لوگو چگونه به وجود آمده و چگونه از آن استفاده می شده. می توان اینطور گفت که تاریخچه ی لوگو به زمانی برمی گردد که انسان های نخستین با حکاکی کردن بر روی سنگ ها و نیز نقاشی کردن روی آنها سعی بر رساندن مقصود و مفهوم خود به دیگران داشتند. خود واژه ی آرم از زبان یونانی گرفته شده و به زبان ما وارد شده است. انواع مختلف آرم ها و لوگوها را می توان روی سکه های قدیمی به جا مانده از آن دوره ها، نشان هایی که رو حیوانات وجود داشتند و فیره می توان دید. امروزه نیز می توان گفت عموم کسب و کارها برای خود لوگوی منحصر بفرد دارد که به نوعی معرف آنها محسوب می شود.

جالب است بدانید که برخی از شرکت های مطرح در دنیا گاها اقدام به طراحی دوباره ی لوگوی خود می کنند یا تغییراتی روی آن اعمال می کنند که این امر کمک می کند تا کار آنها بهتر دیده شده و دوباره به چشم بیایند. این تغییرات می توانند عوض کردن نوع فونت، اندازه ی لوگو، رنگ آن و یا تغییر کلی در شکل لوگو باشد و یا اینکه دوباره لوگو را طراحی کنند و لوگوی جدیدی به بازار ارائه کنند.