

چگونه لوگو طراحی کنیم؟

لوگوی هر کسب و کار، برند، اعتبار، نما، وجهه و نخستین نشانه و تیری است که به منظور ربودن توجه مخاطب، از سوی سازمان بر ذهن او وارد می شود. پس در می یابیم که طراحی آن از اهمیت ویژه ای برخوردار است و تا میزان زیادی می تواند بر رونق یا رکود سازمان و کسب و کار موثر باشد. به همین دلیل نگارنده بر آن شد تا در این یادداشت، به نکته ها و رویکرد های مهم در طراحی و ابداع لوگو بپردازد.



• لوگو سفارشی باشد

بهتر است لوگوی شما سفارشی و بیان گر آرمان، شعار و فعالیت سازمان باشد. به همین دلیل پیشنهاد می شود که برای طراحی لوگو، به اندازه ی کافی زمان و هزینه صرف کنید و اطمینان داشته باشید که کار را به طراحی برجسته و کاربلد سپرده اید. استفاده از طرح های آماده و مرسوم به هیچ وجه پیشنهاد نمی شود. این طرح ها تنها وجهه و اعتبار سازمان را به پرسش می کشند و تصویر مخدوشی از سازمان در ذهن مخاطب ایجاد می کنند.



• لوگو باید چشم را جذب کند و به دنبال خود باشد

فراموش نکنید که لوگو ابزاری تصویری است. لوگو بنا دارد از راه «چشم» پیام خود را بر ذهن مخاطب حک کند. پس هنگام طراحی، فقط و فقط بر عنصر های دیداری و تصویری تمرکز و اصرار داشته باشید.

• متن ممنوع

همان گونه که در یکی از مقاله های پیشین یاد شد، یک تصویر با هزار کلمه برابری می کند. از سویی دیگر در مورد پیشین دانستیم که لوگو ابزاری دیداری و بر چشم اثر گذار است. پس تا حد امکان از به کار بردن متن، نوشته، شعار و هر عنصری غیر دیداری، به جد چشم پوشی کنید. لوگو باید بتواند در تصویر، همه ی دغدغه های سازمان را فریاد بزند.



• تکامل فراموش نشود

لوگو باید با زمانه حرکت کند و همواره به روز شود. گرچه این تکامل بسته به لوگو می تواند متفاوت باشد و در بازه های زمانی مشخصی انجام شود. با این حال، بهتر است که سازمان بسته به نیاز روز، تغییر های اجتماعی و دیگر عامل های اثر گذار، هر از گاهی تغییری هر چند اندک در لوگو ایجاد و آن را اصلاح کند. مک دونالد، اپل، گوگل، یاهو و بسیاری دیگر از کسب و کارها، در گذر زمان لوگو و هویت بصری خود را تغییر داده اند و آن را به نقطه ی ثبات امروزی رسانده اند.

• فردایی هم در کار است

این مورد، ادامه و دنباله ی مورد پیشین است. نظر به این که گذر زمان دگرگونی های گسترده و تعیین کننده ای در جامعه و البته کسب و کار شما ایجاد می کند، به همین دلیل پیشنهاد می شود که در ابداع طرح نخست لوگو، آینده را در نظر داشته باشید و طراحی ابداع کنید که در آینده بتواند بدون ایجاد دگرگونی های اساسی، آن را تغییر داد و با نیاز روز منطبق ساخت.

• رنگ ها

رنگ ها از عنصر های خاموش ولی به شدت معنا دار هستند که نقش حیاتی در لوگو دارند.

• لوگو صورت سازمان

به موهبت تکنولوژی، اینترنت و رسانه های اجتماعی، امروز می بینیم که لوگو افزون بر کارکرد های پیشین خود، حضور بر روی کاور کالا، بسته بندی، جلد و حک شدن روی کالا، کارکرد دیگری هم پیدا کرده است که نگارنده به آن «صورت سازمان» می گوید.



creative logo

گفت و گویی ندارد که هیچ سازمانی از حضور و فعالیت در رسانه های اجتماعی بی نیاز نیست و نیک می دانیم که شرط نخست برای حضور در این مادیوم، ایجاد پروفایل و گام نخست پس از ایجاد پروفایل، گزینش تصویری مناسب برای عکس پروفایل است که البته لوگوی سازمان در این مورد به کار می رود. پس لوگوی سازمان نه تنها در فضای بیرونی، که در فضای دیجیتال نیز نخستین، گیرا ترین و نافذ ترین عنصری است که دیدگان مخاطب و مشتری را می رباید.

طراحی لوگو این نیست و روشن است که برای پرداختن بیشتر به این مهم، باید به طراح و متخصص های این زمینه رو کرد.

