Aké sú zásady uplatňované pri tvorbe loga spoločnosti? :)

Tvorba loga nie je len o obrázku a slogane v záhlaví webovej stránky, ale najmä o budovaní značky a firemnej identity. Logo prezentuje zameranie, ciele a dôveryhodnosť firmy. Pri jeho tvorbe platí niekoľko zásad...

Logo (logotyp) je súčasťou komunikácie firmy smerom k zákazníkom a obchodným partnerom. A to nielen online – pri návrhu loga sa musí zohľadňovať aj jeho možné použitie na tlačených materiáloch, razítkach, darčekových predmetoch, firemných vozidlách, billboardoch a iných podkladoch. Súčasťou vypracovania loga by preto mal byť kompletný grafický manuál s návrhom rôznych variánt loga a ďalších prvkov tzv. corporate identity.

Kvalitné logo je výsledkom spolupráce skúseného grafika, typografa a marketéra. Pri jeho návrhu sa musí presne identifikovať cieľová zákaznícka skupina, ktorú sa snažíme logom osloviť. Logo finančnej skupiny by malo prezentovať úplne iné hodnoty ako logo eshopu s tričkami pre teenagerov, alebo logo súkromného domova dôchodcov.

Nepoužívanie alebo podcenenie loga výrazne oslabuje budovanie značky a reputácie medzi zákazníkmi. Nechať si navrhnúť logo za pár eur študentovi alebo amatérovi je preto z pohľadu podnikateľa doslova nezodpovednosť. Úspešné logá známych značiek síce vyzerajú veľmi jednoducho, je však za nimi mnoho tvrdej práce a invencie skúsených odborníkov.

TIP: pozrite si, ako sa v priebehu rokov vyvíjali logá značiek Coca-Cola alebo Microsoft.

Textové logo

Textové logo je zdanlivo najjednoduchšie. Vyžaduje si však premyslenú prácu s fontami a unikátny, ľahko zapamätovateľný názov firmy. Ako obohatenie sa niekedy pridávajú jednoduché grafické prvky (lemovanie, čiary, ...). Textové logo môže byť dobrým riešením, ak má názov firmy „dobrý zvuk“. Príkladom je logo spoločnosti SONY alebo ich produktu, notebooku Vaio.

Znakové logo

Typickou ukážkou znakového (obrázkového) loga je svetoznáme logo Apple, ktoré sa stalo symbolom kreativity a inovatívnosti prezentovanej spoločnosťou Apple a jej produktami. Obrázkové logo bez akejkoľvek textovej informácie však nie je vhodné pre začínajúce firmy bez unikátneho produktu a s obmedzeným rozpočtom na marketing.

Kombinované logo

V absolútnej väčšine prípadov je najlepším riešením kombinované logo obsahujúce textovú informáciu (názov firmy a prípadne slogan) plus grafický symbol významným spôsobom dotvárajúci vzhľad loga. Kombinácia farieb, textu a grafickej značky umožňuje vytvoriť ľahko zapamätovateľné logo s jasným marketingovým posolstvom.

Niekoľko tipov pre tvorbu a posudzovanie návrhu loga:

- uprednostnite jednoduchý motív loga s prehľadnými líniami,
- vyhnite sa použitiu neštandardných farebných odtieňov a nezvyčajných fontov,
- menej je viac – to platí aj pre počet farieb použitých v logu,
- najlepšie logá svetových top značiek sú často minimalistické a abstraktné,
- počítajte s tým, že logo sa bude používať v malých aj veľkých formátoch (od vizitky až po billboard),
- dobré logo vyžaduje dobrý nápad (napríklad monochromatické logo s využitím viacerých odtieňov tej istej farby, logo neformálne „kreslené rukou“, symbol vytvorený z prvého písmena loga, využitie negatívneho priestoru),
- nezabudnite, že okolo loga musí byť vždy zachovaný dostatočný prázdny priestor,
- inšpirujte sa logami spoločnosti Twitter ale **nechajte si navrhnúť logo odborníkmi** (vo viacerých farebných variantoch – jednu s priehľadným pozadím a ďalšie špeciálne pre použitie na svetlom a tmavom podklade).

Zdroje

Prevzaté a upravené z:

- **http://www.lemonwebsites.sk/zasady-tvorby-loga.**

Copyright © 2013 - 2026 Encyklopédia poznania