

# ИНФОСОНИ

---

1 минута назад

## Обрезайте жир: в чем не нуждается ваш логотип



Советы по дизайну«Вернуться к коллекции идей

Обрезайте жир: в чем не нуждается ваш логотип

Как вы решаете, как должен выглядеть логотип? Основано ли оно на том, что популярно или модно? По профессии или отрасли? Логотипы - одна из самых неотъемлемых частей вашего бренда, и создание правильного логотипа, который выдержит испытание временем, может оказаться сложной задачей.

При разработке отличного логотипа нужно помнить о многом, например о шрифтах, цветах и о том, как он будет выглядеть при печати. Имея все, о чем следует подумать при разработке отличного логотипа, попробуйте взглянуть на него под другим углом. Подумайте, что логотипу не нужно.

Рука с визитной карточкой

Логотип не обязательно должен передавать, чем занимается или чем занимается бизнес. Хотя это, безусловно, работает в некоторых обстоятельствах, логотипы способны придать бренду значение и удерживать его в центре внимания без непосредственной связи с продуктом бренда. Соответствие логотипа продукту или бизнесу может быть уникальным и разным, что только добавит интриги, интереса и вовлеченности.

Подумайте о таком бренде, как Nike и их логотипе. С помощью простой изогнутой линии эта маленькая галочка представляет движение и скорость, которые являются синонимами атлетизма. Это то, что означает Nike. Бренд настолько популярен с этим логотипом, что на самом деле нет необходимости даже в том, чтобы ярлык «Nike» нигде был виден - вы видите галочку, вы знаете, что это Nike. Nike не нужна обувь в качестве логотипа, чтобы общаться с потенциальными покупателями. Здесь галочка не менее актуальна.

Хотя Nike использует символ для своего логотипа, ваш логотип не нуждается в символе. Наличие только символа для дизайна логотипа не всегда служит своей цели, и иногда логотип с надписью подходит гораздо лучше. Некоторые примеры популярных логотипов словесных знаков включают eBay, Coca-Cola и Disney.

логотипы с надписью: eBay

Возможно, вы захотите рассмотреть свои предпочтения в отношении словесного или символического логотипа. Один потенциально может связать аудиторию с брендом лучше, чем другой. Опять же, подумайте о том, как будет выглядеть логотип при печати на рубашках, открытках и других предметах, чтобы убедиться, что смысл и смысл сообщения понятны.

## Пример логотипа Мэнди Ли

Самое главное, что правильно спланированный дизайн логотипа является ключевым. Определите, как лучше всего связать аудиторию с брендом, и помните, что то, что это актуально, не означает, что это лучший способ. Чтобы сообщить о бренде через логотип, подумайте: требуется ли словесный знак? Нужен ли символ? Вы также можете интегрировать тег, но логотип обычно работает лучше всего, когда он может стоять сам по себе. Создание логотипа, который будет не только выделяться, но и адаптироваться к своему окружению, имеет огромное значение для того, чтобы потребители узнали бренд.

Потратив время на то, чтобы подумать о том, что вашему логотипу не нужно, вы сможете адаптировать его к потребностям аудитории и бренда. Это поможет вам превзойти своих конкурентов, сэкономив в конечном итоге время и деньги.

Ссылка на статью: [Обрезайте жир: в чем не нуждается ваш логотип](#)