

# Λογότυπο

Το λογότυπο είναι η καρδιά της Εταιρικής Ταυτότητας. Πρέπει να κάνει καλή πρώτη και με διάρκεια εντύπωση. Ο σκοπός του είναι να δημιουργήσει μια αξιοσημείωτη, αναγνωρίσιμη εντύπωση στο μυαλό του πιθανού πελάτη. Όταν σχεδιάζετε το λογότυπό σας πρέπει να έχετε στο μυαλό σας τα εξής:

- Επιλέξτε ένα λογότυπο το οποίο μπορεί να σταθεί αναξάρτητα σε ποιό πλαίσιο το χρησιμοποιήσετε.
- Μην φορτώνετε το λογότυπό σας με πολλές και μικρές λεπτομέρειες.
- Επιλέξτε ένα λογότυπο που τυπώνεται ωραία τόσο έγχρωμο όσο και ασπρόμαυρο.
- Επιλέξτε ένα λογότυπο που μπορεί εύκολα να γίνει ανάγλυφο.
- Επιλέξτε ένα λογότυπο που είναι απλό και χαρακτηριστικό ακόμα και με μία ματιά.
- Αποφύγετε ένα λογότυπο με περίτεχνα γράμματα που ανταγωνίζεται άλλα γραφικά στοιχεία.
- Αποφύγετε γραμμές και σχήματα χωρίς νόημα.

## Είδη λογοτύπων

Υπάρχουν τρία βασικά είδη λογοτύπων, που μπορούν να χρησιμοποιηθούν μόνα τους ή σε συνδυασμό με ένα σχέδιο:

- **Επεξηγηματικά λογότυπα:** Ένα λογότυπο που επεξηγεί σαφώς τη δραστηριότητα της επιχείρησης.
- **Γραφικά λογότυπα:** Ένα λογότυπο που περιλαμβάνει έναν αφαιρετικό γραφικό σχετικό με τη δραστηριότητα της επιχείρησης.
- **Λογότυπα βασισμένα στο γράμμα:** Μια μικρή επέμβαση στη γραμματοσειρά έτσι ώστε να αποδωθεί το χαρακτηριστικό στοιχείο της εταιρείας. Ο χειρισμός της τυπογραφίας είναι μια στρατηγική που χρησιμοποιείται επιτυχώς από τις μεγάλες επιχειρήσεις.

## Η σχεδίαση ενός λογότυπου

Η σχεδίαση ενός λογότυπου είναι μια διαδικασία, αν και πολλοί σχεδιαστές έχουν τον δικό τους τρόπο.

Πολλοί σχεδιαστές θα ξεκινήσουν κάνοντας διάφορα σκίτσα ή συνδυάζοντας διάφορα σχήματα στην οθόνη του υπολογιστή μέχρι να βρουν κάτι που

θα τους τραβήξει το ενδιαφέρον για να αποκτήσουν μια βάση.

Ενας άλλος τρόπος είναι να επιλέξουν ένα σχήμα που αντιπροσωπεύει το ύφος της εταιρείας και να χρησιμοποιήσουν αυτό σαν βάση.

Η ιδέα είναι να βγεί κάτι ενδιαφέρον, έξυπνο, μια άποψη διαφορετική, ή ένας ασυνήθιστος συνδυασμός μορφών. Ίσως να είναι κάτι που θα απαιτήσει κάποια εικασία από τον θεατή, αλλά είναι ξεκάθαρο όταν το βλέπουν από άλλη οπτική γωνία.

Αρκετοί σχεδιαστές προτιμούν να δημιουργούν λογότυπα εξ' ολοκλήρου από κείμενο. Πειραματίζονται με γράμματα, μεγέθη και σχήματα και βρίσκουν πολύ ενδιαφέρον τρόπους να αντιπροσωπεύσουν την εταιρεία χρησιμοποιώντας τις φόρμες των γραμμάτων. Η απλότητα είναι εξαιρετικά σημαντική γι' αυτό να αποφεύγετε τις διακοσμητικές και φορτωμένες γραμματοσειρές. Το λογότυπο θα πρέπει να είναι ευανάγνωστο σε όλα τα μεγέθη μόνο του ή σε συνδυασμό με άλλα γραφικά στοιχεία.

Ενα λογότυπο θα πρέπει να είναι απλό και όλα τα στοιχεία του να είναι ευανάγνωστα σε όλες τις διαστάσεις. Είναι σημαντικό το λογότυπο να φαίνεται το ίδιο καλά σε μια μεγάλη γκάμα διαστάσεων.

Ενα επιτυχημένο λογότυπο πρέπει να λειτουργεί και στην πιο απλή μορφή του. Κυκλοφορούν πολλά λογότυπα στην αγορά που περιέχουν τρισδιάστατα στοιχεία, ντεγκραντέ και πολλά άλλα οπτικά εφέ. Εάν το λογότυπο δεν μπορεί να αποδοθεί το ίδιο καλά και με ένα χρώμα ώστε να χρησιμοποιηθεί σε φάξ, φωτοτυπίες και άλλα έντυπα τότε η λειτουργικότητά του είναι αποτυχημένη. Οσο εντυπωσιακά και αν είναι όλα αυτά τα οπτικά εφέ, είναι απαραίτητο πριν την τελική επιλογή να ληφθεί σοβαρά υπόψη η λειτουργικότητα του λογότυπου ως προς τις πιο πάνω εφαρμογές.

Η σχεδίαση του λογότυπου είναι μόνο ένα μικρό μέρος της δουλειάς. Το μεγαλύτερο μέρος είναι η έρευνα (ποιοί είναι οι ανταγωνιστές, που θα παρουσιαστεί το λογότυπο ποιός είναι ο στόχος του), και η εφαρμογή του λογότυπου σε όλες τις πιθανές μορφές του (ασπρόμαυρο, έγχρωμο, στο διαδύκτιο, φαξ, επιστολόχαρτα, φακέλους, εταιρικές κάρτες, φόρμες κλπ). Για τις μεγάλες εταιρείες το λογότυπο είναι μέρος ενός πολύ μεγαλύτερου συστήματος εταιρικής ταυτότητας που περιλαμβάνει έναν οδηγό (brand book) με όλες τις απαραίτητες οδηγίες σχετικά με το πως θα εφαρμόζεται το λογότυπο σε κάθε περίπτωση (καταχωρήσεις, διαφημιστικά έντυπα, websites κλπ) και με όλους τους δυνατούς συνδυασμούς.