

به نام خدا



تیم طراحی گل‌بهارمون تقدیم میکند

طراحی اختصاصی لوگو

انواع سبک لوگو:

1. مونوگرام
2. تایپوگرافی
3. تصویری
4. مسکات
5. ترکیبی
6. امبلم
7. مینیمال
8. کلاسیک
9. فونت معمولی
10. انتزاعی

1. لوگو مونوگرام:

مونوگرام معمولا می تواند شامل حرف اول یا چند حرف اول و یا خلاصه حروف اسم تجاری یک شرکت باشد که به صورت یک علامت اختصاری طراحی می شود. اصل سادگی در طراحی لوگو مونوگرام، بسیار بسیار مهم و قابل توجه است.

کاربرد لوگو مونوگرام : اگر نام برندتان طولانی است، اگر بیزینستان بین‌المللی است، اگر تمایل ندارید از نماد و مفاهیم انتزاعی در لوگوی خود استفاده کنید، اگر نامتان به صورت طبیعی می‌تواند مخفف شود، در تک تک این موارد لوگوی مونوگرام می‌تواند انتخاب خوبی برای معرفی بیزینس شما باشد.

البته انتخاب این نوع لوگو برای بیزینس‌هایی که تازه راه‌اندازی شده‌اند و مردم هنوز آنها را نمی‌شناسند توصیه نمی‌شود.



2. لوگو تایپو گرافی:

این لوگو عمدتاً بر پایه فونت‌ها طراحی می‌شود اما بسیاری نیز آن را به صورت دستی و دور از چارچوب فونت‌های آماده طراحی می‌کنند که این روش امروزه مخصوصاً در کشورمان ایران بسیار رونق یافته.

در طراحی لوگو تایپوگرافی، عمدتاً تمرکز طراح بر روی نام کامل تجاری یک شرکت است.

کاربرد لوگو تایپ و گرافی: لوگوهای نوشتاری برای برندهایی که نامشان کوتاه است می‌تواند مناسب باشد. از سوی دیگر اگر نام برندتان را به تنهایی آنقدر جذاب می‌بینید که بتواند توجه مخاطب را به خود جلب کند، تایپوگرام گزینه‌ی مناسبی برای شماست.



سن ایچ



طبیعت

3. لوگو تصویری :

سبکی که بیشتر شامل آیکون ها و یا شمایل گرافیکی است. این نوع لوگو ها انتخاب های بیشتری را در طراحی به کارفرما و طراح در جهت مفهوم سازی و زیباسازی لوگو می دهد. همواره تصاویر ابتدایی ترین و سریع ترین راه انتقال مفهوم از گذشته دور تا امروز بوده اند. پس تاثیر و ماندگاری لوگو تصویری بر روی ذهن مخاطب امری بدیهی و مسلم است.

کاربرد لوگو تصویری : معمولا برندهای بزرگ، شناخته شده و توسعه یافته از چنین لوگویی برای معرفی خود استفاده می کنند و استفاده از تنها یک تصویر برای معرفی بیزینسی نوپا شاید چندان تأثیرگذار نباشد.



4. لوگو مسکات :

مسکات یک شخصیت است. شخصیتی که قرار است بیانگر و نشان دهنده کسب و کار شما باشد.

این شخصیت می تواند شامل انسان، حیوان و حتی اشیا نیز باشد. بسایر مناسب طراحی لوگو برای شرکت هایی است که به دنبال ایجاد یک فضای سالم برپایه کودکان و خانواده هستند.

کاربرد لوگوی مسکات: استفاده از لوگوی مسکات به برندهایی که بازار هدفشان کودکان و یا خانواده‌ها هستند پیشنهاد می‌شود.

لوگوی مسکات شاید به دلیل کارتونی بودنش از دید برخی جدی به نظر نرسد پس اگر این موضوع برای شما اهمیت دارد بهتر است قید

استفاده از این سبک لوگو را بزنید.



5. لوگو ترکیبی :

این لوگوها شامل تصویر و نوشته هستند که با هم تلفیق شده‌اند، روی هم یا در کنار هم قرار گرفته‌اند .

کاربرد لوگو ترکیبی : لوگوهای ترکیبی می‌توانند برای بیزینس‌هایی که در ابتدای راهشان هستند و قصد محکم کردن جای پای خود را دارند مناسب باشد. با عناصر مختلفی که در این نوع از لوگو پیش رویتان است (اعم از عناصر تصویری و عناصر نوشتاری) دستتان برای معرفی برندتان بازتر است .



6. لوگو امبلم :

لوگوهای امبلم اگرچه قدمتی دیرینه دارد اما هنوز مورد توجه قرار می‌گیرد. عناصر سازنده این نوع لوگو شامل شکل و متن درون آن است.

این سبک از طراحی در طراحی لوگو، تصاویر و شمای فانتزی زیبایی را برای کسب و کار شما خلق می‌کند. لوگوهای امبلم به دلیل چشم نوازی و خاص بودنشان تاثیر قابل توجهی را روی مخاطب دارند.

کاربرد لوگو امبلم : اگر جزو دسته افرادی هستید که ریشه‌ای تاریخی برای برندتان دارید و می‌خواهید حتی در لوگویتان نیز به آن پایبند بمانید و روی آن تأکید کنید، لوگوی امبلم گزینه‌ی مناسبی برای شماست .



7. لوگو مینیمال :

امروزه طراحی مینیمال به عنوان یک روش برای پیاده سازی لوگو نیز شناخته می شود. در طراحی مینیمال سعی بر این است که با حداقل ترین و ساده ترین شکل ممکن، یک لوگو متناسب و زیبا برای یک کسب و کار طراحی شود.

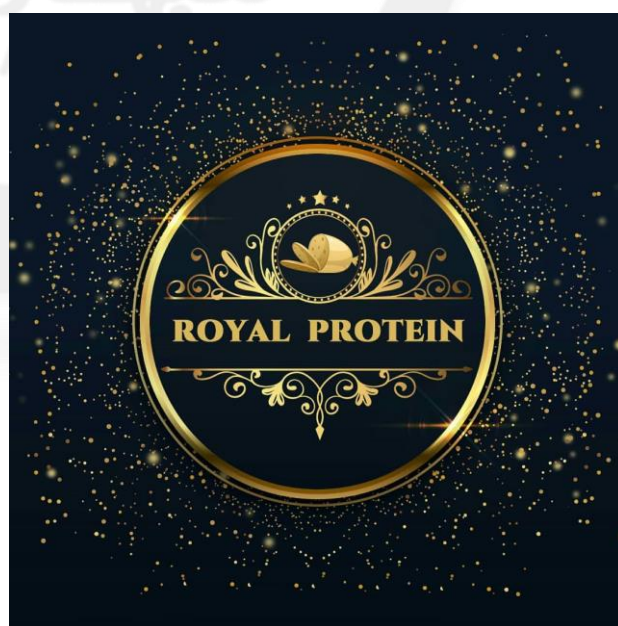
کاربرد لوگو مینیمال : لوگوهای مینیمال از هرگونه عنصر اضافی فراری هستند. معمولا برندهای بزرگ، شناخته شده و مدرن یا بیزینس هایی که در حوزه هنری فعالیت دارند سعی می کنند با چنین لوگوی هنرمندانه و ساده ای خود را معرفی کنند.



8. لوگو کلاسیک :

در این نوع لوگو از فونت‌های مختلف، تصاویر و نمادها برای معرفی برند استفاده می‌کنند. همانطور که می‌دانید سادگی از ویژگی‌های یک لوگوی موفق است اما لوگوی کلاسیک در ظاهر بسیار شلوغ و درهم به نظر می‌رسد.

کاربرد لوگو کلاسیک : این سبک لوگو در گذشته بسیار مورد توجه مدیران شرکت‌ها و سازمان‌ها قرار می‌گرفت. از آنجایی که لوگوی کلاسیک از عناصر مختلفی استفاده می‌کند و شلوغ به نظر می‌رسد در سایز کوچک، وضوح و کیفیت لازم را ندارد.



9. لوگو فونت معمولی :

این سبک از لوگو معمولا پایین ترین هزینه را در بین لوگو های دیگه شامل میشود که برگرفته شده از فونت معمولی کامپیوتر است.

که معمولا از فونت های فانتزی و دست نویس استفاده میشود.

کاربرد لوگو فونت معمولی : معمولا این سبک لوگو انتخاب اول

کسب و کار هایی است که برای شروع کار خود سرمایه آنچنانی ندارند و صرفا بدنبال یک نماد برای کار خود هستند.

AHMADI

GOLBAHAREMOON

ایران رادیاتور

زبان ایرانوس

10. لوگو انتزاعی :

تصویر به کار رفته در لوگوی انتزاعی، تصویری عینی نیست. در نتیجه شاید مخاطب با نگاه اول متوجه مفهوم نشود. در این نوع از لوگوها می‌توان از هر شکل هندسی استفاده کرد .

از مزیت‌های استفاده از لوگوی انتزاعی این است که چنین طرحی، مخاطب را تنها به یک تصویر محدود نمی‌کند و برخلاف دیگر لوگوها که روی مفهوم خاصی تمرکز می‌کنند، دست مخاطب را برای برداشت از مفاهیم باز می‌گذارد .

کاربرد لوگو انتزاعی : لوگوهای انتزاعی برای برندهایی که قصد دارند با روشی خلاقانه دست مخاطب را برای برداشت از مفاهیم پشت برنشان باز بگذارند کاربردی است .

