

Что такое логотип и почему он необходим.

Логотип — это самый важный элемент корпоративного имиджа компании.

Первое упоминание о логотипе появилось в начале XIX века, но назывался он в то время «лигатурой», что обозначало знак или символ, объединяющий две или более буквы.

Появление логотипа стало необходимостью из-за роста конкуренции в связи с увеличением производства. Товаров в одной отрасли стало производится много, и возникла проблема их отличия от других производителей, то есть индентификации продукции.

В XX веке под термином «логотип» стало подразумеваться уже стилизованное и оригинальное шрифтовое исполнение или знак (символ), описывающий товар или отрасль фирмы. В настоящее время «логотип» приобрел два значения: первое, что логотип — это только шрифтовое написание название фирмы или товара, второе — это и шрифтовое начертание и графическая часть (эмблема или знак) организации.

Исходя из этого, можно сказать, что логотип — это представление в шрифтовом и/или графическом виде сущности деятельности и идеи компании.

Главная цель создания логотипа — это привлечение и удержания внимания потенциального клиента. В последствии он будет отвечать за повторную узнаваемость продукта и компании. Без него нельзя создать бренд. Плохо сделанный, не запоминающийся логотип создает невнятное и даже отрицательное представление о вашей компании, а профессионально созданный — получает дополнительный ряд преимуществ.

Иногда на раннем этапе развития компании не обязательно иметь фирменные конверты или бланки, но следует обратить особое внимание на логотип, так как именно он представляет компанию с первого дня.

Основные составляющие логотипа:

- Уникальность
- Простота
- Долговечность
- Запоминаемость
- Узнаваемость
- Ассоциативность
- Привлекательность
- Цвет

В уникальности и узнаваемости кроется не только элемент отличия фирмы на рынке, но и авторского права на товарные знаки и логотипы. Поэтому никогда не используйте чужих логотипов. Это уберезет вас от штрафных санкций. Профессионально разработанный логотип вашей компании может стать в восприятии потребителя гарантией качества. Что будет способствовать росту репутации вашей фирмы на рынке и росту продаж.

---

Ключевые элементы фирменного стиля

Фирменный стиль — это один из самых главных рекламных и маркетинговых

инструментов каждой ныне существующей компании, фирмы или организации. С его помощью можно выделиться на фоне большого числа конкурентов, увеличить узнаваемость вас и вашего продукта. Хороший, качественный фирменный стиль уже сам по себе косвенно указывает на надежность компании, вызывает чувство доверия и лояльности у конечного пользователя к поданному товарному знаку. Так что нужно сделать его максимально качественным.

Используя компоненты фирменного стиля, можно задавать свой собственный фирменный стиль практически во всем, что так или иначе имеет отношение к деятельности фирмы.

Носителями фирменного стиля могут выступать:

Сделать ссылки

1. Атрибуты деятельности фирмы:

- визитная карточка;
- фирменный бланк письма;
- фирменный конверт;
- печать фирмы;
- ценник, ярлык.

2. Различные формы рекламы и продвижения:

- реклама в прессе;
- радио- и телереклама;
- выставочный стенд;
- реклама на транспорте;
- наружная реклама;
- информационный лист;
- буклет;
- календарь;
- плакат;

3. Средства визуальной идентификации:

- значок, нашивка;
- одежда сотрудников;
- вывеска;
- табличка на дверях.

4. Архитектурная среда компании:

- особенности дизайна интерьера;
- оформление фасада здания, входных групп;
- ландшафтный дизайн и т.п.