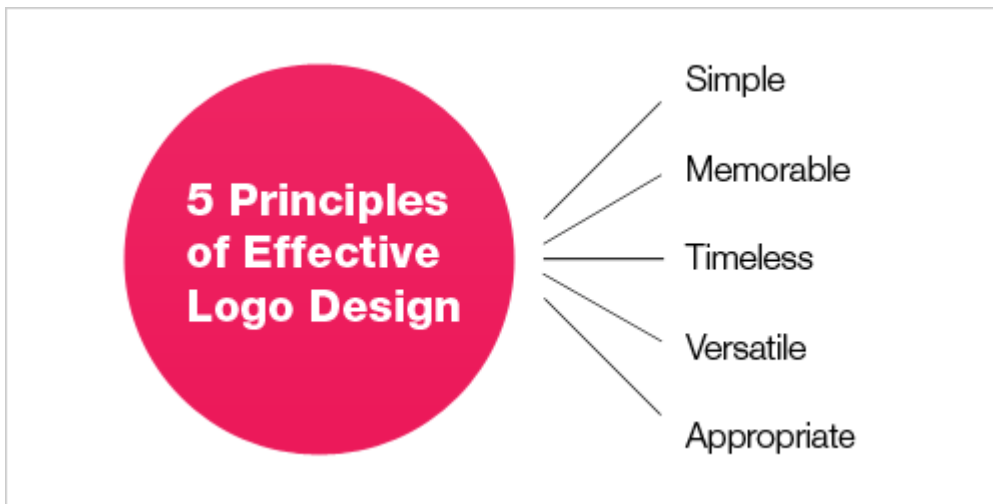


¿Qué hace que un buen logotipo?



Un buen logotipo es distintivo, apropiadas, prácticas, gráfico, simple en su forma y transmite un mensaje deseado.

Hay cinco principios que debe seguir para asegurarse de que esto es así ...

Un logotipo eficaz es (en ningún orden en particular):

1. Simple
2. Memorable
3. Sin tiempo
4. Versátil
5. Apropiado

1. Simple Metro de Londres Logo



Un diseño de logotipo sencillo permite un fácil reconocimiento y permite que el logo sea versátil y memorable. Buenas logotipos cuentan algo único sin ser descubierto.

Mientras que en la universidad a mediados de los 70 de un instructor me presentó al BESO Principio de diseño; que se traduce en: Keep It Simple, Stupid. No transmitir una consideración de diseño muy importante. Logos simples son a menudo fáciles de reconocer, increíblemente memorable y el más eficaz en la transmisión de los requerimientos del cliente. Una identidad refinado y destilado también captar la atención de un espectador, trenes señalización a 70 millas por hora, en los envases en los estantes abarrotados de una tienda, o en cualquier otro vehículo utilizado para la publicidad, el marketing y la promoción. Recuerde, la base de la marca internacional enormemente eficaz para fabricante de calzado más grande del mundo es un muy simple swoosh gráfico.

~ Jeff Fisher

2. Memorable



Siguiendo de cerca el principio de simplicidad, es la de ser recordado. Un diseño eficaz logotipo debe ser memorable y esto se logra teniendo una todavía, logotipo sencillo, adecuado.

Usted puede estar interesado en ver algunos ejemplos de malos diseños de logotipo.

Para sorpresa de muchos, el tema de un logotipo es de relativamente poca importancia, e incluso la adecuación de los contenidos no siempre juegan un papel importante.

Esto no implica que la conveniencia es indeseable. Se limita a indicar que una relación de uno a uno entre un símbolo y lo que simboliza es muy a menudo imposible de alcanzar y, en determinadas condiciones, objetable. En última instancia, el único mandato en el diseño de logotipos, al parecer, es que sean distintivos, memorable, y claro.

~ Paul Rand

3. Sin tiempo (Timeless)



Un logotipo eficaz debe ser intemporal - es decir, que perdurará las edades. Será el logo todavía ser eficaz en el 10, 20, 50 años?

Dejar las tendencias a la industria de la moda - Las tendencias vienen y van, y cuando se está hablando de cambiar un par de jeans, o la compra de un vestido nuevo, eso está bien, pero cuando se trata de su identidad de marca, la longevidad es la clave. No siga el paquete. Destacar.

~ David Airey

Probablemente el mejor ejemplo de un logotipo atemporal es el logotipo de Coca-Cola ... si se compara con el logotipo de Pepsi a continuación, se puede ver qué tan efectiva creación de un logotipo intemporal puede ser. Observe cómo el logotipo de Coca Cola apenas ha cambiado desde 1885? Es un diseño atemporal.

Actualización: 08/08/09 - Underconsideration ha publicado un calendario actualizado del logo de Pepsi vs Coca-Cola. Gracias por la punta de Jon.



4. Versátil (versatile)



Un logotipo eficaz debe ser capaz de trabajar a través de una variedad de medios y aplicaciones. El logotipo debe ser funcional. Por esta razón, un logotipo debe ser diseñado en formato vectorial, para asegurarse de que se puede escalar a cualquier tamaño. El logotipo debe ser capaz de trabajar tanto en formatos horizontales y verticales.

Pregúntate a ti mismo; es un logo siendo eficaz si:

Impreso en un color?

Impreso en el algo del tamaño de un sello de correos?

Impreso en algo tan grande como una valla publicitaria?

Impreso en sentido inverso (es decir. La luz logotipo sobre fondo oscuro)

Una forma de evitar la creación de un logotipo versátil es comenzar a diseñar en blanco y negro solamente. Esto permite que se centran en el concepto y la forma, en lugar de la naturaleza subjetiva del color. Hay que recordar también los costes de impresión - los colores más utilizados, el más caro será para el negocio en el largo plazo.

Me gusta trabajar primero en blanco y negro para asegurarse de que el logotipo se verá bien en su forma más simple. El color es muy subjetiva y emocional. Esto puede distraer del diseño general - por ejemplo, si usted vio a su logotipo en todo rojo, que el color puede ser la primera cosa que usted responda a, y no la composición de los elementos de diseño. Ni siquiera voy a considerar la presentación de sugerencias de colores para un cliente para su revisión hasta que se han firmado en un logotipo en blanco y negro final.

~ Patrick Winfield

También hay que familiarizarse sí mismos con el proceso de impresión comercial a fin de no entrar en problemas de impresión al final de la pista.

Aprende a conocer la diferencia entre los sistemas de color CMYK, Pantone y RGB.

En el diseño de logotipos, se recomienda el sistema de color Pantone.

5. Apropiado (appropriate)



¿Cómo se coloca el logotipo debe ser apropiado para el fin previsto. Por ejemplo, si está diseñando un logotipo para los juguetes del almacén de los niños, sería apropiado utilizar un esquema de fuente y el color infantil. Esto no sería tan apropiado para un bufete de abogados.

También es importante señalar que un logotipo que no tiene que mostrar lo que vende una empresa u ofrece como un servicio. es decir. Logotipos de coches no necesitan mostrar los coches, los logotipos de computadoras no necesitan mostrar computadoras. El logotipo de Harley Davidson no es una moto, ni el logotipo de Nokia un teléfono móvil. Un logo es puramente para su identificación.

Para mayor prueba de ello, tomar las 50 mejores marcas del mundo - el 94% de los logos no describen lo que hace la empresa.

Paul Rand también tiene algo que decir sobre este tema:

En caso de que un logotipo explicarse por sí mismo? Es sólo mediante la asociación con un producto, un servicio, una empresa o una corporación que un logotipo adquiere un significado real. Un logotipo deriva su significado y utilidad de la calidad de lo que simboliza. Si una empresa es de segunda categoría, el logotipo con el tiempo se percibe como de segunda categoría. Es temerario creer que un logotipo hará su trabajo de inmediato, ante una audiencia ha sido acondicionada adecuadamente.

~ Paul Rand

¿Quieres saber cómo diseñar un logotipo como un profesional y tener todos los recursos que necesita en un solo mensaje?

Entonces este es el mensaje para usted ... Saber diseño de logotipo profesional en tan sólo 5 pasos!

1. Aprenda Cuál Un logo es y lo que representa

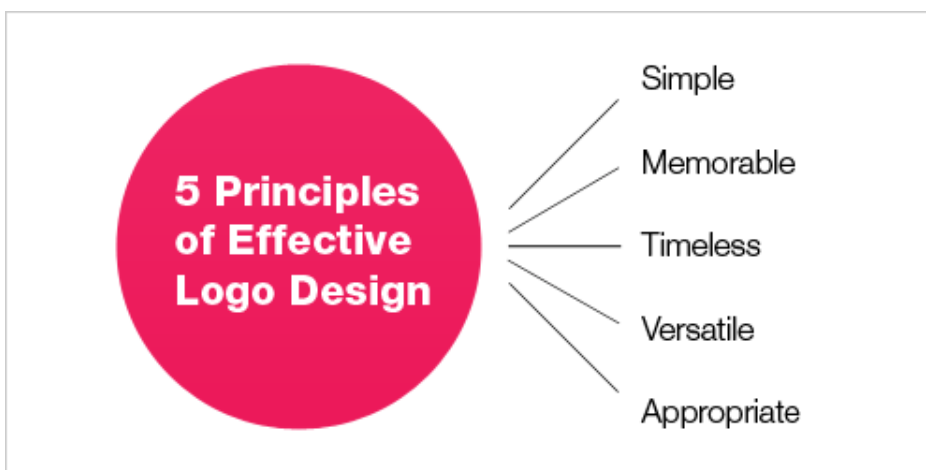


Antes de diseñar un logotipo, usted debe entender lo que es un logotipo, lo que representa y lo que se supone que debe hacer. Un logotipo no es sólo una marca - un logotipo refleja la marca comercial de un negocio a través de la utilización de la forma, las fuentes, el color y / o imágenes.

Un logo es para inspirar confianza, reconocimiento y admiración por una empresa o producto y es nuestro trabajo como diseñadores para crear un logotipo que va a hacer su trabajo.

Uno debe saber lo que es un logotipo antes de continuar.

2. Conocer los principios de diseño de logotipos Efectiva



Ahora que ya sabe lo que es un logotipo se supone que debe hacer, y lo que debe representar ahora debe aprender acerca de lo que hace un gran logo aka; las normas y principios del diseño efectivo logo básicos.

1. Un logo debe ser simple

Un diseño de logotipo sencillo permite un fácil reconocimiento y permite que el logo sea versátil y memorable. Buenas logotipos cuentan con algo inesperado o único sin ser descubierto.

2. Un logotipo debe ser memorable

Siguiendo de cerca el principio de simplicidad, es la de ser recordado. Un diseño eficaz logotipo debe ser memorable y esto se logra teniendo una todavía, logotipo sencillo, adecuado.

3. Un logotipo debe ser intemporal

Un logotipo eficaz debe ser intemporal - es decir, que resistirá la prueba del tiempo. Será el logo todavía ser eficaz en el 10, 20, 50 años?

4. Un logotipo debe ser versátil

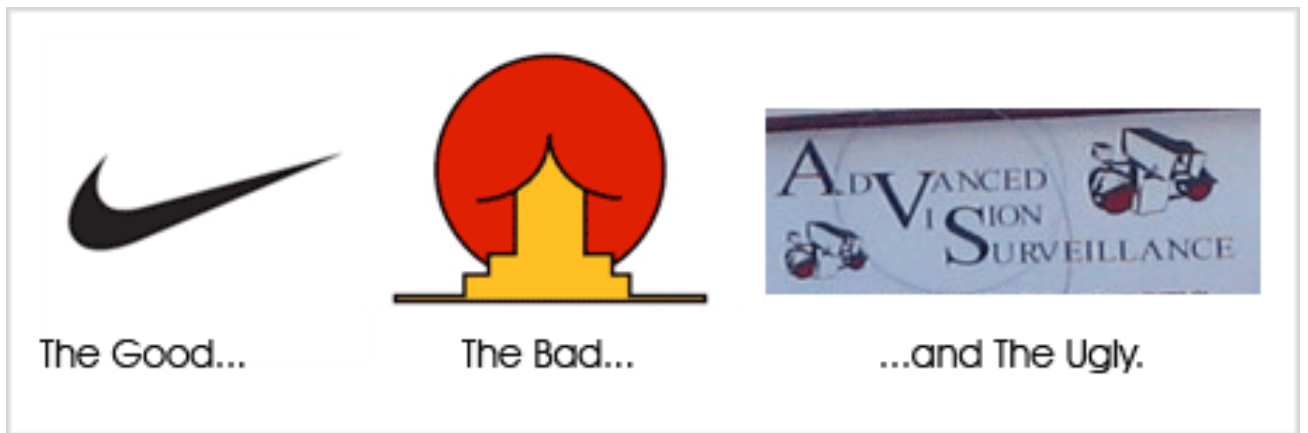
Un logotipo eficaz debe ser capaz de trabajar a través de una variedad de medios y aplicaciones. Por esta razón, un logotipo debe ser diseñado en formato vectorial, para asegurarse de que se puede escalar a cualquier tamaño. El logotipo debe trabajar en un solo color también.

5. Un logo debe ser apropiado

¿Cómo se coloca el logotipo debe ser apropiado para el fin previsto. Por ejemplo, si está diseñando logo aa para los juguetes almacén de los niños, sería apropiado utilizar un esquema de fuente y el color infantil. Esto no sería tan apropiado para un bufete de abogados.

Para leer más sobre las normas y principios de diseño de logo le recomiendo leer los consejos de diseño de logotipo de la insignia de la fábrica antes de continuar y también el artículo ¿Por qué el diseño del logotipo no cuesta \$ 5.00. También es posible que desee leer Cómo no diseñar un logotipo.

3. Aprenda Off Otros Éxito y errores



Logos Exitosa

Ahora usted sabe cuáles son las reglas de diseño del logotipo son, se puede distinguir la diferencia entre un buen y un mal logo ... Al conocer lo que otros logos han tenido éxito y por qué han tenido éxito da una gran idea de lo que hace un buen logo.

Por ejemplo, echemos un vistazo a la clásica de Nike. Este logotipo fue creado por Caroline Davidson en 1971 por sólo \$ 35, sin embargo, sigue siendo un, logotipo memorable fuerte, eficaz y sin color y fácilmente escalable. Es sencillo, fluido y rápido, y representa el ala en la famosa estatua de la diosa griega de la victoria, Nike - algo perfecto para que una empresa de ropa deportiva. Nike es sólo uno de muchos grandes logotipos, piense en otras marcas famosas que usted sabe acerca y echa un vistazo a sus logotipos - lo que los hace exitosos?

Para más calidad, logotipos menos conocidos te recomiendo que compruebes Logo del día o ir a su librería o biblioteca local y mirar un libro de diseño del logotipo.

El Logos no tan exitoso

También podemos aprender de los logotipos que no han sido tan exitosos como los que hay en la imagen de arriba o de estos malos diseños de logotipo. Como se ve en ese puesto vinculado, algunos logotipos pueden representan las cosas que pueden no siempre ser evidente para el diseñador (como en el logotipo de medio arriba) o simplemente podría ser un mal diseño llano, como en el logotipo a la derecha.

4. Establecer su propio logotipo Proceso de Diseño



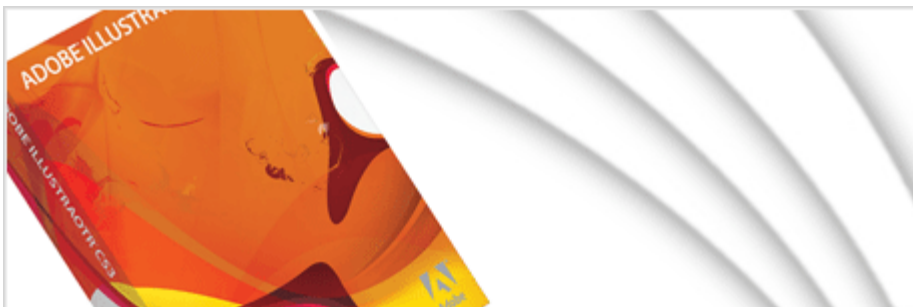
Ahora que sabemos lo que es un logotipo, lo que los principios y normas de diseño del logotipo son y lo que hace un logo exitoso ahora podemos finalmente comenzar el proceso de diseño. Esta parte es más difícil de los 5 pasos y es su propio tema en sí mismo - proceso de diseño del logotipo de cada persona es diferente y la experiencia general es el factor clave en la creación de su propio proceso de diseño del logotipo sin embargo echa un vistazo a El Secreto Logo Diseño Proceso del Top Logo Diseñadores para una idea mejor.

En definitiva, un proceso de diseño del logotipo por lo general consiste en

- La breve y Diseño
- Investigación y Lluvia de Ideas
- Esbozando
- Prototipos y Conceptualización (Ver Paso 5)
- Enviar a un cliente para su revisión
- Revisar y Añadir Toques finales
- Archivos Suministro Para Cliente y Dar Servicio al Cliente

Si alguna vez te quedas atascado antes o durante el proceso de diseño echa un vistazo a este gran artículo sobre cómo impulsar su creatividad.

5. Aprender El Software y Completar El Logo



Después de haber conseguido su proceso de diseño solucionado, por lo general es un buen momento para comenzar a dominar el software (Adobe Illustrator es el estándar de la industria), pero recuerda que no se puede diseñar un logotipo con sólo saltando directamente a la computadora ... una lluvia de ideas y esbozar primero .

Después de que tienes tus ideas y bocetos iniciales de la lluvia de ideas que luego puede generalmente saltar en el equipo para iniciar la digitalización de su logotipo. Después de haber conseguido un gran concepto (s) digitalizó puede enviarlo a su cliente, obtener revisiones, y eventualmente completar el logotipo y por lo tanto, que haya creado con éxito un logotipo profesional.

<http://justcreative.com/2009/07/27/what-makes-a-good->

<http://justcreative.com/2008/01/08/how-to-design-a-logo/>

<http://justcreative.com/2008/12/02/logo-design-resources/>