

لوگو چیست و چه کاربردی دارد؟



لوگو چیست و چه کاربردی دارد؟ انواع لوگو تیم تحریریه اقیانوس آبی

شاید به عنوان مدیر و صاحب یک کسب و کار این سوال برایتان پیش آمده که **لوگو چیست؟** در این مطلب می خواهیم به بررسی این که لوگو چیست و چرا انقدر مهم است پردازیم. لوگوها برای نشان دادن فعالیت های یک سازمان یا شرکت از طریق یک تصویر بصری که به آسانی قابل درک و تشخیص است، استفاده می شوند. یک لوگو به طور کلی شامل نمادها، متن یا هر دوی اینها است.

برای مشاهده سایر مقاله های ما، حتما به [اکیانوس آبی](#) سر بزنید.

برای اینکه بدانید **لوگو چیست** و سپس آن را سفارش دهید، باید با یک گرافیست و کارشناسان بازاریابی مشورت کنید. اگر شما هم می‌خواهید برای **طراحی لوگو** کسب و کارتان اقدام کنید، کافی است فرم زیر را پر کنید تا برای مشاوره رایگان سفارش طراحی لوگو با شما تماس بگیریم.

خدمت مورد نظر خود را انتخاب کنید:

<input type="checkbox"/>	انتخاب نام کسب و کار	<input type="checkbox"/>	انتخاب شعار سازمانی	<input type="checkbox"/>	طراحی لوگو	<input type="checkbox"/>	طراحی و تحلیل کمپین تبلیغاتی
<input type="checkbox"/>	نام و نام خانوادگی						
	شماره موبایل						
	ثبت درخواست						

لوگو چیست؟

در ساده‌ترین تعریف لوگو **what is logo** باید گفت: لوگو نمادی است متشکل از کلمات، تصاویر و رنگ‌ها که برای شناسایی یک برند یا محصول استفاده می‌شود. در واقع تصور عامه مردم از برند، ویژگی‌هایی مانند لوگو یا شعار است که یک شرکت برای متمایز شدن از آن‌ها استفاده می‌کند. این جا است که می‌توان اهمیت لوگو و تاثیر آن در ذهن مخاطب را فهمید.

برای مشاهده سایر مقاله‌های ما، حتماً به [آقیانوس آبی](#) سر بزنید.



لوگو چیست؟

نمادی متشکل از متن و تصویر که نشان می‌دهد سازمان چه کاری انجام می‌دهد و برند برای چه چیزی ارزش قائل است.

OSHYANOSSEABI.COM

اَقیانوس آبی

باور کنید یا نه، این مفهوم که لوگو چیه هزاران سال است که وجود دارد. به طور مثال نقاشی‌های بدوی غارهای انسان‌های اولیه و نمادهایی را که برای ارتباطات اولیه استفاده می‌کردند، در نظر بگیرید. نقوش خاصی را که در مصر باستان یا در تاج‌های خانوادگی قرون وسطی دیده می‌شد، همه از مثال‌های استفاده از لوگو از زمان‌های گذشته است. در حالی که لوگوهای مدرن امروزی ممکن است متفاوت به نظر برسند، اما هدف اصلی آنها یکسان است.

پل رند، پدر طراحی گرافیک، درباره اینکه **آرم و لوگو چیست** گفته است: "لوگو (مستقیم) نمی‌فروشد، بلکه محصول را معرفی می‌کند." با در نظر گرفتن این موضوع، به یاد داشته باشید که لوگوی شرکت شما مانند روح شرکت شماست و به همین دلیل باید سازگار، قابل تشخیص و معنادار باشد. یک لوگوی خوب باید روح برند شما را در تمام عناصر بصری و بازاریابی القا کند.

برای مشاهده سایر مقاله‌های ما، حتماً به [اَقیانوس آبی](#) سر بزنید.

مزايای طراحی لوگو چیست؟ چرا به لوگو نیاز داریم؟

حالا که می دانید لوگو یعنی چه، آیا تا به حال متوجه شده‌اید که روزانه در معرض هزاران لوگو قرار می‌گیرید؟ چه در حال جستجو در اینستاگرام خود باشید، یا در حال خرید از فروشگاه مواد غذایی.

ممکن است ندانید لوگو چیست ولی دائماً با لوگوها ارتباط برقرار می‌کنید و اغلب اوقات، این ارتباط را متوجه نمی‌شوید. اگر چه ممکن است بی‌اهمیت به نظر برسد، اما این نمادهای کوچک اما قدرتمند تبدیل به بخشی از زندگی روزمره ما شده و قسمت جدایی ناپذیر از تلاش کسب و کارها برای **برندسازی** هستند.

خیلی از مدیران می پرسند که **مزایای طراحی لوگو چیست** و چرا باید آن را برای کسب و کارمان طراحی کنیم؟ جواب این است:

حس بینایی قوی تر از حس شنوایی است
و نام کمتر از تصویر در یاد مخاطب می ماند.
پس **لوگو** را در کسب و کارتان جدی بگیرید.



برای مشاهده سایر مقاله های ما، حتما به [اقيانوس آبي](#) سر بزنید.

تايپوگرافي همان چيزي است كه ما به عنوان يك فونت مي شناسيم. تايپوگرافي شامل حروفي است كه در يك لوگو در نوعي طراحي ثابت مرتب شده اند. لوگوهايي وجود دارند كه فقط حول يك حرف، يك مونوگرام يا حتي نام كامل يك كسب و كار ساخته شده اند.

- مشتريان را به تعامل با برند شما دعوت مي كند.
- به شما در ايجاد هويت برند كمك مي كند.
- به شركت شما نمادي مي دهد كه از طريق آن مردم بهتر مي توانند شما را به خاطر بسپارند.
- شما را از رقبا متمايز مي كند.
- وفاداري به برند را تقويت مي كند.

در ادامه اين مطلب از [شركت اقيانوس آبي](#) ما به طور عميق به بررسي اين موضوع مي پردازيم كه لوگو چيست و اهميت ايجاد لوگويي كه نشان دهنده شخصيت برند شما باشد را شرح مي دهيم.

يك لوگوي حرفه اي چه ويژگي هايي دارد؟

- **سادگي و ماندگاري:** لوگو نبايد پيچيده باشد. اگر كار صنعتي داريد نيازي نيست كه از چرخ دنده و پيچ گوشتي استفاده كنيد و بخواهيد با لوگو به افراد بفهمانيد چه مي كنيد.
- **تكراري نبودن:** از اشكال تكراري مثل دايره و مربع استفاده نكنيد و متمايز باشيد.
- **داشتن يك نشان خاص:** المان و يا رنگ خاصي در نظر بگيريد كه مختص كسب و كار شما باشد. مثل لوگوي كوكا كولا يا پپسي كه حتي بدون ديدن نام آنها هم مي توانيم بفهميم كه محصول براي کدام كارخانه است.
- **بالانس بودن:** يك لوگوي حرفه اي اگر برعكس (معكوس) هم باشد تغيير شكل نمي دهد. مثل لوگوهايي كه براي شركت هاي نوکيا و سوني و ال جي طراحي شده است.

براي مشاهده ساير مقاله هاي ما، حتما به [اقيانوس آبي](#) سر بزنيد.

- **تداعي رنگ سازمانی:** از چندین رنگ در لوگو استفاده نکنید و لوگوی شما باید با رنگ سازمانی شما زیبا به نظر بیاید.
- **چاپ سیاه و سفید:** حتما لوگوی خود را به صورت سیاه و سفید چاپ کنید و بررسی کنید آیا مفهوم و هویت کسب و کار شما را می‌رساند و قابل تشخیص است یا خیر.
- **افقی بودن:** خط دید انسان افقی است. لوگوهای عمودی تاثیرگذاری کمتری دارند، همچنین استفاده از آن‌ها برای استفاده در سربرگ یا تبلیغ سخت و دردسر ساز است.
- **استفاده از یک یا دو فونت:** فونت مخصوص خودتان را بسازید. برای این منظور می‌توانید از وب سایت fontstruct.com استفاده کنید. از فونت‌های کودکانه و غیرخوانا استفاده نکنید.
- **نداشتن عکس و سایه:** از عکس خودتان و یا یک محصول خاص در لوگوی خود استفاده نکنید. مثل لوگوی KFC که تصویریک مرد در درون یک دایره است. اینگونه لوگوها خیلی شلوغ و غیرحرفه‌ای است. زیر متن لوگو سایه نگذارید، زیرا چاپ سیاه و سفید را زشت می‌کند.



همچنین در شکل زیر نمونه ای از لوگوهای حرفه ای آمده است. به عنوان مثال مک دونالد از رنگ های
اشتها آور استفاده کرده است.



اجزای یک لوگو چیست؟

اکنون که می دانید لوگو چیست و چه کاری انجام می دهد، بیایید ببینیم آنها از چه چیزی ساخته شده
اند. در ادامه برخی از عناصر رایج در انواع لوگو را معرفی می کنیم:

برای مشاهده سایر مقاله های ما، حتما به [اقیانوس آبی](#) سر بزنید.

رنگ لوگو

رنگ‌ها مفهومی بسیار فراتر از جذابیت و زیبایی هستند. رنگ لوگو پیام‌رسان اصلی برند شما است. رنگ‌ها به مخاطب شما می‌گویند که برند شما شوخ طبع یا جدی، خلاق، لوکس، پیشرفته، جاودانه و یا هر صفت دیگری است که میخواهید القا کنید.

تصویر

بیشتر افراد زمانی که میخواهند بگویند لوگو چیست، آن را یک تصویر می‌دانند. تصویر لوگو می‌تواند یک پیکان ساده یا مفهوم پیچیده انتزاعی باشد. تصویر باید نشان دهنده چیزی باشد که می‌فروشید یا ارزشی که برای آن تلاش می‌کنید. برای تصویر لوگو باید از چیزی استفاده کنید که واضح و مقیاس پذیر به نظر برسد.

به طور مثال، شرکت اپل از یک سیب گاز گرفته به عنوان لوگوی خود استفاده می‌کند. سیب گاز گرفته توضیحی نمی‌دهد که این شرکت چه کاری انجام می‌دهد، اما متمایز و قابل تشخیص است.



تایپوگرافی

تایپوگرافی لوگو به معنای طراحی و انتخاب نوع‌های حروف و قلم‌های متناسب با لوگوی یک شرکت، برند یا سازمان است. در واقع، تایپوگرافی لوگو شامل انتخاب نوع حروف، اندازه، فاصله بین حروف و رنگ‌های استفاده شده در نام و لوگوی شرکت می‌شود. هدف اصلی تایپوگرافی لوگو، ایجاد یک هویت بصری قوی و یکنواخت برای شرکت است که به شناسایی آسان و سریع آن کمک می‌کند و درک بهتر از محصولات و خدمات ارائه شده توسط شرکت را نیز بهبود می‌بخشد.

شعار یا تگ لاین

شعار لوگو چیست؟ شعار که در زیر یک لوگو قرار می‌گیرد، معمولاً شامل یک جمله یا عبارت جذاب است که برای جلب مخاطب شما، یا روشن کردن آنچه کسب و کار شما انجام می‌دهد، طراحی شده است. لزوماً نیازی نیست که لوگوها با یک شعار همراه شوند، اما اگر تصویر لوگوی شما به تنهایی نمی‌تواند مفهوم دقیق کار شما را منتقل کند، بهتر است از شعار استفاده شود.

برای مشاهده سایر مقاله‌های ما، حتماً به [اَقیانوس آبی](#) سر بزنید.



برای مثال **لوگوی شرکت اقیانوس آبی**، تمام اجزای لوگو را دارد و کاملاً گویا، ماموریت و ارزش برند را منتقل می کند:

انواع لوگو تاثیر به سزایی در معرفی کسب و کارها و برندینگ آن ها دارد. لوگوها در انواع و سبک های متفاوتی طراحی می شوند.

انواع لوگو چیست؟

پیش از این یاد گرفتیم که لوگو چیست و چه کاربردی دارد. لوگو در واقع یک کلمه لاتین است که به معنی نشانه و آرم می باشد. لوگو یا همان آرم نشانی گرافیکی است که می تواند به صورت تصویر یا نوشته و یا ترکیبی از هر دو باشد که برای هر کسب و کاری به صورت کاملاً خاص و ویژه طراحی می شود و از جمله رایج ترین و کاربردی ترین روش های معرفی برند محسوب می شود.

به عبارتی می توان گفت که لوگو نماد مختصر هر کسب و کاری برای ماندگار شدن در اذهان عمومی است. هدف اصلی و اولیه از طراحی لوگو جذب مخاطب در کوتاه ترین زمان ممکن برای کسب و کار مد نظر است. از این رو رنگ و نوع طراحی آن بسیار مهم است، زیرا با استفاده از آن باید بتوانید مخاطبان هدف را به بیزینس خود جذب نمایید. استفاده از لوگو می تواند ضمن افزایش درآمد در بسیاری از زمینه های دیگر نیز به شما کمک کند.

برای مشاهده سایر مقاله های ما، حتماً به [اقيانوس آبي](#) سر بزنيد.



طراحی لوگو
برای کسب و کار شما + مشاوره رایگان

[کلیک کنید](#)

چرا باید انواع لوگو را بشناسیم؟

شما به عنوان یک طراح و یا یک کارآفرین لازم است که با انواع سبک لوگو *Types of logos* و کاربردهای آن آشنا شوید. به عنوان یک طراح نیاز است که بتوانید با توجه به خواسته کارفرما نوع لوگو مد نظر را طراحی کنید و یا اینکه با علم به انواع سبک لوگو و کاربردهای آن بهترین لوگو را برای کارفرمای خود خلق کنید.

همچنین به عنوان کارفرما نیز باید بتوانید با شناخت سبک های لوگو، آرم مناسب کسب و کار خود را تشخیص دهید و از طراح بخواهید آن سبک را طراحی نماید. برای آنکه بتوانید بهترین نوع لوگو را برای **برندسازی** حرفه ای خود انتخاب کنید بهتر است که با یک فرد متخصص در این زمینه مشورت کنید تا بتوانید بهترین نتایج ممکن را دریافت کنید. ما در اقیانوس آبی می توانیم به شما برای انتخاب بهترین لوگو مشاوره ارائه کنیم:

توجه: [سفارش طراحی لوگو](#)

معرفی انواع لوگو

به طور کلی سه نوع لوگو وجود دارد:

برای مشاهده سایر مقاله های ما، حتما به [اقيانوس آبی](#) سر بزنيد.

1. **لوگو تايپ**: نام كسب و كار به شكل لوگو نمايش داده مي شود. فونت ها و شكل هاي مختلف از نام كسب و كار در لوگو نشان داده مي شود. شركت هاي كوكا كولا، گوگل و مايكروسافت از اين نوع لوگو استفاده كردند.
2. **لوگو ساين يا آرم**: براي ايجاد لوگو از يك تصوير استفاده مي شود. مثل لوگوی اپل كه يك تصوير است. پيشنهاد ما اين است كه از اين روش استفاده نكنيد زيرا فهميدن اين موضوع كه اين لوگو براي يك كسب و كار خاص است براي مخاطب ممكن نيست و نياز به يك برندسازي قوي از سمت شما دارد كه زمان بر و هزينه بر است.
3. **لوگو تركيبی**: براي طراحي اين نوع لوگو از تركيب شكل و متن استفاده مي شود. به عنوان مثال شركت پيپسي و شركت اچ پي (hp) از اين روش استفاده کرده اند. پيشنهاد ما اين روش است، زيرا كپی كردن از آن راحت نيست و مخاطب با ديدن لوگو، نام شما را هم خواهيد ديد.



برای مشاهده ساير مقاله های ما، حتما به [اقيانوس آبي](#) سر بزنيد.

طراحی انواع لوگو به روش های مختلفی انجام می شود که هر یک ویژگی ها و خصوصیات خاصی دارند:

لوگو مونوگرام

این نوع لوگو آرم‌هایی هست که معمولا حروف اول نام تجاری را تشکیل می‌دهند. آنها مخفف نام چند کسب و کار معروف با نام‌های نسبتاً طولانی هستند. با داشتن 2 یا 3 کلمه برای به خاطر سپردن، هر یک از آنها به استفاده از حروف اول خود برای اهداف شناسایی برند روی آورده‌اند. بنابراین برای این نوع شرکت‌ها کاملاً منطقی است که از مونوگرام‌ها برای نشان دادن سازمان خود استفاده کنند. از جمله این لوگوها می‌توان به ناسا اشاره نمود که علامت اداره ملی هوانوردی و فضایی است و به ذهن سپردن آن بسیار راحت تر است.



لوگو Wordmark یا تایپوگرافی

این یک لوگوی مبتنی بر فونت است که تنها بر روی نام یک کسب و کار تمرکز دارد. حتماً قبول دارید که زمانی که یک شرکت نام مختصر و مشخصی داشته باشد، لوگوهای Wordmark واقعاً خوب کار می‌کنند. لوگوی گوگل یک مثال خوب برای wordmark است.

برای مشاهده سایر مقاله های ما، حتماً به [اقیانوس آبی](#) سر بزنید.

بايد فونت انتخابي شما، جوهر كاري را كه كسب و كار شما انجام مي‌دهد را نشان دهد. به عنوان مثال، برچسب‌هاي مد تمايل دارند از فونت‌هاي تميز و ظريفي استفاده كنند كه ظاهر قشنگ‌ترى دارند.

شركت‌هاي زيادى وجود دارد كه سابقه اى طولانى دارند، اما همچنان با همان لوگوى قديمى خود در ذهن مردم ماندگار شده اند و مى درخشند. در واقع اگر شما فعاليت خود را با يك لوگو ثابت آغاز كنيد و ديگر آن را تغيير ندهيد، علاوه بر اينكه مردم ديگر شما را با آن لوگو مى شناسند، احساس ثبات و مورد اعتماد بودن شركت به آن‌ها منتقل مى شود.



به اين نوع لوگو، لوگوى تايپوگرافى نيز گفته مى شود. در لوگوى تايپوگرافى تمرکز بر روى نام برند شما است و شما بايد يك قلم انتخاب كنيد كه اصل كسب و كار را به خوبي ثبت كند.

به عنوان نمونه در برچسب‌هاي مد بيشتر از قلم‌هاي ظريف كه احساس بالايى دارند استفاده مى شود. اين در حالى است كه در آژانس‌هاي حقوقى و دولتى بيشتر تمايل به استفاده از متن‌هاي سنتى و سنگين‌تر كه حس امنيت بيشترى دارند استفاده مى كنند.

براي مشاهده ساير مقاله‌هاي ما، حتماً به [اقيانوس آبي](#) سر بزنيد.

لوگو تصويري

قبول داريد كه يك عكس، ارزش هزار كلمه دارد؟ پس استفاده از تصاوير به شما اين فرصت را مي‌دهد كه پيام خود را منتقل كنيد. گرافيك در لوگوها مي‌تواند ساده يا پيچيده، تزئيني يا کاربردي، مستقل يا تركيب شده با متن باشد. در حالت ايده آل، تصاوير بايد نماينده خود محصول يا كيفيت تجربي مرتبط با كسب و كار شما باشند.

گاهي اوقات لوگوها از تصاوير انتزاعي استفاده مي‌كنند. هنگام استفاده از تصاوير غير متعارف توصيه مي‌شود ايده‌هاي خود را به يك داستان يا يك احساس در رابطه با محصول خود متصل كنيد. به ياد داشته باشيد كه هر تصويري كه استفاده مي‌كنيد بايد مقياس‌پذير و قابل انطباق باشد، به اين معني كه مي‌توان اندازه آن را براي مواد مختلف برندسازي تغيير اندازه داد يا قالب‌بندی و شناسايي كرد.



در هنگام استفاده از يك علامت تصويري اصلي ترين چيزي كه بايد در نظر بگيريد تصويري است كه انتخاب مي‌كنيد. زيرا همواره در شركت شما باقي مي‌ماند و بايد به مفاهيم گسترده تري از تصويري كه انتخاب مي‌كنيد فكر كنيد. به عنوان نمونه مي‌خواهيد با نام برند خود بازي كنيد؟ آيا مي‌خواهيد معنای عميق تري داشته باشد؟ آيا مي‌خواهيد احساسی را برانگيخته كنيد؟ و ... بنابراین در لوگوی تصويري انتخاب تصوير بسيار اهميت دارد.

برای مشاهده ساير مقاله های ما، حتما به [اقيانوس آبي](#) سر بزنيد.

لوگوی انتزاعی

نوعی از لوگوهای تصویری لوگوهای انتزاعی هستند. در این لوگو به جای اینکه از یک تصویر قابل تشخیص استفاده شود از یک فرم هندسی انتزاعی برای نشان دادن فعالیت‌های تجاری شما استفاده می‌شود. مانند همه نمادهای لوگو، علائم انتزاعی بسیار مفید بوده زیرا آنها نام تجاری شما را در یک تصویر واحد فشرده می‌کنند.

در این لوگوها به جای لوگوی قابل درک از اشکال و فرم‌های انتزاعی استفاده می‌کنند و به این ترتیب به شکلی خاص پیام کسب و کار را به مخاطبان منتقل می‌نمایند. انواع لوگوی انتزاعی نقش به‌سزایی در جذب سریع مشتریان دارند. از جمله این لوگوها می‌توان به لوگو شرکت‌های پپسی و آدیداس اشاره نمود.



لوگو طلسم یا لوگو مسکات

لوگو طلسم یا لوگو مسکات آر‌هایی است که یک شخصیت مصور را نشان می‌دهد. لوگوی طلسم معمولاً رنگارنگ، کارتونی و سرگرم‌کننده هستند و یک راه مناسب و عالی راهی عالی برای ایجاد برند هست.

برای مشاهده سایر مقاله‌های ما، حتماً به [اقيانوس آبي](#) سر بزنید.

مسکات در واقع يك شخصيت است که نشان دهنده و بيانگر کسب و کار شما می باشد. اين شخصيت می تواند به صورت رودررو با مخاطبين ارتباط برقرار نمايد. اين شخصيت می تواند انسان، حيوان و يا اشيا باشد.

اين سبک لوگو می تواند انتخابی عالی برای شرکت هايی باشد که می خواهند يك فضای سالم بر پایه خانواده و کودک و حتی خارج از آن ايجاد کنند. لوگو مسکات سبکی کارتونی و رنگارنگ دارد به همين دليل سرگرم کننده است. از معروف ترين لوگوها در اين سبک می توان به لوگو چاکلز و چیتوز اشاره نمود.



لوگو علامت ترکیبی

یکی دیگر از انواع لوگو، لوگوهای ترکیبی است. اين لوگوها تلفیقی از لوگوی تایپ و تصویری هستند. اين علامت می تواند ترکیبی از يك کلمه و تصویر و يا علامت انتزاعی باشد. به اين صورت که می توان تصویر و متن را در کنار هم قرار داد و يا با هم ادغام نمود و تصویری خاص و جذاب ايجاد کرد. لوگوهای ترکیبی انتخابی همه جانبه هستند و متن و نماد تاثیر بسزایی در تقویت برند تجاری شما دارند. از اين رو بهتر در ذهن افراد ماندگار خواهید شد و بازدهی فوق العاده ای دارد.

برای مشاهده ساير مقاله های ما، حتما به [اقيانوس آبي](#) سر بزنيد.



نمونه لوگوی ترکیبی



SWAROVSKI

Walmart

لوگو مینیمال

مینیمالیسم رویکردی خلاقانه در طراحی انواع لوگو است. منظور از لوگو مینیمال حذف تزئینات و کاهش هنر به ساده ترین شکل های هندسی است. این سبک الهام گرفته از اصل کمتر بیشتر است. اما این به آن معنا نیست که لوگوهای مینیمال خام و یا ساده هستند. بلکه در عین سادگی زیبایی و شکوه خاصی دارند بدون آنکه به عناصر کم عمق تکیه کنند و آن ها را برجسته نمایند.

نمونه لوگو مینیمال



لوگوی پویا

نوعی از لوگو که طرفداران زیادی دارد لوگوی پویا است. منظور از آرم پویا آرمی است که توانایی تغییر شکل، رنگ و عبارت آن وجود داشته باشد. چنین لوگوهایی را می توان با زمینه های خاصی ایجاد نمود. در این لوگوها معمولا از چند آرم استفاده می شود.

برای مشاهده سایر مقاله های ما، حتما به [اقيانوس آبي](#) سر بزنيد.

به عنوان مثال، گوگل اغلب شکل، رنگ ها و فونت لوگوی خود را تغيير می دهد تا از آن برای بيان اهميت يك مناسبت خاص استفاده کند. شما بايد خودتان تشخيص دهید که آیا لوگوی کسب و کارتان به چنین تغييرات مکرری در ظاهر خود نياز دارد يا خير.



اگر برای ايجاد لوگوی خود به مشاوره نياز داريد و نمی دانيد کدام نوع لوگو برای کسب و کار شما بهتر است، فرم زير را پر کنيد تا با شما تماس بگيريم:

خدمت مورد نظر خود را انتخاب کنيد:

انتخاب نام کسب و کار انتخاب شعار سازمانی طراحی لوگو طراحی و تحليل کمپين تبليغاتی

نام و نام خانوادگی

شماره موبایل

ثبت درخواست

برای مشاهده ساير مقاله های ما، حتما به [اقيانوس آبي](#) سر بزنيد.

مهم ترين عوامل موفقيت انواع لوگو چيست؟

يك لوگو موفق به شدت مي تواند مخاطبان را تحت تاثير قرار دهد و نظر آن ها را جلب کند. از مهم ترين ويژگي هاي يك لوگو موفق مي توان به **به سرعت قابل تشخيص بودن، متمايز بودن از ساير رقبا، منسجم بودن، سادگي، قوي و معتبر بودن** اشاره نمود.

به عبارتي يك لوگوي موفق به نحوي طراحي مي شود که در حالت سپاه و سفيد، حالت بي رنگي، سايزهاي کوچک و بزرگ همچنان بتواند جذابيت خود را حفظ کند و نظر مخاطبان را به خود جلب کند. يك لوگو موفق و حرفه اي هميشگي است و تاريخ انقضا ندارد.

بيشتر بخوانيد: [ساخت برند در 30 روز](#)

سوالات متداول در زمينه انواع لوگو

1. قيمت انواع لوگو چگونه تعيين مي شود؟

در تعيين **قيمت طراحي لوگو** عوامل بسياري نقش دارند مثلا لوگو توسط چه کسي يا مجموعه اي مي خواهد طراحي شود؟ آيا طراح فريلنسر، آماتور است و يا يك آژانس تبليغاتي معتبر و حرفه اي مي خواهد اين کار را انجام دهد؟

معمولا افراد آماتور و فريلنسرها طراحي انواع لوگو را با قيمت پايين تري انجام مي دهند. لوگوهايي که توسط اين افراد طراحي مي شود معمولا براي رفع نيازهاي اوليه يك مجموعه مناسب است و نمي تواند گزينه مطلوبي براي برندينگ باشد.

آژانس هاي حرفه اي طراحي لوگو را با قيمت بالاتري انجام مي دهند، از اين رو نمي توان قيمت طراحي لوگو را به صورت دقيق اعلام نمود و با توجه به سبک لوگو و تجربه فرد طراح و مجموعه طراحي

براي مشاهده ساير مقاله هاي ما، حتما به [اقيانوس آبي](#) سر بزنيد.

کننده آن قیمت های متفاوت هایی خواهد داشت. برای آنکه بتوانید یک کسب و کار موفق داشته باشید حتما باید یک لوگو خاص و منحصر به فرد انتخاب کنید، بنابراین ضمن در نظر گرفتن قیمت مناسب طراحی لوگو این کار را حتما به یک مجموعه معتبر بسپارید.

طراحی لوگو را می توانید به صورت آنلاین و یا حضوری به [شرکت اقیانوس آبی](#) بسپارید و با یک لوگوی حرفه ای کسب و کار خود را متحول کرده و به آن هویت ببخشید تا برای همیشه در اذهان عمومی ماندگار شوید.



طراحی لوگو
برای کسب و کار شما + مشاوره رایگان

[کلیک کنید](#)

2. آیا می توان نوع لوگو را تغییر داد؟

البته این موضوع به معنی آن نیست که هرگز نمی توان لوگو را تغییر داد و با توجه به نوع کسب و کارتان می توانید لوگو را تغییر دهید. به عنوان مثال یک شرکت بزرگ مانند اینستاگرام لوگو و نماد خود را تغییر می دهد.

3. لوگوی حرفه ای چه تاثیری در موفقیت کسب و کار دارد؟

لوگو یک شرکت یا سازمان هویت آن را شکل می دهد، در نتیجه از اهمیت بالایی برخوردار است. در یک طراحی حرفه ای باید رنگ ها، خطوط پایه ای و طرح ها که به کار برده می شوند کاملا با یکدیگر هماهنگ باشند تا بتوانند شرایط یک تبلیغات موثر را برای آن مجموعه به وجود آورند.

برای مشاهده سایر مقاله های ما، حتما به [اقيانوس آبي](#) سر بزنید.

انواع لوگو اگر به صورت حرفه اي طراحی شوند، بايد خاص بوده، داراي معنا و مفهومي سمبليك باشند و به خوبي ارزش هاي آن مجموعه را به تصوير بکشد. اما در عين حال بايد طراحی بسيار ساده اي داشته باشد تا هميشه در ذهن مخاطبان ماندگار شوند.

سوالات متداول

1. لوگو چيست؟

لوگو نمادي است متشکل از کلمات، تصاویر و رنگ‌ها که برای شناسايی يك برند يا محصول استفاده می‌شود.

2. طراحی لوگو چيست؟

طراحی لوگو برای کسب و کار یکی از اساسی‌ترین اقداماتی است. لوگوی شرکت شما مانند روح شرکت شماست و به همین دلیل بايد سازگار، قابل تشخیص و معنادار باشد.

3. لوگوتایپ چيست؟

به طور خلاصه، لوگوتایپ به سبک فونت، ظاهر و ساختار استفاده شده در متن لوگوی شما اشاره دارد. حروف را می‌توان به طور متفاوتی مرتب کرد، روی هم قرار داد، ورق زد يا به روش‌های خلاقانه زيادی برای ایجاد يك طراحی لوگوی تاثیرگذار قرار داد. لوگوهای مبتنی بر متن را می‌توان با حروف، لوگوتایپ و تک نگار نیز نام برد. در طول فرآیند خلاقیت، می‌توانید بهترین فونت‌ها را برای لوگوها مرور کنید و سعی کنید با انتخاب سبکی که با ارزش‌های برند شما همسو باشد، به زبان برند خود صحبت کنید. به عنوان مثال، اگر در صنعت بهداشت یا پزشکی فعالیت می‌کنید، ممکن است بخواهید از یک فونت

برای مشاهده ساير مقاله های ما، حتما به [اقيانوس آبي](#) سر بزنيد.

سنتی استفاده کنید که برای مخاطبان شما قابل اعتماد به نظر می‌رسد. همانطور که قانون در مورد رنگ‌ها صدق می‌کند، توصیه می‌شود برای ساده و ثابت نگه داشتن آن از 2 یا 3 فونت بیشتر استفاده نکنید.

4. لوگو برند یعنی چه؟

لوگو برند، نماد یا تصویر یا نقاشی است که نشان‌دهنده یک شرکت یا سازمان یا شخصی بوده که برای بهینه سازی حضور، دسترسی و شناخت برند استفاده می‌شود. فرآیند طراحی لوگو یک برند یکی از مراحل اولیه ای است که یک برند برای اهداف برندسازی خود انجام می‌دهد.

لوگوی برند یک نماد، نشان، علامت گرافیکی یا نقاشی است که توسط یک شرکت برای نشان دادن هویت برند شرکت استفاده می‌شود. این نشان دهنده ارزش برند شماست و به مشتریان کمک می‌کند تا کیفیت برند را شناسایی کنند. به خاطر داشته باشید که کیفیت لوگوی برند در میزان فروش شرکت تاثیر دارد. بنابراین، یک لوگو باید ذاتاً خوب باشد.

لوگوهای برند خوب، لوگویی هستند که مصرف کننده می‌تواند به سرعت آن را به خاطر بسپارد و برند شما را از برند دیگری متمایز کند.

لوگوهای برند می‌توانند تایپوگرافیک باشند، جایی که فقط حروف نام در لوگو را تشکیل می‌دهند. از طرف دیگر، یک نماد یا طرح نیز می‌تواند بخشی از لوگوی برند یک شرکت را تشکیل دهد. تصمیم گیری در مورد اینکه نوع لوگو چیست، در نهایت انتخاب شرکت شما است.

5. لوگو نماد چیست؟

لوگو نماد شامل فونت در داخل یک نماد است. به نشان‌ها، مهرها و تاج‌ها فکر کنید. این نوع لوگوها معمولاً ظاهری سنتی دارند که می‌تواند تأثیر قابل توجهی داشته باشد، بنابراین آنها اغلب انتخابی برای



بسیاری از مدارس، سازمان‌های دولتی هستند. به طور مثال؛ از این لوگو در صنعت خودرو سازی استفاده می‌شود. بیشتر آن‌ها، یک سبک کلاسیک دارند، اما برخی از شرکت‌ها نیز به طور موثر ظاهر نمادهای سنتی را با طرح‌های لوگوی مناسب قرن بیست و یکم مدرن کرده اند.

جمع بندی

در این مطلب درباره این موضوع که لوگو چیست و چه کاربردی دارد صحبت کردیم. به عنوان بخش کلیدی هویت یک سازمان، یک لوگو باید سعی کند با جوهره برند یک شرکت یا آنچه را که سازمان نمایندگی می‌کند، ارتباط برقرار کند. این اهمیت طراحی لوگو را به یک کار مهم و خلاقانه تبدیل می‌کند که نیازمند تحقیق و مشاوره است.

در سازمان‌های بین المللی، تفاوت‌های فرهنگی در نمادگرایی یا تداعی رنگ‌ها باید در نظر گرفته شود. لوگو چیست؟ قطعا هدف آن توضیح یا فروش مستقیم محصولات و خدمات شرکت نیست، بلکه تنها هدف آن شناسایی شرکت به روشی به یاد ماندنی و آشنا است.

عمر لوگوها بلندمدت هست و هدف آن‌ها آشنایی مشتریان و ترویج وفاداری به برند است. در نتیجه، لوگوها معمولا اغلب دوباره طراحی نمی‌شوند. **قیمت طراحی لوگو** به عوامل مختلفی بستگی دارد و قیمت آن از چند هزار تا چند ده میلیون متغیر است.

طراحی انواع لوگو و داشتن یک لوگوی حرفه ای و جذاب نقش مهمی در موفقیت کسب و کارها و برندها دارد. از این رو نیاز است که فردی برای کسب و کار خود یک لوگوی خاص و منحصر به فرد انتخاب کند تا بتواند به خوبی در میان رقبا بدرخشد و نظر مخاطبان هدف را به خود جلب نماید و در ذهن آن‌ها ماندگار شود.

برای مشاهده سایر مقاله های ما، حتما به [اقيانوس آبي](#) سر بزنيد.

اگر كسب و كاري بزرگ و استراتژي خاص و بزرگي داريد نيازمنند به طراحي حرفه اي لوگويتان هستيد، بايد آن را به شركت هاي حرفه اي فعال در اين زمينه بسپاريد تا مجبور به پرداخت هزينه مجدد براي طراحي نشويد و وقت تان تلف نشود.