

# 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 فعالیت‌های یک سازمان یا شرکت از طریق یک تصویر بصری که به آسانی قابل درک و تشخیص است، استفاده می‌شوند. یک لوگو به طور کلی شامل نمادها، متن یا هر دوی این‌ها است.

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

## لوگو logo 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، ویژگی هایی مانند لوگو یا شعار است که یک شرکت برای متمایز شدن از آن ها استفاده می کند.** این جا است که می توان اهمیت لوگو و تاثیر آن در ذهن مخاطب را فهمید.

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.

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

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.

## مزایای طراحی لوگو چیست؟ چرا به لوگو نیاز داریم؟

حالا که می‌دانید 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 می‌پرسند که **مزایای طراحی لوگو چیست** و چرا باید آن را برای کسب و کارمان طراحی کنیم؟ جواب این است:

تایپوگرافی همان چیزی است که ما به عنوان یک فونت می‌شناسیم. تایپوگرافی شامل حروفی است که در یک لوگو در نوعی طراحی ثابت مرتب شده اند. لوگوهایی وجود دارند که فقط حول یک حرف، یک مونوگرام یا حتی نام کامل یک کسب و کار ساخته شده اند.

- مشتریان را به تعامل با برند شما دعوت می‌کند.
- به شما در ایجاد هویت برند کمک می‌کند.

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

- به شرکت شما نمادی می دهد که از طریق آن مردم بهتر می توانند شما را به خاطر بسپارند.
- شما را از رقبا متمایز می کند.
- وفاداری به برند را تقویت می کند.

در ادامه این مطلب از **مجله اقیانوس آبی** ما به طور عمیق به بررسی این موضوع می پردازیم که لوگو چیست و اهمیت ایجاد لوگویی که نشان دهنده شخصیت برند شما باشد را شرح می دهیم.

## یک لوگوی حرفه ای چه ویژگی هایی دارد؟

- **سادگی و ماندگاری:** لوگو نباید پیچیده باشد. اگر کار صنعتی دارید نیازی نیست که از چرخ دنده و پیچ گوشتی استفاده کنید و بخواهید با لوگو به افراد بفهمانید چه می کنید.
- **تکراری نبودن:** از اشکال تکراری مثل دایره و مربع استفاده نکنید و متمایز باشید.
- **داشتن یک نشان خاص:** المان و یا رنگ خاصی در نظر بگیرید که مختص کسب و کار شما باشد. مثل لوگوی کوکا کولا یا پپسی که حتی بدون دیدن نام آنها هم می توانیم بفهمیم که محصول برای کدام کارخانه است.
- **بالانس بودن:** یک لوگوی حرفه ای اگر برعکس ( معکوس ) هم باشد تغییر شکل نمی دهد. مثل لوگوهایی که برای شرکت های نوکیا و سونی و ال جی طراحی شده است.
- **تداعی 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 می رساند و قابل تشخیص است یا خیر.
- **افقی بودن:** خط دید انسان افقی است. لوگوهای عمودی تاثیرگذاری کمتری دارند، همچنین استفاده از آن ها برای استفاده در سربرگ یا تبلیغ سخت و دردسر ساز است.

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

- **استفاده از يك يا دو فونت:** فونت مخصوص خودتان را بسازيد. براي اين منظور مي توانيد از وب سايت [fontstruct.com](http://fontstruct.com) استفاده كنيد. از فونت هاي كودكانه و غيرخوانا استفاده نكنيد.
- **نداشتن عكس و سايه:** از عكس خودتان و يا يك محصول خاص در لوگو خود استفاده نكنيد. مثل لوگو KFC كه تصويريك مرد در درون يك دايره است. اينگونه لوگوها خيلي شلوغ و غيرحرفه اي است. زير متن لوگو سايه نگذاريد، زيرا چاپ سايه و سفيد را زشت مي كند.

همچنين در شكل زير نمونه اي از لوگوهاي حرفه اي آمده است. به عنوان مثال مك دونالد از رنگ هاي اشتها آور استفاده کرده است.

## اجزای يك لوگو چيست؟

اکنون که می دانيد لوگو چيست و چه كاري انجام مي دهد، بياييد ببينيم آنها از چه چيزي ساخته شده اند. در ادامه برخي از عناصر رايج در انواع لوگو را معرفي مي كنيم:

### –رنگ لوگو

رنگها مفهومي بسيار فراتر از جذابيت و زيبايي هستند. رنگ لوگو پيامرسان اصلي برند شما است. رنگ ها به مخاطب شما مي گویند كه برند شما شوخ طبع يا جدی، خلاق، لوکس، پيشرفته، جاودانه و يا هر صفت ديگري است كه ميخواهيد القا كنيد.

### –تصوير

بيشتر افراد زماني كه ميخواهند بگویند لوگو چيست، آن را يك تصوير مي دانند. تصوير لوگو مي تواند يك پيكان ساده يا مفهوم پيچيده انتزاعي باشد. تصوير بايد نشان دهنده چيزي باشد

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

که می فروشید یا ارزشی که برای آن تلاش می کنید. 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 مثال **لوگوی گروه اقیانوس آبی**، تمام اجزای لوگو را دارد و کاملاً گویا، **ماموریت شرکت** و ارزش برند را منتقل می‌کند:

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

**انواع لوگو** تأثير به سزايي در معرفي كسب و كارها و برندنگ آن ها دارد. لوگوها در انواع و سبك هاي متفاوتي طراحي مي شوند.

## انواع لوگو چيست؟

پيش از اين ياد گرفتيم كه لوگو چيست و چه کاربردي دارد. لوگو در واقع يك كلمه لاتين است كه به معني نشانه و آرم مي باشد. لوگو يا همان آرم نشاني گرافيكي است كه مي تواند به صورت تصوير يا نوشته و يا تركيبی از هر دو باشد كه براي هر كسب و كاري به صورت كاملا خاص و ويژه طراحي مي شود و از جمله رايج ترين و کاربردي ترين روش هاي معرفي برند محسوب مي شود.

به عبارتي مي توان گفت كه لوگو نماد مختصر هر كسب و كاري براي ماندگار شدن در اذهان عمومي است. هدف اصلي و اوليه از طراحي لوگو جذب مخاطب در کوتاه ترين زمان ممكن براي كسب و كار مد نظر است. از اين رو رنگ و نوع طراحي آن بسيار مهم است، زيرا با استفاده از آن بايد بتوانيد مخاطبان هدف را به بيزنس خود جذب نماييد. استفاده از لوگو مي تواند ضمن افزايش درآمد در بسياري از زمينه هاي ديگر نيز به شما كمك كند.

## چرا بايد انواع لوگو را بشناسيم؟

شما به عنوان يك طراح و يا يك كارآفرين لازم است كه با انواع سبك لوگو *Types of logos* و کاربردهاي آن آشنا شويد. به عنوان يك طراح نياز است كه بتوانيد با توجه به خواسته كارفرما نوع لوگو مد نظر را طراحي كنيد و يا اينكه با علم به انواع سبك لوگو و کاربردهاي آن بهترين لوگو را براي كارفرماي خود خلق كنيد.

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

همچنين به عنوان كارفرما نيز بايد بتوانيد با شناخت سبك هاي لوگو، آرم مناسب كسب و كار خود را تشخيص دهيد و از طراح بخواهيد آن سبك را طراحي نمايد. براي آنكه بتوانيد بهترين نوع لوگو را براي **برندسازي** حرفه اي خود انتخاب كنيد بهتر است كه با يك فرد متخصص در اين زمينه مشورت كنيد تا بتوانيد بهترين نتايج ممكن را دريافت كنيد. ما در اقيانوس آبي مي توانيم به شما براي انتخاب بهترين لوگو مشاوره ارائه كنيم:

## معرفي انواع لوگو

به طور كلي سه نوع لوگو وجود دارد:

۱. **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.

۲. **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.

۳. **لوگو تركيبی**: براي طراحي اين نوع لوگو از تركيب شكل و متن استفاده مي شود. به عنوان مثال شركت پپسي و شركت اچ پی (hp) از اين روش استفاده کرده اند. پيشنهاد ما اين روش است، زيرا كپي كردن از آن راحت نيست و مخاطب با ديدن لوگو، نام شما را هم خواهد ديد.

طراحي انواع لوگو به روش هاي مختلفی انجام مي شود كه هر يك ويژگي ها و خصوصيات خاصي دارند:

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



## - لوگو مونوگرام

اين نوع لوگو آرم‌هايي هست كه معمولا حروف اول نام تجاري را تشكيل مي‌دهند. آنها مخفف نام چند كسب و كار معروف با نام‌هاي نسبتا طولاني هستند. با داشتن ۲ يا ۳ كلمه براي به خاطر سپردن، هر يك از آنها به استفاده از حروف اول خود براي اهداف شناسايي برند روي آورده‌اند. بنابراين براي اين نوع شركت‌ها كاملا منطقي است كه از مونوگرام‌ها براي نشان دادن سازمان خود استفاده كنند.

از جمله اين لوگوها مي‌توان به ناسا اشاره نمود كه علامت اداره ملي هوانوردي و فضايي است و به ذهن سپردن آن بسيار راحت تر است.

## - لوگو Wordmark يا تايپوگرافي

اين يك لوگوي مبتني بر فونت است كه تنها بر روي نام يك كسب و كار تمرکز دارد. حتما قبول داريد كه زماني كه يك شركت نام مختصر و مشخصي داشته باشد، لوگوهاي Wordmark واقعاً خوب كار مي‌كنند. لوگوي گوگل يك مثال خوب براي wordmark است.

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 قشنگتري دارند.

شركت‌هاي زيادي وجود دارد كه سابقه اي طولاني دارند، اما همچنان با همان لوگوي قديمي خود در ذهن مردم ماندگار شده اند و مي‌درخشند. 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 مي‌شناسند، احساس ثبات و مورد اعتماد بودن شركت به آن‌ها منتقل مي‌شود.

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

به اين نوع لوگو، لوگوی تايپوگرافي نيز گفته می شود. در لوگوی تايپوگرافي تمرکز بر روی نام برند شما است و شما بايد يك قلم انتخاب كنيد كه اصل كسب و كار را به خوبی ثبت كند.

به عنوان نمونه در برچسب های مد بیشتر از قلم های ظريف كه احساس بالایی دارند استفاده می شود. اين در حالی است كه در آژانس های حقوقی و دولتی بیشتر تمایل به استفاده از متن های سنتی و سنگین تر كه حس امنيت بیشتری دارند استفاده می كنند.

## – لوگو تصویری

قبول داريد كه يك عكس، ارزش هزار كلمه دارد؟ پس استفاده از تصاویر به شما اين فرصت را می دهد كه پیام خود را منتقل كنيد. گرافيك در لوگوها می تواند ساده یا پیچیده، تزئینی یا کاربردی، مستقل یا تركيب شده با متن باشد. در حالت ایده آل، تصاویر بايد نماينده خود محصول یا کیفیت تجربی مرتبط با كسب و كار شما باشند.

گاهی اوقات لوگوها از تصاویر انتزاعی استفاده می كنند. هنگام استفاده از تصاویر غير متعارف توصیه می شود ایده های خود را به يك داستان یا يك احساس در رابطه با محصول خود متصل كنيد. به یاد داشته باشید كه هر تصویری كه استفاده می كنيد بايد مقیاس پذیر و قابل انطباق باشد، به اين معنی كه می توان اندازه آن را برای مواد مختلف برندسازی تغییر اندازه داد یا قالب بندی و شناسایی كرد.

در هنگام استفاده از يك علامت تصویری اصلی ترین چیزی كه بايد در نظر بگيريد تصویری است كه انتخاب می كنيد. زیرا همواره در شركت شما باقی می ماند و بايد به مفاهيم گسترده تری از تصویری كه انتخاب می كنيد فكر كنيد. به عنوان نمونه می خواهيد با نام برند خود بازی كنيد؟ آیا

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

می خواهید معنای عمیق تری داشته باشد؟ آیا می خواهید احساسی را بر انگیخته کنید ؟ و ...  
بنابراین در لوگوی تصویری انتخاب تصویر بسیار اهمیت دارد.

## – 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 فرم های انتزاعی استفاده می کنند و به این ترتیب به شکلی خاص پیام کسب و کار را به مخاطبان منتقل می نمایند. انواع لوگوی انتزاعی نقش به سزایی در جذب سریع مشتریان دارند. از جمله این لوگوها می توان به لوگو شرکت های پپسی و آدیداس اشاره نمود.

## – لوگو طلسم یا لوگو مسکات

لوگو طلسم یا لوگو مسکات آرم‌هایی 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.

مسکات در واقع یک شخصیت است که نشان دهنده و بیانگر کسب و کار شما می باشد. این شخصیت می تواند به صورت رودررو با مخاطبین ارتباط برقرار نماید. این شخصیت می تواند انسان، حیوان و یا اشیا باشد.

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



اين سبک لوگو می تواند انتخابی عالی برای شرکت هایی باشد که می خواهند یک فضای سالم بر پایه خانواده و کودک و حتی خارج از آن ایجاد کنند. لوگو مسکات سبکی کارتونی و رنگارنگ دارد به همین دلیل سرگرم کننده است. از معروف ترین لوگوها در این سبک می توان به لوگو چاکلز و چیتوز اشاره نمود.

## – لوگو علامت ترکیبی

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

## – 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.

## – 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 تغییر می دهد تا از آن برای بیان اهمیت یک مناسبت خاص استفاده کند. شما باید خودتان تشخیص دهید که آیا لوگوی کسب و کارتان به چنین تغییرات مکرری در ظاهر خود نیاز دارد یا خیر.

## مهم ترین عوامل موفقیت انواع لوگو چیست؟

یک لوگو موفق به شدت می تواند مخاطبان را تحت تاثیر قرار دهد و نظر آن ها را جلب کند. از مهم ترین ویژگی های یک لوگو موفق می توان به **به سرعت قابل تشخیص بودن، متمایز بودن از سایر رقبا، منسجم بودن، سادگی، قوی و معتبر بودن** اشاره نمود.

به عبارتی یک لوگوی موفق به نحوی طراحی می شود که در حالت سیاه و سفید، حالت بی رنگی، سایزهای کوچک و بزرگ همچنان بتواند جذابیت خود را حفظ کند و نظر مخاطبان را به خود جلب کند. یک لوگو موفق و حرفه ای همیشگی است و تاریخ انقضا ندارد.

## سوالات متداول در زمینه انواع لوگو

### ۱. قیمت انواع لوگو چگونه تعیین می شود؟

در تعیین **قیمت طراحی لوگو** عوامل بسیاری نقش دارند مثلا لوگو توسط چه کسی یا مجموعه ای می خواهد طراحی شود؟ آیا طراح فریلنسر، آماتور است و یا یک آژانس تبلیغاتی معتبر و حرفه ای می خواهد این کار را انجام دهد؟

معمولا افراد آماتور و فریلنسرها طراحی انواع لوگو را با قیمت پایین تری انجام می دهند. لوگوهایی که توسط این افراد طراحی می شود معمولا برای رفع نیازهای اولیه یک مجموعه مناسب است و نمی تواند گزینه مطلوبی برای برندینگ باشد.

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

آژانس های حرفه ای طراحی لوگو را با قیمت بالاتری انجام می دهند، از این رو نمی توان قیمت طراحی لوگو را به صورت دقیق اعلام نمود و با توجه به سبک لوگو و تجربه فرد طراح و مجموعه طراحی 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 **گروه 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.

## ۲. 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.

## ۳. 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.

انواع لوگو اگر به صورت حرفه ای طراحی شوند، باید خاص بوده، دارای معنا و مفهومی سمبولیک باشند و به خوبی ارزش های آن مجموعه را به تصویر بکشد. اما در عین حال باید طراحی بسیار ساده ای داشته باشد تا همیشه در ذهن مخاطبان ماندگار شوند.

برای مشاهده سایر مقاله های ما، حتما به **اَقیانوس آبی** سر بزنید.

## 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.

اگر کسب و کاری بزرگ و استراتژی خاص و بزرگی دارید نیازمند به طراحی حرفه ای لوگویتان هستید، باید آن را به شرکت های حرفه ای فعال در این زمینه بسپارید تا مجبور به پرداخت هزینه مجدد برای طراحی نشوید و وقت تان تلف نشود.

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



## سوالات متداول

### ۱. لوگو چیست؟

لوگو نمادی است متشکل از کلمات، تصاویر و رنگ‌ها که برای شناسایی یک برند یا محصول استفاده می‌شود.

### ۲. طراحی لوگو چیست؟

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

### ۳. لوگوتایپ چیست؟

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 یا به روش‌های خلاقانه زیادی برای ایجاد یک 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 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 ۲ یا ۳ فونت بیشتر استفاده نکنید.

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



## ۴. لوگو برند يعني چه؟

لوگو برند، نماد يا تصوير يا نقاشي است كه نشان‌دهنده يك شركت يا سازمان يا شخصي بوده كه براي بهينه سازي حضور، دسترسي و شناخت برند استفاده مي‌شود. فرآيند طراحی لوگو يك برند يكي از مراحل اوليه اي است كه يك برند براي اهداف برندسازي خود انجام مي‌دهد.

لوگوی برند يك نماد، نشان، علامت گرافيكی يا نقاشي است كه توسط يك شركت براي نشان دادن هويت برند شركت استفاده مي‌شود. اين نشان دهنده ارزش برند شماست و به مشتریان كمك مي‌كند تا كيفيت برند را شناسايي كنند. به خاطر داشته باشيد كه كيفيت لوگوی برند در ميزان فروش شركت تاثير دارد. بنابراین، يك لوگو بايد ذاتاً خوب باشد. لوگوهای برند خوب، لوگویی هستند كه مصرف‌كننده مي‌تواند به سرعت آن را به خاطر بسپارد و برند شما را از برند ديگري متمايز كند.

لوگوهای برند مي‌توانند تايپوگرافيك باشند، جايي كه فقط حروف نام در لوگو را تشكيل مي‌دهند. از طرف ديگر، يك نماد يا طرح نيز مي‌تواند بخشي از لوگوی برند يك شركت را تشكيل دهد. تصميم‌گيري در مورد اينكه نوع لوگو چيست، در نهايت انتخاب شركت شما است.

## ۵. لوگو نماد چيست؟

لوگو نماد شامل فونت در داخل يك نماد است. به نشان‌ها، مهرها و تاج‌ها فكر كنيد. اين نوع لوگوها معمولا ظاهري سنتي دارند كه مي‌تواند تاثير قابل توجهي داشته باشد، بنابراین آنها اغلب انتخابي براي بسياري از مدارس، سازمان‌هاي دولتي هستند. به طور

مثال؛ از اين لوگو در صنعت خودرو سازي استفاده مي‌شود. بيشتر آنها، يك سبك كلاسيك دارند، اما برخي از شركت‌ها نيز به طور موثر ظاهر نمادهاي سنتي را با طرح‌هاي لوگوي مناسب قرن بيست و يكم مدرن کرده اند.