

Логотип



Логотип — графическое решение сущности компании, позволяет компании быть узнаваемой среди множества конкурентов, завоёвывать авторитет на рынке и формировать уникальный образ в глазах потребителей и партнеров, нести нужные эмоции и ассоциации.



**Нужные
ассоциации**



**Узнавание,
индивидуальность**



**Оригинальная
идея**

Процесс:

- 1. Брифинг (постановка задачи)** – Во время встречи с заказчиком мы стараемся максимально точно понять бизнес клиента, его позиционирование, задачи, которые стоят на данный момент. Мы убеждены в том, что правильно сформулированная задача — это залог эффективной работы над любым проектом.
- 2. Анализ ситуации (обзор внутренней и внешней среды)** – Изучаем целевую аудиторию: демография, стиль жизни, интересы, ценности. Изучаем компанию/услугу/продукт: историю, особенности, сильные и слабые стороны.
- 3. Изучение опыта дизайна/редизайна** – Проводим анализ логотипов среди реальных и потенциальных конкурентов. Изучаем стандарты в категории, тренды, сильные и неудачные решения.
- 4. Заполняем SMART-бриф** – Составляем внутренний документ, формулирующий основные стилистические, содержательные, символические и технические требования к решению, намечаем пути решения задачи.
- 5. Творческий поиск (концептуальные решения)** – Ставим задачу креативным дизайнерам, каждый представляет к внутреннему конкурсу несколько идей. Выбираем и визуализируем 2–3 самые сильные идеи. При необходимости проводим первичную проверку выбранных вариантов на охраноспособность по базе Роспатента.
- 6. Презентация заказчику** – Проводим презентацию 2–3 идей: концепция, эскизные варианты графического решения логотипа, эскизы размещения логотипа на основных носителях фирменного стиля. Выбираем ключевое направление.
- 7. Проработка нюансов и деталей (доработка выбранного варианта)** – Готовим чистовую отрисовку и технический дизайн графической части, прорабатываем цветовые нюансы, подбираем шрифт, проводим финальную шлифовку отдельных элементов начертания букв и межбуквенных интервалов (оптический кернинг), подбираем композиционные решения логотипа.
- 8. Подготовка руководства по использованию логотипа** – Оформляем свод основных правил использования логотипа: варианты допустимых компоновок, охранные поля, цветовые решения, монохромный вариант, допустимые цветовые решения фона, недопустимые трансформации логотипа.

Результат:

Уникальный графический знак, привлекающий внимание, несущий главное послание бренда, легко запоминающийся и решающий бизнес-задачу.