



ВАЛЕРИЙ ЗИМИН

ЛОГОТИП – ЭТО ПРОСТО!

ПОШАГОВАЯ ИНСТРУКЦИЯ С ИЛЛЮСТРАЦИЯМИ: ОТ ИДЕИ ДО РЕАЛИЗАЦИИ

[БИБЛИОТЕКА ПРАКТИЧНОГО
ЧЕЛОВЕКА] @ СЕРИЯ: «ЭТО
ПРОСТО!» <LIFEHACKS> # <SKILLS>



Валерий Зимин
Логотип – это просто!
Пошаговая инструкция
с иллюстрациями:
от идеи до реализации

*http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=18514552
ISBN 9785447476106*

Аннотация

Чем отличаются книги [Библиотеки Практичного Человека] серии «Это просто!»? Все темы можно вполне успешно изучить по статьям в интернете, где будут сотни и тысячи статей на интересующую вас тему. Будет много полезного, но и тонны мусора от дилетантов и теоретиков. Чем же отличаются книги автора? 1. Все рекомендации даются исходя из собственного многолетнего опыта проб и ошибок. 2. Это реальные алгоритмы, которые работают и которыми автор пользуется сам.

Содержание

Вступление	5
Об авторе	7
Логотип, давайте знакомиться!	8
Зачем нам нужен логотип?	9
Как работает логотип?	12
Конец ознакомительного фрагмента.	13

Логотип – это просто!
Пошаговая инструкция
с иллюстрациями:
от идеи до реализации
[Библиотека Практичного
Человека] @ Серия: «Это
просто!» <LIFENACKS> #
<SKILLS>

Валерий Зимин

© Валерий Зимин, 2016

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

Вступление

Перед вами книга «Библиотеки Практичного Человека», из серии «Это просто».

У каждого человека в жизни бывает момент, когда ему приходится делать ч.л. самому и в первый раз. Всегда сложно делать ч.л. впервые, есть опасность ошибиться, загубить дело.

Раньше люди сами набивали шишек, или шли за советом к бывалым. Сегодня новые технологии открывают неисчерпаемые возможности. Стоит зайти в Интернете поисковик и набрать интересующую тему – выйдут тысячи источников информации. Глаза разбегаются от разнообразия. Всего много очень. И тут вспоминается слова отца Брауна, про то, что чтобы спрятать дерево – необходимо посадить лес, а чтобы спрятать мертвое дерево – нужно посадить мертвый лес. Интернет – лес, где очень много всяких «деревьев»: и гнилых и кривых и мертвых и растущих вверх ногами. Есть, конечно, и прекрасные экземпляры. Но если вы никогда не видели настоящего дерева, вам будет сложно выбрать правильное.

Проблема выбора полезной информации в Интернете среди гор мусора может надолго вас отвлечь от самого важного

дела, про которое вы хотели все узнать. Конечно, сопоставив все факты из нескольких вариантов, вы сможете найти верный, наверняка. Важно только не принять фейк за верный вариант, а дилетанта или мошенника за эксперта.

Книги нашей серии призваны кратко и точно рассказать о практическом опыте решения конкретной проблемы (а возможно и сопутствующих вопросов) от лица человека, который знает об этой теме не понаслышке. Научился неплохо делать это дело и готов поделиться и рассказать все максимально доступно и наглядно. Конечно, мы не претендуем на истину в последней инстанции и не считаем себя эталонным вкусом и элегантности, но наши опыт и знания помогут любому пытливому уму выбрать правильный для себя вариант и приступить к реализации проекта максимально быстро и точно.

Надеюсь, вам понравится и будет приятно и полезно прочесть эту книгу!

Об авторе

Автор на протяжении десяти лет, является руководителем рекламного агентства и студии дизайна, специализирующейся на разработке логотипов, фирменных стилей, графического дизайна, веб-дизайна, а также рекламы и маркетинга.

Студией реализовано в интересах заказчиков более сотни различных проектов в области графического дизайна и несколько сотен проектов в области веб-дизайна.

В данной книге речь пойдет о процессе создания логотипа компании.

Логотип, давайте знакомиться!

– Девушка, а как вас зовут?

– Никак.

– А если ласково – то «Никаккушкой»?

Прислушаемся к Википедии (хотя там зачастую тоже попадается плюш – не всему можно доверять там также).

Логотип (от др.-греч. λόγος – слово + τύπος – отпечаток) – графический знак, эмблема или символ, используемый территориальными образованиями, коммерческими предприятиями, организациями и частными лицами для повышения узнаваемости и распознаваемости в социуме. Логотип представляет собой название сущности, которую он идентифицирует, в виде стилизованных букв и/или идеограммы. Логотипы широко применяются в качестве товарных знаков.

Вообще, логотип – это то, что будет отличать вас и вашу компанию на рынке от сотен и тысяч ваших конкурентов.

Зачем нам нужен логотип?

*Провалились в глубокую яму волк, медведь и лось.
Сидят уже дней десять, есть хочется.*

Волк и говорит – Медведь, мы же с тобой хищники?

Медведь – Хищники.

Волк – А этот лось – травоядный?

Медведь – Травоядный.

Волк – А травы здесь все равно нет, так давай его съедем? Только надо по цивилизованному договориться. Подходят к лосю:

Волк – Ты же, лось – травоядный, а мы хищники. Травы здесь все равно нет. Мы тебя съедем, глядишь, подольше протянем.

Лось – Ребята, конечно, я сам хотел вам предложить, да вот только стеснялся. Спасибо вам, что вы так интеллигентно себя ведете. Ешьте меня, только мне мама говорила, что у меня на крупе слово какое-то вытатуированно. Вы мне прочитайте, а потом ешьте меня смело.

Ну, волк с медведем подошли к лосю сзади, хвост приподняли, а он как долбанет их обоими копытами и выпрыгнул из ямы. Волка сразу насмерть, а медведь лежит с разбитой мордой и стонет:

Медведь – Ну ладно волк, а я то, дурак, куда полез, я же читать не умею!!!

Сегодня без логотипа не обходится ни одна уважающая

себя компания, работающая на рынке. Логотипы наносятся на все возможные материалы и поверхности продукции. Более того, если ранее лейблы известных компаний можно было найти «за подкладкой» на теневой стороне продукта, то сегодня логотип ставится на самом видном месте и обладатель фирменной вещи считает для себя престижным иметь вещь с логотипом, видимым всем. Он как бы отождествляет себя с престижем и успехом компании и показывает свою состоятельность. Сейчас это модно, «в тренде».

А начиналось все банально. Когда первые ремесленники стали обжигать свои первые «горшки», то те, у кого руки росли из более правильных мест, и как следствие горшки служили дольше и лучше, стали клеймить свои творения. Клеймить – не в смысле «клеить позором», а в смысле ставить отличительный знак – клеймо. Ставили они клеймо в незаметном месте обычно – снизу горшка, или тарелки. Они же были древние производители и не знали современных правил маркетинга!

Итак, лого, как и клеймо призвано выделить продукт из набора конкурирующих продуктов от конкурирующих производителей.

Нехорошие, нечестные производители, кстати, придумали подделывать и наносить клейма хороших производителей

на свои никчемные товары и обманывать покупателей – контрафактная продукция. Раньше с этим было проще – ремесленник либо сам продавал свой товар, либо через свою «фирменную» торговую лавку. Подсунуть подделку было практически невозможно, да если кто и продавал подделки – это было опасно: в небольших селениях все друг друга знали и могли и шею позднее намылить за такие проделки. А сегодня подделки бывают такого высокого качества, да и порой даже производятся на одних и тех-же станках и производственных линиях.

Для защиты честного производителя придуманы различные законы, в том числе и регистрация товарного знака, после чего его использование сторонними лицами запрещено и будет вести к юридической ответственности (если нарушителя поймают и докажут вину, конечно).

Как работает логотип?

Два милиционера едут в патрульной машине.

Один говорит другому:

– Санек, посмотри, мигалка у нас работает?

Тот высовывается из окна и смотрит на крышу:

– Работает! Не работает. Работает!

Не работает...

Начинающей компании также нужен логотип компании для солидности и для самоидентификации. Важно чтобы потенциальный заказчик понимал, что письмо на фирменном бланке пришло именно от вас, и что сотрудник, который рассказывает про вашу продукцию – также представляет вашу фирму. В этом заказчик убедится, получив визитку с логотипом от вашего сотрудника. Придя к вам в офис за покупкой, клиент также его сразу узнает по фирменной вывеске и другим фирменным атрибутам с вашим логотипом.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.