

پنج علامت که نشان می دهد به لوگوی جدید نیاز دارید

پاتریک لویلین رئیس و متخصص سئو در شرکت 99Desing است. شرکت طراحی گرافیک که در مزایده های آنلاین برای گرفتن لوگوهای جدید شرکت می کند. لویلین می گوید: "یک لوگو صورت عمومی تجارت شماست."

لویلین معتقد است که چندین شاخص وجود دارد که یک شرکت کوچک نیازمند یک نشان بازرگانی جدید می شود. در زیر ۵ نشانه آورده شده است که به ما می گوید باید روی طراحی جدید نشان بازرگانی خود کار کنیم:

۱- لوگوی شما با رسانه جدید به خوبی تطبیق ندارد

اگر لوگوی شرکت شما برای قرار گرفتن در جلوی فروشگاهتان در ۱۵ سال پیش طراحی شده است، ممکن است که برای وب سایت شما و نمایش در شبکه های اجتماعی همچون فیس بوک و توییتر مناسب نباشد.

لویلین می گوید: "ممکن است طراحی آن برای یک تابلو یا در صفحات تبلیغاتی زرد مناسب باشد اما امروزه مدیران، کسب و کار خود را با روش های نوین تبلیغاتی معرفی می کنند. مهم این است که یک لوگو بتواند در چندین رسانه کارایی داشته باشد."

کارآفرینان باید این سوالات را از خود بپرسند که اگر نشان خود را بزرگتر یا کوچکتر کنیم باهم هم خوانا خواهد بود؟ اگر سیاه و سفید باشد مناسب است؟ آیا می توانید از آن یک آیکن درست کنید؟ آیا می تواند نشانی کارا برای یک برنامه گوشی هوشمند باشد؟ اگر جواب هرکدام از این سوالات خیر باشد ممکن است که زمان طراحی لوگوی نو فرا رسیده باشد.

۲- لوگوی شما بیانگر کسب و کار کنونی شما نیست

با گذشت زمان، بیشتر کسب و کارها کامل شده و رشد می کنند. بسیاری از صاحبان کسب و کار این موضوع را تجربه کرده اند که با یک کالا یا خدمات شروع به کار کرده، رشد کرده و روی یک کالای کاملا متفاوت تغییر مسیر دهند. اگر نشان بازرگانی شما معرف محصول یا خدماتتان نیست زمان برندسازی دوباره فرا رسیده است. لویلین می گوید: "نشان بازرگانی شما هیچگاه نمی تواند بیانگر آنچه که کسب و کار شما در گذشته بوده، باشد." نشان بازرگانی باید اشتیاق ایجاد کند و ماهیت کس و کار شما را در حال حاضر و آینده مشخص کند.

۳- لوگوی شما پروژه خود انجام بده بوده است

اگر خودتان یا فردی از بستگان که تخصص طراحی نداشته نشان تجاری شما را طراحی کرده است، احتمالا برای بازننگری در آن اقدام خواهید کرد. موفقیت یک طراحی و ظرافت کار را تنها یک فرد حرفه ای می تواند بوجود بیاورد. لویلین می گوید: "شرکت هایی همچون اپل به علت تاکید بر طراحی بسیار موفق شده اند. در نتیجه جهان امروزی انتظارش از طراحی فراتر رفته است."

او می گوید اگر از لوگو تعریف و تمجید دریافت نمی کنید، احتمالا نیازمند طراحی دوباره است.

۴- نشان تجاری شما همچون رقیبانتان با تقاضا روبرو نمی شود

لویلین می گوید وب سایت هایی همانند **Yelp** که در شبکه های اجتماعی کنکاش می کنند دنیای تجارت، به خصوص تجارت الکترونیکی را بطور فزاینده ای رقابتی کرده اند. او پیشنهاد می دهد که به طراحی رقابتی لوگوی خود نگاهی بیندازید. "اگر لوگوی رقیبان شما بیشتر مورد تقاضا است، شاخص خوبی اسک که نشان می دهد نشان بازرگانی شما باید به روز شده یا تغییر کند."

بنابراین اگر مطمئن نیستید، سیمای اجتماعی خود را با رقیبانان مقایسه کنید. اگر آنان علاقه مندان و هواداران بیشتری دارند ممکن است زمان طراحی نو فرا رسیده باشد. به گفته لویلین: "اثر طراحی خوب را نادیده نگیرید."

۵- لوگوی شما خیلی پیچیده است

پاتریک لویلین می گوید روش های رشدیافته در لوگوها به ساده نگاری در طراحی گرایش دارند. او می گوید: "شیب و قوس و سایه های افتاده در لوگوها مشهور شده اند. اما این تکنیک ها نیز قدیمی شده اند. این تکنیک ها حتی برای ترجمه و شناسایی توسط الگوریتم های نوشته شده جستجوی تصاویر نیز دشوار هستند." طراحی ساده ای انتخاب و در آن از ۳ رنگ استفاده کنید. تلاش کنید نشان شما زمینه ای صاف و مات داشته باشد.

لویلین می گوید: "یکی از شاخص هایی که لوگوی شما را ساده و موثر می کند آن است که بتوان از آن در تصاویر پس زمینه مختلف استفاده کرد، به گونه ای که بازهم قابل شناسایی باشد."

پرداخت

ارائه دهنده راهکارهای تجارت الکترونیک

برای مشاوره رایگان و همکاری با پرداخت تماس حاصل نمائید