

RETT OG SLETT LOGO

GODE TIPS FOR
DEG SOM SKAL
KJØPE LOGO

Innhold

Innhold	2
Intro	3
Formålet med en logo	4
1. En logo er ikke kunst	5
2. En logo skal ikke beskrive din bedrift	6
3. En logo skal være lønnsom	7
4. Styr unna samlebandsdesignere	8
5. Hold det enkelt	9
6. Gode løsninger framfor originale	10
7. Unngå lange demokratiske prosesser	11
8. Ikke stol blindt på førsteinntrykket	12
9. Krev gode originalfiler	13
10. Gjør research	14
Kontakt oss for en logopratt	15



Når erfaring teller

Knut Gangåssæter har jobbet i reklamebransjen i nesten hele sitt voksne liv. God formsikkerhet og kreativitet er egenskaper han har tilegnet seg gjennom egen praksis og som ansatt i små og store selskaper. Hans yndlingsområder er logodesign og grafisk identitet. To områder som han virkelig lever og ånder for. Gjennom mange års erfaring har han lært seg å se kundenes behov og løse dem på best mulig måte med fokus på kostnadseffektivitet.



Knut Gangåssæter
Grafisk designer, Doghouse

Formålet med en logo

Hva er en logo og hva kreves av den?

Å kjøpe logodesign kan være vanskelig. Det blir en langt enklere prosess om kjøper og designer har en felles forståelse av hva som kreves av en logo.

Hva er hensikten med en logo og hvorfor har vi dem? Om du forstår dette er det lettere for deg å kjøpe en god logo.

Hensikten med en logo er å identifisere. Det absolutte hovedmål for en logo er derfor å identifisere deg, din bedrift eller det produkt eller den tjeneste den blir designet for.



1. En logo er ikke kunst

En logo er et strategisk verktøy

Mange ser på en logo som dekorativ kunst fordi det er et visuelt objekt. Vår oppgave som designere er ikke å designe noe vakkert, men å gi deg en logo som kan benyttes som et strategisk verktøy. En logo kan selvfølgelig være vakker men det bør være en sekundær faktor i designprosessen. Identifikasjon kommer først.

Hva den representerer er viktigere enn hvordan den ser ut.



2. En logo skal ikke beskrive din bedrift

En logo skal identifisere din bedrift

En logo trenger ikke beskrive din bedrift, produkter eller tjenester. Den skal heller ikke selge dine produkter eller tjenester. Hold logoen enkel og la identitet, brand og markedsføring stå for videre kommunikasjon med markedet.



3. En logo skal være lønnsom

Billig design er kostbart

En ny logo skal være lønnsom. Det er ingenting som er så kostbart som billig design.

Å bruke penger på å utvikle en god logo bør derfor sees på som en investering for framtiden istedet for en utgift.

Det er ikke uten grunn at store bedrifter redesigner sin logo med jevne mellomrom. Det gjøres for å møte markedet på best mulig måte – til enhver tid.



4. Styr unna samlebåndsdesignere

Ett forslag er som regel nok

Styr unna leverandører som gir deg mange logoforslag. Å lage en god logo tar tid, å lage fem gode forslag tar vanligvis fem ganger så lang tid. De som leverer mange forslag fordyper seg ofte ikke nok i utfordringen og benytter kanskje ferdige logomaler som de laster ned fra nett. Det kan dermed være mange andre som benytter samme logo.

Et forslag er ofte tilstrekkelig til å starte en konstruktiv prosess som fører til gode veivalg mot det endelige resultatet. La designprosessen bli levende og pågående, noe som ender opp med å gi deg det beste resultatet.



5. Hold det enkelt

Enkel symbolikk huskes best

Jo enklere logoen er jo enklere er den å oppfatte, huske og gjenkjenne. Gå gjerne for abstrakte løsninger. Nike er et godt eksempel på dette. Symboler huskes bedre enn ord.

Sverg til enkle former og rene farger. En logo bør alltid kunne fungere i en farge. Styr unna fargegraderinger, skygger og andre spezialeffekter. Hvis du velger slike løsninger, så sørg alltid for at du også har en basislogo som fungerer kun i en farge.



6. Gode løsninger framfor originale

Det meste er allerede prøvd

Originalitet kan være uoppnåelig. Det blir laget på tusenvis av logoer hver dag, og det har blitt gjort det hver dag de siste tiårene. Om du er på utkikk etter en original logo leter du kanskje forgjeves. Det meste er prøvd og det finnes med høy sannsynlighet en eller flere logoer der ute som ligner på din nye logo.

Gå for gode løsninger fremfor originale.
Originalitet blir vanskeligere og vanskeligere.



7. Unngå lange demokratiske prosesser

Sett ned en liten arbeidsgruppe

Å godkjenne en logo bør aldri være en kompleks demokratisk prosess som inkluderer alle ansatte. Sett ned en liten men effektiv arbeidsgruppe som er med på prosessen hele veien. Raske møter som ender opp i godt begrunnede avgjørelser sikrer en sunn framgang i prosessen mot en god logo.



8. Ikke stol blindt på førsteinntrykket

Gi logoforslaget enda en sjanse

Man blir vanligvis fortalt at man skal stole på førsteinntrykket. Det er en sannhet med modifikasjoner. En god logo modnes og vokser over tid. Førsteinntrykket er ikke alltid det riktige. Legg bort logoen – ta den frem igjen. Om du synes den er bedre 3. gang du ser på den så er du på riktig vei.

Kanskje er det bare små justeringer som skal til for at logoen "faller på plass".



9. Krev gode originalfiler

Vektorfiler er alfa og omega

Sørg for å få alle originalfiler ved ferdigstilling. Alt fra små lavoppløste versjoner for skjermbruk til høyoppløste versjoner for trykk. En god logo bør også foreligge som vektorfiler. Dvs. skalerbare EPS eller PDF filer. Om din designer kun er i stand til å levere bitmapfiler har du valgt feil designer. En kortere eller mer omfattende beskrivelse rundt bruk av logoen bør også foreligge. Den bør som minimum inneholde spesifisering av farger som er benyttet. Sørg også for at du får logo-originaler i hvit og sort versjon.



Skalerbar vektorfil



Bitmap fil

10. Gjør research

Godt grunnarbeid er halve jobben

Finn inspirasjon på nett. Hva gjør konkurrentene, hva synes du er bra, hva synes du er dårlig? Grundig reserach gjør prosessen enklere både for deg og designeren.

Vi designere liker å være kreative men elsker at noen hjelper oss i gang og setter oss på riktig spor.



Kontakt oss for en logopratt

Trenger du flere tips eller råd?

Vi svarer gjerne på spørsmål og hjelper deg
i gang med prosessen mot en ny logo.

Doghouse

Sirkus Shopping – Trondheim
Tel: 924 27 038
knut@doghouse.no
www.doghouse.no

