



15 regras de ouro para criar logotipos

Description

O design de logotipo requer muito conhecimento, habilidade e experiência. Há muitos elementos a serem considerados, e as perguntas que você precisa se fazer podem se tornar esmagadoras quando você é novo no ramo. Se você está criando um novo logotipo do zero, precisa pensar em como representá-lo a sua marca, o seu produto ou o personagem do indivíduo. E se você estiver atualizando um logotipo existente, você precisa mudar a direção para fazer uma grande apresentação? Ou você deve fazer pequenos ajustes no design do logotipo existente para evitar alienar os clientes de longa data?

Com essas grandes questões, pode ser difícil saber por onde começar com a grande ideia de criar um logotipo. Então, para reduzir as coisas, listamos 15 regras de ouro para o design de logotipos. Esta lista prática de dicas de design de logotipo se concentrará no processo de design em si e em como implementar seu design como parte de uma estratégia de marca mais ampla.

O logotipo certo alinhado com o produto certo pode se tornar um ativo inestimável. Basta pensar no logo da Nike, nos arcos dourados do McDonald's, no boneco da Michelin, na estrela de três pontas da Mercedes ou no símbolo Woolmark. Estes são apenas alguns dos exemplos mais importantes. Para dar ao seu próprio design de logotipo a melhor chance possível de alcançar longevidade e reconhecimento semelhantes, mesmo em uma área de nicho menor, pode valer a pena ter em mente as características universais compartilhadas por todo design de logotipo bem-sucedido.

Por que o design de logotipo é importante?

Os logotipos são importantes porque geralmente são a primeira impressão da marca que um cliente em potencial vê. Eles também são a parte da marca que geralmente causa a maior impressão em nós, permanecendo conosco por mais tempo, se for bem-sucedido. Um logotipo pode nos dizer muito sobre uma marca, incluindo (às vezes) o que ela faz e o que ela representa. Quando os consumidores se conectam com um design de logotipo, eles geralmente ficam mais inclinados a investir seu tempo ou dinheiro na empresa ou no produto.

É claro que um logotipo não é o único elemento de uma marca bem-sucedida, mas é essencial acertar desde o início, porque geralmente está no centro de toda a estratégia da marca. A maioria dos designers pode criar um logotipo razoável e decente, mas é preciso uma mistura especial de habilidades de design, teoria criativa e aplicação habil para executar um design de logotipo verdadeiramente único, atraente e memorável.

AS REGRAS DE OURO DO DESIGN DE LOGOTIPOS

Existem centenas, às vezes até milhares de marcas competindo por nossa atenção. Isso significa que as marcas precisam se diferenciar visualmente para evitar confusão. A diferenciação é alcançada através do design da identidade da marca — uma gama de elementos que trabalham juntos para criar uma imagem distinta da marca em nossas mentes. O design da identidade da marca pode incluir tudo, desde uniformes, gráficos de veículos, cartões de visita, embalagens de produtos, publicidade em outdoors e canecas de café e outros acessórios, até o estilo fotográfico e a escolha de fontes.

Quando você pensa em uma pessoa que causou algum tipo de impacto em sua vida, provavelmente pode imaginar como ela é. O mesmo se aplica às marcas. Um logotipo funciona como o rosto de uma marca, permitindo que as pessoas se conectem com ela e se lembrem dela. O objetivo do design de logotipo deve, portanto, ser criar algo que as pessoas possam imaginar facilmente quando pensam em suas experiências com um produto, empresa ou serviço.

É importante lembrar que quando olhamos para algo, vemos forma e cor antes de ler. Somente se isso for suficiente para prender nossa atenção é que começamos a ler. O trabalho dos designers é destilar a essência de uma marca na forma e na cor com maior probabilidade de durar. veremos 10 regras de ouro de design de logotipo para ajudá-lo a fazer exatamente isso.

Quando olhamos para algo, não lemos primeiro. Antes de mais nada, vemos a forma, vemos a cor e, se isso for suficiente para prender nossa atenção, leremos

David Airey

1- Prepare as bases



Logos como os da Mercedes e Woolmark se tornaram ativos inestimáveis para suas empresas

Uma das partes mais interessantes de ser um designer é que você aprende coisas novas em cada novo projeto. Cada cliente é diferente e, mesmo na mesma profissão, as pessoas fazem seu trabalho de maneiras diferentes. Você deve começar um projeto de design de logotipo fazendo algum trabalho de base. Conhecer bem o cliente e seu produto também tornar-se mais fácil obter um consenso sobre o design do seu logotipo mais adiante.

Certifique-se de perguntar ao seu cliente por que eles existem. O que eles fazem, e como eles fazem isso? O que os diferencia de outras marcas? Para quem eles estão e o que eles mais valorizam?

Algumas dessas perguntas podem parecer tão diretas que parecem desnecessárias, mas podem ser difíceis de responder e levar a mais perguntas sobre os negócios de seus clientes. O que você descobre nesta fase inicial de um projeto de design de logotipo irá ajudá-lo a escolher a direção de design mais forte possível e garantir que você não perca o alvo.

2 - Valorize seu bloco de desenho

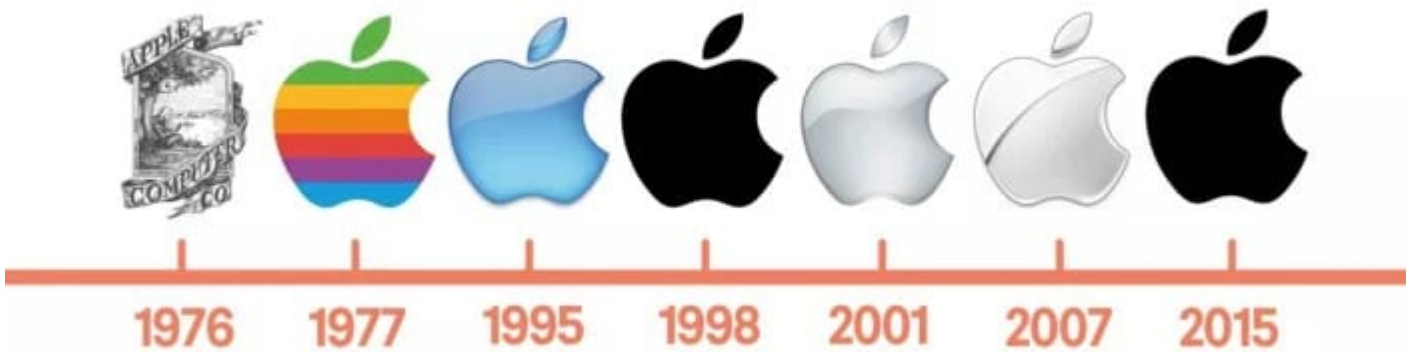


Esboços de mascotes do Firefox por Martijn Rijven, que foi encomendado por Wolff Olins

Com as inúmeras ferramentas digitais disponíveis hoje, você pode considerar pular direto para um computador para o design de logotipo, mas usar um bloco de desenho lhe dá a chance de descansar os olhos do brilho de pixels brilhantemente iluminados e, mais importante, registrar ideias de design muito mais rapidamente e livremente. Sem interface digital no caminho, você tem total liberdade para explorar, e se você acordar no meio da noite com uma ideia que não quer perder, uma caneta e papel ao lado da sua cama ainda é a maneira ideal de descrevê-la.

Esboçar torna mais fácil colocar as formas exatamente onde você as quer, e sempre haverá tempo para digitalizar suas marcas mais tarde. Também pode ser útil compartilhar alguns esboços ao descrever ideias de design para clientes antes de digitalizar uma marca. Isso pode facilitar a visualização do resultado sem a distração de fontes e cores, o que às vezes pode fazer com que os clientes descartem uma ideia inteira. Mas não compartilhe muito — apenas suas melhores ideias.

3 — Comece em preto e branco



O detalhe interno do logotipo da Apple mudou ao longo dos anos, mas a silhueta permanece

Como mencionamos acima, a cor às vezes pode ser uma distração e pode dificultar que o cliente considere o conceito básico do logotipo. Deixar a cor para mais tarde no processo pode permitir que você se concentre na ideia do design do seu logotipo em si, em vez de em um elemento que geralmente é muito mais fácil de mudar.

É impossível resgatar uma ideia ruim com uma paleta interessante, mas uma boa ideia ainda será boa independente da cor. Se você imaginar qualquer símbolo conhecido, na maioria dos casos você pensará na forma antes da paleta. São as linhas, formas e a ideia em si que são mais importantes, seja uma mordida de uma maçã, três listras paralelas, quatro círculos ligados em uma linha horizontal ou qualquer outra coisa.

4. Mantenha-o adequado



O fundador da Pentagram, Alan Fletcher, criou o logotipo V&A em 1989 (Crédito da imagem: V&A)

Um design de logotipo precisa ser relevante para as ideias, valores e atividades que representa. Um tipo de letra elegante será mais adequado para um restaurante sofisticado do que para um ber rio infantil. Da mesma forma, uma paleta de rosa fluorescente e amarelo provavelmente não ajudar  sua mensagem a envolver os aposentados do sexo masculino. E criar uma marca que tenha alguma semelhança com uma suástica, independentemente da indústria, não vai funcionar.

Voc a conhece essas coisas, e elas podem parecer bastante óbvias, mas a adequação   mais profunda do que isso. Quanto mais apropriado for o seu raciocínio por tr s de um projeto específico, mais fácil será vender a ideia para um cliente (e essa pode ser a parte mais desafiadora de um projeto. Lembre-se, designers não apenas projetam. Eles também vendem).

5    Apontar para fácil reconhecimento



O logotipo do banco Deutsche de 1974 por Anton Stankowski (Crédito da imagem: Deutsche Bank)

A simplicidade ajuda no reconhecimento e pode ser uma grande vantagem quando há tantas marcas competindo por nossa atenção. Um logotipo realmente simples pode muitas vezes ser lembrado após uma breve olhada, algo que não é possível com um design excessivamente detalhado.

Uma marca tem que ser focada em um conceito; em uma única história. Na maioria dos casos, isso significa que ele deve ter um formato descomplicado para que possa funcionar em diferentes tamanhos e em uma variedade de aplicativos, desde um ícone de site em uma barra de navegador até sinalizar em um prédio.

6 Busque a diferença



O logotipo da Tate de 1999 por Wolff Olins uniu as quatro galerias da Tate em todo o Reino Unido

Se os concorrentes de uma marca estão usando o mesmo estilo tipográfico, o mesmo tipo de paleta de cor ou um símbolo colocado à esquerda do nome da marca, esta é a oportunidade perfeita para diferenciar seu cliente em vez de misturá-lo. Fazer algo diferente pode realmente ajudar o design do seu logotipo a se destacar.

Tanta semelhança no mercado não significa necessariamente que seu trabalho se tornou mais fácil. Muitas vezes é preciso um cliente corajoso para resistir a uma tendência que eles veem ao seu redor. No entanto, mostrar imaginação em seu portfólio de design é uma boa maneira de atrair o tipo de cliente que você deseja, e demonstrar a adequação de seu conceito pode ajudar a eliminar quaisquer dúvidas.



DICA DE LEITURA:

Design de Logotipos. Mais de 300 Cases Internacionais Desconstruídos e Analisados

DESIGN DE LOGOTIPOS é um dos principais livros sobre o tema. Ao analisar grandes projetos, de diversas partes do mundo, ele nos dá uma clara compreensão de como se direcionar ao seu mercado e como transmitir os valores de sua marca. Além de funcionar como um portfólio com ideias inspiradoras, é também um livro prático e de solução de problemas, que abrange os processos gerais e alguns detalhes específicos. Todos os logotipos aqui apresentados são desconstruídos, para mostrar a colaboração de cada elemento para que o design se torne eficiente. Os estudos de caso mostram o raciocínio por trás de projetos de enorme sucesso. O livro também pode ajudar na criação de logotipos eficientes, ele também ajuda a explicar para seus clientes como e porque eles podem se ajustar ao briefing. [Clique aqui](#) e veja o livro na loja.

7. Considere a identidade da marca mais ampla



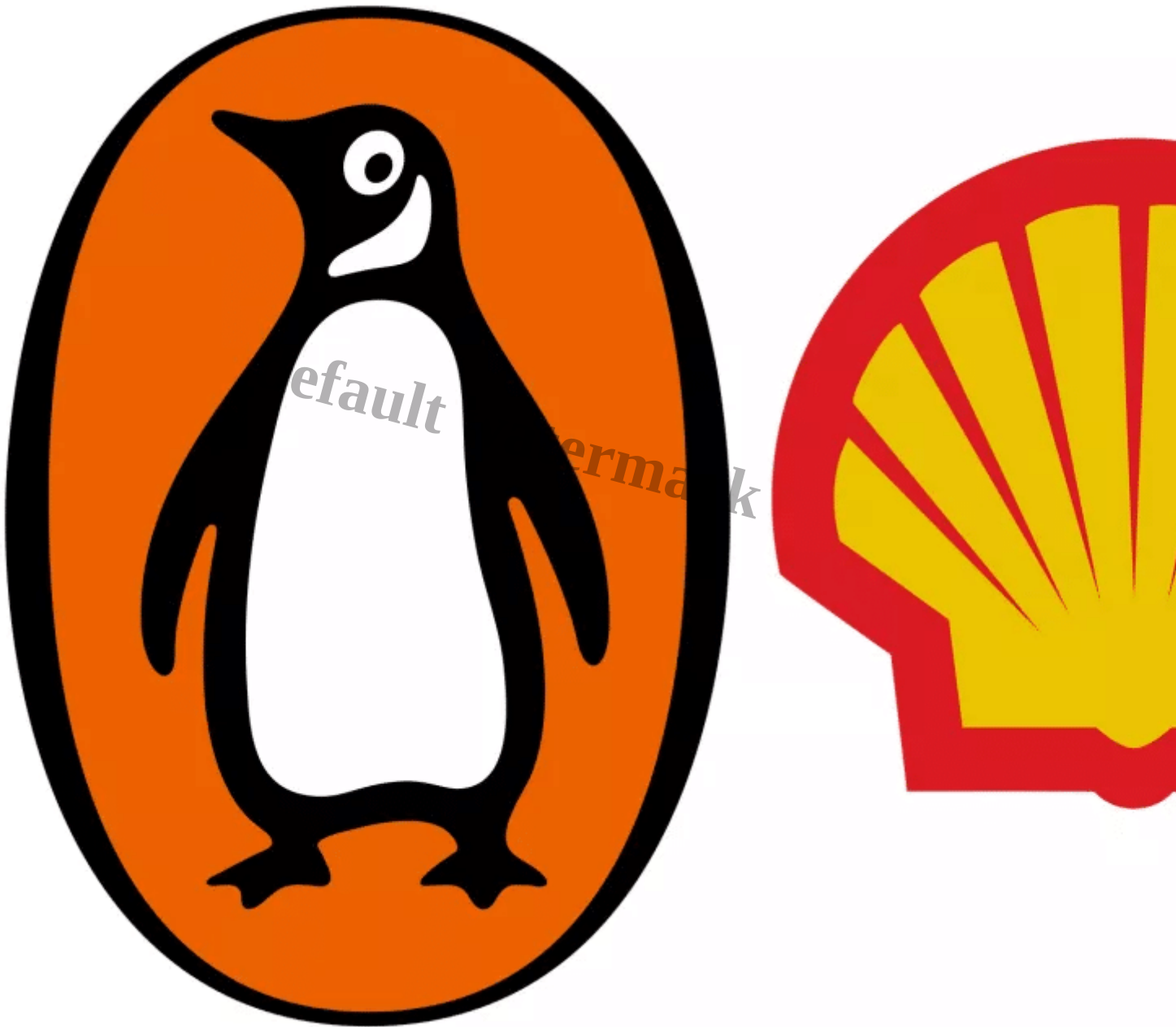
Wolff Olins criou um tipo de letra sob medida para o apoio ao câncer da Macmillan em 2006 para uso em seu logotipo e campanhas de marketing

Normalmente não vemos um logotipo em completo isolamento. Geralmente é apresentado no contexto de um site, um pôster, um cartão de visita, um cone de aplicativo ou todos os tipos de outros suportes e aplicativos. Uma apresentação do cliente deve incluir pontos de contato relevantes para mostrar como o logotipo aparece quando visto por clientes em potencial. É um pouco como quando você está preso em uma rotina – pode ajudar dar um passo para trás, olhar para o quadro maior, ver onde você está e o que está cercado.

Em termos de design, a imagem maior é cada item em potencial no qual o design do seu logotipo pode aparecer. Sempre considere como a identidade funciona quando o logotipo não está lá também. Embora seja extremamente importante, um símbolo só pode levar uma identidade até certo ponto. Uma maneira de obter visuais coesos é criar um tipo de letra sob medida para o seu

logotipo. Esse tipo de letra também pode ser usado em títulos de marketing.

8 ??? Não seja muito literal



Os logotipos da Penguin e da Shell não dão nenhuma pista sobre os tipos de empresa que representam

Um logotipo não precisa mostrar o que uma empresa faz; na verdade, muitas vezes é melhor se isso não acontecer. Marcas mais abstratas costumam ser mais duradouras. Historicamente, você mostraria sua fábrica, ou talvez um brasão heráldico se fosse uma empresa familiar, mas os símbolos não mostram o que você faz. Em vez disso, eles deixam claro quem você é. O significado da marca aos olhos do público é acrescentado posteriormente, quando podem ser formadas

associações entre o que a empresa faz e a forma e a cor de sua marca.

9 ??? Lembre-se que os símbolos não são essenciais



A marca de palavras de Johnson Banks de 2004 para abrigo com seu telhado inclinado ???hâ?? ajudou a reposicionar a instituição de caridade habitacional (embora recentemente tenha sido redesenhada)

Um logotipo nem sempre precisa ser um símbolo. Muitas vezes, uma marca de palavra personalizada pode funcionar bem, especialmente quando o nome da empresa é exclusivo ?? basta pensar no Google, Mobil ou Pirelli. Não fique tentado a exagerar no design só porque o foco está nas letras. A legibilidade é fundamental em qualquer marca de palavra, e suas apresentações devem demonstrar como seus designs funcionam em todos os tamanhos, grandes e pequenos.

É claro que, às vezes, as palavras simplesmente não funcionam em aplicações muito pequenas, portanto, podem ser necessárias variações. Isso pode ser tão simples quanto retirar uma letra da logomarca e usar a mesma cor, ou pode incorporar um símbolo que pode ser usado como um elemento de design secundário (primeiro a marca da palavra, o símbolo depois) em vez de um logotipo fechado onde ambas as peças são mostrados um ao lado do outro.

10 ??? Faça as pessoas sorrirem



Projetado em 2000, a marca de palavra de Turner Duckworth para a Amazon adiciona inteligência com um sorriso oculto que vai de AZ

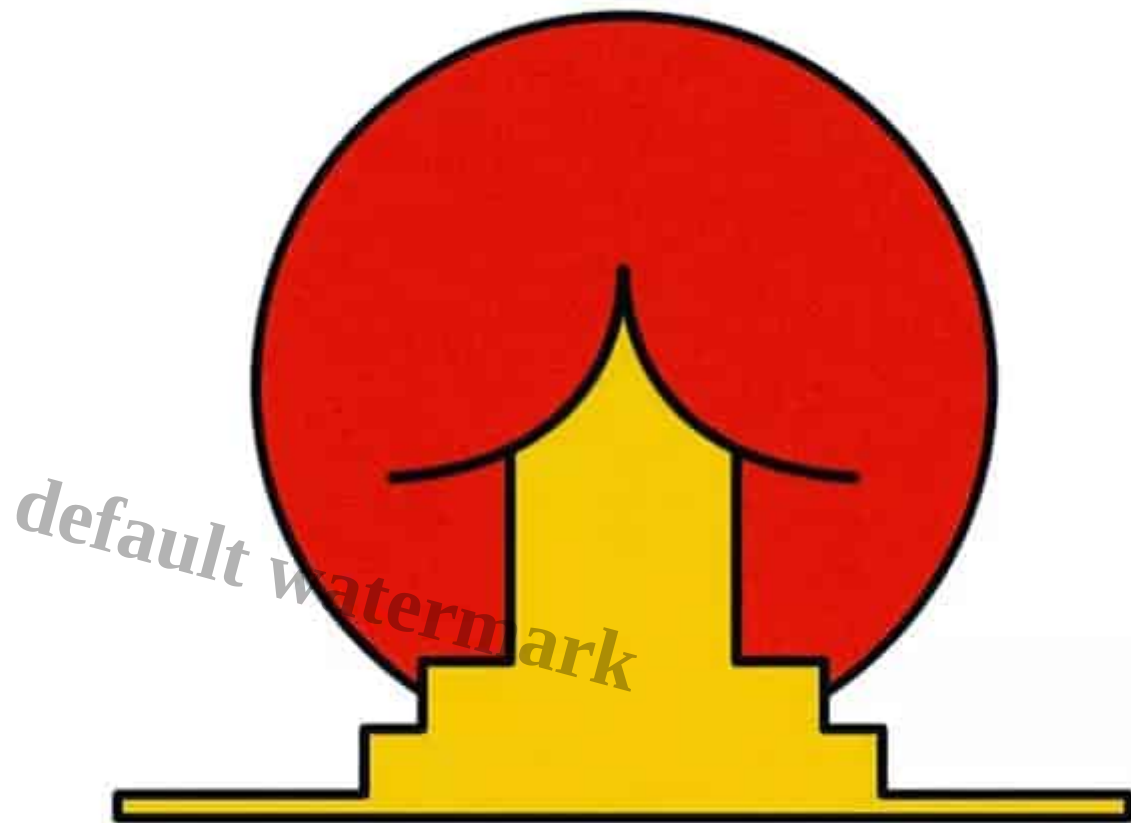
Injetar um pouco de inteligência no design do seu logotipo não apenas torna seu trabalho mais divertido, mas também pode ajudar seu cliente a se tornar mais bem-sucedido. Não é apropriado para todas as profissões (certamente não faz sentido para fabricantes de armas e empresas de tabaco, mas se você optar por trabalhar com essas empresas é outra coisa). No entanto, os setores jurídico e financeiro um pouco menos contenciosos estão repletos de empresas identificadas por uma marca abafada e estéril. Adicionar um pouco de humor às identidades desses clientes pode ajudar a diferenciá-los.

Há um equilíbrio a ser alcançado. Vá longe demais e você corre o risco de alienar clientes em potencial. No entanto, independentemente da empresa, as pessoas fazem negócios com as pessoas, portanto, o lado humano e emocional do seu trabalho sempre terá um nível de relevância.

COMO IMPLEMENTAR O DESIGN DO SEU LOGOTIPO

Já tem um design de logotipo pronto, então aqui está como usá-lo. Lembre-se que os logotipos não existem isoladamente: eles precisam ser aplicados. Depois de aperfeiçoar o design do seu logotipo, o estágio final é dar vida a ele como parte de um esquema de marca mais amplo. Siga estas cinco dicas de design de logotipo para ajudá-lo a acertar esta importante etapa final.

11 â?? Sempre procure uma segunda opinião



Logo do Instituto Brasileiro de Estudos Orientais. Apresentado sem comentários

Não subestime o valor de um segundo (ou terceiro) par de olhos para identificar coisas que você pode ter perdido durante o estágio de design. É incrível como é fácil ignorar mal-entendidos culturais imprevistos, insinuações, formas infelizes e palavras e significados ocultos.

Depois de elaborar seu conceito de design de logotipo, sempre reserve um tempo para verificar com outras pessoas. Muitos estúdios de design defendem a fixação do trabalho em andamento nas paredes para permitir a revisão constante por pares. Muitas vezes é mais fácil notar algo preso em uma parede no papel do que em uma tela. Se você é um freelancer solitário, tente encontrar alguns colegas de confiança para dar uma olhada no seu trabalho e retribuir o favor, é claro. E lembre-se de verificar como fica de todos os ângulos e em suportes de diferentes formatos.

12 ?? Desenvolver o resto do universo da marca

Um design de logotipo é apenas um pequeno componente de um esquema de branding e deve ser desenvolvido em conjunto com outros pontos de ativação como parte de um mundo da marca mais amplo. Este termo é parte integrante do processo de branding na agência londrina [SomeOne](#). E como o cofundador Simon Manchipp afirma na entrevista em vídeo com a revista Computer Arts acima, é muito melhor alcançar coerência entre diferentes elementos do que simplesmente consistência.

Consistência é confinamento solitário a mesma coisa todos os dias, lamenta. Cohesive é diferente: uma maneira mais flexível e inteligente de fazer as coisas.

13 Pense em como dar vida ao design do seu logotipo

No mercado de branding moderno, um logotipo estático que fica quieto no canto de uma página de design acabada geralmente não é mais suficiente. Você precisará pensar em como o design do seu logotipo pode ganhar vida em movimento para aplicativos digitais. Isso pode exigir a colaboração de especialistas em animação ou gráficos em movimento para explorar seu potencial.

Aqui estão alguns exemplos de logotipos trazidos à vida através da animação: primeiro, Function Engineering de Sagmeister & Walsh, que adiciona um toque lúdico ao estilo Meccano à marca. Sagmeister & Walsh não existe mais, mas você pode ver nossa história no estúdio de Jessica Walsh & Walsh.

[Function Clockwork](#) from [Sagmeister & Walsh](#) on [Vimeo](#).

Em segundo lugar, este design de logotipo para a University of the Arts Helsinki por [Bond](#), dobra, torce e distorce para melhorar a sensação dinâmica e moderna do logotipo tipo-led.



O logotipo animado da University of the Arts Helsinki gira e salta

À medida que as tendências de RV continuam a evoluir, experiências de marca imersivas mais avançadas estão se tornando cada vez mais acessíveis. Nos últimos anos, as agências de branding também exploraram o potencial do design generativo e da participação do usuário para introduzir um componente muito mais dinâmico e imprevisível ao design de logotipo. Isso nem sempre é possível, é claro, mas mantenha a mente aberta e experimente novas técnicas quando puder.

14 ??? Ajude seu cliente a desenvolver o design do seu logotipo

Os guias de uso da marca devem ser completos, cobrindo tudo, desde opções de cores até os tamanhos mínimos e máximos nos quais os designs de logotipo devem ser usados, regras de posicionamento, espaçamento (incluindo zonas de exclusão de outros elementos de design) e quaisquer proibições definitivas, como alongamento ou distorção. Algumas agências se comprometem pelos guias de estilo para garantir uma transferência suave e consistente para a equipe interna de um cliente, mas observe que outras acham que podem ser excessivamente restritivas e prescritivas.

15 ??? Aceite críticas públicas



O rebranding de alto perfil do DesignStudio da Premier League atrai  mais do que seu quinhão de críticas de f es de futebol tradicionalistas

Nestes tempos de mídia social, todo homem e seu cachorro têm uma opinião sobre cada design de logo. A crítica, portanto, não é mais um aborrecimento ocasional; é algo para o qual qualquer um que esteja trabalhando em um exercício de rebranding de perfil relativamente alto deve estar pronto.

[O DesignStudio](#) , com sede em Londres , experimentou essa reação várias vezes, primeiro com o Airbnb e mais recentemente com a Premier League. No vídeo acima, explica como lidar com as críticas nas redes sociais.



A marca Mozilla de código aberto da Johnson Banks reduziu várias rotas criativas aos olhos do público, levando o feedback a bordo

[A Johnson Banks](#) abraçou o crescente interesse do público no design de logotipos e o aproveitou no próprio processo de design por meio de um rebrand extremamente ambicioso e totalmente de código aberto da Mozilla . Envolveu o público em etapas-chave do processo e permitiu que a opinião pública orientasse os caminhos criativos escolhidos. O Firefox também seguiu um caminho semelhante em 2018, pedindo ao público que ajudasse a escolher seu novo logotipo . No entanto, a reação inicial do público nem sempre vai ditar o sucesso a longo prazo de um logotipo. Seja cauteloso: leve feedback valioso a bordo e deixe o resto tomar conta de você.

Gostou das dicas de como criar um logotipo para seu negócio ou sua empresa? Deixe seu comentário e compartilhe com amigos. Mas caso você prefira contar com ajuda profissional, não deixe de nos consultar pois teremos o maior prazer em ajudá-lo. Clique no link baixo ou fale conosco pelo whatsapp.



DESIGN • MARKETING DIGITAL • WEB

Por que todos nós deveríamos estar investindo em Design

Clique aqui e saiba +

Fonte: [CreativeBlog](#)

Category

1. Design Gráfico

Tags

1. 15 regras de ouro para criar logotipos gratis
2. 15 regras de ouro para criar logotipos online
3. 15 regras de ouro para criar logotipos pdf
4. como criar uma logo bonita
5. como desenhar logotipo
6. como fazer um simbolo
7. como trabalhar com logotipo
8. curso para criar logo
9. estudo de logos
10. logo pode ter fundo
11. proporção entre símbolo e lettering

Date Created

2022/01/24

Author

webmaster