

כל הטיפים לבחירת לוגו מנצח

הלוגו הוא הרושם הראשוני שלכם

ועליו להיות יחודי, קליט והכי חשוב – **מייצג אתכם ומבדל בינכם ובין המתחרים.**

על עיצוב לוגו להיות מונע מחשיבה שיווקית ויצירתית, על מנת ליצור סימן או סמל שבסופו של דבר יעזרו לכם למכור יותר.

עיצוב לוגו מתחיל בהחלטה מה עליו לשקף

מי קהל היעד שלכם. קהל צעיר יאהב לוגו צעיר ומעוצב יותר, ואילו קהל מבוגר יותר יתחבר יותר ללוגו שמרני. הקהל הישראלי שונה מהקהל האנגלי, ואילו קהל דתי עשוי להתחבר ללוגו שונה מקהל חילוני. **קביעת קהל היעד תקבע כיצד הלוגו צריך להיראות.**

השפעת הצבעים על הפסיכולוגיה של המשתמש

אדום - כוח, חשיבות, צעירות

אדום מייצג תשוקה וכוח. אדום הוא הצבע שימשוך את מרב תשומת הלב, ולכן הוא משמש בדרך כלל לאזהרות והודעות חשובות. עם זאת, השימוש בצבע זה יכול לעבוד גם נגדנו, הצבע האדום יכול להצית כעס, או לגרום לגירוי יתר.

כתום - ידידותיות, אנרגיה, ייחודיות

כתום הוא הצבע ה"מושקק" ביותר מבין הצבעים החמים. הכתום כצבע עיקרי יכול להיות מרתק וממריץ, וגם כצבע משני הוא יכול לשמור על תכונות אלה בדרך לא מתבלטת. כתום גם מסייע ליצור תחושה של תנועה ואנרגיה, וכן ידוע כצבע שעוזר בהנעה לפעולה, לכן משתמשים בו הרבה בכפתורי קריאה לפעולה, או הוספה לעגלת קניות.

צהוב - אושר, התלהבות

צהוב הוא אחד מהצבעים המגוונים יותר, תלוי בגוון הצבע. צהוב בהיר הוא האנרגטי ביותר מבין הצבעים. גוונים של צהוב קצת כהה יותר נותנים תחושה של נוחות ועדיין מרגישים ממריצים. גוונים כהים של צהוב (כולל זהב) יכולים להעניק לנו רושם ואווירה של זמניות, חוכמה, וסקרנות. ברוב המקרים, מעצב מיומן ישתמש בדרך כלל בצבע הצהוב על מנת להקריין בעיצוב אנרגיה, סקרנות, וסמכות.

ירוק - צמיחה, יציבות, נושאים כספיים, נושאים סביבתיים

הירוק מגשר על הפער בין צבעים חמים וקרים, אם כי ברוב המקרים הוא נוטה יותר להיות צבע קר. משמעות דבר היא שלירוק יש את אותו האפקט המרגיע של הצבע הכחול, אך הוא עדיין שומר על חלק מהתכונות הממריצה של הצהוב.

כחול - רוגע, בטיחות, פתיחות (גוונים בהירים), אמינות (גוונים כהים יותר)

כמו צהוב, המשמעות של כחול משתנה מאוד בהתאם לגוון. כל גווני הכחול הם מרגיעים ובטוחים, אך הגוונים הבהירים ייראו ידידותיים יותר כאשר הכהים יראו קודרים יותר. אתרי מדיה חברתיים כמו טוויטר ופייסבוק מנצלים את הגוונים בהירים והבינוניים.

סגול - יוקרה, רומנטיקה, מסתורין

הצבע הסגול מסמל עושר ויוקרה. הסגול מציע פאר ועושר באופן כללי, מה שהופך אותו לבחירה פופולרית עבור מוצרי אופנה ויוקרה. גוונים בהירים כמו לבנדר (עם גוונים ורודים) נחשבים רומנטיים, ואילו גוונים כהים נראים יותר מפוארים ומסתוריים.

שחור - כוח, עצבנות, תחכום

שחור הוא הצבע החזק ביותר מבין הצבעים ניטרליים, שחור קיים כמעט בכל אתר. השחור יכול ליצור רגשות שונים בהתאם לצבעים שנלווים לו, או לשלוט בכולם אם משתמש בו במלואו.

לבן - ניקיון, כוח, פשטות

הלבן הוא הצבע המזוהה ביותר עם כוח, טוהר, ותמימות ובתרבויות מערביות. אתרים מינימליסטים ופשטניים ביותר משתמשים בו לעתים קרובות כרקע.

אפור - ניטרליות, פורמאליות, מלנכוליה

בעוד שבמצבים מסוימים הוא יכול להיראות מהורהר או עצוב, אפור הוא בכל זאת בחירה פופולרית עבור מי שמחפש להעביר בעיצוב תחושה של מסורתיות או מקצועיות. עם זאת, אחד היתרונות הגדולים ביותר של האפור הוא בגוונים השונים.

עיצוב לוגו צריך להיות פשוט

לוגו מורכב ומקושקש מדי עשוי להיות קשה לפיענח על ידי קהל היעד שלכם. **על הלוגו להיות פשוט וקליט**, כך שמי שרואה אותו יזכור אותו. אם יש לכם לוגו עשיר יותר בפרטים שאתם ממש לא יכולים בלעדיו - שימרו אותו למקרים מיוחדים, כמו בפרזנטציות, הזמנות או כל אירוע או מתאים אחר. שמירה על פשטות הוכיחה את עצמה עבור מליוני ארגונים וחברות.

על הלוגו שלכם לעשות רושם מיידי תוך **שנייה וחצי**.

מחסור בלוגו שולח מסר שלילי ללקוחות שלך.

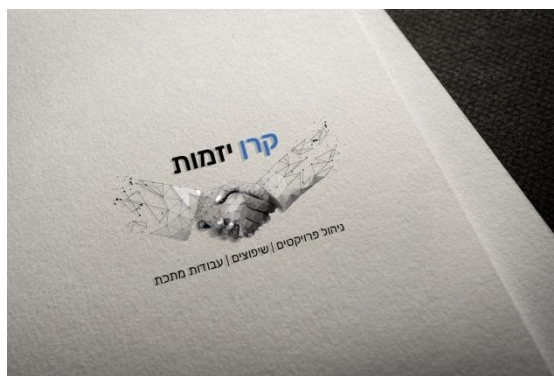
אתה לא יכול לבנות מותג ללא לוגו.

לוגו עוזר לך לבדל את העסק שלך ממתחרים.

לוגו מספר ללקוח למה הוא יכול לצפות.

דוגמאות ללוגואים

קלאסי



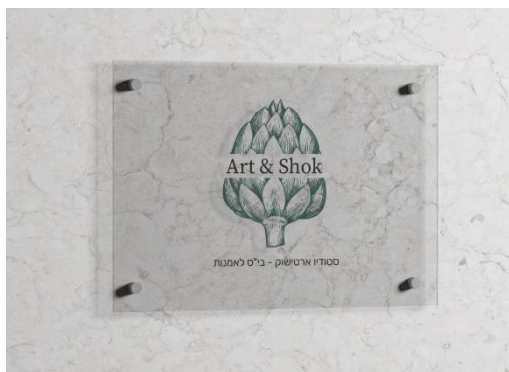
רטרו או וינטג'



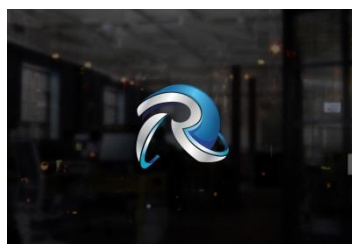
מודרני וצבעוני



עדין ומנימליסטי



כיף ומשונה



עכשיו כשאתה יודע איך מעצבים לוגו, מה אתה עושה?

ברגע שיש לך לוגו, יצרת את הבסיס האידיאלי לכל חומרי המיתוג שהעסק שלך צריך - בין עם זה כרטיסי ביקור, עיצוב האריזה או עיצוב אתר אינטרנט. ע"י הגדרת השפה הגרפית שלך, לוח צבעים, גופן ומראה והרגשה כללית, הלוגו שלך הוא נקודת ההתחלה למותג שלך והמעצב שלך יכול ליצור מראה חלק בשבילך.

העסק שלך **מוכן להראות לעולם** את הפרצוף החדש שלו!