**Создание уникального логотипа**

Фирменный стиль – залог успешной работы компании. Клиенты любят и ценят особую игру, в которую играете вы с ними. Она называется «Интересные Образы». Как природа привлекает нас цветами, фруктами, красивыми людьми, так и фирма притягивает внимание людей своим имиджем. Это заманчиво и похоже на небольшой роман. Вначале завязка, мимолётная встреча и первый взгляд – случайный прохожий видит вашу вывеску и думает: это что-то интересное. Потом перед ним открываются двери – а внутри целый мир. И какой будет эта вселенная и как встретит посетителя или клиента, зависит от вас. Хотите поразить его контрастами? Или предпочтёте мягкую лирику? Есть ещё тысячи вариантов, и на этом этапе уже начинаются первые сомнения. Что выбрать, какими интонациями и символами потрясти воображение? Что будет лучше не только для первого впечатления, но и для долгих отношений? Да, вопросы непростые. И мы надеемся вам помочь, потому что знаем, как важно создание уникального логотипа (речь пойдёт именно о нём, ведь он – первое, что видит клиент).

<Изображение 4>

**Неповторимость - это конструктор индивидуальности**

Говорят, что сложно придумать что-либо новое. Вот и разработка уникального логотипа, которого точно нигде не было, представляется чем-то из области фантастики. В самом деле: если вам приходит в голову совершенно оригинальная идея, то она, скорее всего, уже была кем-то придумана. Это логично: разные поколения столько веков думали, перенимая опыт друг у друга, и будто не осталось ничего, что могло бы стать настоящим открытием. А тем более это характерно для последних полутора веков, когда технический прогресс был стремительным, а конкуренция в бизнесе ускорила ещё и гуманитарную, творческую мысль людей. Это похоже на естественный отбор, где выживание – прямой результат удачной идеи. Так стоит ли пытаться изобретать велосипед? Оказывается, не всё так просто. Повторялись уже много раз отдельные фрагменты, тогда как их сочетания можно перебирать до бесконечности. И когда человек мыслит креативно, то может создать оригинальное из этих фрагментов. Люди могут многое. И уникальность идеи какого-то человека возможна именно за счёт его индивидуальности. Нужно учиться у природы: её естество так игриво, что порождает непохожести из самых нудных и постоянных элементов. А человек –часть природы, и особенности его личности обусловлены игрой развития живого мира. Нужно слушать себя, доверять себе – и получится нечто особенное. И это произойдёт, даже если в вашем распоряжении наши готовые «детали» (вы можете собирать этот конструктор сколько угодно долго, главное – результат, который вы сочли бы интересным и оригинальным).

**Поверить в свою музу**

На пути к этому вдохновению вас могут подстерегать соблазны. Например, коварная мысль о том, что вы не являетесь профессиональным дизайнером. Это внушает недоверие собственному чувству стиля и вкуса. Как поверить в себя? Как сделать правильный выбор из множества предложенных здесь вариантов и точно знать, что прямым попаданием будет именно он? Талант – это очень зыбкое пламя, которое может становиться более ярким или меркнуть. А более всего сложно увидеть собственные способности, когда речь об ответственной задаче. Когда не просто нужно создать образ, а выбрать лучший – именно такой, который будет альфой и омегой имиджа. И выбор из готовых вариантов тоже может стать талантливым. Так почему бы не допустить, что именно вы способны выбрать правильно? Кому, как не вам, знать потребности и переживания целевой аудитории? Кто может не вычислить, а, скорее, предугадать результат? Бизнес, даже на его начальном этапе, не говоря о продолжении, пробуждает в человеке инстинкт предвидения. Это как бы обострённое чувствование всего, что может пригодиться в дальнейшем. Своеобразное чутьё на удачное и неудачное. Поэтому можем только сказать: верьте в себя.

<Изображение 5>

**Дать звучное имя**

Чтобы логотип действительно был уникальным, в его основе должно быть название, которое запоминается и привлекает душу потенциального клиента. Скорее, именно его душу, а не ум. Даже расчётливые люди нуждаются в отдыхе и расслаблении, хотят ощущать, что всё делается само собой и можно просто плыть в потоке доверия. Дайте эту возможность клиенту сразу. Пусть он ощущает, что здесь решаются его проблемы – решают-ся, то есть сами, безо всякого особого усилия и каких-либо усложнённых процессов. Поэтому название должно быть микро-сказкой. Это могла бы быть сказка о надёжности, о наслаждении, о лёгкости – словом, о некоторой базовой ценности. То есть вам нужно, выбирая имя «кораблю», задаться вопросом, какова эта базовая ценность, истинная потребность клиента? Название – это многообещающее слово. Оно скажет сразу обо всём, что обратившиеся к вам люди получат. И пусть они даже привыкли всё просчитывать, однако прежде их душа должна неосознанно влюбиться в вашу компанию. Это 50% успеха. И пусть для глубокой привязанности придётся сделать ещё многое, всё же имя очень важно.

**Сказать главные слова**

Однако, помимо названия, есть ещё слоган. И он подобен романтичному объяснению в любви. Это неотразимая сила лаконичной и меткой мысли. Сила, глубина смысла и даже вся огромная легенда компании – всё это должно поместиться в одной фразе. Чтобы вам поверили. Чтобы к вам, словно по свету путеводной звезды, пришли в трудную минуту. Доверие – это бесценно. Именно ради этого создаются все слоганы мира. И также верно, что слоган раскрывает и подчёркивает смысл названия, заложенное в нём послание. Это ваша серенада, которая должна состоять из одного аккорда и нескольких нот. И не успеют зажечься звёзды, как заветное будет уже спето, а главное – услышано. Какая ответственность лежит на составителе этой фразы-пароля! И, конечно, на вас. Ведь за вами – окончательное утверждение результата. Порой могут терзать переживания о том, что лучше – игра слов или нежность, драматизм или невинность. Стоит верить силе слова. Если вас потряс слоган, он может потрясти и вашего клиента. Однако он всё же другой человек. Как тогда быть? Вероятно, нужно найти этих людей в Интернете и вчитаться в их мысли, рассуждения. И станет ясно, чем они живут и чего ждут от вас.

<Изображение 6>

**В разной обстановке и в иные времена**

Бизнес-процессы постоянно движутся. Так и компании обладают привычкой освежать свой образ новыми расцветками, интерьерами. Удивительно, но при этом зачастую обнаруживается, что однажды выбранное лого органично смотрится в самых разных вариантах дизайна. Вокруг может быть древесная текстура или благородство мрамора, а цветовой фон может меняться со временем, но главный символ столь же загадочен и заманчив. И он говорит о верности компании своим клиентам – тем, кто выбрал вас когда-то давно, ещё в самом начале, и всем, кто присоединился после. Странно, в этом столько ностальгической нежности, которая кажется неуместной в бизнесе. Но даже вам, при всём понимании механизмов воздействия логотипа, будет приятно посмотреть на него и ощутить что-то выше чисел и логических выкладок. Это любовь к своему делу, которое росло столько лет. Поэтому имеет смысл выбрать универсальное изображение. Попробуйте мысленно представить его в разных ситуациях, смоделируйте интерьер, который даже сложно представить на данном этапе. И если лого выдержит эту проверку, то перед вами – верный друг в обличии небольшой эмблемы.

**О чём рассказать у камина**

Эта ностальгия, о которой шла речь выше, может побудить вас рассказать клиентам историю своего становления. Легенда, в которой есть доля правды и некоторые дополнительные красивые преувеличения, – практически обязанность компании, существующей много лет. Дивный миф о её становлении не может оставить людей равнодушными: вот оно – эпичное, сильное. Это самоподача. На торжественных мероприятиях будут звучать речи, а возможно, вы издадите красиво оформленную книгу о том, как развивалось дело вашей жизни. Красота этого шага неоценима. Это укрепляет узы с клиентами в той степени, в какой семейный фотоальбом помогает династии ощущать связь всех родственников между собой. Торжество, триумф и немного печали об ушедших временах начинания… А также сияние героизма, пафос романтики. Это фундамент статуса. И потому сделайте логотип таким, чтобы в него была заложена загадка. Лучше всего простая. Некий дополнительный смысл – такой, какой будет понятен каждому. Это легче продумать сейчас, чем заново изобретать в дальнейшем.

<Изображение 7>

**Заря будущих событий**

Но, помимо будущих громких мероприятий, есть и скромные события – речь о рекламных акциях. И чем более креативным будет лого, тем проще будет обыграть его смысл в том или ином случае. Так важно победить конкурентов простой и сильной игрой слов или ассоциаций. И здесь также важен предусмотрительный подход. Стратегический уровень сложен, но в то же время его проще учесть, потому что он возвышается над остальными решениями, как небесное облако. И как облачное хранилище базовых ценностей. Реализация главной этики компании может стать самой разной – тактический уровень останется гибким и живым, склонным к импровизации. Но базовое – практически вечно. И пусть эта вечность условна – ведь даже успешные компании порой прекращают существовать – но вдруг всё же благодарные потомки сделают всё, чтобы сберечь семейный бизнес? Рекламные акции – та стратегия, которая поможет выстоять в борьбе. И как это мощно, когда методы изобретены заранее. А в том числе и ваш главный козырь – логотип. Рекламные кампании будут постепенно окружать ваш имидж новыми контекстами. Они покажут красоту намерений и чистоту методов. И их яркость вряд ли может затмить даже самый сложный путь постепенного развития с нуля. Они сильнее, чем ошибки компании. И они похожи на вереницу шансов рождения компании заново из пепла.

**Сочетаемость: собрать всё воедино**

Теперь пришло время сконцентрировать всю силу выбранного образа. Пора на чём-то остановиться. И пусть это будет даже несовершенный вариант. Идеального нет в нашем мире. Но главное, чтобы логотип был узнаваемым, ярким и берущим за душу. Его появление должно вызывать прилив сил. Это как боевой клич. Он созывает всех, кто верен вашему бренду. Однако решить сложно. Вероятно, будет нужен совет специалиста или даже активный мозговой штурм вместе с соратниками. Такой шаг делается с расчётом на будущую славу. Какой символ достоин ассоциироваться со знаком качества? Этот вопрос может на всю жизнь остаться без ответа, потому что решение порой долго порождает сомнения: лучшее враг хорошего, и страшно что-то упустить. Но сейчас этот момент уже постучался в дверь. И вот решение принято, вот готовый символ вашей компании. Осталось размножить его и разместить на сайте, визитках, бланках… И на той самой вывеске, с неё ведь всё начнётся. Вот мы и вернулись к исходной точке – к первому знакомству.

<Изображение 8>

**Доверие движет миры**

Как нежные ростки… Это зарождается доверие целевой аудитории. Эти всходы тянутся к логотипу, как к загадочному светилу. И кажется, что всю вечность напролёт он будет согревать их. Планеты вращаются вокруг общего центра, а мысли целевой аудитории – вокруг главных ценностей, воплощением которых и стала символика компании. Но это доверие придётся подпитывать. Потребуется синтез глобальной стратегии и гибкой тактики. Множество человеческих ресурсов возьмёт на себя эту непростую задачу. И, конечно, пора сказать пару слов о них – о нынешних и будущих сотрудниках. Их доверие и готовность работать на общий результат тоже значимо. И логотип станет той силой, которая напомнит о том, что большая семья вашей компании – их компании - будет процветать благодаря им. Эта верность друг другу станет питать не одно поколение династии бизнеса. А выбранный логотип… пусть он освещает этот путь.

https://monosnap.com/file/Fth5W8naQ3dz7DsGR7qH74Q1dzm91q

https://monosnap.com/file/XqFwaNrWhHuIdQkUFw6UDbCGQJyg5H

https://monosnap.com/file/lqzMTtopepVf28PdGmaSGmCgwHFaqD

https://monosnap.com/file/n9OknqhqOALZprKUwOyeQhRquD0b6c

https://monosnap.com/file/Crv10Fh0zanNfHkSKDmeGuh2yw9tuU