

## כיצד לעצב נכונה עיצוב לוגו

עיצוב לוגו הוא דבר מורכב ולא פשוט. לוגו הוא שם כללי למגוון עצובים הקשורים במיתוג עסק או חברה, לשם הצגתה לעולם בצורה גראפית מסויימת. עיצוב הלוגו הוא עניין חשוב וקריטי עבור חברות, לקוחות ומעצבים כאחד, שכן האופי והקו המחנה של החברה מתבטאים בצורה המיידית ביותר בעיצוב הלוגו. הלוגו כעיצוב נחשב לעבודה מחשבתית יותר, ופחות טכנית. שכן החשיבה כיצד לעצב את הלוגו צריכה להיות מורכבת יותר מאשר ביצועו. הביצוע יכול להיות קל- התאמת הצבעים, הפונט לטקסט, מיקום אמנטיים, ציור אלמנטים שונים וכו', יכולים להיות עבודה של מספר דקות או שעות, אך המחשבה על הלוגו מורכבת יותר ומצריכה ישיבה של הלקוח עם המעצב והתאמת "קו המחשבה" של הלקוח לביצוע הסופי.

זאת ועוד לכך שעיצוב לוגו הוא עיצוב פשוט, הוא עיצוב מיוחד, שנמצא בראש סדר עדיפיות של הלקוחות. חברה מציגה את עצמה בראש ובראשונה בלוגו שלה, ומנסה להפוך אתו ליותר קליט, קחו לדוגמא את הלוגו של קוקה-קולה. אין טעם שאשים תמונה של הלוגו כאן – כי הרי כולנו יודעים כיצד הוא נראה. זה כי הוא קליט, בעל צבע דומיננטי ביותר, ובעל אופי חזק. וכך גם מותגים עולמיים אחרים שנצרכו אל מוחנו בצורה חזקה כ"כ, שאנחנו מוכנים לשלם יותר כסף על מנת שנהיה חלק מהם, שלמוצרים שלנו יהיה את הלוגו של אותה החברה מעל המוצר שאנחנו רוכשים ועוד. הכללים המנחים כל עיצוב לוגו הם בדרך כלל שהלוגו יכיל את "עיקר החברה" ככל שאפשר. חברה המייצרת חומרי בניין תשתדל להראת זאת על גבי הלוגו ואף תוסיף אלמנט הקשור בכך לצד שם החברה, לדוגמא לבנת בניין או חלק מגג בית. לעומת זאת חברה שקשורה לאיכות הסביבה וסביבה ירוקה תנסה לשלב בלוגו שלה צבע מסויים, כגון ירוק. זאת מפני שהצבע הירוק מסמל אצל רובנו את המושגים שהחברה רוצה להעביר לנו (שימוש בידע אנושי קודם על מנת ליצור תחושה מסויימת בעיצוב). בנוסף לכך, מעצבי לוגואים צריכים לדעת כי על בעל החברה צריכה להיות הזכות להשתמש בלוגו במגוון רב של מדיות ואמצעים פיזיים שונים, כגון חולצות, שלטי חוצות בבתי עסק, אתרי אינטרנט, טלויזיות, במוצרים שהחברה מייצרת פיזית, על מעטפות, דפים, ואף על רכבים, משאיות ומטוסים. לכן עיצוב הלוגו צריך להיות ברמה המתאימה לה שואפת החברה- והמעצב חייב להתאים את העיצוב למגוון הרב של התוצרים שבעל החברה מבקש.

## קשיים שבהם מעצב לוגו יכול להתקל בהם:

### 1 שביעות רצון של בעלי החברה לעיצוב

לוגו של חברות ענק

דוגמאות בולטות לעיצובי לוגו שעוצבו בצורה פשוטה, אך קליטה ביותר, הקולעת לתת מודע של האדם, ונצרכת עמוק בתוכו

אחד מהבעיות המרכזיות בכל עיצוב ללקוח הוא שביעות הרצון של הלקוח עצמו. מעצב יכול להשקיע שעות בעיצוב גרפיקה באיכות גבוהה, ולהיתקל באכזבה מצד הלקוח. את הבעיה הזאת מנסים לפתור בעזרת פגישות ולקייחת סקיצות שאף הלקוח עצמו צייר בדף, או הבכוונת הלקוח במעוד מועד על מנת

שיגשים את רצונותיו ושאיפותיו בעיצוב. חוסר ידיעה והתערבות של הלקוח במהלך תהליך העבודה הוא גורם מרכזי לחוסר שביעות, ולבזבז זמן ומשאבים רבים למעצב. בנוסף לתחושת הכישלון האישי שהמעצב חש והאי-נעימות שנגרם כתוצאה מכך.

דוגמאות בולטות לעיצובי לוגו שעוצבו בצורה פשוטה, אך קליטה ביותר, הקולעת לתת מודע של האדם, ונצרכת עמוק בתוכו



## 2. בחירת תוכנת העיצוב ואמצעי עזר לעיצוב הלוגו

בחירת תוכנת העיצוב גם היא מכשול לא קטן. על מנת לעצב את הלוגו ברמה גבוהה נזקק ידע רב בתוכנות הגרפיות. לרוב, עיצובי הלוגו יעוצבו בתוכנת הפוטושופ, אולי בעזר מסויים בתוכנות כמו אילוסטרייטור לצירוף אלמנטים נוספים. כפי שכתבתי מעלה, עיצוב לוגו בדרך כלל הוא יותר עיצוב מחשבתי מאשר עיצוב טכני, מפני שהעיצובים הרבה פחות מורכבים מעיצובי פרסומות עיתון, אתרי אינטרנט, פלאירים ועוד. עיצובי הלוגו הם בדרך כלל טקסט המעוצב בפונט כלשהו בנוסף לאלמנט הקשור לחברה.

בנוסף, קשיים נוספים שעלול מעצב להיתקל בהם הוא הצורך בקנייה של פונטים ייחודיים או עיצוב קיים על מנת שערך אותו ולעצב אותו למען יצירת הלוגו. (כדוגמת ציור וקטורי שעולה כסף והמעצב צריך אותו על מנת לעצב את הלוגו) ברוב המקרים, הלקוחות יירצו משהו ייחודי שלא נמצא במקומות אחרים, ולכן הם יירצו להשתמש בפונט מיוחד או לעצב אות מסויימת בשם החברה שלהם.

## 3. קושי ביצירת עיצוב שתואם את המחשבה של אותו הלקוח

הרבה פעמים לקוח פונה אלינו כמעצבים לעצב לו לוגו עם דרישות מיוחדות לעיצוב. לדוגמה הלקוח מבקש כי ללוגו שלו יהיה קשר ישיר לתוצר שהחברה שלהם מייצרת, או לאופי החברה שלהם. הדבר מהווה בעיה שכן המעצב מוגבל מבחינת היכולות העיצוביות שלו, והאפשרויות הטכניות שהתוכנות

מסוגלות אליהן. לכן על המעצב לשבת ולנסות לאזן את הלקוח ולהרגיע אותו בבקשתו. אפשר לעשות זאת בצורה של העלאת רעיון שאתה כמעצב "עלית" עליו כבר ולפי דעתך תואם את רצונות החברה. דוגמא למצב כזה יכול להיות כאשר הלקוח בעל אתר אינטרנט העוסק במתן שירותי הלבשה באינטרנט, ויבקש ממכם לעצב לו לוגו הכולל את שם החברה שלו בעברית, אנגלית ורוסית יחד, בנוסף לתמונה של עכבר מחשב המצוייר על גבי מעיל שנלבש ע"י דוגמנית מסויימת שהוא בוחר. בנוסף הלוגו חייב להכיל את שמו הפרטי על יד התמונה.

אתה כמעצב צריך "לשפוך אור" ומציאות על בעל החברה ולנסות להכוון אותו לעיצוב נקי יותר (כי מבחינתך אתה רוצה שהלוגו יצליח כמו בעל החברה) בעל אלמנטים ברורים יותר. תוכל להכווין אותו בשאלות כגון "האם אלמנט של קנייה ברשת חשובה לך יותר מאלמנט של דוגמנית?", או "אם השפה העברית מספיקה ליותר מרוב הלקוחות, מדוע ישנו צורך לכתוב בשפות נוספות?".

זכור, יצירת לוגו ברור ויעיל לבעל העסק וללקוחות שלו יגרמו בסופו של דבר להצלחתך כמעצב גרפי, ולמשיכת לקוחות אחרים.

דוגמא לעיצוב לוגואים שונים המשתמשים באותו אלמנט- הענן. המעצבים הצליחו ליצור כל לוגו בצורה ייחודית ולא מועתקת, ולשמור על אופי שונה של כל אחד מהחברות

#### 4. יצירת לוגו ברור ושונה, המבדיל מעצמו ממתחרים

רוב בעלי החברות והלקוחות לעיצוב לוגו הם בעלי מתחרים כאלו ואחרים, שלהם כבר יש לוגו. חלק מהלוגואים המתחרים מוצלחים ביותר, ולכן אתה חייב לשמור על רף גבוהה, בנוסף לכך הקושי שבעיצוב וביצירתיות גורמים לך לנסות להעתיק ולחקות אחר הצלחתם של אחרים (במודע, או לא במודע) הדבר בעייתי ומסוכן בעיקר מפני שהלוגו שאתה מעצב צריך לשמש חברה ולייחד אותה משאר החברות איתם היא מתחרה. אז נכון, יכול להיות ששתי חברות משלוחים יוסיפו ציור של אופנוע משלוחים לצידו של שם החברה, אך אם כל אחד מעצב זאת בצורה נכונה ושונה, שני החברות יכולות להשתמש בלוגו ולייחד אחת את השניה בצורה מכובדת. הדבר תלוי בעיקר במעצב, ולכן ההשפעה שלך על החברה חשובה ביותר.

בעידן שבו ישנם כל כך הרבה עיצובי לוגו סביבינו – למעשה בכל מקום אשר נפנה אליו נראה לוגו כזה או אחר, קשה יותר ויותר למעצבים ליצור עיצוב ייחודי המבדיל את עצמו מאחרים. אך בדיוק כאן נמדדת גדולתו של מעצב, לא ביכולתו ובידע שלו בתוכנות ההגרפיות, אלא ביצירת מחשבה נכונה שתוביל אותו לעיצוב נכון, וללקוח מרוצה.

**בהצלחה!**