



PROČ JE

LOGO VÍCE



NEŽ OBRÁZEK?



Logo je o **tolik víc**, než jen grafický symbol. Je to vizuální identita vaší značky, první dojem, který zákazník dostane, a často i to, co si o vás zapamatuje. Je to vizuální zkratka celé vaší značky, vytváří první dojem, styl i emoce v jednom. A právě proto si zaslouží víc pozornosti, než kolik pixelů zabírá. Když je správně navržené, může vyjádřit emoce, přístupnost, důvěryhodnost nebo třeba inovativní přístup.

V tomto e-book vás provedeme tématy, jako proč je logo **víc než jen obrázek**, jak vzniká v grafickém studiu Loomen nebo jak ho správně používat, aby **skutečně odráželo** vaše hodnoty. Probereme, jaký proces tvorby loga je za tím, co dělá logo silné, jak ho aplikovat na různé kanály a jak se vyhnout častým chybám, které mohou zabít i ten nejkrásnější design. A pokud máte pocit, že vaše logo neříká to, co by mělo, jsme tu pro vás, abychom vám pomohli s každým krokem.

Proč je logo více než obrázek

Představte si, že potkáte někoho úplně nového. Ještě nepromluvil, ale vy už si o něm vytváříte první dojem, třeba podle toho, jak vypadá, jak se tváří, co má na sobě. Přesně takhle funguje logo. Umí vzbudit důvěru, přitáhnout pozornost, nebo naopak úplně zapadnout. Dobře navržené logo má schopnost vydržet roky napříč trendy a přitom stále fungovat. A přesně to by mělo být jeho cílem.

Proč je logo důležité?

Logo je často to první, co lidé ze značky vidí, jak na webu, vizitce, obalu, nebo na profilové fotce na sociálních sítích. Právě proto má obrovský vliv na to, jak si firmu zapamatují a co si o ní myslí. Když je dobře navržené, dokáže vyvolat správnou emoci, vytvořit silný první dojem a podpořit důvěryhodnost značky. Zároveň funguje jako vizuální zkratka- Lidé ho s vámi začnou spojovat ještě dřív, než si přečtou jakýkoli text, může za to vizuální paměť, která funguje nejrychleji.

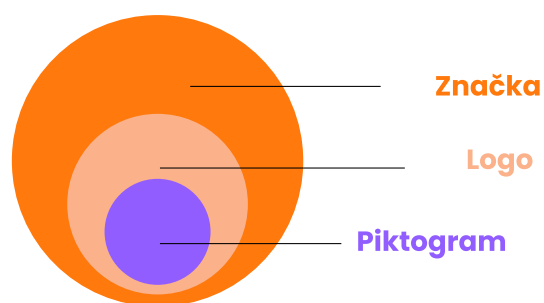
Logo je navíc jeden z hlavních prvků, který se objevuje napříč všemi komunikačními kanály. Od e-mailu až po firemní auto. Proto by mělo být promyšlené, snadno použitelné a flexibilní.

Co logo není

V oblasti designu se často zaměňují pojmy, které s logem souvisí. Zatímco značka, logotyp a piktogram se mohou zdát jako synonyma k logu, každý z těchto výrazů označuje něco jiného.→

- **Značka** zahrnuje **celý vnímaný obraz** firmy, jako hodnoty, tón komunikace, atmosféru i vizuální styl.

- **Logo** je originálně graficky upraven název společnosti, který neobsahuje piktogram neboli obrázek.



- **Piktogram** je obrázkový symbol, který může fungovat samostatně, nebo doprovázet textovou část loga. Můžeme ho označit i jako symbol, emblém nebo ikona.

Zaměňování těchto pojmů může vést ke špatnému očekávání. Když někdo řekne „chci logo“, ale myslí tím kompletní značku, snadno dojde ke zklamání na obou stranách. Proto se v Loomen vždy **ptáme na kontext**, abychom mohli navrhnout to, co značka skutečně potřebuje. Každé logo něco říká. Jen ne vždy to, co by mělo.

Aniž byste si to uvědomili, každé logo na vás nějak působí. Může evokovat důvěryhodnost, hravost, luxus nebo třeba moderní přístup. Naopak taky chaos, amatérismus nebo zastaralost. **Tvary, barvy i typografie** mají svůj význam a ovlivňují to, jak bude značka vnímána.



Ostré linie často působí **technicky a precizně**, zatímco zakulacené tvary evokují přístupnost a jemnost. Ručně psaná písma mohou působit kreativně, ale v některých kontextech i neprofesionálně. Každý **detail** v logu má dopad na to, jak se značka zapíše do paměti.

Jak vzniká logo v Loomen

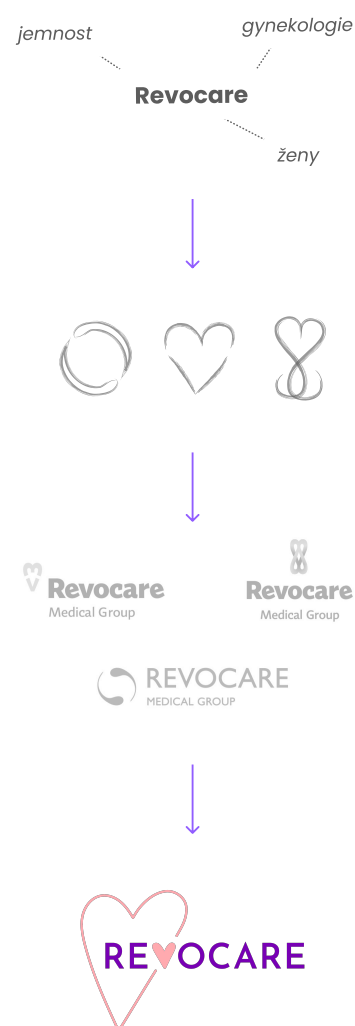
Možná už jste to někde zkusili. Otevřít generátor, zadat název firmy a za pět minut mít na stole deset návrhů loga. A třeba jste si i řekli: „Hele, tohle není špatný.“ Jenže vaše **značka není tričko**, které koupíte ve slevě a po týdnu už se ho nedotknete, protože se vám líbila vlastně jen cena. Proto si logo, které má fungovat roky a vystihovat celou identitu firmy, zaslouží víc než pár kliknutí.

Logo musí být **promyšlená zkratka**, která v sobě nese vaši filozofii, emoce i směr. Proto se u nás na loga díváme jinak. Nehledáme nejhezčí variantu. Hledáme tu nejuvýstižnější.

Jak u nás vzniká logo

Na začátku si s klientem sedneme (někdy doslova, někdy virtuálně) **a ptáme se**. Na hodnoty značky, cílovou skupinu, vizuální vkus i dlouhodobé cíle. První krok může zabrat pár hodin i pár minut, záleží, pokud jsme už s klientem pracovali na jiné části jeho značky, nebo se se značkou musíme seznámit od začátku. Tohle není formalita, ale základ pro celý návrh.

Pak přichází fáze **inspirace** a moodboardů. Hledáme styl, barvy, pocity. Dáváme dohromady vizuální reference, které pomáhají směřovat celý design. Poté následují **skici**, někdy i desítky, ať už rukou, digitálně, nebo třeba kombinovaně. Teprve až na papíře (nebo na tabletu) poznáme, co funguje. →



Po tom nadchází moment, kdy se začnou formovat **konkrétní návrhy**. Ale i nejgeniálnější nápad vyhrává, až co projde testování. Co funguje v malém? Co se hodí na vizitku, co na web? Jak to vypadá na světlém, tmavém, barevném pozadí? Každý detail má smysl.

A když všechno sedí? **Finální ladění**, exporty, logomanuál, a hrdé odeslání klientovi. V ideálním světě si ho klient rovnou zamiluje a reprezentuje značku naším výtvořem. Pokud jsme se úplně netrefili klientovi do vkusu, začíná se znovu schůzkou, kde probereme další možnosti, dokud nebude logo vyjadřovat přesně to, co se od něj vyžaduje.

A co ten generátor?

Neříkáme, že každý generátor je špatně. Pro úplný začátek, rychlou orientaci nebo nezávazný projekt může být užitečný. Ale logo vytvořené na zakázku nikdy nepřekoná generátor v jedné zásadní věci, a to **v kontextu**. Generátor nebude znát vaši značku, vaši filozofii, váš příběh.

Když ale děláme logo my, přemýšlíme nejen nad tím, co bude říkat za měsíc, **ale i za pět let**.

Jak poznat, že je logo „ono“?

Mělo by fungovat v malém, velkém, na sociálních sítích i v patičce e-mailu. Mělo by být čitelné, zapamatovatelné a hlavně, mělo by sedět vám. Někdy to trvá déle, jindy je to trefa hned. Vždy by to ale **mělo dávat smysl**, a to nejen designově, ale i strategicky.

Pokud vás právě čeká nový začátek, rebranding, nebo prostě chcete, aby vaše značka mluvila srozumitelnějším jazykem, ozvěte se. Logo pro vás nevytvoříme úplně lusknutím prstu, ale slibujeme, že ho vytvoříme rychle a tak, aby za vás opravdu mluvilo.

Jak logo používat správně

Logo je základním kamenem vizuální identity značky, ale co s ním, když už máte to svoje perfektní? Jak zajistit, aby bylo vaše logo nejen krásné na obrazovce, ale také **efektivní** na vizitkách, tričkách a v dalších formátech, kde by vás mělo reprezentovat? V tomto článku se podíváme na to, jak logo správně aplikovat a vyhnout se běžným chybám, které ho mohou snadno znehodnotit. Připravte se dostat vaše logo z počítače do reálného světa!

Mít logo, které vás vystihuje, je důležité, ale není to všechno. Po jeho návrhu totiž přichází **další výzvy**, kterým je nutné se věnovat, pokud chcete, aby logo fungovalo v reálném světě. Mění formáty, velikosti a dokonce i své okolí. Logo může vypadat dobře na obrazovce v základním formátu, ale jak se ukáže, je to právě v praktických aplikacích, kde uvidíte, zda logo skutečně funguje. A právě tady přichází na řadu logomanuál a aplikace loga na různých kanálech.

Proč mít logomanuál, i když nejste korporát

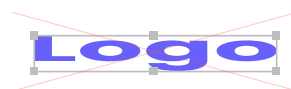
Logomanuál, jak už název napovídá, je dokument, který stanovuje pravidla pro používání loga. Uvádí všechny zásady týkající se velikostí, barevných variant, bezpečných zón a typografických pravidel, které se k logu vážou. Je to praktický nástroj, který slouží k zajištění jednotnosti ve vizuální komunikaci značky.

I když máte malou značku, alespoň takový **mini logomanuál** vám pomůže udržet vizuální identitu konzistentní. Tento manuál nemusí být rozsáhlý – pro menší značky úplně stačí přehledný dokument, který určuje základní pravidla pro používání loga napříč kanály. Pokud máte tento dokument k dispozici, víte, že vaše značka bude vždy vypadat profesionálně a bude snadno rozpoznatelná. →

Nejčastější chyby při použití loga

I skvělé logo může v praxi selhat, pokud není správně aplikováno. Dnes a denně se setkáváme s několika **běžnými chybami**, které mohou výrazně zhoršit efektivitu loga:

- **Logo je deformováno** nebo roztaženo do šířky či výšky, což může zkreslit původní záměr designu.



- Používá se na pozadí, které je příliš **podobné** barvám loga, a tím se ztrácí kontrast a čitelnost.



- Logo je umístěno v příliš **malé velikosti**, což jej činí neviditelným nebo těžko čitelným.



- Písmo nebo barva, které doprovází logo, **nejsou v souladu** s jeho identitou, což může působit rušivě.



Tyto chyby **mohou zcela zničit dojem**, který by logo mělo zanechat, a to nejen na webových stránkách, ale i v tištěných materiálech a reklamních kampaních.

Logo v reálném světě

Když se logo používá v reálném světě, čelí výzvám, které nemusí být patrné na papíře nebo tabletu. To, co funguje na webu, nemusí vypadat dobře na vizitce, tričku nebo na banneru.

Závěrem

Logo je nástroj, který vám pomáhá vyjádřit co vaše značka vyjadřuje. Správně navržené logo by mělo komunikovat **vaše hodnoty a emoce**, pomáhat vytvářet důvěru a rezonovat se zákazníky napříč všemi kanály.

Pokud vás proces tvorby loga nebo jeho aplikace trochu mate, nebo prostě chcete logo od profesionálů, jsme tu pro vás. V Loomen vám pomůžeme s každým krokem, od prvního nápadu až po finální logo, které bude reprezentovat vaši značku v každém detailu. Ať už jde o rebranding, nové logo nebo prostě chcete vylepšit to stávající, víte, že jste u nás **v těch správných rukou**.

Společně se postaráme o to, aby vaše logo nejen vypadalo, ale i fungovalo.

Tým Loomen.cz

LOOMEN



LOOMEN.CZ

info@loomen.cz

+420 774 285 452