

het gebied rond het logo dat niet door een ander element moet worden gevuld. Deze ruimte dient als een bescherming voor de integriteit van het logo. Denk bij het ontwerpen na over hoe de uitsluitingszone moet worden gebruikt.

En verder...

Er zijn een aantal veelvoorkomende valkuilen die op je wachten als je je logo ontwerpt. Hier zijn enkele tips over wat je niet moet doen:

▲ Geef niet toe aan de clichés van jouw branche. Is jouw klant een tandarts? dus het logo moet een tand erin hebben? Zeker niet! Probeer eens iets nieuws. Concentreer je bijvoorbeeld op de typografie voor de naam van de tandarts(enpraktijk).

▲ Maak je logo niet te ingewikkeld. Eenvoud is de sleutel tot een gedenkwaardig (en afdrukbaar) logo.

▲ Probeer niet te trendy te zijn. Trends zijn leuk, maar zorgen ervoor dat je logo er over drie jaar verouderd uitziet.

LOGOONTWERP

Een effectief logo is uniek, logisch, visueel aantrekkelijk en brengt de bedoelde boodschap over. In de basisvorm is een goed ontworpen logo een vorm van merkidentiteit. Hoe ingewikkeld of tijdrovend het ontwerpproces ook is, het eindproduct moet altijd eenvoudig te begrijpen, gedenkwaardig, duurzaam, veelzijdig en geschikt zijn.

Het ontwerpen van een logo gaat niet alleen over het creëren van een aantrekkelijk beeld. Het opbouwen van een merk is jouw hoofddoel. Je ontwerp zal niet opvallen als het er hetzelfde uitziet als wat er al is. Streef naar het creëren van een ontwerp dat enigszins onbekend is maar waar toch nog aan te relateren valt. Het zou iets moeten suggereren: een verhaal, een gevoel of een actie.

Hoe ontwerp je een logo?

1 ONDERZOEK : WIE IS JE KLANT EN/OF WAT IS HET PRODUCT?

DE KLANT

Verzamel informatie over de klant: wie ze zijn, wat ze doen, hoe ze werken en wat hun doelmarkt is. Bestudeer eerdere versies van hun logo (indien beschikbaar) en denk na over de upgrades die nodig zijn om het merk te verbeteren.

HET PRODUCT

Verzamel informatie over het product. Waarvan wordt het gemaakt, hoe wordt het gemaakt, waarom wordt het gemaakt. Wat wil het product uitstralen? Wat is het imago? Bijvoorbeeld: duurzaamheid, sportief, fun etc.

CONCURRENTIE

Wat doet de concurrent en hoe doen zij het? Hoe ziet hun bedrijf en/of product er uit?

KLASSIEK
Trendy logo's kunnen leuk en spannend zijn, maar ze kunnen snel verouderd lijken. Een klassieke stijl geeft je meer uithoudingsvermogen en kan je helpen een breder publiek te bereiken. Houdt het eenvoudig en ga niet op zoek naar gekke kleurenpaletten, grafische afbeeldingen of lettertypen. Een klassieke stijl vertelt mensen dat je betrouwbaar en nuchter bent.

RETRO OF VINTAGE
Er is een reden waarom vintage en retro design al geruime tijd in de mode zijn. Ze doen je meteen denken aan het verleden en roepen romantische gevoelens van nostalgie op. Een vintage logo vertelt klanten dat geschiedenis belangrijk voor je is en dat wat je verkoopt goed is gedaan. Versleten en met de hand geïllustreerde logo's in bruine en beige kleurenpaletten.

2 MAAK WOORDWEB OF BEELDWEB (OF MOODBOARDS)

Met dit soort hulpmiddelen kun je de ideeën in je hoofd filteren en overzicht scheppen.

3 DOE INSPIRATIE OP

Bij het maken van een logo kan je inspiratie opdoen bij voor de hand liggende inspiratiebronnen zoals Pinterest, Behance.net of Logopond.com. Breid je onderzoek uit, observeer je omgeving. Niet alles gebeurt online! Alles wat je interesseert of blij maakt, is een mogelijke bron van een geweldig idee. Inspiratie opdoen is iets anders dan kopiëren: Laat je inspireren ga niet kopiëren.

4 KIES JE ONTWERPSTIJL

Klassiek, retro/vintage, modern/minimalistisch, leuk/eigenzinnig of handgemaakt. Zie de kadertekst hiernaast.

5 SCHETSEN

Zelfs met de technische schetsprogramma's die online beschikbaar zijn, is schetsen met pen en papier nog steeds de beste manier om ideeën uit te werken. Door ideeën uit te tekenen, kun je vrijuit experimenteren. Het voorkomt dat je wordt meegesleept door de fijnere details.

Het maakt niet echt uit of je schetstechnieken slecht zijn. Zolang ze je ideeën correct afleveren, ben je op de goede weg.

Het is een gebruikelijk voor ontwerpers om meerdere schetsen te maken voor een project. Zelfs als je in een vroeg stadium al weet welke schets je gaat uitwerken, gooi de anderen dan niet weg! Dat sommige schetsen niet voor die ene klant werken, betekent niet dat ze niet voor de volgende klant zullen werken. Bekijk ze opnieuw, als inspiratiebron, wanneer je weer aan een nieuw project begint.

6 KIES DE JUISTE TYPOGRAFIE

Bepaal je lettertypen zorgvuldig. Typografie is het sleutelement voor een effectief logo. Hiervoor zijn twee hoofdopties: pas een bestaand lettertype aan en maak het eigen of gebruik een vooraf ingesteld lettertype. Als je je eigen letterbeeld maakt, vermijd het dan om het te trendy te maken. Houd het eenvoudig, leesbaar en stijlvol.

BLIJF UIT DE BUURT VAN "CLICHÉ" LETTERTYPEN

Probeer de systeem fonts op je computer te vermijden. De klant komt bij jou voor een unieke aanpak. Het gebruik van, goede, typografie onderscheidt jou van de buurvrouw die ook een computer heeft

BLIJF UIT DE BUURT VAN "GRAPPIGE" LETTERTYPEN

Vermijd de verleiding om je logo te creëren met behulp van grappige lettertypen. De meeste gimmick-lettertypen zijn buitengewoon zwak. Als je op zoek bent naar een professionele en toch unieke *look*, vermijd deze lettertypen dan ten koste van alles.

GEBRUIK MAXIMAAL TWEE LETTERTYPEN

Uiteraard zijn er uitzonderingen op deze regel. Maar het gebruik van slechts twee lettertypen is slim als je wilt dat je ontwerp onderscheidend, helder en overzichtelijk is.

7 LET OP KLEUR

Een effectief logo werkt in zwart en wit en in kleur. Als je logo kleur gebruikt om een boodschap uit te drukken, overweeg dan de beste manier om de betekenis ervan aan te geven wanneer deze kleur is verwijderd. Soms vereist dit het veranderen van het contrast tussen de verschillende elementen van het ontwerp.

8 OVERWEEG DE RUIMTE ROND HET LOGO.

De meeste merken hebben een uitsluitingszone nodig, ►

MODERN EN MINIMALISTISCH

Merken kiezen vaak voor een schone en minimalistische stijl om te communiceren hoe fris en modern ze zijn. Deze stijl gebruikt veel witruimte, minimale details en eenvoudige lijnen. Een minimalistische en moderne stijl laat je klanten zien dat je merk up-to-date en cool is dat je weet wat er speelt.

LEUK EN EIGENZINNIG

Dit is een populaire keuze voor merken met een jonge (of jong van hart) doelgroep. Deze stijl is vaak kleurrijk en schattig en gebruikt vaak symbolen of illustraties om een positieve en vriendelijke sfeer te creëren.

HANDGEMAAKTE EN/OF HANDGESCHREVEN

Een handgemaakte stijl levert een duidelijke boodschap op: dit merk is individualistisch en staat voor handgemaakte kwaliteit. De stijl werkt goed in combinatie met bijvoorbeeld vintage. Maar het kan ook worden gecombineerd met minimale en leuke stijlen voor een eenvoudige en verfijnde of een heldere en jeugdige look.