



BIZNIS MLADIH

Program edukacije i
mentorstva za mlade
preduzetnike



LOGO

Ključni element vaše prepoznatljivosti
na internetu

Ovaj e-book uradjen je kroz projekat Biznis mladih - Program edukacije i mentorstava za mlade preduzetnike koga realizuje Institut za preduzetništvo i ekonomski razvoj (IPER) u saradnji sa Unijom mladih preduzetnika Crne Gore.

Materijal je pripremio dizajner vizuelnih komunikacija Andrej Šeter, osnivač i vlasnik Dizajn studija i ICT kompanije "QQRIQ DOO".



Objavljeno zahvaljujući podršci Američke agencije za međunarodni razvoj (USAID) kroz projekat Regionalni ekonomski rast (Regional Economic Growth - REG) AID-OAA-C-13-00139.

Stavovi iznijetiu ovoj publikaciji su stavovi autora i ne moraju obavezno da odražavaju stavov Agencije SAD za međunarodni razvoj.

LOGO

Ključni element vaše prepoznatljivosti na internetu



Šta je brend? A šta vizuelni identitet brenda?

Brend predstavlja skup očekivanja, uspomena, priča i emocija koje zajedno doprinose odluci za kupovinom određenog proizvoda ili usluge u odnosu na neku drugu. Brend je mnogo veći i opširniji pojam od dizajna. Dizajn se odnosi isključivo na vizuelnu komunikaciju jednog proizvoda ili usluge, tj. na sve ono što možemo zapaziti našim okom, a čime brend komunicira prema potencijalnim kupcima. Imajući to u vidu, možemo zaključiti da se vizuelni identitet nalazi unutar jedne cjeline koju nazivamo brend, a logo kao osnovna jedinica vizuelnog identiteta je od velikog značaja za postavljanje načina vizuelne komunikacije istog.



Zašto je ovo važno?

Postoji više varijacija na temu definicije logo-a. Dok se jedni zalažu za definiciju logotipa kao simbola koji kroz stilizovanu tipografiju predstavlja određeni brend, kompaniju ili proizvod, drugi smatraju da je logotip ustvari naziv za cjelokupan simbol koji se sastoji od znaka (logo) i tipografskog dijela (-tip). Na samom početku mi je veoma bitno da razdvojimo nekoliko pojmova, a to su „simbol“, „znak“ i „tipografski dio“ kako bi u nastavku imali jasniju sliku šta jedan simbol kao najosnovniji dio vizuelnog identiteta obuhvata, koja je njegova uloga u kreiranju samog brenda, a koja prilikom osmišljavanja vizuelnog identiteta.





Osnovni elementi logoa (simbola):

1. Znak
2. Tipografski dio
3. Boja - kolorit

Šta je logo (simbol) ?

Logo ili simbol je skup elemenata koji je nastao sa ciljem da učini određeni brend, kompaniju, proizvod ili uslugu vizuelno prepoznatljivim u svijetu vizuelne komunikacije. Pojam „logo“, možemo zamijeniti i sa pojmom „simbol“.

Šta je znak?

U svijetu logo dizajna, znak predstavlja vizuelno rješenje koje koristi neki grafički element (ilustraciju, ikonicu, grafizam,...), nastao sa ciljem da bude prepoznatljiv.

Šta je tipografski dio?

Tipografski dio bi, kao što i sama riječ kaže, predstavljao skup slovnih znakova (tipografije), koji oblikuju naziv brenda, kompanije, proizvoda ili usluge. Često dizajneri ovaj dio simbola nazivaju i „logotip“.

Šta je boja – kolorit?

Kolorit predstavlja paletu boja koju koristimo pri osmišljavanju simbola. Najčešće se nanosi kao „poslednji sloj“ pri izradi istog. S obzirom na psihologiju boja prema kojoj je dokazano da ljudi različito reaguju na određene boje i da one kod nas izazivaju različita emocionalna stanja, ponašanja i raspoloženja, boja i te kako jeste jedan od važnih elemenata u osmišljavanju jednog simbola tj. logo-a.



Zašto je logo tj. simbol najvažniji element vašeg vizuelnog identiteta?

Da li je uopšte potrebno govoriti o veličini tržišta i koliko je teško u današnje vrijeme izdvojiti se i odskočiti od konkurencije u bilo kom smislu? Ista je situacija i kada je logo dizajn u pitanju. Ono što daje prvi utisak o vašoj kompaniji prilikom vizuelnog susreta vaših potencijalnih klijenata ili saradnika na internetu, jeste vaš vizuelni identitet tj. vaš simbol iliti logo. Koliko vam je važno da na prvom dejtu ostavite najbolji mogući utisak na djevojku/momka sa kojim se viđate, isto toliko je važno i da vaš biznis ostavlja što bolji utisak potencijalnim klijentima i saradnicima u online svijetu. Siguran sam da niko od vas ne želi copy/paste vaše bivše voljene osobe, pa tako nemojte ni kopirati već nastale logoe prilikom kreiranja vlastitog. Niko ne voli plagijatore!

Mali disklejmmer: Potpuno je legitimno da dobre „osobine“ tj. elementi već postojećeg znaka koji vam se dopada posluže kao motivacija za kreiranje vašeg unikatnog rješenja.



Ovome u prilog treba dodati još i to da ne mora vaš logotip uvijek ilustrativno objašnjavati čime se vaša kompanija bavi, već prepustite se dizajnerovoj mašti na volju i vjerujte u osobu ili studio koji ste angažovali za izradu istog, a dok vam se god sviđa portfolio na osnovu koga ste angažovali dizajnera ili studio da odradi posao za vas, sigurni budite da su greške za fenomenalno finalno rješenje ravne zalasku sunca na istoku.



Zašto je važno da logo bude prepoznatljiv?

Ukoliko vam je važno da se vaša kompanija na tržištu prepozna kao organizacija koja vodi računa o detaljima, kvalitetno obavlja poslove, lako urezuje u pamćenje i pamt, onda je bitno da i vaš logo/simbol bude jednostavan, unikat i lako pamtljiv.

Ukoliko niste sigurni da je gore navedeno u tekstu istina, guglajte riječ apple. Recite mi da li je prvo rješenje koje ste dobili povezano sa ICT kompanijom „Apple“ ili sa svježim prekusnim voćem koje mnogi od nas vole da jedu? Apple svojom jednostavnošću simbola vizuelno komunicira da je to jedna kompanija koja prije svega ističe elegantnost u dizajnu svojih proizvoda, jednostavnost korišćenja i vrhunski kvalitet. Vizuelni identitet ove kompanije u svjetlosnu milisekundu prati čitavu svoju ideologiju poslovanja, a to konzumenti ovog proizvoda dobro znaju i zapažaju. Sve to sastavljeno sa kvalitetno urađenim marketingom, danas nam na online pretraživaču daje prvi rezultat jedne ICT kompanije prije jabuke kao voća po kome je kompanija i dobila ime, a čiji je oblik preuzet za simbol (logo) kompanije. Pomalo apsurdno, ali činjenično stanje složićemo se.

IPER

Institut za preduzetništvo i ekonomski razvoj

Institut za preduzetništvo i ekonomski razvoj (IPER) je ekonomski think tank koji pruža podršku razvoju preduzetništva i privatnog sektora u Crnoj Gori. IPER sprovodi istraživanja u oblasti najvažnijih društvenih i ekonomskih tema, priprema preporuke za razvoj politika, sprovodi aktivnosti edukacije i mentorstva, i na taj način doprinosi povećanju kvaliteta života crnogorskih građana. Misija IPER-a je da kroz programe, projekte i aktivnosti zastupanja promoviše i realizuje u Crnoj Gori ideje slobodnog tržišta, preduzetništva, privatnog vlasništva u otvorenom, društveno odgovornom i demokratskom društvu sa vladavinom prava.

Od 2011. godine, IPER je registrovan kod Ministarstva nauke kao naučno-istraživačka organizacija.

Više detalja na: www.iper.org.me

UMP - Unija mladih preduzetnika

Unija mladih preduzetnika Crne Gore postoji radi podsticanja preduzetništva među mladim ljudima u Crnoj Gori, starosne granice do 35 godina.

Vizija UMPCG je nova Crna Gora u kojoj svi mladi ljudi dostižu svoj puni potencijal i sami oblikuju svoju budućnost svojom snagom i samopouzdanjem.

Unija podstiče pravi duh preduzetništva stvaranjem okruženja u kojem mladi preduzetnici mogu da se povežu i podrže jedni druge, čime bi doprinijeli razvoju sopstvenih preduzeća, a pod uticajem najmoćnijih izvora informacija i motivacija na raspolaganju.

Misija Unije jeste da se uspostavi nacionalna komunikaciona i resursna mreža za sve mlade preduzetnike, koja bi ih povezivala i kojom bi se svim mladim preduzetnicima obezbijedile relevantne i pravovremene informacije, koje i jesu najveći alat za jačanje poslovanja.

www.umpcg.me



Dizajn:

