

8 secretos que tu diseñador nunca te dirá al momento de crear tu logo

(el #6 lo aplicó Coca Cola)



Introducción

El branding de tu marca no se basa exclusivamente en el logotipo, pero su creación es muy importante para el desarrollo de tu negocio. Recuerda que un buen logo impacta directamente en la recordación de marca. Solo basta pensar en grandes compañías, como Coca Cola o Apple.

¿Vas entendiendo por qué es necesario tomarte unos minutos para revisar esta guía? Descárgala y, si ya tienes un logo, verifica que cumpla con las 8 características señaladas

Contenido

2.

Introducción

5.

Simplicidad

7.

Originalidad

9.

Escalabilidad

11.

Pregnancia

13.

Versatilidad



15.

Durabilidad

16.

Idoneidad

18.

Empatía

20.

¿Preparado para
crear tu logo?





1.

Simplicidad

¡Menos es más! La simplicidad es una de las mejores características que puede tener un logo para ser recordado. Al momento de diseñarlo, recuerda que esta no es una imagen que deba representar todos los aspectos que están detrás de tu negocio.

Asegúrate de no sobrecargar tu logotipo, si este tiene demasiados colores, distintos tipos de tipografías, figuras o ilustraciones innecesarias, será demasiada información la que tendrá que procesar tu público, causando ruido e interfiriendo el mensaje que quieres comunicar.

Para que esto no te suceda, busca el equilibrio entre pocos elementos que representen la historia y valores de tu empresa, te diferencien del resto y lo más importante, que perdure en la memoria de las personas.



Un ejemplo claro de cómo la simplicidad funciona es **Google**, cuyo logo ha evolucionado y mantenido su esencia en el tiempo con tan solo una palabra, combinación de letras y sus colores bandera.





2.

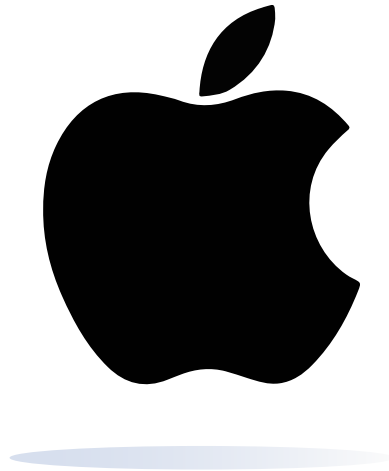
Originalidad

Sabemos que crear algo completamente único de la noche a la mañana es difícil, pero no imposible. Cuando hablamos de originalidad, nos referimos a que tu logotipo debe distinguirse del resto y destacar en el sector al que te quieres dirigir.

Recuerda, imitar el logo de otra marca, ya sea grande o pequeña, es un error garrafal que puede traer muchas consecuencias. En vez de hacer lo mismo que los demás, analiza tu competencia y encuentra ese factor diferencial que puedes aplicar para el diseño de tu logotipo.



Hay muchas formas de ser original, no necesariamente tu logo debe representar lo que vendes en su totalidad, un ejemplo claro de ello es . Su logotipo no corresponde específicamente a una computadora, teléfono u otro de sus productos.





3.

Escalabilidad

Un buen logotipo debe ser reproducible a la perfección en cualquier tamaño. Así sea desde el tamaño para un post de Facebook o una valla publicitaria, hasta pequeñito para colocarlo en una tarjeta de presentación sin perder su legibilidad. Sea lo que sea, tu logo debe verse y entenderse sin ningún tipo de problema.

Para evitar cualquier tipo de inconveniente, toma en cuenta manejar muy bien los vectores de tu logotipo para brindarle mayor flexibilidad, elige la tipografía correcta, y en caso de ser necesario, diseña variaciones de tu logo para utilizar en distintos tamaños.



Un ejemplo de escalabilidad es **Johnson's**, ellos usan una tipografía caligráfica para su logotipo que funciona de manera exitosa en tamaños reducidos.



Johnson's®



4.

Pregnancia

Como te comentamos anteriormente, para que un logotipo sobresalga del resto debe ser memorable. Y de eso se trata la pregnancia: la capacidad que tiene una forma visual para atraer la atención de las personas y dejar una marca en su memoria.

Para lograr este objetivo, una vez más, evita crear un logo muy cargado. Esto, le impedirá a la persona grabar en su mente todos los elementos del diseño y, fácilmente, no recordarte de nuevo.

Ten siempre en cuenta que la sencillez, de la mano con la creatividad, ingenio y hasta un poco de humor, son la clave para lograr un logo inolvidable. Si tu público nota algo único e inesperado en tu diseño, resaltará por encima del resto.



Un ejemplo de un logo difícil de olvidar es el de **The Guild of Food Writers**, una organización dedicada a la redacción de alimentos y educación culinaria.



THE GUILD OF FOOD WRITERS



5.

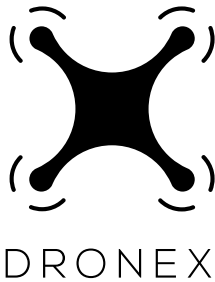
Versatilidad

Para que un logo sea versátil, además de poder adaptarse a cualquier tamaño, formato y plataforma sin perder la calidad (escalabilidad), es la disposición de sus elementos. Por ejemplo: una versión horizontal y vertical dependiendo del espacio donde se vaya a emplear.

Otra solución para conseguir que tu logotipo sea versátil, es asegurarte que se vea bien en blanco y negro y escala de grises, ya que en ocasiones deberás usarlo sobre un fondo que no te permitirá usarlo a color.



Asimismo, considera cuántos detalles añades a tu diseño. Lo mejor es que evites el exceso de formas o líneas ya que podrían desaparecer o verse reducidas al ser impresas.



6.

Durabilidad

Un logotipo efectivo perdura en el tiempo y no necesita ser modificado con el pasar de los años. Aunque sea bueno adaptarse a las nuevas tendencias, recuerda que tu logo debe ser atemporal.

Ojo, con esto no nos referimos a que no pueda tener algún tipo de modificación en un futuro. El ejemplo perfecto de durabilidad es el logotipo de Coca-Cola, que comparado con el logo de Pepsi ha cambiado muy poco desde 1885. ¡Increíble!



1981

1941

2003

7.

Idoneidad

Tal vez esto te parezca obvio, pero tu logotipo debe ser apropiado para transmitir el mensaje que deseas. Por ejemplo, si estás diseñando tu logo para una tienda de cosméticos, el esquema de colores, la figura o ilustración, tipografía, entre otros, debe estar dirigido a un público femenino. Este mismo logotipo no será útil para una empresa de tecnología.

Al momento de diseñar ten siempre a tu público objetivo en mente. Es importante conocer con profundidad a quién te diriges, no olvides que tu logo será la cara de tu empresa y con el que te lograrán identificar.



Para que tu diseño sea completamente idóneo toma en cuenta este checklist:

- ✓ Piensa siempre en el público a quien dirigirás el mensaje. Ten en cuenta el mensaje que quiere transmitir la empresa.
- ✓ Evita implementar elementos que se puedan malinterpretar.
- ✓ Realiza una prueba. Muéstrale tu logotipo a varias personas y que te den su perspectiva al respecto, puede que se te esté escapando algo, como no. ¡Lo mejor es prevenir para cumplir con los objetivos!

aruma



8.

Empatía

Por último, pero no menos importante: la empatía. Crear impacto a través de emociones es una manera eficaz para crear un logotipo exitoso.

Por ello, otra de las cosas que debes considerar al momento de desarrollar tu logo es intentar generar una emoción positiva en las personas. De esa manera, impactarás en su memoria, logrando que te recuerden con facilidad y compartan tu marca con las personas a su alrededor.

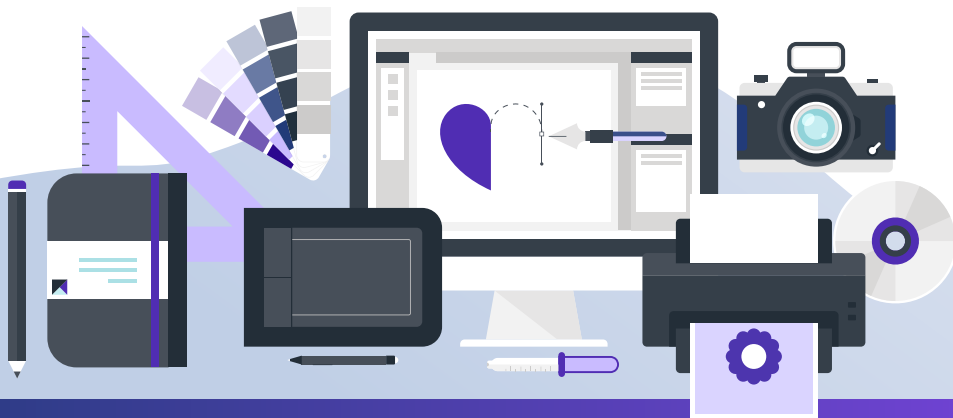
Recuerda, al ver, hablar, compartir o recordar una marca, no solo compartimos los elementos o conceptos que se asocian a ella. También, la emoción que experimentas al observarla.



Un ejemplo de ello es **Billabong**: las olas del mar que componen su logo transmiten la sensación del agua y al mismo tiempo la acción. Dichas sensaciones son provocadas debido a la experiencia previa con el mar y el movimiento que realizan las olas gracias a la corriente del agua y el viento.



BILLABONG



¿Preparado para crear tu logo?

Sabemos que lograr el diseño perfecto de tu logo no es fácil, que requiere de un buen análisis y desarrollo profesional para lograr transmitir el concepto de tu marca, Sin embargo, no te limites, con la ayuda de estas 7 características estamos más que seguros que el resultado de tu logo será increíble. ¡Éxitos!



Brainstorming

CONTÁCTANOS



+51 993 070 396

ventas@brainstorming.la