

Een KRACHTIG LOGO

maakt je zaak sterker



191

grafisch ontwerpbureau

INLEIDING

waar dit e-book om draait

Als ondernemer leid je een druk leven dat vaak volledig in het teken van de zaak staat. Heel wat tijd wordt gependend aan werken IN jouw zaak, jouw passie. Maar heb je er wel al eens bij stilgestaan dat werken **AAN jouw zaak** even belangrijk is?

Dit e-book draait om net één van die **AAN**-zaken die we vaak over het hoofd zien: **HET LOGO!**

- * Wat is het belang van een logo?
- * Voldoet jouw huidige logo eigenlijk wel?
- * Op basis van welke criteria kies je een grafische vormgever?
- * Wat is eigenlijk een effectief logo?

Vragen waar je na het lezen van dit e-book een antwoord op kunt geven. Geen overbodige luxe want een slechte voorbereiding en te weinig aandacht voor AAN de zaak houdt bepaalde risico's in. Jouw klanten die een verkeerde indruk krijgen, een stagnerende omzet, het niet bereiken van de doelen die je stelt en ga zo maar door. Wat een krachtig logo gemaakt door een professional hiermee te maken heeft? Dat ontdek je in dit e-book.

Dit boek is opgesteld om jou enkele honderden euro's te besparen. Om advies van een expert in het veld te geven, om cruciale vragen betreffende logo's te beantwoorden, om inzicht te verschaffen in een topic waar velen nog geen twee seconden bij stilstaan.

Een logo: een klein ding met vaak grote gevolgen.

Het boek doorgelezen maar zit je nog met vragen? Aarzel niet om ze te stellen via info@nine-concepts.eu

Veel leesplezier!

EEN LOGO?

belangrijker dan je denkt!

Een logo gaf vroeger uitsluitend mee wat je verkocht. Vandaag vertelt het een verhaal. Het fluistert waarom ze bij jou moeten kopen. Het beeldt jouw unieke kwaliteiten uit. Het is de eerste indruk van jouw onderneming.

Helaas houdt dat ook een groot risico in. Een slordig logodesign? Dat suggereert dat je jouw zaak niet serieus neemt en kost klanten. Kort door de bocht? Ongetwijfeld, maar dat is wel degelijk hoe mensen denken.

Een eerste indruk kan je maar één keer maken en verloopt in een fractie van een seconde. Een slechte indruk goedmaken is bijna onmogelijk!

**HEEL WAT MENSEN BESCHOUWEN
EEN LOGO NOG ALTIJD
ALS EEN LEUKE BIJKOMSTIGHEID.**

Een mooie afbeelding zonder meer. Niets is echter minder waar, het is vooral een effectieve tool die het verschil kan maken tussen een klant verwelkomen of weg zien stappen.

Wil jij weten of jouw bedrijfslogo de juiste boodschap uitdraagt, die klanten verwelkomt?

“
**Een logo gaf vroeger uitsluitend mee wat je verkocht.
Vandaag vertelt een logo een verhaal.**
”

EEN IJZERSTERK LOGO?

5 belangrijke parameters

Wat een mooi logo is, dat is voor iedereen anders. De ene verkiest een kleurrijk geheel en de andere dan weer een sobere constructie. Desondanks zijn er wel degelijk een hele resem algemene eigenschappen waar elk effectief logo aan hoort te voldoen. Een positieve eerste indruk, inspelen op jouw sterktes en jou onderscheiden van de concurrentie. Een logo is een herkenningspunt voor de klanten en hoort in de eerste plaats effectief te zijn in die taak. Hoe krijg je dat voor elkaar? Aan de hand van een vijftal parameters.

Less is more

Geen vervelendere trend dan ingewikkelde logo's waar je een doctoraat voor nodig hebt om te ontcijferen. Een goed logo is snel te bevatten en straalt eenvoud uit. Verzet je dan ook tegen de neiging te veel tierlantijntjes en clevere verwijzingen te gebruiken. Dus zo weinig mogelijk BLA BLA, des te meer transparantie, eerlijkheid en bescheidenheid. Een gouden regel om in het achterhoofd te houden bij het ontwerp van een logo is het KISS principe: Keep it simple, stupid!

Memorabel zijn

Een goed logo is een logo dat zich in het geheugen graaft en zich daar ankervast zet. Een herinnering leidt tot herkenning en laat herkenning nu net de sleutel zijn tot het opbouwen van een vertrouwensband met de klanten. Jij grijpt in de supermarkt toch ook eerst naar wat je kent? Jij ziet in het buitenland toch ook het snelst de winkels die er in jouw thuisstad ook zijn? Net hetzelfde gaat het met logo's. Een memorabel logo ontwerpen is niet eenvoudig maar moet wel eenvoudig gehouden worden.

Dit gaat dan ook voort op het eerste principe:

een eenvoudig logo zet zich nu eenmaal sneller vast in het geheugen.

“
**Een goed logo is een logo dat zich in het geheugen graaft
en zich daar ankervast zet.**
”



Vector

opgebouwd uit lijnen en ankerpunten



Pixel

opgebouwd uit pixels of dots

Tijdloosheid

Veel mensen maken de fout om bij het ontwerp van hun logo mee te liften met een trend. Leuk op dat moment maar vaak na een aantal maanden al potsierlijk. Dat is dan ook meer iets voor tijdelijke reclamecampagnes. Een sterk logo is tijdloos en hoort consistentie uit te dragen. Een logo hoort tot jouw merkidentiteit en dat om de paar jaar veranderen werkt enkel verwarrend.

Flexibel

Een goed logo moet er niet alleen leuk uitzien maar ook functioneel gebruikt kunnen worden op diverse media. Het moet er even goed uitzien afgedrukt op papier als in weergave op beeld. Een goed logo is ontworpen in **vector formaat** wat betekent dat het eindeloos schaalbaar is en op eender welke schaal altijd haarscherp is. Dat vereist dus meer dan even Photoshop of Word open knallen en aan de slag gaan.

Relevantie

Een sterk logo voldoet niet enkel aan alle voornoemde eigenschappen maar hoort ook relevant te zijn voor jouw onderneming. Alle kleuren van de regenboog verwerken is leuk voor een crèche maar lijkt je dat iets voor een advocatenkantoor? Dat wil niet betekenen dat jouw logo per se een exacte reflectie van jouw aanbod moet zijn. Wat wel een minimale voorwaarde is, is dat jouw logo overeenstemt met jouw positionering.

Wat wil je dat jouw bedrijf uitstraalt?

EEN GOEDE DESIGNER VINDEN?

Enkele tips!

Er zijn heel wat designers op de markt terug te vinden gaande van de hobbyist die na zijn/haar gewone job nog wat ontwerpt tot de professional. Het spreekt voor zich dat het kwaliteitsverschil tussen beiden, en tussen professionals onderling, vaak groot is. Dat doet de vraag rijzen: hoe herken je een designer die zijn geld waard is?

Expertise

Heel wat goede designers hebben geen kaas gegeten van brandidentity. Dat is jammer want om een goed logo te ontwerpen is meer nodig dan een grafisch brein. Zonder de nodige expertise in het **opbouwen van een merk** en in wat werkt krijg je misschien wel een mooi logo... maar of dat logo effectief zal zijn? Betwifelbaar. Een goed portfolio kan in dit opzicht al een eerste indicatie zijn.

Testimonials en successen

Zijn er testimonials terug te vinden op de facebookpagina? Recommendations op LinkedIn? Positieve reviews online? Kortom: is er een bewezen historie van succes? Ga wel even na of al die successen en testimonials van bestaande bedrijven komen. Om het portfolio uit te breiden maken heel wat designers vaak logo's voor fictieve bedrijven. Je kunt het al raden: sommige slimmeriken zetten dat vlotjes bij de testimonials terwijl het onmogelijk te zeggen is of dat ook in de praktijk werkt. Kortom: doe je huiswerk!

Werkwijze en timing

Is er een duidelijke werkwijze verbonden aan het designproces van het ontwerp bureau of is het toch bandwerk? In het tweede geval bestaat het businessmodel uit goedkope logo's tegen een hoge snelheid produceren en verkopen.

Expertise? Meestal niet. Research? Nog nooit van gehoord. Je krijgt in dergelijke gevallen net waar je voor betaald hebt: een flauw afkooksel van een echt logo dat de tand des tijds niet overleven kan. Wil je daarentegen dat jouw logo over een decennium nog altijd relevant is en koppen doet draaien? Dan is er research en expertise nodig en dat kost tijd.

“

Je neemt een designer aan om een probleem voor je op te lossen, niet om je te plezieren.

”

Het budget

Een goed logo wordt dus niet even tussen de soep en de patatten gemaakt. Er is research nodig, er moet over gebrainstormd worden, ideeën moeten geschetst worden en meer. Qua budget betekent dat dan ook dat een goedkoop ontwerp je vaak duur kan komen te staan. Een logo dat snel zijn effectiviteit en relevantie verliest dwingt tot een redesign. Een situatie die geld kost en ook de herkenbaarheid van jouw bedrijf in het gedrang brengt. Het logo moet niet alleen terug aangepast worden maar ook de huisstijldragers zoals visitekaartjes, briefpapier en folders kunnen recht de vuilnisbak in.

De gestelde vragen

Een intakegesprek is een prachtige manier om het kaf van het koren te scheiden. Luister naar de vragen van de ontwerper die je moet beantwoorden: gaat het over wat jij graag ziet in een logo? Dan heb je niet te maken met een expert maar met iemand die vooral jou zal willen plezieren. Leuk, maar niet wat je zaak nodig heeft. Bij de dokter kies je toch zelf ook niet je eigen dosering? Een professional maakt eerst een analyse van de situatie en schrijft dan pas de oplossing voor.

Een goede designer baseert zich op research en expertise en niet op welke kleur die dag toevallig jouw voorkeur genoot.

Professionaliteit

Iedereen kent wel het cliché van de creatieveling met het hoofd in de wolken. Kan kloppen, maar van een goede designer mag je op zijn minst een bepaald niveau van professionalisme verwachten. Is er voldoende aandacht voor detail?

Is er **betrouwbaarheid in de communicatie**, loopt het time management goed? Alleen al snel reageren op jouw mails en telefoons lijkt iets kleins maar maakt wel een wereld van verschil voor jou.

WANNEER IS HET TIJD VOOR EEN NIEUW LOGO?

Draaien de zaken de laatste maanden stroever zonder aanwijsbare reden? Stagneert de omzet en de instroom van nieuwe klanten? Lopen ze jouw zaak straal voorbij ondanks een interessanter aanbod dan de concurrentie? Als dit voorkomt ondanks correcte prijzen en een prima aanbod is de reden vaak dit: het beeld dat mensen van jouw onderneming hebben beantwoordt niet langer aan de werkelijkheid. Een mogelijke oplossing? Een nieuw logo! Wanneer is het daar tijd voor?

Het logo past niet meer bij jouw onderneming



Bedrijven evolueren en vaak meer dan je zelf als zaakvoerder beseft. Een logo dat tijdens de **startfase exact de merkidentiteit weergaf** doet dat niet noodzakelijk nog na een decennium. Een goed logo is geen relik van het kleine verleden maar een voorbode van een grote toekomstvisie.

Een DIY- logo

Je hebt bij de opstart het nictje van de achterburen dat net Photoshop had ontdekt ingeschakeld. Of erger nog: zelf jouw logo 'ontworpen' op basis van enkele blitse Google ideetjes en bestaande iconen. Lenen mag toch? Not done maar waarschijnlijk had je nooit verwacht dat jouw bedrijf zo uit de grond zou schieten.

Je hebt één logo. Of twee... Of drie...

Als je als bedrijf al een tijdje bezig bent is de kans groot dat er al redelijk wat verschillende vormgevers aan het werk zijn gezet. Misschien heb je zelf ook al wat lopen prullen aan dat logo. Het logische resultaat hiervan? Het ziet eruit als een samenspel van diverse andere logo's.

Een logo zonder consistentie dat **totaal geen vertrouwen geeft**: laat dat nu zijn waar een klant meer dan wat dan ook naar hunkert.

Jouw logo is gedateerd

Een logo hoort consequent en consistent te zijn. Dat betekent dat op eender welk medium jouw logo moet scoren. Dat is iets waar logo's gemaakt voor de digitale revolutie vaak niet goed in zijn. Een logo dat zich naadloos aanpast aan eender welk formaat is een responsive logo en een echte must in deze tijd.

SLOTWOORD

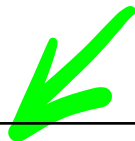
Een logo is al te vaak iets waar niet veel aandacht aan wordt geschonken. Het is nog minder iets waarover het gaat als de zaken minder draaien of als een onderneming stevig groeit en van richting verandert. Nochtans is een logo het uithangbord van jouw onderneming, het maakt je zaak sterker, het vertelt je verhaal krachtig. Een effectief logo? Een shortcut naar meer klanten, een verhoogde omzet en minder marketingkosten.

Doorheen dit e-book is geprobeerd het belang duidelijk te maken, om de rol van een logo in het succes van jouw onderneming te duiden. Is een goed logo een binnenweg naar succes? Natuurlijk niet: het is slechts één element binnen een huisstijl. Het is echter wel het startpunt van die huisstijl, het herkenningspunt bij uitstek en hoort absoluut goed te zitten om het maximale uit jouw business te halen.

Ben je dat op dit moment nog niet aan het doen? Kom dan gerust eens op de koffie voor een aangenaam gesprek, professioneel advies op maat, voor een effectief logo of de verdere uitwerking van jouw huisstijl.

Op zijn minst hoop ik dat je wat bijgeleerd hebt door dit e-book en één à twee zaken kan en zal toepassen in jouw bedrijf. Het bewijs zit in de praktijk!!

**WIL JE NOG MEER INFORMATIE OF
VLIEGEN WE ER METEEN SAMEN IN?**



Nine Concepts BV
Heistraat 130
B-2400 Mol

+ 32 495 44 02 54
info@nine-concepts.be
www.nine-concepts.be

BTW BE0741 414 847
IBAN BE98 3631 9665 3493
BIC BBRUBEBB