

LOGO

7 ERILAISTA LOGOTYYPPIÄ
NCI

Logo mainonnassa ja brändin luomisessa

- Logo on organisaation tärkein tunnus, jota käytetään käyntikorteissa, papereissa ja mainosmateriaaleissa. Se on ulkoasultaan yksinkertainen ja helppo käyttää esim. painotuotteissa ym.
- Logon on oltava koko brändin visuaalisen strategian mukainen, sillä monesti se antaa asiakkaille ja muille sidosryhmille ensivaikutelman yrityksestä



7 LOGOTYYPPIÄ

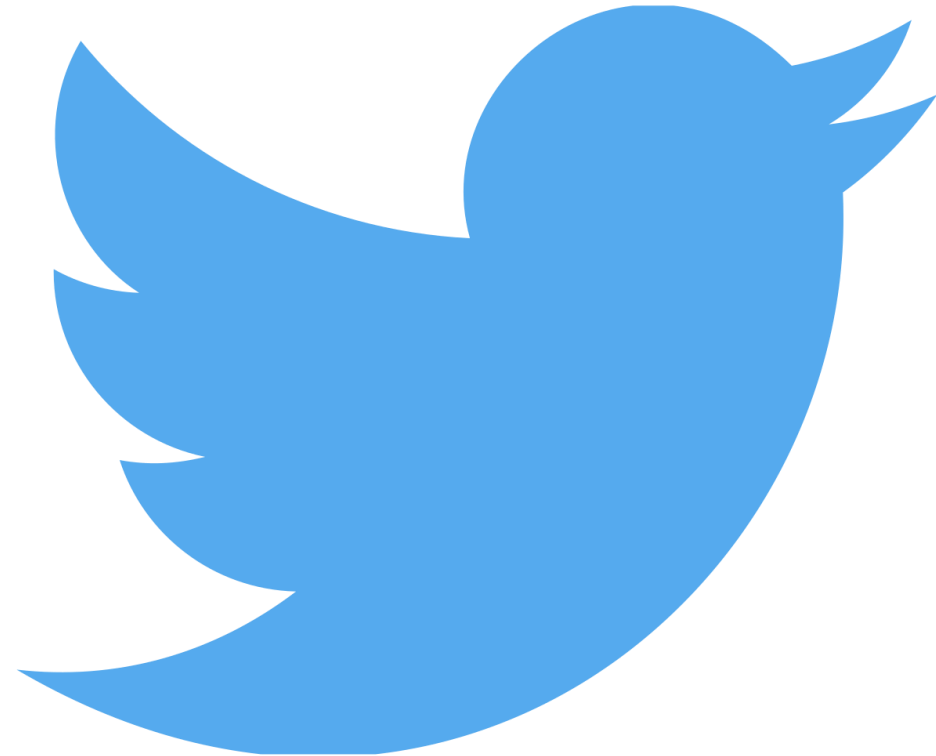
1. **MONOGRAMMI** = kirjainlogo (koostuu kirjaimista, jotka liittyvät tuotemerkkiin, esim. alkukirjaimet, kuten HBO)



2. TEKSTILOGO = samankaltainen kuin edellinen, mutta koostuu kokonaisesta sanasta. Tyypillisesti yrityksen nimi.

The Google logo is a text-based logo consisting of the word "Google" in a sans-serif font. Each letter is a different color: 'G' is blue, 'o' is red, 'o' is yellow, 'g' is blue, 'l' is green, and 'e' is red.The Coca-Cola logo is a text-based logo consisting of the words "Coca-Cola" in a red, cursive script font.

3. KUVALLINEN LOGO / SYMBOLILOGO = sisältää kuvakkeen tai graafisen kuvan. Symbolisoi yleensä yrityksen tarkoitusta. Usein näistä muodostuu hyvinkin ikonisia – enää ei tarvita kuin omenan kuva, josta kaikki tietävät, mikä yritys on kyseessä.



4. ABSTRAKTI LOGO = logo sisältää abstraktin, geometrisen muodon esittävän kuvakkeen sijasta.



pepsi



5. MASKOTILOGO = logo sisältää kuvitetun hahmon. Värikkyys, sarjakuvamaisuus. Yksinkertainen hahmo, joka kuvastaa yritystä. Voi olla yrityksen maskotti, jos sellainen on.



6. **YHDISTELMÄ-LOGO**= logo sisältää sekä kuvallisen osion että tekstiä.



7. EMBLEEMI = fontti on symbolin tai kuvakkeen sisällä. Yhtymäkohtia vaakunaan. Esim. koulut, järjestöt ja valtio saattavat käyttää tätä.

